МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

НАУКОВІ ПРАЦІ МІЖРЕГІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.

ФІЛОЛОГІЯ

SCIENTIFIC WORKS OF INTERREGIONAL ACADEMY OF PERSONNEL MANAGEMENT.

PHILOLOGY

Випуск 1 (19), 2026

Видавничий дім
«Гельветика»
2026

УДК 80/82

Редакційна колегія

Семеніст Іван Васильович, доктор філологічних наук, професор, проректор з науково-педагогічної роботи та стратегічного розвитку, Київський національний університет будівництва і архітектури (головний редактор)

Акімова Аліна Олександрівна, доктор філософії, доцент, доцент кафедри іноземної філології та перекладу, Міжрегіональна Академія управління персоналом

Бахов Іван Степанович, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри іноземної філології та перекладу, Міжрегіональна Академія управління персоналом

Гнезділова Ярослава Володимирівна, доктор філологічних наук, професор, учений секретар університету, Київський національний лінгвістичний університет

Курбанова Ольга Сергіївна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземної філології та перекладу, Міжрегіональна Академія управління персоналом

Лазер-Паньків Олеся Василівна, доктор філософії, доцент, доцент кафедри загального мовознавства, класичної філології та неоелліністики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Левко Олександр Вадимович, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри загального мовознавства, класичної філології та неоелліністики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Мойсеєнко Ірина Павлівна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри германської філології, Київський національний лінгвістичний університет

Таценко Наталія Віталіївна, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри іноземних мов та лінгводидактики, Сумський державний університет

Холод Олександр Михайлович, доктор філологічних наук, професор, професор кафедри політології та журналістики, Міжрегіональна Академія управління персоналом

Abjalova Manzura, DSc, Professor, Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Tashkent State University of Uzbek Language and Literature named after Alisher Navoia, Uzbekistan

Kyuchuk Huseyin, Doctor of Education, Professor, Professor of the Department of Linguistics and Intercultural Education, University of Silesia, Poland

Lazar Jan, Dr hab., Associate Professor, Associate Professor of the Department of French Language, University of Opole, Poland

Затверджено Вченою радою
Міжрегіональної Академії управління персоналом 29 квітня 2026 року (протокол № 5)
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. 2026. Вип. 1(19). Київ : Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2026. 202 с.

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

© Оформлення «Видавничий дім «Гельветика», 2026

ISSN 2786-5053 (Print)
ISSN 2786-5061 (Online)

Semenist, Ivan V., Doctor of Philology, Professor, Vice-Rector for Academic Affairs and Strategic Development, Kyiv National University of Construction and Architecture (editor-in-chief)

Akimova, Alina O., PhD, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Foreign Philology and Translation, Interregional Academy of Personnel Management

Bakhov, Ivan S., Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Foreign Philology and Translation, Interregional Academy of Personnel Management

Gnezdilova, Yaroslava V., Doctor of Philology, Professor, Academic Secretary of the University, Kyiv National Linguistic University

Kurbanova, Olha S., PhD, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Foreign Philology and Translation, Interregional Academy of Personnel Management

Lazer-Pankiv, Olesia V., PhD, Associate Professor, Associate Professor at the Department of General Linguistics, Classical Philology and Neohellenistic Studies, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Levko, Oleksandr V., PhD, Associate Professor, Associate Professor at the Department of General Linguistics, Classical Philology and Neohellenistic Studies, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Moyseyenko, Iryna P., PhD, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Germanic Philology, Kyiv National Linguistic University

Tatsenko, Nataliia V., Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Department of Foreign Languages and Linguodidactics, Sumy State University

Kholod, Oleksandr M., Doctor of Philology, Professor, Professor at the Department of Department of Political Science and Journalism, Interregional Academy of Personnel Management

Abjalova Manzura, DSc, Professor, Associate Professor at the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Tashkent State University of Uzbek Language and Literature named after Alisher Navoia, Uzbekistan

Kyuchuk Huseyin, Doctor of Education, Professor, Professor at the Department of Linguistics and Intercultural Education, University of Silesia, Poland

Lazar Jan, Dr hab., Associate Professor, Associate Professor at the Department of French Language, University of Opole, Poland

Approved by the Academic Council of Interregional Academy of Personnel Management

(minutes No. 5 as 29.04.2026)

Languages: Ukrainian, English, Polish, German, French

Registration of print media entity: Decision of the National Council of Television

and Radio Broadcasting of Ukraine: Decision No. 1173 as of 11.04.2024.

Media ID: R30-03895.

Print media entity – Private Joint-Stock Company «Higher education institution

«Interregional Academy of Personnel Management»

(03039, Kyiv, Frometivska str., 2, iapm@iapm.edu.ua, tel. (044) 490-95-00).

According to the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine dated April 7, 2022, № 320 (annex 2), the journal is included in the List of scientific professional editions of Ukraine (the "B" category). Subject Area: Philology (with specializations); C7 – Journalism

The journal is indexed by Google Scholar DOI: 10.32689/maup.philol

Scientific works of IAPM. Philology. 2026. Issue 1(19). Kyiv : Interregional Academy of Personnel Management. 2026. 202 pp.

It is published the articles by scientists dealing with the topical issues of philology development.

The journal is intended for academic and research staff, students, and all those interested in the development of philological science in Ukraine.

ЗМІСТ

Ірина БАБІЙ
АКТУАЛІЗАЦІЯ ІМЕННИКОВОЇ ІНДИВІДУАЛЬНО-АВТОРСЬКОЇ НОМІНАЦІЇ У ПРОЗІ ВАЛЕРІЯ ШЕВЧУКА: СЕМАНТИКО-ДЕРИВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ **8**

Оксана БАЛЮН, Катерина РЕУЦЬКА
МЕХАНІЗМИ КОНСТРУЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПАМ'ЯТІ ЗАСОБАМИ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ **14**

Сергій БАРНА, Олеся МЕДИНСЬКА
ЕКОЛОГІЧНИЙ КОНТЕНТ ОНЛАЙН-МЕДІА «РУБРИКА»: ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧНИЙ ВИМІР **22**

Алла БИЧОК
МЕТОДИЧНА ТА ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧА ЗНАЧИМІСТЬ СПЕЦИФІКИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ ПРИ ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ПІДГОТОВЦІ СУЧАСНИХ ФАХІВЦІВ **33**

Ельвіра БОНДАРЕНКО
МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК КЛЮЧОВИЙ КОМПОНЕНТ НАВЧАННЯ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ У СУЧАСНОМУ ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ **39**

Каріна БОРТУН
ЛІНГВОПРАГМАТИКА СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ: МАНІПУЛЯТИВНІ СТРАТЕГІЇ КОНСТРУЮВАННЯ СУСПІЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ **46**

Юлія ДЕМ'ЯНЧУК
КОГНІТИВНО-ДИСКУРСИВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ВОЄННОЇ СЕМАНТИКИ В ТЕРМІНОСИСТЕМІ КРИЗОВОЇ МЕДИЦИНИ **51**

Олег ДЖОЛОС
СВОБОДА ВИРАЖЕННЯ ПОГЛЯДІВ І ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ: НАСТАНОВИ ЮНЕСКО **75**

Оксана ІВАНЧЕНКО
ОСОБЛИВОСТІ ЕФЕКТИВНОЇ РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ **80**

Інна КІВЕНКО, Людмила ОКУЛОВА
РОЛЬ АРТИКУЛЯЦІЇ У ФОРМУВАННІ ОБРАЗУ ПЕРСОНАЖА **86**

Тетяна КОВАЛЬОВА
ФІТОНІМИ З ЕТНОКУЛЬТУРНИМ КОМПОНЕНТОМ ЗНАЧЕННЯ В АСПЕКТІ ПЕРЕКЛАДУ **94**

Світлана ЛИТВИНСЬКА, Тетяна ЯРОШОВЕЦЬ, Світлана КАНДЮК-ЛЕБІДЬ
МОВНА ПОЛІТИКА УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА В УМОВАХ ДЕРУСИФІКАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ **100**

Вікторія МАРКОВА, Олександр СУХОВІЙ
УКРАЇНСЬКІ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА ПРО КУЛЬТУРУ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ **106**

Олексій ОСКИРКО
НОМІНАЦІЯ ПРИПРАВ І СПЕЦІЙ У СХІДНОПОДІЛЬСЬКИХ ГОВІРКАХ **112**

Марія ПАВЛЮХ
ПОЛЬСЬКІ ЖІНОЧІ ЧАСОПИСИ ГАЛИЧИНИ, АДРЕСОВАНІ «СЕЛЯНКАМ» І «ПРЕСА ДЛЯ СІЛЬСЬКИХ ГОСПОДИНЬ» (1899–1939): УМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТИПОЛОГІЧНИХ ГРУП **119**

Денис ПЕРЕВИШКО
СПОСОБИ ТА МЕТОДИ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНОМОВНОГО Й АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО СЛЕНГУ КРИМСЬКОТАТАРСЬКОЮ МОВОЮ..... **125**

Наталія ПОПЛАВСЬКА, Юлія НАГОРНА
ТЕЛЕНОВИНИ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ МЕДІАРЕАЛЬНОСТІ..... **131**

Галина СИНОРУБ, Анжеліка БОНДАРЧУК
ОСВІТНЯ ПРОБЛЕМАТИКА В ОНЛАЙН-ВИДАННІ «РАІ» У ПЕРІОД НЕВИЗНАЧЕНОСТІ..... **141**

Юлія ТОМЧАКОВСЬКА, Лідія ШВЕЛІДЗЕ, Тетяна СТАШУК
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ “PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION” В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ..... **147**

Олександр ТОМЧАКОВСЬКИЙ
СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІКОДОВИХ ТЕКСТІВ У ЦИФРОВОМУ ДИСКУРСІ..... **153**

Тетяна ТРАЧУК
РЕДАКЦІЙНІ ПОЛІТИКИ УКРАЇНСЬКИХ ОНЛАЙН-МЕДІА: ЗМІСТ І ВІДПОВІДНІСТЬ СУЧАСНИМ ВИКЛИКАМ..... **158**

Андрій ТРОНЬ, Христина КАЩУК
МЕТАФОРИЧНЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ КОНЦЕПТУ DEFEAT У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ (НА МАТЕРІАЛІ ПРОМОВ СВІТОВИХ ЛІДЕРІВ СТОСОВНО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ)..... **168**

Іван УРМАНЕЦЬ, Олеся МЕДИНСЬКА
НАРАТИВНІ МОДЕЛІ ТА МУЛЬТИМЕДІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ІСТОРІЙ ПРО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКУ ВІЙНУ В ОНЛАЙН-МЕДІА..... **173**

Ганна ХОЛОД
СПЕЦИФІКА КОНТЕНТУ Й ОФОРМЛЕННЯ МІНІЖУРНАЛУ «ВАВІЛОНЧИК» («ВАВИЛОНЧИК»)..... **179**

Іван ЦИПЕРДЮК
ПРОЄКТ «ФІЛЬТРАЦІЯ» УКРАЇНСЬКОЇ РЕДАКЦІЇ РАДІО «СВОБОДА»: ДОКУМЕНТУВАННЯ ЗЛОЧИНІВ РОСІЙСЬКИХ ОКУПАНТІВ..... **185**

Наталія ШУЛЬСЬКА, Ліана НАУМЕНКО, Олена КАЛИТА
ТИПОВІ АНОРМАТИВИ ПУБЛІЧНОЇ МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ В ЦИФРОВОМУ СВІТІ..... **190**

Natalia PONOMARENKO, Maryna SADIVNYCHA, Veronika KULHOVA
EDITING TRAUMATICALLY SENSITIVE MEDIA TEXTS: THE ASPECT OF MEDIA TRAUMA LITERACY..... **196**

CONTENTS

Iryna BABII
ACTUALIZATION OF NOUN INDIVIDUAL-AUTHORIAL NOMINATION IN THE PROSE OF VALERY SHEVCHUK: SEMANTIC-DERIVATIVE ASPECT **8**

Oksana BALIUN, Kateryna REUTSKA
MECHANISMS OF NATIONAL MEMORY CONSTRUCTION THROUGH MASS COMMUNICATIONS **14**

Serhii BARNA, Olesia MEDYNSKA
PROBLEM-THEMATIC PARADIGM OF ECOLOGICAL CONTENT IN THE ONLINE MEDIA "RUBRYKA" **22**

Alla BYCHOK
METHODOLOGICAL AND LINGUISTIC-REGIONAL SIGNIFICANCE OF THE SPECIFICS OF BUSINESS COMMUNICATION WHEN LEARNING A FOREIGN LANGUAGE IN THE TRAINING OF MODERN SPECIALISTS **33**

Elvira BONDARENKO
INTERCULTURAL COMMUNICATIVE COMPETENCE AS A KEY COMPONENT OF GERMAN LANGUAGE LEARNING IN THE MODERN EDUCATIONAL SPACE **39**

Karina BORTUN
LINGUISTIC PRAGMATICS OF SOCIAL ADVERTISING: MANIPULATIVE STRATEGIES FOR SHAPING PUBLIC CONSCIOUSNESS **46**

Yulia DEMYANCHUK
COGNITIVE-DISCURSIVE MODELLING OF WARTIME SEMANTICS IN THE TERMINOLOGY SYSTEM OF CRISIS MEDICINE **51**

Oleh DZHOLOS
FREEDOM OF EXPRESSION AND RESPONSIBILITY OF DIGITAL PLATFORMS: UNESCO GUIDELINES **75**

Oksana IVANCHENKO
FEATURES OF EFFECTIVE ADVERTISING COMMUNICATION IN SOCIO-POLITICAL ACTIVITIES **80**

Inna KIVENKO, Lyudmila OKULOVA
THE ROLE OF ARTICULATION IN SHAPING A CHARACTER'S IMAGE **86**

Tetyana KOVALYOVA
PHYTONYMS WITH AN ETHNOCULTURAL COMPONENT OF MEANING IN THE ASPECT OF TRANSLATION **94**

Svitlana LITVINSKA, Tetiana YAROSHOVETS, Svitlana KANDYUK-LEBID
LANGUAGE POLICY OF UKRAINIAN MEDIA IN THE CONTEXT OF DE-RUSSIFICATION OF THE INFORMATION SPACE **100**

Viktoriia MARKOVA, Oleksandr SUKHOVII
UKRAINIAN INTERNET MEDIA ON CULTURE: CURRENT STATE, PROBLEMS, PROSPECTS **106**

Oleksiy OSKYRKO
THE NOMINATION OF SEASONINGS AND SPICRES IN THE EASTERN PODILIAN DIALECTS **112**

Mariia PAVLIUKH
POLISH WOMEN'S MAGAZINES OF GALICIA ADDRESSED TO "PEASANT WOMEN" AND "PRESS OF FARMHOUSES" (1899–1939): CONDITIONS OF EMERGENCE AND FEATURES OF TYPOLOGICAL GROUPS..... **119**

Denys PEREVYSHKO
METHODS AND TECHNICS OF TRANSLATING UKRAINIAN AND ENGLISH POLITICAL SLANG INTO THE CRIMEAN TATAR LANGUAGE..... **125**

Nataliia POPLAVSKA, Yuliya NAHORNA
TELEVISION NEWS IN THE CONTEXT OF HYBRID MEDIA REALITY..... **131**

Halyna SYNORUB, Anzhelika BONDARCHUK
EDUCATIONAL ISSUES IN THE ONLINE PUBLICATION "RAI" DURING A PERIOD OF UNCERTAINTY..... **141**

Yuliia TOMCHAKOVSKA, Lidiia SHVELIDZE, Tetyana STASHUK
LEXICAL-SEMANTIC FIELD "PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION" IN THE ENGLISH LANGUAGE..... **147**

Oleksandr TOMCHAKOVSKYI
STYLISTIC FEATURES OF POLYCODE TEXTS IN DIGITAL DISCOURSE..... **153**

Tetiana TRACHUK
EDITORIAL POLICIES OF UKRAINIAN ONLINE MEDIA: CONTENT AND RELEVANCE TO CONTEMPORARY CHALLENGES..... **158**

Andrii TRON, Khrystyna KASHCHUK
METAPHORICAL REPRESENTATION OF THE CONCEPT DEFEAT IN MODERN ENGLISH (BASED ON WORLD LEADERS' SPEECHES ON RUSSIAN-UKRAINIAN WAR)..... **168**

Ivan URMANETS, Olesia MEDYNSKA
NARRATIVE MODELS AND MULTIMEDIA TOOLS FOR STORIES ABOUT THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR IN ONLINE MEDIA..... **173**

Hanna KHOLOD
SPECIFICITY OF THE CONTENT AND DESIGN OF THE MINI-JOURNAL "BABILONCHIK" ("BABYLONCHIK")..... **179**

Ivan TSYPERDIUK
THE "FILTRATION" PROJECT OF RFE/RL'S UKRAINIAN SERVICE: DOCUMENTING THE CRIMES OF THE RUSSIAN OCCUPIERS..... **185**

Nataliia SHULSKA, Liana NAUMENKO, Olena KALYTA
TYPICAL ANORMATIVES OF PUBLIC MEDIA COMMUNICATION IN THE DIGITAL WORLD..... **190**

Natalia PONOMARENKO, Maryna SADIVNYCHA, Veronika KULHOVA
EDITING TRAUMATICALLY SENSITIVE MEDIA TEXTS: THE ASPECT OF MEDIA TRAUMA LITERACY..... **196**

УДК 81’373.43=161.2
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.1

Ірина БАБІЙ
кандидат філологічних наук, доцент,
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка,
iryna.babiy@ukr.net
ORCID: 0000-0002-1568-7920

АКТУАЛІЗАЦІЯ ІМЕННИКОВОЇ ІНДИВІДУАЛЬНО-АВТОРСЬКОЇ НОМІНАЦІЇ У ПРОЗІ ВАЛЕРІЯ ШЕВЧУКА: СЕМАНТИКО-ДЕРИВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

Стаття присвячена розгляду ідіостилю сучасного українського письменника Валерія Шевчука. Предмет аналізу – іменникові авторські лексичні новотвори, виявлені в романі «Срібне молоко». Зважаючи на те, що поки що в сучасній лінгвостилістиці не здійснено комплексного лінгвістичного аналізу ідіостилю, індивідуально-авторської мовотворчості Валерія Шевчука, наше дослідження є актуальним.

Мета статті полягала у здійсненні лінгвістичного аналізу іменникової індивідуально-авторської номінації у прозі Валерія Шевчука, описі семантичної та деривaційної структури іменникових авторських неологізмів, розгляді їх функціювання в романі «Срібне молоко». У роботі використано такі методи: метод контекстного аналізу для з’ясування семантики іменникових авторських неологізмів, описовий – для представлення різних їх тематичних груп, словотвірний – для з’ясування творення іменникових неолексем, метод лінгвостилістичного спостереження – для встановлення особливостей уживання авторських неологізмів у художньому дискурсі.

У результаті здійсненого аналізу в романі «Срібне молоко» виявлено іменникові, прикметникові, дієслівні і прислівникові авторські інновації. Встановлено, що домінантами індивідуально-авторської номінації письменника виступають іменникові авторські лексичні новотвори. Виділено декілька їх лексико-семантичних груп: назви осіб, абстрактні назви, конкретні назви. У результаті зіставлень з’ясовано, що в романі «Срібне молоко» найбільш чисельними є індивідуально-авторські номінації осіб та іменники з абстрактним значенням.

Здійснений аналіз деривaційної структури авторських іменникових інновацій, їх творення дозволяє констатувати, що більшість виявлених у творі неолексем утворено суфіксальним способом, осново- та словоскладанням. Встановлено, що в романі «Срібне молоко» іменникові авторські лексичні новотвори демонструють потужні виражальні можливості; виявлено оцінно-експресивне забарвлення авторських іменникових інновацій.

Ключові слова: *ідіостиль, неологізм, авторський неологізм, неолексема, новотвір, авторські інновації, складне слово, спосіб творення.*

Iryna Babii. ACTUALIZATION OF NOUN INDIVIDUAL-AUTHORIAL NOMINATION IN THE PROSE OF VALERY SHEVCHUK: SEMANTIC-DERIVATIVE ASPECT

The article is devoted to the consideration of the idiostyle of the modern Ukrainian writer Valery Shevchuk. The subject of the analysis is the nominal author’s lexical neologisms found in the novel “Silver Milk”. Considering that so far in modern linguostylistics a comprehensive linguistic analysis of the idiostyle, the individual-author’s language creativity of Valery Shevchuk has not been carried out, our research is relevant.

The purpose of the article was to carry out a linguistic analysis of the nominal individual-author’s nomination in the prose of Valery Shevchuk, to describe the semantic and derivational structure of the nominal author’s neologisms, to consider their functioning in the novel “Silver Milk”. The following methods were used in the work: the method of contextual analysis to clarify the semantics of noun authorial neologisms, the descriptive method to present their various thematic groups, the word-formation method to clarify the creation of noun neolexemes, the method of linguistic stylistic observation to establish the features of the use of authorial neologisms in artistic discourse.

As a result of the analysis, noun, adjective, verb and adverbial authorial innovations were identified in the novel “Silver Milk”. It was established that the dominants of the writer’s individual-authorial nomination are noun authorial lexical innovations. Several of their lexical and semantic groups were identified: names of persons, abstract names, specific names. As a result of the comparisons, it was found that in the novel “Silver Milk” the most numerous are individual-authorial nominations of persons and nouns with abstract meaning.

The analysis of the derivational structure of the author’s noun innovations and their creation allows us to state that the majority of the neolexemes found in the work are formed by suffixal method, stem- and word-formation.

It has been established that in the novel “Silver Milk” the author’s noun lexical neologisms demonstrate powerful expressive capabilities; the evaluative and expressive coloring of the author’s noun innovations has been revealed.

Key words: *idiostyle, neologism, author’s neologism, neolexem, neologism, author’s innovations, compound word, method of creation.*

© Бабій І., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

Постановка проблеми. В останні десятиріччя в сучасній лінгвостилістиці помітно зріс дослідницький інтерес до вивчення ідіостилю письменників. Особливу увагу науковців зосереджено на дослідженні індивідуального словотворення митців та функціювання авторських неологізмів у художньому тексті. Мова загалом змінюється під впливом різних зовнішніх і внутрішніх чинників, насамперед «реагуючи на всі зрушення у суспільстві та у свідомості її носіїв» [13, с. 409]. «Кожен письменник намагається створити свій власний авторський світ, вивчивши мовні закони творення й опанувавши основними тенденціями мовотворчості, добре оволодівши семантико-естетичним потенціалом мови, відштовхуючись від традицій художнього письма» [2, с. 143]. Предмет нашого аналізу – індивідуально-авторські лексичні новотвори сучасного українського письменника-шістдесятника Валерія Шевчука. Як зазначає Л. Тарнашинська, «одним з найпомітніших репрезентантів того феноменального явища, що ми його звемо шістдесятництвом, є Валерій Шевчук – чи не найпродуктивніший та найоригінальніший український письменник» [9, с. 146]. Матеріалом для нашого дослідження послужить роман «Срібне молоко», у якому у формі барокової трагікомедії розповідається про подорожі мандрованого дяка-учителя Григорія Комарницького, автора відомої пісні про комара та муху. Події відбуваються у XVII столітті. У романі динамічно переплітаються різні життєві обставини, реальне і фантастичне, містика та народний гумор. Твір відзначається лексичним багатством і цікавою тропеїстикою. Оскільки в сучасній лінгвістиці поки що відсутній ґрунтовний аналіз ідіостилю письменника, індивідуального словотворення митця, наше дослідження є *актуальним*.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню неологічної лексики присвячено чимало праць в українському мовознавстві, оскільки лінгвістична галузь неологія сьогодні активно розвивається. Дослідженню неологізмів присвячені праці Н. Клименко, Є. Карпіловської, Н. Сологуб, С. Єрмоленко, С. Бибик, Л. Кислюк, Г. Вокальчук, Ж. Колоїз, А. Нелюби, О. Стишова, Л. Ставицької, С. Богдан, І. Бабій, Н. Адах та ін.

Становлення неології як галузі, аналіз природи неологічної лексики, індивідуально-авторської номінації представлено у монографіях: Г. Вокальчук «Словотворчість українських поетів XX століття» (2008 р.) [3]; Л. Струганець «Динаміка лексичних норм української літературної мови XX століття» (2002 р.) [8]; Є. Карпіловської, Л. Кислюк, Н. Клименко «Система та структура української мови у функціонально-стильовому вимірі» (2024 р.) [4]; Ж. Колоїз «Українська оказіональна деривація» (2007 р.) [5]; Н. Сологуб «Мовний світ Олеся Гончара» (1991 р.) [6]; Н. Адах «Авторські лексичні новотвори Василя Барки (семантико-деривaційний та лексикографічний аспекти)» (2007 р.) [1] та ін. Дослідженню явища неосемантизації в українській мові присвячено монографію Ю. Цигвінцевої «Неосемантизація в сучасній українській мові: чинники активізації внутрішніх ресурсів номінації» (2024 р.) [10]. Аналіз неологізмів у ЗМІ відображено в монографії О. Стишова «Українська лексика кінця XX століття» (на матеріалі мови засобів масової інформації)» (2005 р.) [7].

Мета статті – здійснити лінгвістичний аналіз іменникової індивідуально-авторської номінації у прозі Валерія Шевчука, описати семантичну і деривaційну структуру іменникових авторських неологізмів, розглянути особливості їх функціювання в романі «Срібне молоко». Для реалізації зазначеної мети необхідно розв'язати такі *завдання*: виявити іменникові авторські неологізми в романі «Срібне молоко»; укласти картотеку, звіривши їх наявність у лексикографічних джерелах української мови; описати семантику та творення виявлених іменникових авторських новотворів; простежити роль авторських неолексем у художньому дискурсі письменника.

У роботі використано такі *методи:* метод контекстного аналізу для з'ясування семантики виявлених у романі «Срібне молоко» іменникових авторських неологізмів, описовий – для представлення різних тематичних груп лексичних новотворів, словотвірний – для з'ясування творення іменникових неолексем, метод лінгвостилістичного спостереження – для встановлення особливостей уживання авторських неологізмів у художньому дискурсі.

Виклад основного матеріалу. Неологічний словник прози Валерія Шевчука складають іменникові, прикметникові, дієслівні і прислівникові лексичні новотвори; серед них найбільше зафіксовано іменникових авторських інновацій. У романі «Срібне молоко» найчисельнішу групу складають неологізми на позначення осіб та їх характеристики. Такі авторські інновації, зокрема, характеризують рід занять людини: *дякоу-*

читель, наговорниця, повійник, напівучасник, підказько («…бо обоє, і пономар і дяк, люди церковні, хоч дяк і не зовсім, як вільний ***дякоучитель****»* [12, с. 61]; *«..бо та була тільки злостивою тінню, а він учасником, хоча, може, й* ***напівучасником****»* [12, с. 122]); риси характеру, вдачу*: жонолюбець, противенець, невшетечник («…і ставив одне супроти одного непримиренних, але поселених в одному тілі* ***противенців****»* [12, с. 166]).

У результаті наших спостережень встановлено, що авторські неологізми часто виконують оцінну роль, характеризують людину з позитивного чи негативного боку. Вони виражають авторську оцінку, наприклад: *окаянниха, нечупайлиха, фіндюрка, нецнота* та ін. З осудом автор характеризує Явдоху як жінку легкої поведінки, називаючи її *хльоркою*, *фіндюркою, нецнотою*: *«…хіба самі тільки ганебні слова щодо Явдохи, що вона, мовляв, звісна на все село* ***нецнота,*** *і що злягалася із вигнаним із села дяком …»* [12, с. 81]; *«– А тому, що вона й справді хвойда,* ***хльорка, фіндюрка*** *та повійниця. – Чи ж ловив її на спросному ділі?»* [12, с. 72].

Зазначимо, що в романі чимало авторських номінацій осіб містять негативну оцінність (*«…пан дяк відбувся жартом, сказавши, що ніяка* ***нетіпаха*** *такого потертого жупанця не вхопить…»* [12, с. 67]; *«…бо цей* ***приблудько****, постать якого ото смикається по-заячому поміж снігів, – шалапут безверхий і щастя з ним, моя люба Хвенно, ти ніколи б не зиськала»* [12, с. 135]).

Для вираження негативної оцінності письменник послуговується суфіксами зі значенням збільшеності, згрубілості -иськ(о), -их(а), наприклад, зневажливе ставлення героїні Гапки до своєї невістки передає лексема *невістисько* в реченні: *«…як колись давно порушилося дитя, котре тепер уже стало дорослим чоловіком, але нечупайлом, а ще й привело в хату оте* ***дубнякувате невістисько****»* [12, с. 118]. Із цим суфіксом ужито іменник ***їжачисько*** (від їжак) у порівняльній конструкції: «*…а ти роз'їжачився, як* ***їжачисько,*** *розперезався, як баба, накинувся на мене…»* [12, с. 45–46]; тут свавільна, нахабна поведінка чоловіка зіставляється із зовнішнім виглядом їжака. З аналогічним значенням у творі вжито лексеми із суфіксом -их(а) *окаянниха, нечупайлиха* в реченнях: *«Та й баба ця вельми вже клята, сказав уголос йому другий пуголовок, і коли я … тут чогось не вдію, ця* ***окаянниха*** *помчиться донести полковій полтавській старшині…»* [12, с. 61]; *«А то ходила, вибачте на слові, оця* ***нечупайлиха*** *зі своєю дурною невісткою, які саме крали дякового жупанця…»* [12, с. 69]. Такими неологізмами автор підсилює оцінно-виражальну характеристику персонажів.

З оцінно-експресивним значенням у творі вжито оказіоналізм *нетудисвіт* у реченні *«Гостила я чоловіка…, а ти роз'їжачився, як їжачисько, розперезався, як баба, накинувся на мене, безневинну, з мокрим рядном, до ладу не розпитавшись, нікчемо ти, телепню, дурню і* ***нетудисвіте****!»* [12, с. 45–46], де Явдоха розповідає пригоду, яка трапилася з нею. Оказіоналізм *нетудисвіт* утворено лексико-синтаксичним способом шляхом зрощення трьох компонентів-слів (*не туди світ*).

Особливістю мовостилю В. Шевчука є вживання індивідуально-авторських неолексем-назв осіб у вокативних реченнях, де ці неолексеми виступають у ролі звертань, наприклад: «*– І ти,* ***нечупайло****, смієш мене скаженою бабою звати?»* [12, с. 65]; *«– Та замовкни ти,* ***пащекухо окаянна!*** *– гримнув піп»* [12, с. 60].

У романі нерідко персонажів характеризують інші герої, дають оцінку їхнім характерам, способу життя. Так, промовистою є озвучена Гапкою характеристика героїв. Свою ненависть та злість вона висловила у прокльонах: «*– А щоб тебе трасця била й перебила, доки доїдеш, і щоб розтрусила, а щоб вам,* ***скаредникам і безчесникам, нецнотам*** *бісовим, віз поламався і щоб коняка ваша скривіла на очі й на ноги… – Хіба то люди? – скрикнула, не міняючи пози, Гапка. – То* ***нецноти****, не люди!»* [12, с. 84–85].

У неологічному лексиконі В. Шевчука такі лексичні новотвори складають чисельну категорію, зазвичай вони підсилюють авторське бачення того чи іншого персонажа. Нерідко письменник уживає цілі ряди оцінних назв, як наприклад, в таких контекстах: «*То це ти, шалапуте і мандрьохо, що ніде собі місця не загрієш, заволоко, блудяго,* ***странння болячко****, подорожній* ***повійнику****, перекотиполе – поважний муж? І ти,* ***нечупайло****, смієш мене скаженою бабою звати?»* [12, с. 65]; *«– А тому, що вона й справді хвойда,* ***хльорка, фіндюрка*** *та повійниця»* [12, с. 72].

Зафіксовані в романі «Срібне молоко» авторські лексичні новотвори з оцінним значенням нерідко є композитного типу, як наприклад: *жид-здирник, недотепи-селяни* (*«Інколи приводив сюди і школярів-сиріт, і вони виставляли дійство з інтермедіями… інтермедії комічні: про козаків, шляхтичів,*

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

*попа-пияка, **жида-здирника,** циганів, німців, москалів, **недотеп-селян**»* [12, с. 128]). Оцінну характеристику містить неолексема *жонолюбець* в реченні *«…загалом Комарницький великим **жонолюбцем** не був, і, хоча й вабили його білі голови, але більше їх боявся, аніж прагнув змагати»* [12, с. 127]. *Жонолюбець* ← той, хто любить жінок; герой же, навпаки, швидше остерігався, побоювався жінок, ніж любив.

Особливістю творчої манери письменника є вживання авторських лексичних новотворів композитного типу, в основі яких міститься порівняння, наприклад: *квітка-голова* (*«…бо сподівався, що після того видиво зникне, але **квітка-голова** не щезла, а вдруге розтулила чорного й малого ротика та й проспівала…»* [12, с. 129]). Зафіксовано в романі низку індивідуально-авторських неолексем, побудованих на основі зіставлення людини і тварини: *лис-візниця, горобець-баба, блукач-комар, нападник-комар («На те надто пряме слово Ващиха поставила брови сторчма, зиркнула вражено на розтріпаного **горобця-бабу** перед собою…»* [12, с. 98]; *«…між диму, що його пускав **лис-візниця** (захотілося закурити)»* [12, с. 68]; *«… він більше подобав на сполоханого зайця, ніж **нападника-комара**»* [12, с. 127]). Найчастіше це зіставлення зовнішніх рис, рідше – внутрішніх якостей.

В індивідуально-авторському лексиконі Валерія Шевчука невелику групу становлять неологізми на позначення рис портрету, зовнішнього вигляду, хоча встановлено, що виявлені неолексеми з таким значенням зазвичай містять оцінно-експресивне навантаження, як наприклад, лексеми *голки-очі*, *руки-жаби*, *камінь-живіт*. Це чітко простежуємо в контекстах: *«Але річ у тім, що в це село прийшов знедавнечки, а ще був непомірно утяжений отим **каменем-животом,** адже міцно повечеряв не раз, а таки двічі…»* [12, с. 52]; *«…переконався: сидить тут не просто, а простромлений десятками **голок-очей,** що вистерігали кожен його рух…»* [12, с. 10].

Розглянувши деривaційну структуру засвідчених у романі «Срібне молоко» авторські лексичні новотвори, встановлено, що найчастіше вони утворені суфіксальним способом та складанням. Так, при творенні іменників *наговорниця, повійник, підказько, приблудько* продуктивними є суфікси -ник, -к(о): *підказько* ← підказувати, *приблудько* ← приблудитися. Значно більшу групу становлять складні назви: *голки-очі*, *горобець-баба, нападник-комар, дякоучитель* та ін. Як правило, вони утворені осново- та словоскладанням. Виявлено тільки один оказіоналізм, утворений лексико-синтаксичним способом (*нетудисвіт)*.

У царині індивідуально-авторської номінації поширеним є корпус іменникових неолексем з абстрактним значенням. У романі «Срібне молоко» зафіксовано декілька груп таких неолексем, а саме:

– назви емоцій, відчуттів, внутрішніх властивостей, психічних станів особи: *невшетечність, почварність, кебетливість;*

– назви мисленнєвих і мовленнєвих процесів: *вигадництво, орація-вірш, знаки-таїни, словенята;*

– назви дій, процесів та їх результатів: *зльоти-скоки, киви-заманки, ковзи, шепти, накоти* (множ.), *розважок, вихлип, розігра, порубство, оганьблення, позир, заводіяцтво, прихлип, розігра, присьорб, дудання, посвар.*

Такі іменники найчастіше утворені за допомогою суфіксації та усічення. При творенні зазначених неолексем з абстрактним значенням продуктивними є суфікси -ість, -енн(я), -ств(о): *кебетливість* ← *кебетливий.* Зафіксовано в романі чисельну групу іменників-новотворів, утворених способом нульової суфіксації від дієслівних основ: *ковзи, шепти, прихлип, розігра, присьорб, посвар (ковзи ⌀ ← ковзати, прихлип ⌀ ← прихлипувати).*

Більшість із наведених абстрактних іменників-неологізмів у романі містять оцінно-експресивне забарвлення. Оказіоналізм-композит *зльоти-скоки* виступає компонентом трансформованої фраземи *скакати в гречку*, що є поширеною в мові і має значення ‘зраджувати дружині (чоловікові); мати нешлюбні зв’язки’ (ФСУМ, ІІ) [11, с. 813]. У романі В. Шевчука трансформація фраземи *скакати в гречку* відбулася в результаті заміни одного компонента ФО: замість дієслова *скакати* автор ужив іменниковий неологізм *зльоти-скоки («І, стоячи на ганку, облитий срібним молоком, Григорій зрозумів, що всі його блукання пташиними селами і всі його **зльоти-скоки в гречку**, всі були тільки стежками до цієї дороги, на початку якої зараз стоїть і яка вже підпливає…»* [12, с. 111]), надавши виразного оцінно-експресивного ефекту.

У романі «Срібне молоко» зафіксовано декілька авторських інновацій-назв природних явищ: *громець* (грім) *(«Ніколи ще в житті неправди не казала та й не скажу, а коли не так, то хай мене розіб’є на оцій от лаві святим **грімцем** Господь Бог!»* [12, с. 64]). Виявлено неба-

гато неолексем на позначення географічних об'єктів, елементів ландшафту, водойм: *простор-степ, пітьма-вода* (*«І слова її стали раптом розумні, бо не курячим мозком були творені, а мозком оцього широкого* ***простору-степу****»* [12, с. 103]; *«… голос її … солодкаво-лінивий, ніби та пітьма, що її покривала, була теплою водою, і вона в тій* ***пітьмі-воді****, ніжачись, купалася»* [12, с. 79]).

Не чисельну групу також становлять індивідуально-авторські неологізми-назви предметів, наприклад: *шапка-оглавка, присмачка, перемет-перелаз («… зі схожим на солому волоссям, що вибивалося з-під* ***шапки-оглавки****,з очима небесної барви…»* [12, с. 52]).

У прозі Валерія Шевчука авторські неологізми створюють метафоричні образи: *накоти світанку, невисловлені словенята.* Наведемо контексти із твору: *«… там увіч збільшилося світла, а місячне ніби виблідло і витекло та й почало пригасати – надходили перші* ***накоти світанку****, саме ті, в час яких найбільше спадає в траву холодної роси…»* [12, с. 116]; *«… трохи знітилася Гапка і почала хаотично шукати в голові: чи не залишилися, забившись у паморок ах, якісь* ***невисловлені словенята****»* [12, с. 58].

У своїй художній оповіді письменник більше уваги звертає на людину, на відтворення її внутрішнього світу. Як писала Л. Тарнашинська, Валерій Шевчук «творив елітарну літературу, вірячи, що прийде час і на неї, що насамперед така проза – психологічно-людинознавча – може бути зрозумілою в світі, вивести українську літературу на світові обшири» [9, с. 150]. Письменникове зосередження на людині, її внутрішньому світі, психологічному стані простежуємо в царині індивідуально-авторської номінації В. Шевчука. Відповідно найчисельнішою в неологічному словнику письменника є група індивідуально-авторських неолексем саме назв осіб та група інновацій з абстрактним значенням на позначення психологічного стану персонажів; дій, процесів та їх результатів тощо.

Висновки. Творчість Валерія Шевчука є самобутньою та багатогранною у плані створення авторської мовної картини світу. «Письменник «вибудовував» свою творчість на двох підвалинах: національній традиції та набутках західноєвропейської модерної літератури» [9, с. 152]. Одним із засобів формування ідіостилю Валерія Шевчука є індивідуально-авторські неологізми, найчисельнішу групу серед них, як засвідчив здійснений аналіз, становлять іменникові новотвори. Особливістю ідіостилю письменника є активне вживання індивідуально-авторських оцінних номінацій осіб та неолексем з абстрактним значенням.

Перспективи подальших розвідок вбачаємо у здійсненні комплексного лінгвістичного аналізу індивідуально-авторської мовотворчості Валерія Шевчука, всебічного вивчення його творчої манери письма.

Література:

1. Адах Н. Авторські лексичні новотвори Василя Барки (семантико-деривaційний та лексикографічний аспекти). Рівне : Видавництво Олега Зеня, 2007. 135 с.

2. Бабій І.М. Семантико-естетична парадигма назв кольорів у сучасній українській мові (на матеріалі художньої прози XX ст.) : монографія / за наук. ред. проф. Н.М. Сологуб. Тернопіль : Осадца Ю.В., 2021. 238 с.

3. Вокальчук Г.М. Словотворчість українських поетів XX століття : монографія. Острог : Національний університет «Острозька академія», 2008. 536 с.

4. Карпіловська Є.А., Кислюк Л.П., Клименко Н.Ф. Система та структура української мови у функціонально-стильовому вимірі : монографія. Київ : Інститут української мови НАН України, 2024. 351 с. URL: https://iul-nasu.org.ua/wp-content/uploads/2024/02/MONOGRAFIYA_strukturalisty.pdf

5. Колоїз Ж. Українська оказіональна деривація : монографія. Київ : Акцент, 2007. 160 с.

6. Сологуб Н.М. Мовний світ Олеся Гончара. Київ : Наукова думка, 1991. 138 с.

7. Стишов О. Українська лексика кінця XX століття (на матеріалі мови засобів масової інформації). 2-ге вид., переробл. Київ : Пугач, 2005. 387 с.

8. Струганець Л. Динаміка лексичних норм української літературної мови XX століття. Тернопіль : Астон, 2002. 352 с.

9. Тарнашинська Л. Українське шістдесятництво: профілі на тлі покоління: (історико-літературний та поетикальний аспекти). Київ : Смолоскип, 2010. 632 с.

10. Цигвінцева Ю. Неосемантизація в сучасній українській мові: чинники активізації внутрішніх ресурсів номінації : монографія. Вінниця : НІЛАН-ЛТД, 2024. 384 с.

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

11. Фразеологічний словник української мови / Уклад.: В.М. Білоноженкота ін. Кн. 2. Київ : Наукова думка, 1993. 984 с.
12. Шевчук В. Срібне молоко. Роман. Львів : Кальварія; Київ : Книжник, 2002. 192 с.
13. Struhanets L. Development of the Ukrainian language word stock of the 20th – beginning of the 21st centuries. Annals of the University of Craiova. Series Philology. Linguistics. 2017. ANUL XXXIX. Nr. 1–2. S. 409–414.

Дата першого надходження статті до видання: 25.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

УДК 007:304:659.3
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.2

Оксана БАЛЮН
кандидат історичних наук, доцент кафедри видавничої справи та редагування,
Навчально-науковий видавничо-поліграфічний інститут
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,
o.baliun@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7676-9049

Катерина РЕУЦЬКА
магістр кафедри видавничої справи та редагування,
Навчально-науковий видавничо-поліграфічний інститут
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,
nbspeka@gmail.com
ORCID: 0009-0002-2535-2566

МЕХАНІЗМИ КОНСТРУЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПАМ'ЯТІ ЗАСОБАМИ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Стаття присвячена дослідженню культури пам'яті та меморіалізації російсько-української війни як одного з ключових процесів формування сучасної національної культури пам'яті в умовах тривалого збройного конфлікту. Повномасштабна війна актуалізувала потребу в персоналізованих, етичних і комунікаційно виважених формах увічнення загиблих військових, що виходять за межі традиційних державних меморіальних практик і активно розгортаються в родинному, локальному, медійному та цифровому просторі.

Мета статті полягає у визначенні ролі та механізмів впливу рекламних і PR-технологій на процес конструювання національної культури пам'яті, а також обґрунтуванні використання моделі PESO як метода формування меморіальних практик у сучасному медіапросторі.

Методологія дослідження базується на методах теоретичного узагальнення та систематизації, риторичному підході, компаративному аналізі, методі концептуального моделювання.

Встановлено, що реклама та PR є основою через які меморіальні смисли набувають публічної форми, закріплюються в медіа та впливають на формування національної ідентичності, водночас залишаючись вразливими до інструменталізації, маніпуляцій і комерціалізації травматичного досвіду.

З'ясовано, що риторичний підхід і поняття політики пам'яті розкривають публічну пам'ять як простір конкуренції наративів і акторів, у якому різні групи – держава, медіа, культурні інституції, громадські ініціативи та родини загиблих – взаємно формують або оскаржують домінантні інтерпретації війни.

Обґрунтовано та запропоновано застосовувати комунікаційну модель PESO, як систему взаємодіючих каналів і практик, для формування комплексної програми публічної пам'яті про війну та загиблих.

Визначено перспективними напрямами подальших досліджень вивчення етичних стандартів меморіальних комунікацій у медіа та соціальних мережах, розробка критеріїв якості репрезентації пам'яті та аналіз довготривалого впливу різних форматів меморіалізації на суспільну згуртованість і передачу цінностей наступним поколінням.

Ключові слова: *культура пам'яті, меморіалізація, російсько-українська війна, публічна пам'ять, реклама, PR, PESO-модель.*

Oksana Baliun, Kateryna Reutska. MECHANISMS OF NATIONAL MEMORY CONSTRUCTION THROUGH MASS COMMUNICATIONS

This article examines the culture of memory and the memorialization of the Russian-Ukrainian war as key processes shaping contemporary national memory culture in the context of a prolonged armed conflict. The full-scale war has highlighted the need for personalized, ethical, and communicatively considered forms of commemorating fallen soldiers – forms that go beyond traditional state memorial practices and are actively unfolding in family, local, media, and digital spaces. The article aims to define the role and mechanisms by which advertising and PR technologies shape the construction of a national memory culture, and to justify the application of the PESO model as a method for shaping memorial practices in the contemporary media environment. The research methodology draws on theoretical generalization and systematization, a rhetorical approach, comparative analysis, and conceptual modeling. The study establishes that advertising and PR serve as the primary channels through which memorial meanings acquire public form, become embedded in media, and influence the formation of national identity – while remaining vulnerable to instrumentalization, manipulation, and the commercialization of traumatic experience. It is also shown that the rhetorical approach and the concept of memory politics reveal public memory

© Балюн О., Реуцька К., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

as a space of competing narratives and actors, in which various groups – the state, media, cultural institutions, civic initiatives, and the families of the fallen – mutually shape or contest dominant interpretations of the war. The PESO communication model is substantiated and proposed as a system of interacting channels and practices for developing a comprehensive public memory program addressing the war and those who died in it. Promising directions for future research include: the study of ethical standards in memorial communications across media and social networks; the development of quality criteria for memory representation; and the analysis of the long-term impact of various memorialization formats on social cohesion and the transmission of values to future generations.

Key words: *advertising, memory culture, memorialization, Russian-Ukrainian war, public memory, memory communication, local initiatives, PR, PESO model.*

Постановка проблеми. Повномасштабна російсько-українська війна стала подією, що радикально змінила не лише політичну й безпекову реальність України, а й способи колективного осмислення втрат, героїзму та відповідальності перед загиблими. У цих умовах меморіалізація виходить за межі суто інституційних ритуалів і постає як системний чинник формування національної культури пам'яті. Йдеться не тільки про меморіали та офіційні церемонії, а про включення пам'яті у повсякденність, локальні простори й цифрове середовище, де суспільство знову і знову «збирає» уявлення про війну через конкретні імена, історії та знаки вшанування.

Актуальність дослідження зумовлена безпрецедентним масштабом втрат і появою нових форматів пам'ятання, які швидко стають частиною публічного дискурсу: локальні ініціативи родин і громад, цифрові архіви та сторінки пам'яті, комунікації в соціальних мережах, медіапроєкти й кампанії підтримки. Це підсилює потребу в науковому аналізі того, як меморіальні практики та комунікації пам'яті працюють в якості механізму конструювання спільних смислів, норм і цінностей.

Водночас у сучасному українському контексті зростає значення етичних вимірів меморіалізації: питання гідності вшанування, публічного визнання травми, коректності репрезентації загиблих і ризиків формалізації чи знеособлення пам'яті. Саме тому дослідження меморіалізації російсько-української війни потребує поєднання підходів студій пам'яті з інструментарієм комунікаційних і медіадосліджень, зокрема аналізу практик реклами та зв'язків із громадськістю, які дедалі частіше визначають форми, мову й канали публічного пам'ятання на локальному та національному рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковому дискурсі дослідження культури пам'яті та практик меморіалізації сформували праці класиків студій публічної пам'яті, етики пам'яті, а також сучасних авторів, які аналізують медіацію та цифрові форми пам'ятання, зокрема М. Гальбвакса [13], Я. Ассмана [2] й А. Ассман [1], П. Нора [20], Дж. Оліка [21], Дж. Янга [24], М. Ротберга [22], Е. Гоффмана [12], А. Маргаліт [18], Дж. Блуштайна [5] та інші. Їхні підходи дають змогу розглядати пам'ять як процес, що формується в суспільстві та культурі і закріплюється через ритуали, символи й «місця пам'яті», а в цифровому середовищі – через медіа та соціальні мережі, де історії, образи й свідчення про війну поширюються, обговорюються і стають частиною публічного дискурсу.

Мета дослідження – визначити роль та механізми впливу рекламних і PR-технологій на процес конструювання національної культури пам'яті, а також обґрунтувати використання моделі PESO як інструмента аналізу меморіальних практик у сучасному медіапросторі. Основними завданнями дослідження є:

– окреслення теоретичного підґрунтя вивчення меморіалізації як соціально сконструйованого процесу, що відбуваються у публічному просторі;

– виявлення специфіки застосування інструментарію реклами та PR у формуванні наративів про війну, травму та героїзм;

– визначення ризиків інструменталізації пам'яті;

– обґрунтування адаптації моделі PESO для комплексного аналізу взаємодії оплачених (paid), здобутих (earned), спільних (shared) та власних (owned) медіа у творенні цілісної системи національної пам'яті.

Методологія наукового дослідження. У статі використано метод теоретичного узагальнення та систематизації з метою аналізу наукового доробку класичних та сучасних студій пам'яті. Компаративний аналіз застосовувався для порівняння підходів різних акторів (держави, громадських ініціатив, медіа) до конструювання наративів про війну, травму та героїзм. Риторичний підхід застосовувався для розгляду публічної пам'яті як процесу символічного конструювання смислів через мову, образи та ритуали. Метод концептуального моделювання дозволив адаптувати комунікаційну модель PESO (Paid, Earned, Shared, Owned) до сфери Memory Studies. Це дозволило запропонувати

інтегруючу аналітичну рамку для вивчення взаємодії різних медійних каналів у процесі формування національної культури пам'яті.

Виклад основного матеріалу дослідження. Комунікаційний вимір публічної пам'яті особливо загострюється коли йдеться про пам'ять, про війну, травму та масові втрати. Поруч із родинами загиблих, локальними спільнотами та волонтерськими ініціативами, які намагаються розповісти про конкретні імена й історії, з'являються учасники іншого масштабу, а саме держава, медіа, міжнародні організації, політичні сили, іноді бізнес-структури [23]. Усі вони працюють з одними й тими самими подіями, але вже в координатах безпеки, легітимності, іміджу, зовнішньополітичних інтересів. Через це публічну пам'ять усе частіше описують як поле боротьби за інтерпретацію минулого: за те, які слова вважатимуться прийнятними, які сюжети будуть закріплені як «канонічні», а які опиняться у зоні замовчування [3; 4; 5; 6].

Цілком зрозуміло, що держави, різні політичні структури свідомо використовують символи та інформацію з метою досягнення важливих політичних і безпекових цілей. М. Стуркен та А. Маргаліт звертають увагу, що історія війни та пов'язані з нею травматичні події вже не виглядають нейтральними, оскільки їх свідомо використовують, щоб обґрунтувати потрібну позицію, заручитися підтримкою, виправдати певні рішення, показати «уроки минулого» або, навпаки, зняти напругу навколо болючих тем [18, 23]. Для держав, які пережили війни й масове насильство, пам'ять про ці події стає ресурсом побудови образу жертви, суб'єкта опору або нації, що винесла моральні висновки зі свого травматичного досвіду.

Саме в цьому контексті рекламні та PR-інструменти постають як складова ширшого поля стратегічної комунікації. А. Маргаліт зазначає, що традиційно їх пов'язують із брендами і продажами, однак ті самі інструменти активно залучаються до конструювання образів минулого [16]. Е. Гоффман підкреслює, що PR-практики формують наративи, добирають спікерів, готують промови до пам'ятних дат, вибудовують стосунки з медіа, тобто фактично задають рамку, в якій суспільство «чує» минуле [12]. Реклама, особливо соціальна, безпосередньо працює з візуальними й емоційними кодами пам'яті. Вона показує воїнів і родини загиблих, використовує національні символи, музичні й візуальні цитати, що запускають у глядачів асоціації з певними історичними подіями. У результаті інструменти, які зазвичай асоціюються з ринком, починають виконувати роль посередників між минулим і суспільством, закріплюючи конкретні способи пам'ятати війну.

Водночас у науковому дискурсі цей процес пояснюють не лише через державну стратегічну комунікацію, а й через конкуренцію різних акторів за право формувати публічний наратив про минуле та бути визнаними легітимними носіями пам'яті. Зокрема, у роботах О. Меєрса публічна пам'ять описується як поле боротьби за наративний авторитет, у межах якого множинні учасники пропонують власні версії подій і змагаються за їхнє закріплення в публічному просторі [19]. У цьому сенсі важливо, що інструменти реклами й PR застосовують не лише державні установи, а й родини загиблих, ветеранські та волонтерські організації, локальні активістські групи, культурні інституції, медіа, митці, а іноді й комерційні бренди, які інтегрують воєнну тематику у свої кампанії. Частина таких практик у публічному дискурсі або в саморепрезентації їхніх ініціаторів навіть не позначається як реклама чи PR, однак фактично спирається на ті самі комунікаційні механізми: створення візуальної айдентики, наративів, історій, цифрових кампаній та співпраці з журналістами.

У межах риторичного підходу публічну пам'ять розглядають як процес символічного конструювання спільних смислів про минуле: через мову, образи, ритуали та матеріальні знаки суспільство визначає, що саме вважається значущим, як це слід інтерпретувати та які емоційні реакції визнаються прийнятними у публічному просторі. Риторичний підхід до публічної пам'яті виростає з традиції риторичних студій (rhetorical studies), у межах якої риторику розуміють не як техніку «красивого мовлення», а як спосіб аналізу того, як суспільство надає подіям сенс через символічні дії. Соня К. Фосс підкреслює, що риторика фокусується на дискурсах, подіях, об'єктах і практиках, які стають «значущими» та «читабельними» для спільноти і тому мають наслідки: вони впливають на те, як люди інтерпретують реальність і як у ній діють [11].

Важливо, що пам'ять історично входила до базових канонів риторики поряд із добором аргументів, композицією, стилем і виголошенням, однак у сучасному розумінні цей інструментарій виходить далеко за межі усного виступу. У цьому сенсі риторичний підхід дозволяє пояснити, що публічна пам'ять конструюється в конкретних ситу-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

аціях і залежить від етичних, політичних і культурних потреб, а відтак неминуче включає вимір політики пам'ятання.

У цьому контексті варто розглянути поняття політики пам'яті. Оскільки воно тісно взаємопов'язане з формуванням державної ідеології та пропаганди. Публічна пам'ять постає як процес, який тримається на дискурсах і медіа, ритуалах і місцях, тобто на тій «інфраструктурі», через яку пам'ять стає видимою і працює на формування колективної ідентичності.

Рекламні та PR-технології вбудовуються в цю конфігурацію як частина ширшого риторичного інструментарію. Вони допомагають оформити «правильний» спосіб говорити про минуле: через добір слоганів, візуальних метафор, героїв кампанії, тональності й емоційних акцентів. PR-кампанії, що супроводжують річниці, відкриття меморіалів або перейменування публічних просторів, визначають, які саме цінності підкреслюються, кого показують як жертву, а кого – як відповідального за насильство [16]. Рекламні й медійні формати, своєю чергою, можуть як підтримувати офіційні політики пам'яті, так і ставати майданчиком для альтернативних наративів – наприклад, коли в публічний простір виводять історії тих, хто раніше залишався «невидимим» у національній історії. У цьому сенсі риторика публічної пам'яті й політика пам'яті задають теоретичний фундамент для подальшого аналізу того, як саме рекламні та PR-технології беруть участь у конструюванні образів війни, жертви й героїзму в сучасних суспільствах.

У сучасних дослідженнях науковці дедалі частіше звертають увагу на зв'язок PR і пам'яті. Саме фахівці з комунікацій опиняються в позиції тих, хто від імені організацій, інституцій чи держав формулює, які версії минулого будуть почуті, закріплені й повторені. У спеціальному випуску журналу Public Relations Inquiry, присвяченому цій темі, Л'Етанг та її колеги пропонують розглядати PR як одну з ключових практик, через які формуються публічні інтерпретації історії та колективного досвіду [16]. У такому підході PR-фахівці – це не просто люди, які передають інформацію: вони формують змісти й образи, що впливають на те, як спільнота уявляє своє минуле і своє місце в ньому.

Один із центральних механізмів, через які PR працює з пам'яттю, Е. Госкінс визначає як культурне посередництво: індивідуальні спогади, досвід окремих людей чи груп перекладаються на мову загальних образів, зрозумілих слоганів, офіційних історій [15]. Коли комунікаційна команда готує промову до річниці трагедії, створює серію історій «очевидців» чи формує меседжі для меморіальної кампанії, вона не лише передає інформацію – вона вирішує, що саме вважати головним, які емоції підсилювати, а що залишити поза кадром. Австралійська науковиця К. Фітч підкреслює, що ця здатність інтерпретувати й оформлювати минуле пов'язана з особливим типом дискурсивної влади: PR-практики, маючи доступ до медіа й до елітних середовищ, задають рамки, в яких авдиторія осмислює історичні події [10].

У дослідженнях, де PR розглядають як інструмент роботи з публічною пам'яттю, часто наголошують саме на тому, як кампанії працюють із травматичним минулим: расовою дискримінацією, колоніальним насильством, воєнними злочинами. Сучасні дослідники В. Т. Кумбс і С. Дж. Голладей аналізують стратегії публічного вибачення, ребрендингу й «переписування» репутації організацій, пов'язаних із системними кризами, і показують, що такі кампанії неминуче втручаються в колективну пам'ять, формуючи домінантний наратив поля PR, і задають, як саме суспільство має пам'ятати конфлікт, кого вважати винним, як говорити про жертв і чи визнавати системний характер насильства [7]. У ширшому плані це стосується і пам'яті про війну, оскільки PR може підтримувати офіційну героїчну версію, але може й виступати інструментом критичного перегляду – через кампанії історичної справедливості, роботу з родинами постраждалих, підтримку ініціатив, що вимагають визнання замовчуваних злочинів.

Окремий напрямок досліджень пов'язує PR із тим, як організації й держави вибудовують «темпоральні наративи» – історії, що з'єднують минуле, теперішнє й майбутнє. Британські дослідники стратегічної комунікації М. Геллер та М. Роулінсон показують, що комунікаційні стратегії завжди роблять вибір: які події минулого подати як «відправну точку», а які – як доказ змін, щоб або підкреслити тяглість цінностей, або, навпаки, зафіксувати розрив із травматичним досвідом [14]. У випадку національної культури пам'яті про війну це означає, що PR-кампанії не просто розповідають про минулі бої чи загибель воїнів, а вписують ці події у ширший сюжет: ким суспільство було «до», ким є «тепер» і яким бачить себе «після» війни.

У сучасних дослідженнях все частіше підкреслюють здатність рекламної комунікації

працювати з пам'яттю – не лише з індивідуальною, а й з колективною. Психологи та комунікаційні теоретики розрізняють епізодичну й семантичну пам'ять: перша зберігає окремі образи, сюжетні фрагменти, емоційні епізоди, друга – узагальнені знання, «те, що всі знають». Рекламні й соціальні кампанії нерідко працюють на стику цих двох рівнів. Вони використовують яскравий кадр, лаконічний слоган чи емоційну історію, що «чіпляє» глядача, а з часом такі епізодичні враження можуть переходити в категорію загальновідомих фактів або спільних уявлень. У цьому сенсі реклама стає механізмом, через який суспільство домовляється про те, які образи минулого мають залишитися в полі зору.

Особливо це відчутно в кампаніях, що стосуються війни, пам'яті про загиблих або національної стійкості. Дослідниця візуальної культури М. Стеркен наголошує, що емоційно насичені зображення здатні «закарбовувати» події в колективній уяві значно швидше, ніж традиційні інформаційні формати [23]. Саме тому сучасні меморіальні кампанії – державні або громадські – часто включають короткі відеоісторії, символічні деталі (свічка, портрет, військовий бригадний шеврон), музичні цитати або впізнавані візуальні мотиви, що викликають миттєву емоційну реакцію. Такі образи фактично формують у суспільства «готові» асоціації про те, як виглядає жертва, героїзм, втрата або опір.

Реклама також впливає на те, які саме образи війни стають домінантними. Британський дослідник Д. Дінні, один із ключових теоретиків національного брендингу, підкреслює, що візуальні та рекламні практики можуть підсилювати образ країни як сильної, справедливої, травмованої чи героїчної – залежно від того, які саме сюжети винесені в центр і які емоції вони покликані викликати [8]. Для держави, що безпосередньо переживає війну, такі кампанії стають частиною стратегічної комунікації, оскільки вони не лише інформують, а й створюють емоційно впізнаваний «портрет» нації для внутрішньої та зовнішньої авдиторій. Водночас креативна реклама може працювати і поза державними рамками. Громадські ініціативи, локальні спільноти чи родини загиблих використовують короткі відеоролики, серії плакатів або цифрові кампанії, щоб повернути видимість конкретним людям і подіям, які раніше залишалися поза офіційними наративами. Саме в таких кампаніях реклама стає не інструментом продажу, а способом говорити про втрати, привертати увагу до невидимих історій і формувати емпатію.

Те, що реклама та PR в рамках стратегічних комунікацій можуть підсилювати пам'ять про війну і загиблих, водночас робить цю пам'ять вразливою до маніпуляцій. П. Коннертон підкреслює, що саме ми пам'ятаємо і як про це говоримо, пов'язано з тим, хто має голос у публічному просторі, хто визначає рамку розмови про минуле і кому дозволено бути почутим [6]. Якщо канали комунікації контролюють обмежені групи, у них з'являється спокуса використовувати історію не лише для вшанування, а й для виправдання власних рішень чи посилення потрібних політичних позицій.

Один із головних ризиків полягає в тому, що політика пам'яті непомітно може працювати і як політика забуття: коли інституційно закріплюється один «правильний» сюжет, інші досвіди не обов'язково спростовують – їх просто виштовхують із поля видимості, позбавляючи каналів публічної присутності. П. Коннертон це визначає як форми інституційного та соціального забуття, тобто ситуацій, коли забуття підтримується нормою, владою або практиками виключення певних історій із публічного обігу [6].

Додатковий вимір становлять інформаційні війни за історію. Дезінформація й маніпуляції минулим здатні навмисно спотворювати причинно-наслідкові зв'язки, поляризувати спільноти й підривати довіру до інституцій та публічних процедур, на яких тримається демократична політика [9]. У таких «війнах пам'яті» комунікаційні інструменти – від офіційних кампаній до вірусних роликів – можуть працювати не на осмислення травми, а на використання її як емоційного ресурсу поточної політичної боротьби.

Окрему лінію критики в дослідженнях культури пам'яті становить проблема комерціалізації травматичного досвіду. Американська дослідниця культури пам'яті М. Стеркен показує, як візуальні образи війни, катастроф і насильства можуть перетворюватися на впізнаванні медійні «іконки», що легко тиражуються в журналістиці, рекламі й популярній культурі, але поступово відриваються від реальних людей, їхніх історій і страждання [23]. У таких випадках пам'ять про загиблих може перетворюватися на тло для ефектної візуальної подачі, а не на предмет поважної й відповідальної публічної розмови. Для родин і спільнот це часто означає ризик повторної травматизації та відчуття, що їхній досвід було присвоєно й використано без

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

можливості впливати на спосіб його публічної репрезентації. Саме тому в межах аналізу меморіальних комунікацій особливої ваги набуває питання етичних орієнтирів: прозорості намірів комунікаційних кампаній, залучення родин загиблих, ветеранських і громадських спільнот до формування наративів, а також чіткого розрізнення між комемораційною та пропагандою як різними режимами публічного говоріння про війну й втрату.

Браян Л. Отт звертає увагу, що увага споживача зазвичай зосереджується не на «пам'яті загалом», а на конкретних комунікаційних практиках, через які минуле набуває публічної форми. Аналізуються окремі тексти, кампанії та події – від офіційних промов і пам'ятних церемоній до медіаповідомлень і візуальних образів, – щоб простежити, які слова, символи й наративи з часом закріплюються як нормативні для публічної пам'яті [4]. Значна частина таких робіт фокусується на медіатекстах про війну, річниці й травматичні події, які розглядають через дискурс-аналіз і фреймінг, а також на візуальних повідомленнях у соціальній та рекламній комунікації, де символіка, колір і композиція відіграють ключову роль у формуванні емоційного ставлення до минулого. Поширеним є і підхід кейс-стаді, в межах якого за публічними матеріалами, документами та інтерв'ю реконструюють логіку ухвалення комунікаційних рішень у PR-кампаніях та ініціативах історичної справедливості. До цього дослідницького поля прилягають і роботи з національного брендингу, де історичні сюжети та символи розглядаються як ресурс формування образу держави. Загалом такі дослідження найчастіше зосереджуються або на змісті повідомлень, або на аналізі окремих каналів комунікації, залишаючи поза увагою їхню взаємодію в межах єдиної системи.

Водночас у наявних наукових дослідженнях рідше зосереджуються на тому, як різні типи медіа – державні, журналістські, цифрові й низові – працюють одночасно й у сукупності формують ширшу систему публічної пам'яті. Саме тому в автори пропонують звернутися до моделі PESO як інструмента, який дозволяє подивитися на меморіальні практики не фрагментарно, а як на комплекс взаємодіючих каналів комунікації. Це відкриває можливість описати, як публічна пам'ять формується на перетині профінансованих, медійних, спільних та індивідуальних ініціатив – і чому це важливо для аналізу української культури пам'яті в умовах війни.

Початково модель PESO була запропонована американською дослідницею Д. Дітріх як інструмент для планування PR- та маркетингових кампаній. Подальші дослідження у сфері стратегічних комунікацій показали, що модель PESO може бути застосована не лише в бізнесовому контексті, а й у діяльності некомерційних ініціатив, державних структур і культурних інституцій. Зокрема, її використовують для аналізу комунікацій музеїв, громадських організацій і благодійних фондів, де важливо поєднувати власні ресурси з медіависвітленням і публічною взаємодією з авдиторіями [17]. У такій оптиці PESO дозволяє описати, як власні платформи (сайти, архіви, виставкові простори) взаємодіють із журналістськими матеріалами, активністю в соціальних мережах та, за потреби, платними інформаційними кампаніями.

Водночас у наявній літературі PESO поки що рідко використовується як аналітична рамка саме для практик меморіалізації воєнних подій або ширшого поля культурної пам'яті. Меморіальні ініціативи частіше описують і пояснюють через категорії політики пам'яті, риторики публічної пам'яті, національного брендингу чи публічної історії [23], тоді як питання розподілу ролей між різними типами медіа та їхньої взаємодії в межах єдиної комунікаційної системи лишається менш опрацьованим. Це створює відчутну прогалину: ми добре бачимо, як працюють окремі інструменти (соціальні кампанії, офіційні ритуали, медіапроєкти), але не завжди можемо описати, як саме вони взаємно підсилюють або, навпаки, нейтралізують одне одного в спільному інформаційному полі.

Модель PESO пропонується саме як аналітична рамка для осмислення того, як профінансовані (paid), здобуті (earned), спільні (shared) та власні (owned) медіа разом впливають на формування публічної пам'яті про російсько-українську війну. Paid-кампанії можуть задавати тон офіційним меседжам про війну і загиблих; earned – закріплювати ці наративи через журналістські матеріали й суспільні дискусії; shared – фіксувати низові практики пам'яті у цифровому середовищі; owned – забезпечувати сталість і доступність документів, імен та історій на офіційних платформах музеїв, архівів, громадських проєктів. Таким чином, PESO може використовуватися не як суто маркетинговий інструмент, а як спосіб подивитися на меморіалізацію війни як цілісну комунікаційну систему.

Висновки. Проведене дослідження теоретичних основ використання PR-технологій та рекламних кампаній як чинників формування пам'яті про війну засвідчило, що реклама та PR безпосередньо впливають на те, як суспільство пам'ятає війну, кого визнає героями й жертвами, а які події залишаються на периферії. Пам'ять постає не як нейтральний запис минулого, а як результат комунікаційних рішень: одні наративи поступово підсилюють через ритуали, символи, візуальні образи й медійну присутність, інші ж непомітно відходять на периферію – через вибірковість або стратегічне забуття. У цьому процесі PR-фахівці, рекламні креативники, державні інституції, родини загиблих, волонтерські та культурні спільноти виступають не лише носіями пам'яті, а й її виробниками. Попри різноманітність наукових підходів – від риторики публічної пам'яті до аналізу соціальних кампаній і національного брендингу – академічне поле досі лишається фрагментованим. Окремі роботи описують вплив PR на історичні конфлікти, інші аналізують образ нації через її минуле, ще інші зосереджуються на медіаритуалах або окремих кейсах меморіальних кампаній. Проте комплексного погляду на те, як різні типи медіа й комунікаційні інструменти разом формують систему публічної пам'яті про війну, фактично немає. Саме тому в цій роботі пропонується застосовувати PESO модель з метою формування комплексної комунікаційної системи меморіалізації.

Література:

1. Assmann A. Memory in a Global Age: Discourses, Practices and Trajectories. 2010. 264 p.
2. Assmann J. Communicative and Cultural Memory. *Cultural Memories. The Geographical Point of View (Knowledge and Space 4*). 2011. DOI: 10.1007/978-90-481-8945-8_2
3. Bernhard M., Kubik J. A Theory of the Politics of Memory. *Twenty Years After Communism: The Politics of Memory and Commemoration.* 2014. DOI:10.1093/acprof:oso/9780199375134.003.0002
4. Blair C., Dickinson G., Ott B. L. Places of Public Memory: The Rhetoric of Museums and Memorials. 2010. University of Alabama Press. URL: https://www.academia.edu/2190446/Places_of_Public_Memory_The_Rhetoric_of_Museums_and_Memorials
5. Blustein J. The Moral Demands of Memory. Cambridge University Press. 2012. 384 p. DOI: https://doi.org/10.1017/CBO9780511818615
6. Connerton P. Seven types of forgetting. *Memory Studies*. 2008. №. 1. DOI: https://doi.org/10.1177/1750698007083889
7. Coombs W. T., Holladay S. J. The conceptual heritage of public relations: using public memory to explore constraints and liberation. *Journal of Communication Management*. 2019. № 23 (4). P. 375–392. DOI: https://doi.org/10.1108/JCOM-01-2019-0016
8. Dinnie K. Nation Branding: Concepts, Issues, Practice. Oxford : Butterworth-Heinemann, 2008. 288 p. DOI: https://doi.org/10.4324/9781315773612
9. Disinformation affecting the EU – Action taken so far insufficient to address the threat. Special Report. 2021. *European Court of Auditors*. 2021. № 9. URL: https://www.eca.europa.eu/lists/ecadocuments/sr21_09/sr_disinformation_en.pdf
10. Fitch, K. Making history: Reflections on memory and elite interviews in public relations research. *Public Relations Inquiry*, 2015. № *4*(2), P. 131–144. DOI: https://doi.org/10.1177/2046147X15580684
11. Foss S. K. Rhetorical Criticism: Exploration and Practice. Long Grove, IL. Waveland Press, 2004. 444 p. URL: https://www.researchgate.net/publication/247408992_Rhetorical_Criticism_Exploration_Practice
12. Goffman E. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. Cambridge, Mass. Harvard University Press, 1974. 586 p. URL: https://www.academia.edu/9520207/Frame_Analysis_pp_1_40
13. Halbwachs M. *On Collective Memory* / ed. and transl. by L. A. Coser. Chicago. University of Chicago Press, 1992. 254 p. URL: https://www.academia.edu/1411582/Halbwachs_Coser_On_Collective_Memory
14. Heller M., Rowlinson M. Imagined corporate communities: historical sources and discourses. *British Journal of Management*. 2020. №. 31 (4). P. 752–768. DOI: https://doi.org/10.1111/1467-8551.12349
15. Hutton J. Memory, witness, experience, collective meaning. *Memory: Witness, experience, collective meaning. 2013.* P. 354–377. DOI: https://doi.org/10.4135/9781446247563.n24
16. L'Etang J., Coombs T., Xifra J. Public relations and memory. *Public Relations Inquiry*. 2015. Vol. 4 (2). P. 127–129. DOI: 10.1177/2046147X15573135
17. Macnamara J. Evaluating Public Communication: Exploring New Models, Standards, and Best Practice. 2018. 392 p. DOI: 10.4324/9781315391984
18. Margalit A. The Ethics of Memory. Harvard University Press, 1969. 240 p. URL: https://www.academia.edu/77025024/A_Margalit_The_Ethics_of_Memory
19. Meyers O. Meyers O. Memory. *International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*. 2016. P. 1–10. DOI: https://doi.org/10.1002/9781118766804.WBIECT094

20. Nora P. Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire. *Special Issue: Memory and Counter-Memory.* 1989. №. 26, P. 7–24. URL: https://www.jstor.org/stable/2928520

21. Olick J. K. The Future of the Mnemonic Turn. *Social Research*. 2023. № 90 (4). P. 781–807. DOI: https://doi.org/10.1353/sor.2023.a916354

22. Rothberg M. Multidirectional Memory: Remembering the Holocaust in the Age of Decolonization. Stanford University Press, 2009. 408 p. URL: https://www.academia.edu/7734661/Multidirectional_Memory_Remembering_the_Holocaust_in_the_Age_of_Decolonization

23. Sturken M. Tangled Memories: The Vietnam War, the AIDS Epidemic, and the Politics of Remembering. University of California Press. 1999 350 p. URL: https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/books/first/s/sturken-tangled.html

24. Young J. E. The Texture of Memory: Holocaust Memorials and Meaning. Yale University Press, 1993. 352 p.

Дата першого надходження статті до видання: 24.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

УДК 502/504]:070.4:004.738.1
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.3

Сергій БАРНА
аспірант,
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка,
serhiybarna@tnpu.edu.ua
ORCID: 0009-0005-5011-8255

Олеся МЕДИНСЬКА
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики,
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка,
medynskao@ukr.net
ORCID: 0000-0002-3769-163X

ЕКОЛОГІЧНИЙ КОНТЕНТ ОНЛАЙН-МЕДІА «РУБРИКА»: ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧНИЙ ВИМІР

За останні десятиріччя людство усвідомило вплив довкіллєвих факторів на здоров'я, тривалість та якість життя. У цьому контексті підвищений суспільний інтерес до екологічної інформації зумовлений довготривалими наслідками аварії на Чорнобильській АЕС та масштабною шкодою довкіллю, спричиненою російсько-українською війною. Екологічна проблематика посідає вагоме місце в інфопросторі, зумовлюючи формування окремого сегмента медіаконтенту, спрямованого на висвітлення питань довкілля, сталого розвитку та екологічної безпеки.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю висвітлення екологічного контенту як важливої складової соціально-комунікативного запиту на екологічну інформацію в українському суспільстві, особливо в умовах масштабної деградації довкілля, спричиненої поєднанням антропогенних і мілітарних чинників. Мета статті – дослідження проблемно-тематичних домінант екологічного контенту онлайн-медіа «Рубрика».

Методологія. Для досягнення мети й виконання поставлених завдань використано такі методи: аналіз наукової літератури слугував для формування теоретико-методологічної бази дослідження з обраної тематики; метод моніторингу медіа – для відстеження специфіки подання екологічної інформації; порівняльний аналіз – для оцінки висвітлення екологічного контенту; метод узагальнення – для формування висновків дослідження. Одиницею аналізу визначено матеріали журналістики рішень, що стосуються метатеми екологія, відібрані з рубрики «Екорубрика».

Новизна дослідження полягає в тому, що вперше проаналізовано екологічний контент онлайн-медіа «Рубрика». На основі контент-аналізу матеріалів за січень–червень 2025 р. виокремлено тематичні групи, встановлено частотність їх представленості в медіа та визначено проблемні домінанти екологічного контенту. Проаналізовано геопросторові акценти висвітлення екологічних проблем.

Висновки. Екологічний контент онлайн-медіа «Рубрика» охоплює широкий спектр проблем: від локальних ініціатив до глобальних екологічних викликів. Домінантними тематичними групами є висвітлення стану довкілля, екологічних рішень, екологічної освіти, екопросвітництва та екологічних наслідків воєнних дій.

Ключові слова: *медіаконтент, екологічний контент, медіа, «Рубрика», тематика, проблематика, стан довкілля, екорішення, екологічна освіта, екопросвітництво, екологічні наслідки війни.*

Serhii Barna, Olesia Medynska. PROBLEM-THEMATIC PARADIGM OF ECOLOGICAL CONTENT IN THE ONLINE MEDIA "RUBRYKA"

Over the past decades, humanity has become aware of the impact of environmental factors on health, life expectancy, and quality of life. In this context, increased public interest in environmental information is due to the long-term consequences of the Chernobyl nuclear accident and the large-scale damage to the environment caused by the Russo-Ukrainian war. Environmental issues occupy a significant place in the information space, leading to the formation of a separate segment of media content aimed at covering issues of the environment, sustainable development, and environmental safety.

The relevance of the study is due to the need to cover environmental content as an important component of the socio-communicative demand for environmental information in Ukrainian society, especially in the context of large-scale environmental degradation caused by a combination of anthropogenic and military factors. The purpose of the article is to study the problem-thematic dominants of the environmental content of the online media "Rubryka."

Methodology. To achieve the goal and complete the tasks, the following methods were used: analysis of scientific literature served to form the theoretical and methodological basis of the study on the selected topic; media monitoring method – to track the specifics of presenting environmental information; comparative analysis was used to evaluate the coverage of environmental content; the generalization method was used to form the conclusions of the study. The unit of analysis was defined as materials of decision journalism related to the meta-theme of ecology, selected from the "Ecorubryca" section.

© Барна С., Мединська О., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

The novelty of the study lies in the fact that the ecological content of the online media outlet Rubryka has been analyzed for the first time. Based on a content analysis of materials from January to June 2025, thematic groups were identified, the frequency of their representation in the media was established, and the dominant issues in ecological content were determined. The geospatial emphases of the coverage of environmental issues were analyzed.

Conclusions. The environmental content of the online media outlet Rubryka covers a wide range of issues, from local initiatives to global environmental challenges. The dominant thematic groups are coverage of the state of the environment, environmental solutions, environmental education, environmental awareness, and the environmental consequences of military action.

Key words: *media content, environmental content, media, Rubryka, topics, issues, state of the environment, environmental solutions, environmental education, environmental awareness, environmental consequences of war.*

Постановка проблеми. Потреба в актуалізації екологічної тематики та зростання соціально-комунікативного попиту на екологічну інформацію серед українців зумовлені низкою ековикликів, пов'язаних зі станом довкілля, зокрема антропогенним впливом на компоненти навколишнього середовища, а також із наслідками російсько-української війни. Збройна агресія РФ проти України призвела до погіршення якості життєво важливих ресурсів та екологічного дисбалансу в навколишньому природному середовищі держави. Бойові дії становлять загрозу для екосистем, завдають значних екологічних збитків внаслідок погіршення якості атмосферного повітря, водних ресурсів, ґрунтів, деструкції ландшафтів тощо. За даними екологічних досліджень, зафіксовано понад 8 тисяч випадків шкоди довкіллю внаслідок війни, в атмосферу потрапили понад 230 млн тонн вуглецю, значні площі територій залишаються замінованими та забрудненими боєприпасами [6]. У цьому контексті медіа виступають ключовим інститутом соціальної комунікації, відповідальним за інформування суспільства, інтерпретацію екологічних реалій і формування екологічної свідомості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До вивчення різних аспектів екологічного дискурсу в медіа зверталися такі українські дослідники, як Г. Гопко, Т. Гузенко, О. Коновець, О. Мелещенко, С. Хомінський та інші. Екологічну журналістику як один із інструментів виховання екологічно свідомих громадян та вирішення екологічних проблем досліджували Т. Гузенко, О. Коновець, Т. Малькова, В. Царик [9], О. Мелещенко, М. Орлова, І. Рогожнікова. Екологічний дискурс у медіа був предметом наукових розвідок Т. Бончак [1], Т. Бондаренко, В. Житарюк, М. Житарюка, О. Іванченко [7], С. Онуфрів, І. Рогожнікової, І. Розмаріци, Н. Руденко, О. Скалацької, М. Стецяк, О. Гарматій та А. Шередько [3], Л. Мялковської та ін. [15]. Проблемно-тематичний вимір екологічного контенту в медіадискурсі досліджують О. Ковальчук [8], І. Давидова та Л. Давидова [4]. Тенденції розвитку екожурналістики в умовах російсько-української війни висвітлювали М. Яблонський [14], Г. Гаврилов [2], Л. Мялковська, Л. Жванія та І. Войтенко [10].

Характеризуючи ступінь розробленості теми дослідження, можна констатувати наявність наукових праць, сфокусованих лише на окремих аспектах задекларованої проблематики. *Актуальність* наукової розвідки зумовлена відсутністю у сучасній теорії і практиці журналістської науки дослідження екологічного дискурсу інтернет-видання «Рубрика».

Новизна роботи полягає в тому, що вперше проаналізовано екологічний контент онлайн-медіа «Рубрика».

Метою наукової розвідки є аналіз проблемно-тематичних домінант екологічного контенту онлайн-медіа «Рубрика».

Реалізація мети дослідження передбачає вирішення таких *завдань:* 1) проаналізувати кількісні характеристики екологічних матеріалів; 2) виокремити основні тематичні групи екологічного контенту; 3) з'ясувати проблемні домінанти кожної тематичної групи; 4) визначити геопросторові акценти висвітлення екологічних проблем.

Хронологічні межі дослідження – січень–червень 2025 р.

Методи дослідження. У науковій розвідці використано такі методи дослідження: *аналіз наукової літератури* слугував для формування теоретико-методологічної бази дослідження з обраної тематики; *метод моніторингу медіа* – для відстеження специфіки подання екологічної інформації; *порівняльний аналіз* – для оцінки висвітлення екологічного контенту; *метод узагальнення* – для формування висновків дослідження.

Емпіричною базою для проведення дослідження стала систематична вибірка матеріалів видання «Рубрика» за пів року (з 1 січня по 30 червня 2025 р.). Одиницею аналізу визначено матеріали журналістики рішень, що стосуються метатеми екологія, відібрані з рубрики «Екорубрика».

Виклад основного матеріалу. «Рубрика» функціонує з 2018 року як суспільно-політичне видання, яке актуалізує екологічні, урбаністичні, соціальні та правові питання. Згодом медіа розширює вектор діяльності

і позиціонує себе «як перше в Україні видання формату журналістики рішень (solution journalism)» [11]. Тематичний контент онлайн-медіа представлений такими рубриками: «Що відбувається» (висвітлює ключові події в Україні та світі), «Корисне» (практичні поради та інструкції для покращення якості життя громадян), «Кейси» (успішні практики діяльності представників громадського сектору та підприємців), «Небайдужа» (соціальні ініціативи, особистісне зростання жінок), «Інвестиційні рішення» (стратегії інвестування, що сприяють не лише фінансовому зростанню, але й сталому розвитку бізнесу та суспільства загалом), «Здоров'я» (фізичне та ментальне здоров'я, профілактика захворювань, сучасні медичні практики тощо), «Екорубрика» (екологічні проблеми та шляхи їх вирішення), «Урбан» (життя та розвиток міст), «еРубрика» (сучасні тенденції розвитку цифрового середовища та соціальних комунікацій).

Для аналізу екологічного контенту ми обрали рубрику «Екорубрика», у якій актуалізуються питання збереження довкілля, раціонального використання природних ресурсів, екологічні ініціативи, впровадження принципів сталого розвитку тощо.

Проаналізувавши екологічний контент онлайн-видання «Рубрика» за січень–червень 2025 р., ми виокремили основні тематичні групи, представлені в матеріалах журналістики рішень. Упродовж зазначеного періоду в медіа було опубліковано 197 матеріалів екологічного спрямування. Найбільша кількість публікацій припадає на січень (41), квітень (39) та червень (34), які становлять відповідно 20,8, 19,8 та 17,3 % від загальної кількості (рис. 1).

У межах дослідження застосовано компонентний підхід до групування екологічного контенту, що передбачає аналіз матеріалів через призму складових довкілля та екологічної діяльності: водних ресурсів, атмосферного повітря, біоти, природно-заповідного фонду, а також екологічних активностей, зокрема екоосвіти, екоруху, конкретних прикладів реалізації екорішень.

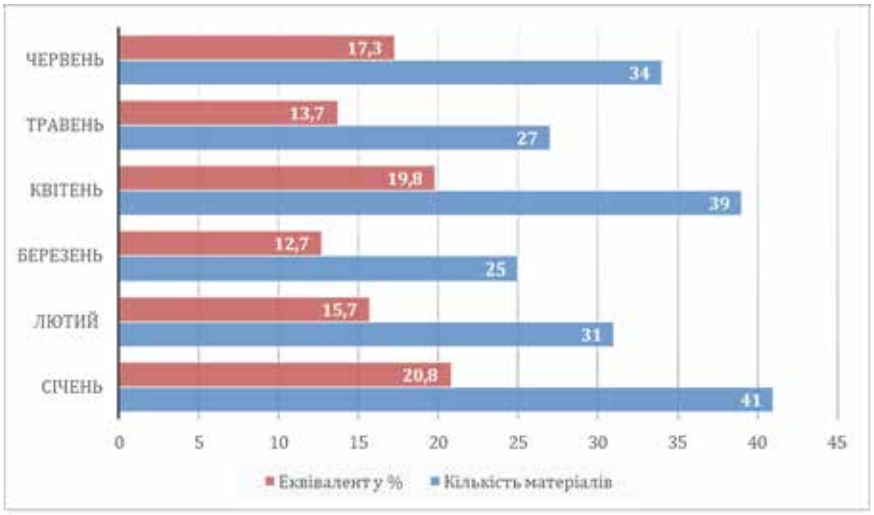

Рис. 1. Загальна кількість матеріалів екологічної тематики в онлайн-виданні «Рубрика» за січень–червень 2025 р.

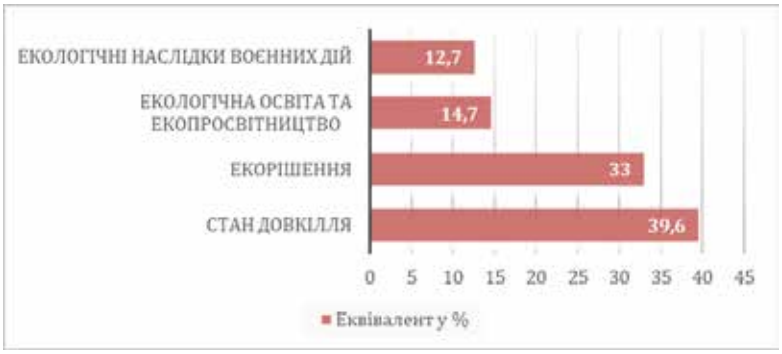

Рис. 2. Тематичний спектр матеріалів про екологію

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

За результатами моніторингу виокремлено чотири основні тематичні групи (рис. 2):

1. Стан довкілля. Ця тематична група охоплює матеріали, присвячені загальному стану природного середовища та його окремих компонентів, таких як атмосфера, водні ресурси, ґрунти, біота та природно-заповідні території. До неї входять публікації, що висвітлюють показники якості повітря води та ґрунтів; рівень забруднення довкілля; зміни екосистем під впливом антропогенних і природних факторів; стан природно-заповідного фонду та біорізноманіття; масштабні екологічні проблеми як на локальному, так і на національному рівнях («На Закарпатті запрацювала перша станція моніторингу водойм пілотного проєкту "е-Вода"», 22.03.2025; «У Галицькому нацпарку після 15-річної перерви загніздилися червонокнижні косарі» 14.04.2025; «Засмічені Карпати: як звільнити наші гори від тонн сміття?», 29.04.2025; «Шукають ділянку для тварин: "Асканія-Нова" відновлює роботу в Болградському районі Одещини», 22.05.2025) (табл. 1).

2. Екорішення. Ця тематична група включає матеріали, присвячені інноваційним підходам, технологіям та практичним ініціативам, спрямованим на подолання екологічних проблем у різних компонентах довкілля. До неї належать публікації, що висвітлюють інноваційні технології очищення повітря, води та ґрунтів; проєкти з утилізації та переробки відходів; заходи щодо відновлення біорізноманіття та охорони видів; державні, громадські та корпоративні ініціативи, спрямовані на зменшення негативного антропогенного впливу; практичні приклади реалізації екологічних рішень на локальному, регіональному та національному рівнях («В Україні з'являться екоіндустріальні парки, – Кабмін схвалив законопроєкт», 09.01.2025; «Багатоповерхівка на Сумщині, що постраждала від обстрілів, буде забезпечена теплом із відновлюваних джерел енергії», 09.01.2025; «На вулицях Миколаєва з'явились мобільні сервіси для велосипедистів», 13.01.2025; «У Голосіївському районі столиці планують висадити понад 1000 квадратних метрів барвистих лук», 15.01.2025; «У столичному парку встановили перший будинок для комах: для чого це рішення», 16.01.2025; «Як громади навіть під час війни можуть зменшувати відходи: інструкція», 20.01.2025; «Свічки з макухи та текстильні серветки: як луцьке кафе впроваджує політику zero waste», 21.01.2025; «Екорішення: в Україні затвердили національний план управління відходами до 2033 року», 26.01.2025).

3. Екологічна освіта та екопросвітництво. У межах тематичної групи виокремлюємо публікації, присвячені формуванню екологічної свідомості, просвітницьким заходам, екоосвітнім ініціативам, проєктам щодо виховання екологічної культури серед різних вікових груп («У Бучі відкрили соціальне підприємство "Екостаниця друку" з екологічною та соціальною місією», 12.01.2025; «Новий рекорд "АТБ": українці передали на переробку 555 тонн батарейок», 28.01.2025; «"Говоримо саме про те, що нас оточує": як працює Еколекторій у селі на Київщині», 13.01.2025; «"Місця України нічим не гірші від тих місць, які ми могли б відвідати в Європі": мандрівниця про походи незвіданими місцями України», 14.01.2025; «Як вирішити екологічні виклики: слухай новий сезон подкасту "Без сміття"», 22.01.2025; «На столичному ВДНГ теплицю планують перетворити на сучасний простір для навчання», 28.01.2025).

4. Екологічні наслідки воєнних дій. Матеріали цієї групи порушують проблеми екоциду, мінного забруднення, оцінювання екологічних збитків, наслідків для здоров'я населення й можливостей екологічного відновлення постраждалих територій («Мазутне забруднення: медузи масово викидаються на узбережжя Одещини», 07.02.2025; «У Міндовкілля розповіли про роботи з ліквідації наслідків, які тривають на ЧАЕС», 16.02.2025; «Українські громади можуть відбудовуватися краще та екологічніше: інтерв'ю з Романом Ніцовичем, директором із досліджень DiXi Group», 10.04.2025; «До війни було десять: Запорізька АЕС уже три тижні покладається лише на одну лінію електропередач», 29.05.2025).

У структурі екологічного контенту за перше півріччя 2025 року найбільш репрезентативними є матеріали, присвячені аналізу стану довкілля (78 публікацій), висвітленню екорішень (65), екопросвітницьких заходів (29) та екологічних наслідків воєнних дій (25) (рис. 2).

Задля аналізу екологічного дискурсу виокремлено проблемно-тематичні домінанти матеріалів онлайн-видання «Рубрика». У таблиці 1 подано узагальнені результати контент-аналізу з прикладами публікацій, визначеними тематичними групами та географічною прив'язкою, що дає змогу простежити як спектр екологічних проблем, так і просторову диференціацію екологічного контенту.

Таблиця 1

Проблемно-тематичні домінанти екологічного контенту онлайн-видання «Рубрика» за січень-червень 2025 року

Тематичні групи / Категорія	**Екологічні проблеми**	**Приклади матеріалів**	**Географічна прив'язка**	**Дата**
1	2	3	4	5
1. Стан довкілля				
Атмосферне повітря	Забруднення повітря	«Мешканцям столиці не рекомендують відчиняти вікна і довго бути на вулиці: у Києві погіршився стан повітря»	Київ	30.01.2025
		«Японські вчені виявили, що у 2024 році рівень вуглецю в атмосфері рекордно зріс»	Світ	10.02.2025
		«У Києві спостерігається високий рівень забрудненості повітря»	Київ	13.02.2025
		«Київ посів 33 місце в світі за якістю повітря: ЛУН проаналізував свіжий рейтинг World Air Quality Report»	Київ	13.03.2025
		«В Україні затверджено новий механізм інформування населення про якість повітря»	Україна	10.04.2025
		«Вугільні міста Львівщини отримали "розумні" системи моніторингу якості повітря»	Львівська обл.	03.06.2025
Водні та земельні ресурси	Забруднення водних ресурсів	«У Криму внаслідок аварії російських танкерів виявили нові осередки забруднення»	АР Крим	11.01.2025
		«Мазут з російських танкерів дістався вже Запорізької області: виявили забруднення кілька ділянок»	Запорізька обл.	12.01.2025
		«Росіяни приховують масштаби екологічної катастрофи через розлив мазуту, його уже виявили на пляжах Одещини»	Одеська обл.	25.01.2025
Природно-заповідний фонд	Знищення природоохоронних об'єктів, незаконна забудова заповідних земель	«Законність запланованого будівництва в Національному ботсаду імені Гришка перевіряють екологічні прокурори»	Київ	14.01.2025
		«За 10 років площа всіх столичних парків зменшилася на 800 гектарів»	Київ	30.01.2025
Біорізноманіття	Збереження різноманіття фавни	«Понад 400 птахів постраждало через розлив мазуту з російських танкерів: їх доставили у зоопарки Криму»	АР Крим	07.01.2025
		«Диво під час війни: в Екопарку під Харковом в орангутанів народилося дитинча»	Харківська обл.	11.01.2025
		«У Нацпарку на Одещині виявили птахів, забруднених мазутом»	Одеська обл.	10.01.2025
		«Пластик замість їжі: на острові Лорд-Гау птахи годують своїх дитинчат сміттям, виловленим з моря»	Світ	17.05.2025
		«У парках столиці через вирубку старих дерев практично зникли білки: у "Київзеленбуді" прокоментували»	Київ	11.02.2025

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5
Зміна клімату	Зростання частки парникових газів, джерела викидів парникових газів, екологічні наслідки змін клімату	«2024 рік був найспекотнішим за всю історію спостережень, – ВМО»	Світ	14.01.2025
		«У столиці три роки поспіль не було кліматичної зими»	Київ	19.01.2025
		«Від джерел викидів парникових газів до поглиначів вуглецю: відновлення заплав може змінити їхню роль у природі, – дослідження WWF»	Світ	05.02.2025
		«Greenpeace: у 2024 році викиди від виробництва ШІ-чипів зросли вчетверо»	Світ	10.04.2025
		«Деякі колонії втратили всіх пташенят: в Антарктиці через зміну клімату стрімко скорочується популяція пінгвінів»	Світ	12.06.2025
		«У Європі попереджають про першу велику хвилю спеки: температура може сягати 42°C»	Світ	29.06.2025
2. Екорішення	Інструменти вирішення проблем засмічення довкілля, практичні кейси для екоосвіти, екологічно чисті технології, міжнародна співпраця для сталого розвитку	«“Лісосмуги Життя”: як працює проєкт, що допомагає громадам відродити лісосмуги»	Україна	25.02.2025
		«Технології для сталого майбутнього: як інновації змінюють виробництво»	Україна	28.02.2025
		«Сміття чи ресурс? Як школярі з Рівненщини дають відходам друге життя»	Рівненська обл.	21.03.2025
		«Управління відходами, водними ресурсами та євроінтеграція: Україна посилює співпрацю зі Швецією у сфері захисту довкілля»	Україна	29.04.2025
		«У Львові презентували унікальну екоіграшку для дошкільнят та новий екопростір, де навчатимуть сортувати відходи»	Львів	26.02.2025
		«Чого навчають у “Школі екологічного волонтерства”?»	Харківська обл.	23.04.2025
		«“ЕкоРубрика” продовжує набір до Школи екологічної журналістики рішень! Хто наші спікери?»	Україна	30.04.2025
		«Zero Waste School: як у Славутичі учні вирощують рослини і заробляють гроші»	Житомирська	20.05.2025
		«Всесвітній день охорони навколишнього середовища: екоцид — вплив на життя та здоров’я кожного. Як вберегтися?»	Житомирська обл.	02.06.2025
		«ГО “Україна без сміття” впроваджує нові технології в екологічну освіту»	Київська обл.	09.06.2025

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5
*3. **Екологічні наслідки воєнних дій***	Забруднення атмосферного повітря, отруєння грунтів і води внаслідок вибухів снарядів; масова загибель та міграція тварин	«Відкачали вже 25 тонн: у Південний Буг у Миколаєві через уламки БпЛА витекла рослинна олія»	Миколаїв	02.01.2025
		«Сумська область отримала техніку для переробки сміття після обстрілів»	Сумська обл.	29.01.2025
		«Тварини втікають від війни: із зони бойових дій на Донеччині мігрують дикі види»	Донецька обл.	16.01.2025
		«Займання на ЧАЕС після удару російського безпілотника локалізували: у Міндовкілля розповіли про наслідки»	Київська обл.	15.02.2025
		«Відновлення лісосмуг в Україні: WWF-Україна і The HALO Trust втілюють пілотний проєкт на Миколаївщині»	Миколаївська обл.	28.04.2025
		«Міндовкілля: В Україні обсяг відходів руйнації вже сягнув понад 6 мільйонів тонн»	Україна	05.06.2025

За результатами контент-аналізу найбільшу частку публікацій становить тематична група «Стан довкілля», зокрема категорія «Біорізноманіття». Біота як складова екосистем була предметом висвітлення у 22 матеріалах (11,1 %). Найбільшу кількість публікацій зафіксовано у квітні та червні (по 5), а також у січні та лютому (по 4): «Науковці вважають, що 24 % прісноводних тварин перебуває під загрозою зникнення», 11.01.2025; «У парках столиці через вирубку старих дерев практично зникли білки: у "Київзеленбуді" прокоментували», 11.02.2025; «Кішка-привид: на Буковині лісники зафільмували рідкісну червонокнижну рись», 11.02.2025; «У Дніпровському районі столиці на алеї сакур масово гинуть дерева: "Київзеленбуд" пояснив причину», 08.02.2025; «Уперше за 50 років в Австралії на берег викинулися 157 псевдокосаток: врятувати їх немає змоги», 19.02.2025; «Американські Одарка та Грицько: у Сполучених Штатах спостерігають за гніздом білоголових орланів», 05.04.2025; «У Карпатах хочуть знищити праліс для будівництва лісової дороги», 08.04.2025; «У Карпатах знищили праліс: аналіз супутникових знімків виявив незаконну вирубку для будівництва лісової дороги», 16.04.2025; «84 % коралових рифів планети під загрозою: знебарвлення набирає обертів», 28.04.2025; «Уперше полярникам вдалося зафільмувати з дрона антарктичних смугачів біля станції «Академік Вернадський»», 29.04.2025; «У зіркових лелек Одарки та Грицика з'явились пташенята», 08.05.2025; «Міжнародний день біорізноманіття: що треба знати про сучасний стан українських екосистем?», 22.05.2025; «На Житомирщині в річці Случ загинуло 28 тонн риби, відкрите кримінальне провадження», 13.06.2025; «Науковці Чорнобильської зони закільцювали пташенят найзагадковішого птаха України», 21.06.2025; «Чорний ринок екзотичних тварин: чому в Україні можна купити тварину, що знаходиться на межі зникнення», 25.06.2025; «Мешканець Закарпаття врятував та доглядав травмованого птаха, що занесений до Червоної книги», 26.06.2025; «У столичному зоопарку створили нову оселю для мешканців водно-болотних угідь», 27.06.2025.

Упродовж аналізованого періоду зафіксовано 11 матеріалів, присвячених водним ресурсам. З них 5 опубліковано у січні, по два – у березні та травні, по 1 – у лютому та квітні. У матеріалах цієї категорії актуалізуються такі екологічні проблеми, як забруднення водних об'єктів внаслідок антропогенного втручання у природні екосистеми («Контейнеровоз із небезпечним вантажем затонув поблизу Індії: моряків з України врятували», 25.05.2025); засмічення водних об'єктів («В Ужгороді забудовник засипав Чорні озера сміттям, завдавши місту збитків на понад 270 тисяч грн», 21.02.2025); дефіцит прісної води («Менше 1 % прісної води: чому збереження і відновлення вільнотекучих річок критично важливе для життя на Землі», 13.03.2025); впровадження екологічних технологій та інновацій для збереження й очищення водних ресурсів («Узбережжя Одещини почали очищати від мазуту, який

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

виявили після аварії російських танкерів», 29.01.2025); міжнародна співпраця у сфері охорони навколишнього середовища («Угода про відкрите море: запитали в екологів, що її підписання дасть Україні, 22.05.2025). Варто зауважити, що динаміка висвітлення екологічних проблем у межах дослідницької категорії «Водні ресурси» характеризувалася спадною тенденцією, що не свідчить про зменшення їх актуальності. Наприклад, у червні не зафіксовано жодного матеріалу, попри те, що, за даними Державного агентства водних ресурсів України, цей місяць характеризується підвищеною паводковою активністю на річках України.

Проблеми якості та забруднення атмосферного повітря було порушено у 10 матеріалах, що становить 5 % від загальної кількості (197). Із них по три публікації зафіксовано у січні та лютому, дві – у березні, по одній – у квітні та червні. Тематика матеріалів щодо якості атмосферного повітря як компонента довкілля, що детермінує життєдіяльність наземних організмів, охоплювала такі питання, як зростання частки парникових газів, джерела їх викидів, екологічні наслідки змін клімату (табл. 1). Найчастіше в онлайн-виданні «Рубрика» висвітлювалися проблеми якості атмосферного повітря у столиці – 5 матеріалів, що становить 50 %. У трьох публікаціях було представлено нововведення чи удосконалення, які сприятимуть покращенню якості повітря на території України.

Проблематика зміни клімату стала предметом журналістської уваги лише у 7 із 197 матеріалів. Це свідчить про її обмежене представлення в медіа, враховуючи посилення глобальних і регіональних кліматичних змін. Як засвідчують результати моніторингу, щомісячно було опубліковано лише 1–2 матеріали на відповідну тематику, за винятком травня (табл. 1). Найчастіше висвітлювалися кліматичні зміни, що проявлялися поза межами України, зокрема в країнах Європи та в Антарктиді. Водночас у більшості публікацій актуалізуються проблеми, зумовлені підвищенням температури повітря внаслідок зростання концентрації парникових газів як ключового фактора кліматичних змін.

В онлайн-виданні «Рубрика» також відображені проблеми збереження видів як компонента довкілля, що стабілізує екосистеми різних рівнів. Найчастіше проблеми природно-заповідного фонду, створеного для охорони біорізноманіття, порушувалися у квітні (6 матеріалів), а також у січні та лютому (по 4). У травні та червні з'являлися один-два матеріали цієї категорії. Варто зазначити, що найбільше артикулювалися проблеми функціонування ПЗФ, пов'язані із недосконалістю законодавства («"Джипінг" у природно-заповідному фонді відтепер заборонено: Рада прийняла закон», 08.01.2025); розробленням схем екологічних мереж громад («Виділили п'ять основних екокоридорів: у Львові розробили екологічну мережу», 24.02.2025); забрудненням природоохоронних територій («У Нацпарку на Одещині виявили птахів, забруднених мазутом», 10.01.2025) та відновленням видів («У Карпатах фотопастка зафіксувала косулю з одним рогом: у Нацпарку її жартома назвали "карпатським єдинорогом"», 02.04.2025).

Другою за кількістю публікацій у структурі екологічного контенту є тематична група «Екорішення». Упродовж аналізованого періоду 65 матеріалів (33 %) були присвячені висвітленню широкого спектра інновацій, спрямованих на вирішення екологічних проблем щодо різних компонентів довкілля, галузей господарства та на різних територіях. Актуальність такого контенту і його затребуваність зумовлені негативним антропогенним впливом на навколишнє середовище у світі загалом і в Україні зокрема, а також усвідомленням того, що забруднення не має кордонів – це стосується як атмосферного повітря, так і річок, ґрунтів, знищення видів та скорочення біорізноманіття. Частка повідомлень категорії «Екорішення» за місяцями коливалася від 20,5 % у квітні до 60 % у березні. В абсолютних показниках кількість публікацій сягала 15 у березні, по 14 – у травні та червні, та по 8 – у січні та квітні. Найбільш репрезентативними є матеріали, відображені в таблиці 1.

Третьою за кількістю матеріалів є тематична група «Екологічна освіта та екопросвітництво». Із 197 матеріалів 29 були присвячені важливій складовій – екоосвіті та екопросвітництву. Найчастіше матеріали про заходи, спрямовані на формування екологічної свідомості громадян різних вікових категорій, публікувалися у січні (9), дещо рідше – у квітні (7) та травні (6). Найбільш репрезентативні матеріали наведено у таблиці 1. Як бачимо, журналісти висвітлюють не лише державні ініціативи у сфері екопросвітництва, а й громадські та корпоративні проєкти, причому колектив «ЕкоРубрики» активно долучається до їх популяризації.

Тематична група «Екологічні наслідки воєнних дій» налічує 25 матеріалів еко-

логічного спрямування. Частота публікацій варіювалася в діапазоні від 1 матеріалу (у березні та травні) до 7 (у лютому). Ця проблематика відображає широкий спектр негативних впливів війни на компоненти довкілля. Йдеться про руйнування природних екосистем, забруднення атмосферного повітря, ґрунтів і водних ресурсів, знищення біоти, деградацію природно-заповідних територій, а також про довготривалі екологічні ризики для здоров'я населення та стійкого розвитку регіонів. В онлайн-виданні ці проблеми актуалізуються через висвітлення фактів руйнування інфраструктури, техногенних аварій, пожеж, забруднення токсичними речовинами, мінування територій та порушення природних ландшафтів: «Підрив Каховської ГЕС: військові екологи пройшли навчання зі збору доказів злочину армії рф», 10.02.2025; «Після війни відновлення українських лісів займе 70 років, – екологи», 06.04.2025; «На Миколаївщині відновили лісову смугу, яка була пошкоджена бойовими діями», 10.04.2025; «Збитки природі внаслідок бойових дій в Україні перевищують $94 мільярди, – Гринчук під час виступу на Конференції ОБСЄ», 13.06.2025 та ін. Чимало публікацій присвячено впливу російської воєнної агресії на стан навколишнього середовища України. Особливу увагу журналісти приділяють фіксації масштабів завданих збитків, оцінці екологічних втрат і прогнозуванню довгострокових наслідків воєнних дій для екосистем. Гуманітарно-культурні ініціативи як форма протидії російській агресії також ставали об'єктом уваги журналістів онлайн-видання «Рубрика». Зокрема, у матеріалах «Прем'єра вистави про екоцид у Харкові: що відомо та як потрапити» (14.02.2025), «Українка перемогла в номінації "Найкращий екокостюм" на конкурсі Miss Eco International і вийшла у фінал» (19.04.2025), «В кінофестивалі Tribeca у Нью-Йорку відбулась світова прем'єра українського кіноальманаху "Війна очима тварин", до якого долучилися Шон Пенн та Imagine Dragons» (10.06.2025), «Родина з Харкова створила на Полтавщині прихисток для понад 150 тварин, евакуйованих із зони бойових дій» (28.06.2025) порушуються проблеми екоциду в Україні, наголошується на важливості охорони екосистем і біорізноманіття під час війни.

Отже, медіаматеріали відіграють важливу роль у формуванні суспільного усвідомлення екологічних загроз війни та необхідності їх комплексного подолання.

В онлайн-виданні «Рубрика» опубліковано матеріали, що репрезентують проблематику геоекології. Геопросторовий аспект антропогенного впливу на екосистеми в журналістських текстах представлено двома умовними групами: *Україна та світ.* За аналізований період майже кожен шостий матеріал (16 %) присвячено висвітленню екологічних проблем зарубіжних країн, зокрема КНР, Кенії, Австрії, Фінляндії, Японії та Великої Британії, переважно в контексті оцінки стану довкілля («В Австрії запустили систему повернення бляшанок і пластикових пляшок: як це працює», 03.01.2025; «У Кенії розслідують падіння на село великого уламка космічного сміття з орбіти Землі», 04.01.2025; «Науковці вважають, що 24 % прісноводних тварин перебуває під загрозою зникнення», 11.01.2025; «Китай планує побудувати у Тибеті найбільшу у світі гідроелектростанцію», 12.01.2025; «"Небесний кит": українські полярники зафіксували унікальну хмару в Антарктиці», 12.01.2025; «У Лондоні екоактивісти розфарбували крейдою могилу Дарвіна», 13.01.2025; «У Лондоні кліматичні активісти зірвали показ вистави у Королівському театрі», 29.01.2025; «Фінляндія надасть 2 млн євро на проєкт моніторингу якості води в Україні», 30.01.2025) (табл. 1). У публікаціях, присвячених Франції, Австралії, Румунії, Німеччині та Швейцарії, журналісти онлайн-видання «Рубрика» актуалізують досвід вирішення екологічних проблем, пов'язаних із забрудненням атмосферного повітря викидами автотранспорту, лісовими пожежами, збиранням і утилізацією відходів у гірських регіонах, а також адаптацією до кліматичних змін («Ще 500 вулиць можуть стати пішохідними: у Парижі проходить референдум», 23.03.2025; «В Австралії з гвинтокрила розстріляли близько 700 коал в одному з нацпарків», 23.04.2025; «У Німеччині вперше для проведення заходів збудують кліматично нейтральну арену», 27.05.2025; «Науковці з Швейцарії створили із грибів перший у світі «живий» біопластик», 05.06.2025).

За результатами моніторингу зафіксовано, що 28 % публікацій стосувались України загалом («Українські лікарні можуть отримати від Greenpeace сонячні електростанції», 23.01.2025; «Новий рекорд "АТБ": українці передали на переробку 555 тонн батарейок», 28.01.2025; «Більше 80 % українських торфовищ вже осушені і продовжують осушуватись», 03.02.2025; «Електронний документообіг за рік врятував 86 га знищених війною лісів», 10.03.2025; «Відбудова в умовах збройного конфлікту: як Фонд енергое-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

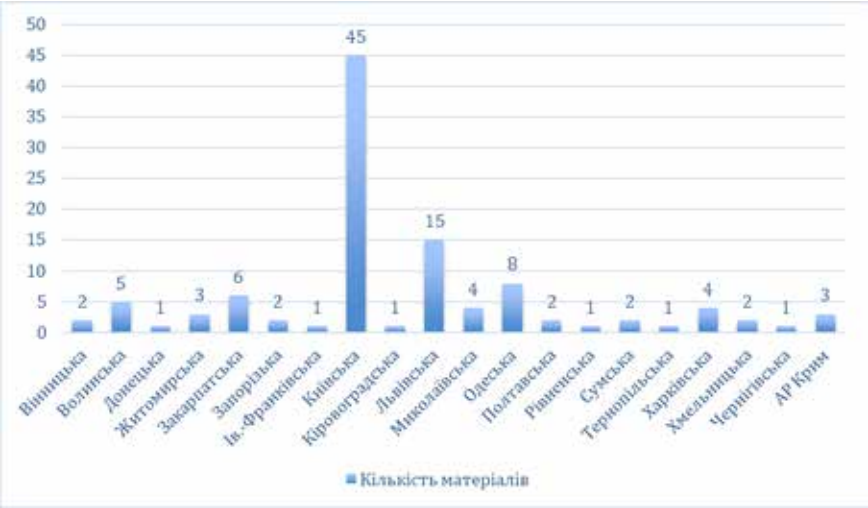

Рис. 3. Регіональний розподіл матеріалів екологічної тематики в онлайн-виданні «Рубрика» (січень–червень 2025 р.)

фективності України адаптується до війни», 27.03.2025; «Руїни можуть стати цінним ресурсом: як у цьому допоможе штучний інтелект», 22.04.2025; «В Україні запускають Зелену платформу – каталог фінансових можливостей для екологічного розвитку», 21.05.2025; «З користю для людей і довкілля: як в Україні створюють меблі для укриттів із переробленого пластику». 23.06.2025 та ін.), а 55 % – українських регіонів, найчастіше – Київської (45 чи 41 %), Львівської (15 чи 13,7 %) та Одеської (8 чи 7,3 %) областей. Медіа актуалізує екологічні проблеми 20 регіонів країни (рис. 3).

Висновки. «Рубрика» є одним із провідних онлайн-видань, яке орієнтоване на висвітлення актуальних подій, суспільних процесів, соціально значущих тем екологічного спрямування. У матеріалах на екологічну тематику зосереджується увага на екологічних проблемах і викликах на рівні громади, населеного пункту, регіону чи країни загалом. Екологічна тематика онлайн-медіа «Рубрика» охоплює спектр питань – від локальних ініціатив і регіональних викликів до глобальних екологічних загроз. Аналіз екологічного дискурсу дозволив виокремити провідні проблемно-тематичні групи екологічного контенту, зокрема «Стан довкілля», «Екорішення», «Екологічна освіта, екопросвітництво» та «Екологічні наслідки воєнних дій». Медіа грамотно інтерпретує екологічні реалії, висвітлює важливі питання щодо потенційних загроз і викликів екобезпеці України, актуалізує такі екологічні проблеми, як забруднення повітря, деградація земельних ресурсів, знищення лісів, небезпечні геологічні процеси, погіршення якості водних ресурсів, порушення ландшафтів, природоохоронних об’єктів та територій. У медіатекстах також порушується проблема екологічних наслідків російсько-української війни, зокрема пошкодження та знищення природних екосистем, руйнування заповідників, національних парків, загибель тварин і зміна їх міграційних шляхів. Варто зазначити, що, висвітлюючи екологічну тематику, аналізоване медіа орієнтує суспільство на пошук шляхів вирішення екологічних проблем та прийняття конструктивних рішень. Це дозволяє не лише інформувати аудиторію, а й формувати екологічну культуру, мотивацію до дій, свідоме громадянство.

Матеріали екологічного спрямування онлайн-видання «Рубрика» мають чітку географічну прив’язку. Найбільша кількість публікацій, присвячених екологічним проблемам, зосереджена на регіонах із високим рівнем антропогенного навантаження, інтенсивним промисловим розвитком та значними екологічними наслідками, спричиненими техногенним і мілітарним впливом на навколишнє середовище.

Перспективним напрямом подальших досліджень є зіставлення екологічного контенту онлайн-видання «Рубрика» з іншими медіа задля виявлення спільних і відмінних моделей репрезентації екологічної проблематики.

Література:

1. Бончак Т., Онуфрів С. Екологічна журналістика в локальних медіа. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2025. № 1 (9). С. 26–35. DOI https://doi.org/10.23939/sjs2025.01.028

2. Гаврилов Г. Екологічний дискурс російсько-української війни: роль нішевих медіа у формуванні порядку денного. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2026. Випуск 59. С. 85–96. DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.59.13945

3. Гарматій О., Шередько А. Науковий vs розважальний контент в українському екологічному теледискурсі: проблеми та особливості. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістика*. 2022. Вип. 1 (3). С. 7–18. DOI https://doi.org/10.23939/sjs2022.01.007

4. Давидова І. В., Давидова Л. В. Екологічна проблематика в локальному медіапросторі Житомирщини. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2026. Випуск 58. С. 16–28. DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13891

5. Дослідження ІМІ: частка матеріалів про екологію в українських онлайн-медіа знизилась до 1,4 %. *Інститут масової інформації*. URL: https://imi.org.ua/news/doslidzhennya-imi-chastka-materialiv-pro-ekologiyu-v-ukrayinskyh-onlajn-media-znyzylas-do-1-4-i64312 (дата звернення: 22.01.2026).

6. Збитки довкіллю України сягнули майже 85 мільйонів євро і щоденно збільшуються через бойові дії. *ZN.UA*. URL: https://zn.ua/ukr/war/zbitki-dovkillju-ukrajini-sjahnuli-majzhe-85-miljoniv-jevro-i-shchodenno-zbilshujutsja-cherez-bojovi-diji.html (дата звернення: 22.01.2026).

7. Іванченко О. Екологічна проблематика як привід для маніпуляції в медіа. *Портал медіаосвіти та медіаграмотності*. URL: https://medialiteracy.org.ua/ekologichna-problematyka-yak-pryvid-dlya-manipulyatsiyi-v-media/ (дата звернення: 02.02.2026).

8. Ковальчук О. Екологічна проблематика в загальноукраїнських газетах: спільне та відмінне. Український інформаційний простір. 2020. № 2 (6). С 72–82. DOI: https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(6).2020.219771

9. Малькова Т., Царик В. Екологічна політика та охорона навколишнього природного середовища в українських ЗМІ: дослідження. Київ : Зелене досьє, 2018. 30 с.

10. Мялковська Л. М., Жванія Л. В., Войтенко І. Г. Екологічна культура в сучасних медіа в Україні. *Обрії друкарства.* 2023. Вип. 2 (14), С. 140–153. DOI https://doi.org/10.20535/2522-1078.2023.2(14).295278

11. Рубрика. URL: https://rubryka.com/

12. Скалацька О.В. Екологічна проблематика у медійних трендах. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Том 34 (73) № 6 2023. С. 232–236. DOI: https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.6/40

13. Яблонський М. Екожурналістика в сучасних умовах війни в Україні: міжнародний аспект. *Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика: матеріали міжнародної науково-практичної конференції*, м. Запоріжжя, 28-29 квітня 2023 р. Львів, Торунь : Liha-Pres, 2023. С. 38–42. DOI https://doi.org/10.36059/978-966-397-313-5-10

14. Яблонський М. Екожурналістика сайту «Новини України та світу – Суспільне | Новини» : тема підриву Каховської ГЕС та його наслідків як воєнного злочину рф. *Taras SHevchenko 10th International congress on scientific research,* Lutsk, 01-03 august 2024, Ukraine, Ukraine proceedings book, P. 383–389.

15. Mialkovska, L., Hrysiuk, V., Zhvania, L., Nykoliuk, T., Tykha, L., Sadova, L. and Yablonskyy, M. Leveraging Media and Public Relations Strategies to Advance Sustainable Development: Approaches, Frameworks, and Tactics in Modern Conditions. *Grassroots Journal of Natural Resources*. 2024. 7(3), P. 253–269. DOI: https://doi.org/10.33002/nr2581.6853.0703ukr13

Дата першого надходження статті до видання: 28.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

УДК 378.09
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.4

Алла БИЧОК
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій,
Західноукраїнський національний університет,
homatski@gmail.com
ORCID: 0009-0006-3334-8056

МЕТОДИЧНА ТА ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧА ЗНАЧИМІСТЬ СПЕЦИФІКИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ ПРИ ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ПІДГОТОВЦІ СУЧАСНИХ ФАХІВЦІВ

Розвиток міжнародних зв'язків України з навколишнім світом у галузях економіки, господарства, культури, науки і техніки зумовлює соціальне замовлення суспільства на підготовку кваліфікованих фахівців, які повинні володіти навичками та вміннями професійного іншомовного спілкування у всіх сферах діяльності. Зважаючи на це, великого значення в системі освіти нашої держави набуває навчання спілкування студентів на професійну тематику іноземною мовою, зокрема розвиток умінь випускників вищих закладів освіти професійно спрямованого монологічного, діалогічного та ситуативного мовлення.

Стаття присвячена лінгвокраїнознавчій та методичній значимості специфіки ділового спілкування для фахівців зовнішньоекономічної діяльності, зокрема майбутніх перекладачів. У результаті дослідження проаналізовано специфіку ділового спілкування майбутніх фахівців крізь призму його типологічних ознак; охарактеризовано особливості ділового спілкування; визначено специфіку ділового спілкування фахівців відповідно до функцій спілкування іноземною мовою.

Визначено, що структура ділового модуса спілкування щодо інформаційно-комунікативної функції виокремлює: комунікативні здібності, володіння мовними та мовленнєвими засобами, побудову висловлювання з орієнтацією на предмет, тему; щодо регулятивно-комунікативної – розвиток комунікативної ініціативи, оцінку ситуації та прогнозування дій, досягнення комунікативного ефекту впливу, здатність до самоконтролю та саморегуляції; афективно-комунікативна – створення сприятливого клімату при спілкуванні.

Також з'ясовано, що потребують подальшого розвитку питання оптимізації навчально-виховного процесу із врахуванням специфіки ділового спілкування на міждисциплінарній основі, а також науково-методичне забезпечення навчально-виховного процесу з використанням сучасних технологій навчання.

Ключові слова: *ділове спілкування, специфіка, типологічні ознаки, лінгвокраїнознавча та методична значимість, комунікативні здібності, комунікативна ініціатива, мовні та мовленнєві засоби.*

Alla Bychok. METHODOLOGICAL AND LINGUISTIC-REGIONAL SIGNIFICANCE OF THE SPECIFICS OF BUSINESS COMMUNICATION WHEN LEARNING A FOREIGN LANGUAGE IN THE TRAINING OF MODERN SPECIALISTS

The development of international relations of Ukraine with the outside world in the fields of economy, economy, culture, science and technology determines the social order of society for the training of qualified specialists who must possess the skills and abilities of professional foreign language communication in all spheres of activity. In view of this, great importance in the education system of our state is acquired by teaching students communication on professional topics in a foreign language, in particular, the development of the skills of graduates of higher educational institutions of professionally directed monological, dialogical and situational speech.

The article is devoted to the linguistic and methodological significance of the specifics of business communication for specialists in foreign economic activity, in particular future translators. As a result of the study, the specifics of business communication of future specialists were analyzed through the prism of its typological features; the features of business communication were characterized; the specifics of business communication of specialists were determined in accordance with the functions of communication in a foreign language.

It has been determined that the structure of the business mode of communication in terms of the informational and communicative function distinguishes: communicative abilities, mastery of language and speech means, construction of statements with an orientation to the subject, topic; in terms of the regulatory and communicative function - development of communicative initiative, assessment of the situation and prediction of actions, achievement of a communicative effect of influence, ability to self-control and self-regulation; affective and communicative - creation of a favorable climate during communication.

It was also found that the issues of optimizing the educational process, taking into account the specifics of business communication on an interdisciplinary basis, as well as the scientific and methodological support of the educational process using modern learning technologies, require further development.

Key words: *business communication, specificity, typological features, linguistic and methodological significance, communicative abilities, communicative initiative, language and speech means.*

© Бичок А., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

Постановка проблеми. Проблема та необхідність вивчення іноземної мови є на сьогоднішній день для України надзвичайно актуальною, особливо з налагодженням і розвитком взаємовідносин з іншими державами. Зазначимо, що іноземні мови набувають дедалі більшого значення у сфері професійного / ділового спілкування та є невід'ємним компонентом професійної підготовки сучасного фахівця. Майбутній висококваліфікований спеціаліст – як перекладач, так й будь-який фахівець із міжнародних зв'язків та зовнішньоекономічної діяльності – повинен в умовах ринкових відносин уміти налагоджувати контакти з представниками інших країн та підприємств, які є носіями іноземної мови та іншої культури; переконати партнера і вплинути на нього з метою досягнення конкретного результату.

У практиці викладання іноземної мови існують відмінності між теорією навчання та практичним володінням іноземною мовою; спостерігається ігнорування прагматичних факторів при комунікативній взаємодії; здебільшого відсутній взаємозв'язок між гуманітарним потенціалом та його недооціненням при розвитку особистості студента – майбутнього фахівця. Таким чином, спостерігається важливість навчання іноземній мові та її вивчення, що є необхідним засобом взаємодії, взаємозв'язку та взаємовпливу на належному професійному рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень та публікацій з проблематики нашого дослідження вказує на те, що вивчення іноземної мови дуже тісно пов'язане з практичним застосуванням у конкретній галузі професійної діяльності. Нині в суспільстві спостерігається прагнення до систематизації та синтезу знань про місце і роль мови в спілкуванні й життєдіяльності кожного індивіда.

Вивченням проблем професійно спрямованого навчання іншомовної усномовленнєвої діяльності студентів немовних спеціальностей вищих закладів освіти займалася велика кількість вітчизняних та зарубіжних дослідників (С. Ю. Ніколаєва, Н. Л. Драб, V. Benson, B. Coffey, C. Kennedy, A. Waters та ін.). Потрібно зазначити також і те, що деякі дослідники вивчають особливості навчання професійного монологічного та діалогічного мовлення та їх специфічні види (Н. К. Скляренко, Л. Я. Хоменко), а також розробляють цілісну систему навчання професійного мовлення на основі імітаційно-ділових ігор (Л. Б. Котлярова), визначають зміст навчання професійного спілкування з урахуванням рівнів спільної діяльності фахівців та характерних для них функцій спілкування (С. С. Коломієць) [1; 2; 5; 6; 8].

Мета та завдання дослідження. *Метою* дослідження є вивчення лінгводидактичної, країнознавчої та методичної значимості специфіки ділового спілкування при вивченні іноземної мови у підготовці майбутніх спеціалістів – перекладачів та фахівців зовнішньоекономічної діяльності. *Завданнями* нашого дослідження є: 1) аналіз специфіки ділового спілкування майбутніх фахівців крізь призму його типологічних ознак; 2) характеристика особливостей професійного спілкування; 3) визначення специфіки ділового спілкування перекладача, а також фахівця зовнішньоекономічної діяльності відповідно до функцій спілкування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Варто зазначити, що типологічні особливості ділового спілкування допомагають визначити детермінанти, які характеризують його специфіку. Особливістю ділового спілкування є те, що воно відрізняється за своїми цілями, орієнтується на предмет у змістовому та процесуальному аспектах. Ділове спілкування характеризується сукупністю комунікативних актів, їх динамічним характером та послідовністю у процесі досягнення розуміння, взаєморозуміння, налаштованістю на продуктивну співпрацю. Для висловлювання мовця характерні такі особливості: кліше, аргументація; структура ділового / професійного спілкування містить регламентованість та оперативність; конвенційність виступає культурно-прагматичним фактором професійного спілкування. Розглянемо детальніше вищеназвані особливості.

Як відомо, у діловому спілкуванні є певна мета, спрямована на досягнення бажаного результату, вона залежить від комунікативного наміру мовця та різноманітних способів його мовленнєвої реалізації. Варто зазначити, що у висловлюваннях використовуються дуже часто кліше, штампи, стандартні формули та висловлювання. Штамп є структурною та змістовою одиницею мови або мовлення; це – слово або словосполучення, речення чи висловлювання. Кліше має інформативний характер: мовленнєві формули характеризуються стереотипізацією. Мовленнєві стереотипи є готовими формулами з огляду на їх морфолого-синтаксичну структуру та лексичну наповненість у певній мовленнєвій ситуації. Варто виокремити те, що мовленнєві формули – кліше та конструкції – орієнтуються на ввічливе звертання та регулювання взаємодії партнерів; їх вибира-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

ють відповідно до обстановки, тональності ситуації контактування. Тому в структурі мовленнєвих актів, залежно від наміру мовців, створюються кліше у висловлюваннях. Для прикладу, зосередимо увагу на наступних мовленнєвих ситуаціях при спілкуванні німецькою мовою, які часто використовуються в діловому спілкуванні та в яких є стереотипні кліше-конструкції.

Найбільш широко використовуються ситуації привітання та знайомства, що характеризуються радістю з приводу зустрічі, наприклад: – Ich möchte Sie gern näher kennenlernen. Es freut mich sehr, Sie zu sehen. Gestatten Sie, dass ich Sie ... bekannt mache. Ситуація прощання є доволі не простою, оскільки вимагає підготовки співрозмовника до прощання: підбиття результатів зустрічі та завершення контактування: – Ich freue mich, dass Sie mit mir gesprochen haben. Ich bedanke mich für das Gespräch. Erlauben Sie, dass ich mich verabschiede. У відповідь на привітання, запрошення використовують найпоширеніші формули вдячності: – Ich bin Ihnen sehr dankbar! Ich bin Ihnen, sehr zu Dank, verpflichtet! З метою компенсування некоректної поведінки чи вчинку має місце вибачення: – Ich möchte mich entschuldigen! Verzeihen Sie mir, bitte, meine Fehler! Verzeihen Sie mir, bitte, meine Verspätung!

Мовленнєві кліше у формі стандартних, стереотипних мовленнєвих формул автоматично включаються мовцями у висловлювання. Це сприяє швидкій реакції та економії мислення, активному встановленню контактів, плавному переходу від однієї фрази розмови до іншої. Розглянемо початок ділової зустрічі. – Gestatten Sie mir, die Verhandlung zu eröffnen (Дозвольте розпочати переговори) або Wir sind zusammengekommen, um ... zu besprechen (Ми зібрались для того, щоб ... обговорити) чи Bevor wir zur Besprechung von ... übergehen, wollen wir doch die Frage von ... berühren (Перш ніж перейти до обговорення ..., давайте «торкнемося» питання ...) та інші.

Наступні приклади характеризують завершення ділової зустрічі. – Da machen wir jetzt Schluss und machen morgen weiter, gut? Da sollte man besser darüber schlafen (На цьому ми завершимо сьогодні нашу роботу й продовжимо завтра. Увечері краще відпочити, а зранку – знову до праці). Fassen wir zuerst das Abgeschlossen zusammen, ja? (Підсумуємо спочатку зроблене, добре?) Wollen wir uns heute besser erholen. Arbeiten morgen weiter (Давайте сьогодні краще відпочинемо. Продовжимо роботу завтра). Отже, за допомогою кліше в діловому спілкуванні можна попередити виникнення конфліктних ситуацій, швидко реагувати на слова партнера та активно включатися у взаємодію.

У процесі контактування вихідними є цілі комунікації: критична перевірка фактів і положень, точних висновків, що впливають на перебіг взаємодії та дають змогу досягти бажаного – прийняти потрібне рішення. Тому важливого значення набуває аргументація, як засіб висловлювання та процес зібрання фактів, положень, що є необхідними для доказів наявної тези. Зазначимо, що в низці досліджень аргументація розглядається як явище комунікації при наявності намірів учасників переговорного процесу: аргументатора та реціпієнта, їх взаємовідносин, можливості розуміння один одного. Якщо аргументація відображає змістовий аспект висловлювання, вона є діяльністю суб'єкта, характер якої визначають такі компоненти: суб'єкт (особа, яка здійснює певну діяльність), об'єкт (особа, на яку вона [діяльність] спрямована), засоби, способи, умови діяльності. Структура діяльності, що є в свідомості суб'єкта, містить цілі, уявлення про способи їх досягнення, можливі та реальні результати. Об'єктом, на який спрямована аргументація, є людина та її поведінка.

Перебуваючи в комунікативній взаємодії, партнери займають «певну» позицію щодо наявної проблеми. При цьому відбувається спроба змінити стереотип. Отже, метою аргументації є переконання як думка, яка характеризується виявленістю в своїй істинності, а інколи й емоційним напруженням. Потрібно підкреслити, що аргументація є фазою ділового спілкування, яка вимагає знань, уміння зосереджувати увагу, володіти матеріалом та чітко визначити мету й завдання, які потрібно досягти. Вона ґрунтується на висловлюваннях, в основі яких є аргументаційна конструкція. У процесі комунікативної взаємодії мають місце аргументатор і рецепієнт. Логічно-лінгвістична структура аргументації складається з: тези (вихідного положення, істинність якого потрібно довести); аргумента (логічного доказу, істинність якого доведена, перевірена на практиці та містить правдиві факти); доказу (демонстрування взаємозв'язку тези та аргумента).

При научінні студентів – майбутніх перекладачів – потрібно акцентувати увагу на: поданні тези та її формулюванні; пошуку вагомих аргументів для її підтвердження; логічній систематизації аргументів; узагальненні матеріалів та формулюванні висновків;

обґрунтуванні висновків та результатів; побудові монологічного, діалогічного та ситуативного висловлювання в усній чи письмовій формах. Важливим у процесі аргументації є: уміння та навички оперування зрозумілими, точними, правдивими переконливими та простими поняттями; коректність ведення аргументації; уміння «підлаштовувати» аргументацію до особистості партнера (її спрямованість на мотиви та цілі, наявність у перерахуванні фактів); наочний виклад доказів та ідей за допомогою допоміжних засобів, що впливають на увагу й активність учасників контактування. Отже, вирішальним для аргументації є «показ» впевненості та переконаності мовця з посиланням на авторитетні особистості та об'єктивність і логіку наведених аргументів.

Суттєвою характеристикою ділового спілкування є його регламентованість. Виділяють такі її форми як ділова бесіда, ділова переписка, ділові переговори. Під «діловою бесідою» розуміють поєднання набору підібраних кліше, висловлювань-стереотипів, за допомогою якого один або декілька співрозмовників впливають один на одного з метою створення чи змінення існуючої ділової ситуації й відносин. Таким чином, структура «ділової бесіди» включає: початок бесіди; виклад позиції (передача інформації) та аргументування; вислуховування доказів співрозмовника та реакцію; прийняття рішення. Ділові переговори – це певний вид ділового спілкування, засіб налагодження ділових зв'язків, підписання договорів, координація спільної виробничої та фінансової активності. Структура ділових переговорів містить: вітання учасників та введення їх у програму; виклад проблеми та мети переговорного процесу; діалог учасників; підведення підсумків та прийняття рішень, завершення переговорів, формулювання та прийняття остаточного рішення. Зазначимо, що потрібно акцентувати увагу на можливості розв'язання поставлених завдань; створенні сприятливого психологічного мікроклімату; стимулюванні партнера на основі аналізу та оцінки його реакції й поведінки. Як правило, завершальний етап дає уявлення: про досягнення цілей (головних чи альтернативних); закріплення в свідомості результатів; створення позитивного настрою для практичного виконання чи запровадження досягнутого; стимулювання партнера до виконання поставлених цілей.

Отже, проаналізувавши різноманітні форми ділового спілкування, зазначимо: їх структура містить багато спільного, а саме: входження в комунікативний контакт, від якого залежить переговорний процес та його результат; етапи контактування: початок; перебіг (обмін інформацією); завершення. Потрібно підкреслити, що на початковому етапі акцентується увага на суб'єкт-суб'єктній основі. Етап обміну інформацією пов'язаний з досягненням змістових цілей та викладом позицій сторін щодо існуючої проблеми. Під час обміну інформацією розв'язуються такі завдання: передача «своєї» інформації партнеру; виявлення цілей, мети, мотивів, намірів мовців. На даному етапі комуніканти вислуховують один одного, ставлять запитання, одночасно аналізуючи та інтерпретуючи отриману інформацію, прагнуть здійснити вплив на опонента.

Важливу роль у переговорному процесі відіграє ініціатива, а саме управління ініціативою. Ефективним способом її вияву є оперативність. Оперативність – це вміння рішуче «все взяти в свої руки» та вступити в контакт, показавши партнеру свою впевненість в успішності початої справи. Для управління ініціативою реалізуються вербальні та невербальні засоби взаємодії, активне «включення» міміки, мікроміміки. За допомогою словесного каналу передається чиста інформація, а по вербальному – ставлення до партнера. Психологічні експерименти вказують на те, що міміка та погляди передають велику кількість відтінків у взаємовідносинах; міміка та слово доповнюють одне одного. Жести акцентують важливість мовлення, «заповнюють» паузи, час пошуку слів, ритмізують мовлення, а також допомагають підтримувати контакт.

Варто звернути увагу і на емоції. Як вважають психологи, вони [емоції] прикрашають поведінку партнерів під час спілкування, а також впливають на досягнення результату. Розрізняють сценічні емоції, які є активними і стимулюють до діяльності, та астенічні емоції, що утискають особистість і ускладнюють подолання комунікативних бар'єрів у діловому іншомовному спілкуванні. Потрібно підкреслити те, що оперативність під час ділового спілкування потребує підготовки, обдумування форми та змісту поведінки, впливаючи на процес контактування та прогнозуючи успішність вирішення задуманого. У професійному спілкуванні потрібно звернути увагу на спільний аналіз й узгодження дій. Наприклад, уточнення й узгодження позицій; внесення нових пропозицій; виокремлення спільного та відмінного.

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

Важливим фактором, за допомогою якого можна розкрити специфіку ділового спілкування є конвенційність, яка сприяє ефективній організації комунікативного процесу. Зазначимо, що спілкування соціологи розглядають як продукт опосередкованої взаємодії, яка за допомогою комунікації формує індивідуальні свідомості (Г. Тард) [10, с. 194–197], а представники культурної антропології ототожнюють комунікацію з культурою (Дж. Трейджер) [13, с. 778–788], що регулює поведінку людей у суспільстві, акцентуючи увагу на правилах, характерних для певних груп людей. Конвенційність визначають у діловому спілкуванні як сукупність норм, правил мовленнєвої та немовленнєвої поведінки. Аналіз наукових джерел вказує на те, що в деяких аспектах конвенційність перетинається з мовленнєвим етикетом. Поняття мовленнєвого етикету є співзвучним з діловим, який є пов'язаний з правилами та нормами поведінки комунікантів по відношенню один до одного. Відмінність полягає в тому, що діловий етикет забезпечує успішність проведення переговорів з іноземними партнерами, визначає їх поведінку, спрямовану на досягнення мети й бажаного результату, потрібно врахувати й те, що конвенційність містить загальноприйняті норми поведінки. Значну роль при цьому відіграє професійна репутація (знання рідної та іноземної мови, культура, поведінка).

Нині процес навчання іноземної мови тісно пов'язаний з соціально-культурним контекстом, разом з яким він використовується. У діловому спілкуванні на іноземній мові «...взаємодія учасників і система їх відносин має стандартний національно-стереотипний характер» [11, с. 54]. Адже, вступаючи в діловий контакт, партнери є не лише представниками певної соціальної категорії, а й носіями мови і культури країни, регіону, оскільки в кожній лінгвокультурній спільноті є свої правила, норми поведінки. Таким чином, конвенційність як невід'ємна частина ділового спілкування є орієнтиром у взаємодії та взаємовідносинах мовців, регулятором етикетних норм поведінки. Наприклад, характерним для німецької мови є використання фраз-кліше, домінуючими при цьому граматичними формами є умовний спосіб дієслова.

Зазначимо, що системотвірними факторами в структурі ділового спілкування є: а) система відносин; б) вербальна / невербальна поведінка, структура вербальної / невербальної поведінки; в) визначений «фон», на основі якого відбувається спілкування. Проте, професійне спілкування не є повноцінним, якщо відсутній такт і мовці не знають правил поведінки, прийнятих в іншій культурі.

Таким чином, важливими специфічними характеристиками ділового спілкування є: кліше, аргументація, регламентованість, оперативність, конвенційність. З метою визначення структури готовності студентів до спілкування за основу було взято наступні функції: 1) інформаційно-комунікативну (передача-прийом інформації); 2) регулятивно-комунікативну (регуляція від впливу на виникнення мотивів до зміни системи світосприйняття та поведінки); 3) афективно-комунікативну (детермінація емоційної сфери особистості). Кожній функції відповідають компоненти, що відображають готовність до ділового спілкування. Таким чином, оволодіння професійним спілкуванням на іноземній мові, підготовка до виходу в реальну комунікацію з фахівцями потребує відповідної комунікативної готовності.

Висновки. В результаті проведеного дослідження можна зробити такі висновки: структура ділового модуса спілкування щодо інформаційно-комунікативної функції виокремлює: комунікативні здібності, володіння мовними та мовленнєвими засобами, побудову висловлювання з орієнтацією на предмет, тему; щодо регулятивно-комунікативної – розвиток комунікативної ініціативи, оцінку ситуації та прогнозування дій, досягнення комунікативного ефекту впливу, здатність до самоконтролю та саморегуляції; афективно-комунікативна – створення сприятливого клімату при спілкуванні.

Таким чином, у результаті нашого дослідження було проаналізовано специфіку ділового спілкування майбутніх фахівців крізь призму його типологічних ознак; охарактеризовано особливості ділового спілкування; визначено специфіку ділового спілкування перекладачів та фахівців зовнішньоекономічної діяльності відповідно до функцій спілкування.

Потребують подальшого розвитку питання: оптимізації навчально-виховного процесу із врахуванням специфіки ділового спілкування на міждисциплінарній основі; науково-методичного забезпечення навчально-виховного процесу з використанням сучасних технологій навчання, Інтернету.

Література:

1. Драб Н.Л. Комплекс вправ для навчання іншомовного професійно спрямованого монологічного мовлення студентів-економістів. *Іноземні мови*. 2002. № 1. С. 22–25.
2. Ніколаєва С.Ю. Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах : підруч. для вищ. навч. закл. К. : Наука, 2012. 120 с.
3. Петранговська Н.Р. Система вправ для навчання студентів немовних спеціальностей вищих закладів освіти професійно спрямованого монологу-міркування. *Іноземні мови*. 2013. № 2. С. 17–23.
4. Семенчук Ю. Іноземна мова – для реального життя. *Іноземні мови в навчальних закладах*. 2014. № 2. С. 143–152.
5. Скляренко Н. К. Типологія вправ в інтенсивному навчанні іноземних мов. *Гуманістичні аспекти лінгвістичних досліджень і методики викладання іноземних мов*. К.: КДПІІ, 2002. С. 13.
6. Скляренко Н. К. Сучасні вимоги до вправ для формування іншомовних мовленнєвих навичок і вмінь. *Іноземні мови*. 2009. № 3. С. 3–7.
7. Устименко О. М. Підготовка зовнішньоторговельної документації англійською мовою : навч.-метод. посібн. К. : Вид. центр КНЛУ, 2012. 160 с.
8. Хоменко Л.Я. Нові методи навчання на Заході. *Іноземні мови*. 2008. № 1. С. 32–35
9. Чуб М.П. Програми дисциплін соціально-гуманітарного циклу для підготовки бакалаврів з економіки. К. : КДЕУ, 2014. 130 с.
10. Якубіна В. Л. Еволюція концепту масовості: хода від психосоматичного тлумачення до соціально-філософського виміру. *Філософські проблеми гуманітарних наук*. 2007. № 12–13. С. 194–197.
11. Baumann K.-D. Integrative Fachtextenstilistik. Köln : Egelsbach R.,1992. 480 S.
12. Freyhoff D. Marktwirtschaft. K. : UASR, 2000. 56 S.
13. Hockett Charles F. George Leonard Trager. *Language*. 2003. № 69 (4). P. 778–788.
14. Koschat F. Bilinquale Schulen. Wien : Goldmann, 2004. 236 S.
15. Modern Languages: Learning, Teaching, Assessment. A Common European Framework of Reference. *Council of Europe. Education Committee*. Strasbourg, 2008. 197 P.
16. Nicolas G. Wirtschaft-auf deutsch. München : Klett Edition Deutsch, 2001. 326 S.

Дата першого надходження статті до видання: 05.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

УДК 37.091.3:811.112.2:316.77
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.5

Ельвіра БОНДАРЕНКО
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри германських мов,
Київський національний лінгвістичний університет,
elvira.bondarenko@knlu.edu.ua
ORCID: 0000-0003-4962-188X

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК КЛЮЧОВИЙ КОМПОНЕНТ НАВЧАННЯ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ У СУЧАСНОМУ ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ

Стаття присвячена проблемі формування міжкультурної комунікативної компетентності, яка є ключовим компонентом навчання німецької мови у сучасному освітньому середовищі. Постановка проблеми пов'язана з тим, що традиційні методи навчання ще й досі недооцінюють її потенціал, редукують культуру до країнознавства та обирають домінування мовної компетенції над міжкультурною. Однак, як показує аналіз останніх досліджень і публікацій, МКК сьогодні є інтегративною здатністю особистості до ефективної взаємодії в умовах культурної різноманітності, що поєднує знання, уміння, ставлення та критичне культурне усвідомлення, без якої стати професіоналом-германістом неможливо. Метою дослідження став комплексний аналіз особливостей формування МКК на основі автентичних німецькомовних текстів та визначенні їх дидактичного потенціалу.

Результати дослідження показали, що різножанрові автентичні тексти демонструють соціокультурні та комунікативні особливості німецької культури, а тому є продуктивними для формування міжкультурної компетентності студентів. Підтверджено потенціал автентичних німецькомовних текстів через їх насиченість культурною інформацією та репрезентацію моделей соціальної поведінки. Встановлено, що компоненти МКК представлені у них нерівномірно: когнітивний і поведінковий є домінантними, а рефлексивний та афективний зустрічаються рідко. Така констатація свідчить, що самих текстових матеріалів недостатньо для формування міжкультурної компетентності, адже їх ефективність зростає в рази, коли організація навчального процесу є методично обґрунтованою і спрямованою на розвиток критичного мислення, інтерпретацію та міжкультурне порівняння.

У висновках підтверджено, що сучасна практика навчання німецької мови потребує переходу від репродуктивної моделі засвоєння культурної інформації до компетентнісно орієнтованої моделі, що передбачає формування здатності до міжкультурного діалогу, рефлексії та усвідомленої комунікативної поведінки.

Ключові слова: *міжкультурна комунікативна компетентність, німецька мова, освітнє середовище, автентичні німецькомовні тексти, соціокультурна інформація.*

Elvira Bondarenko. INTERCULTURAL COMMUNICATIVE COMPETENCE AS A KEY COMPONENT OF GERMAN LANGUAGE LEARNING IN THE MODERN EDUCATIONAL SPACE

The article is devoted to the problem of forming intercultural communicative competence, which is a key component of teaching the German language in the modern educational environment. The problem is posed by the fact that traditional teaching methods still underestimate its potential, reduce culture to country studies and choose the dominance of linguistic competence over intercultural. However, as the analysis of recent research and publications shows, today ICC is an integrative ability of an individual to effectively interact in conditions of cultural diversity, combining knowledge, skills, attitudes and critical cultural awareness, without which it is impossible to become a professional Germanist. The aim of the study was a comprehensive analysis of the features of the formation of ICC based on authentic German-language texts and determining their didactic potential.

The results of the study showed that authentic texts of various genres demonstrate the socio-cultural and communicative features of German culture and therefore are productive for the formation of intercultural competence of students. The potential of authentic German-language texts is confirmed due to their richness in cultural information and representation of models of social behavior. It was established that the components of the ICC are presented unevenly: cognitive and behavioral are dominant, and reflective and affective are rarely found. This statement indicates that text materials themselves are not enough for the formation of intercultural competence, because their effectiveness increases many times when the organization of the educational process is methodically justified and aimed at the development of critical thinking, interpretation and intercultural comparison.

Key words: *intercultural communicative competence, German language, educational environment, authentic German-language texts, sociocultural information.*

© Бондаренко Е., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому світі процес вивчення іноземних мов виходить далеко за межі засвоєння лексико-граматичних структур. Мова перестає бути лише інструментом передачі інформації й постає як засіб входження в іншу культурну реальність. Саме тому міжкультурна комунікативна компетентність набуває статусу ключового компонента іншомовної підготовки, зокрема у процесі навчання німецької мови. Сучасна МКК охоплює знання про культурні особливості іншомовного середовища; уміння інтерпретувати культурні явища без стереотипізації; готовність до діалогу культур; здатність адаптувати власну мовленнєву поведінку відповідно до ситуації міжкультурного спілкування. Таким чином, її формування є не додатковим елементом, а системоутворюючою складовою сучасної іншомовної освіти, яке, зауважимо, у процесі навчання німецької мови супроводжується низкою проблем:

• ***Спрощеним поданням культури як країнознавства.*** У багатьох освітніх практиках культурний компонент обмежується подачею фактологічної інформації (традиції, свята, географія), що не сприяє формуванню глибокого розуміння культурних кодів і моделей поведінки.

• ***Домінуванням мовної компетенції над міжкультурною.*** Навчальні програми часто зосереджені на граматиці та лексиці, тоді як формування навичок міжкультурної взаємодії залишається другорядним.

• ***Недостатньою методичною підготовкою педагогічних кадрів***. Не всі викладачі володіють сучасними підходами до інтеграції міжкультурного компонента у навчальний процес.

• ***Викликами цифрового середовища.*** Хоча цифрові технології відкривають нові можливості для міжкультурної взаємодії, їх потенціал не завжди повною мірою реалізується в освітньому процесі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема міжкультурної комунікативної компетентності активно розробляється у вітчизняній науці. У працях численних дослідників МК розглядається як інтегративна здатність особистості до ефективної взаємодії в умовах культурної різноманітності, що поєднує знання, уміння, ставлення та критичне культурне усвідомлення. На переконання В. Свиридюк, міжкультурна іншомовна комунікативна компетентність майбутніх германістів формується з сукупності комунікативних умінь і навичок міжкультурного спілкування. Основою їх мовної картини світу є лінгвістична складова, осягнення якої дозволяє мовній особистості розуміти інших і бути такою ж зрозумілою для них. Дотримання мовних норм і культури мовлення свідчить про професійну компетентність та відображає багатогранність культурного світу нації, мова якої вивчається [9]. О. Бондарчук, Л. Пасик, Л. Рись називають МКК ключовим компонентом вивчення іноземної мови, для реалізації якого рекомендують використовувати закордонний досвід (наприклад, методику DaF/DaZ і діяльність Інституту Гете). Дослідники прописали основні моделі та етапи формування міжкультурної комунікативної компетентності та розробили комплекс дієвих вправ, вирішення яких допоможе долати стереотипи, розвивати толерантне ставлення до різних культур та ефективно комунікувати [1]. К. Поселецька, О. Ігнатова, С. Кушнір наголошують на результативності особистісно орієнтованого навчання на основі інтерактивних методик. Підкреслюється, що долати мовленнєві бар'єри та стимулювати мовленнєві активності здобувачів освіти можливо лише шляхом активного застосування комунікативного підходу, акцентуації на діалогічному мовленні, груповій взаємодії та виконанні проблемних завдань [8] тощо. Аналіз комунікативної компетентності спеціаліста з німецької мови, проведений О. Бондарчук і Т. Семенюк показав, що її якість залежить від педагогічної риторики, мовленнєвого етикету та знань з лінгвокраїнознавства. На думку вчених, за допомогою імпровізації, драма-педагогіки, виконання фонетичних вправ, роботи з лексикою і культурним контекстом набагато легше розвинути ключові мовні навички [2]. Ю. Малик, О. Гаркуша осмислюють іншомовну комунікативну підготовку в умовах міжкультурної парадигми освіти, розглядають наукові підходи до міжкультурної комунікативної компетентності та стверджують, що сьогодні вкрай необхідно перейти від лінгвоцентричної орієнтації навчального процесу до міжкультурної [4]. Т. Паничок розглядає проблеми міжкультурної комунікації та її формування у процесі викладання німецької мови у ЗВО та пропонує в сучасному світі запроваджувати нові підходи до навчання іноземної мови [7]. О. Добринчук та Т. Калинюк демонструють, що навіть автентичні німецькомовні карикатури можуть стати засобом формування іншомовної комунікативної компетентності, адже мають лінгвокраїнознавчий та мотиваційний потенціал [3]. М. Мальченко вивчає, як фор-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

мується міжкультурна комунікативна компетентність студентів, що вивчають німецьку, в контексті євро стандартів та вимог CEFR. Він упевнений, що студентів, які вивчають іноземну мову, перш за все треба називати соціальними агентами, майбутня професійна діяльність яких підпорядковуватиметься соціо-культурним аспектам, як того вимагає європейська освітня практика [5].

Попри значну кількість досліджень, питання ефективної реалізації міжкультурного підходу у викладанні німецької мови в сучасному цифровому освітньому просторі потребує подальшого теоретичного осмислення та практичної розробки.

Мета дослідження полягає у комплексному аналізі особливостей формування міжкультурної комунікативної компетентності у процесі навчання німецької мови на основі автентичних німецькомовних текстів та визначенні їх дидактичного потенціалу для розвитку міжкультурної чутливості здобувачів освіти.

Виклад основного матеріалу. Матеріалом дослідження стали автентичні німецькомовні тексти: статті з онлайн-видань (*«Deutsche Welle»*, *«Der Spiegel»*); публікації з освітніх платформ; фрагменти блогів та форумів; тексти соціокультурної тематики (традиції, повсякденне життя, соціальні норми, міжособистісна комунікація).

Критерії відбору матеріалу:

- автентичність (створені носіями мови);
- актуальність (останні 5 років);
- наявність вираженого культурного компоненту;
- тематична різноманітність (побут, освіта, робота, соціальні відносини);
- доступність для рівня B2.

Такий матеріал дозволяє дослідити реальні прояви міжкультурної комунікації, а не штучно адаптовані навчальні тексти.

Зважаючи на те, що міжкультурна комунікативна компетентність є інтегративною характеристикою мовної особистості, здатної ефективно взаємодіяти у різнорідному середовищі, підхід до її аналізу має бути міждисциплінарним (на рівні лінгвістики, педагогіки, соціології та культурології), що ґрунтується на *комунікативно-функціональному аспекті* (за яким мова є інструментом соціальної взаємодії, а культура – засобом адекватного розуміння інформації); *культурологічному* (де МК асоціюється із навичками інтерпретації культурних явищ, уникненням етноцентризму та толерантним ставленням до «чужих» цінностей); *інтеракційному* (пов'язаному з адаптацією, медіацією та веденням діалогу культур) тощо. Базовими для її наповнення є:

- *когнітивний компонент* – знання про культуру, традиції, соціальні норми та реалії німецькомовних країн;
- *прагматичний компонент* – уміння використовувати мовні засоби відповідно до комунікативної ситуації;
- *афективний компонент* – відкритість, толерантність, готовність до міжкультурної взаємодії;
- *поведінковий компонент* – здатність адаптувати власну мовленнєву та соціальну поведінку;
- *рефлексивний компонент* – уміння критично осмислювати як іншу культуру, так і власну.

Саме така структура визначає логіку подальшого дослідження та виступає методологічною основою аналізу навчального матеріалу.

Дизайн дослідження про формування міжкультурної комунікативної компетентності ґрунтується на поєднанні якісного та кількісного аналізу автентичних німецькомовних текстів як основних носіїв соціокультурної інформації. Враховуючи визначену вибірку (23 тексти обсягом 500–700 слів), дослідження реалізовано у форматі аналітичного корпусного підходу з елементами педагогічної інтерпретації.

Структура дослідження передбачала кілька послідовних етапів. На першому етапі було здійснено відбір текстового матеріалу відповідно до визначених критеріїв (автентичність, актуальність, культурна насиченість, відповідність рівню B2), що забезпечило репрезентативність корпусу та його відповідність цілям дослідження. На другому етапі проведено контент-аналіз текстів із використанням розробленої системи критеріїв, що відповідають структурним компонентам МКК (когнітивному, прагматичному, афективному, поведінковому та рефлексивному). Ми кодували текстові фрагменти за наявністю культурно специфічної інформації, мовленнєвих стратегій, ціннісних орієнтацій, моделей поведінки та потенціалу до міжкультурної рефлексії. Третій етап – інтерпретація результатів аналізу з точки зору міжкультурної парадигми освіти та визначення дидактичної ролі досліджуваних текстів.

Обмеження дослідження:

- Обсяг вибірки (23 тексти) є відносно обмеженим і не дозволяє повною мірою охопити всю різноманітність німецькомовного медіадискурсу. Розширення корпусу тек-

стів могло б підвищити репрезентативність результатів і дозволити виявити додаткові закономірності.

• Добір текстів здійснювався за критерієм доступності для рівня B2, що автоматично виключає більш складні або спеціалізовані тексти, які також можуть містити важливий міжкультурний компонент. Таким чином, результати дослідження є релевантними насамперед для середнього рівня володіння мовою.

Результати та обговорення. Для створення репрезентативного корпусу було відібрано тексти наступних типів:

• ***Медіатексти*** – новинні статті з онлайн-видань, що відображають сучасні соціальні та культурні реалії Німеччини. Наприклад, уривок зі статті „Pünktlichkeit: Kleine, leckere Brezen", опублікованій у німецькому щотижневику „Die Zeit". У ньому авторка К. Лемке-Метью рефлексує про соціокультурні аспекти феномену пунктуальності – поширеної в Німеччині цінності, що має культурне значення й пов'язана із соціально нормативними моделями поведінки: *„Dass sich die Menschheit in notorische Zuspätkommer und panische Zufrühkommer teilt, ist nicht neu. Neu ist beider Verschmelzung zu einer Mutante, die viele soziale Fitnessvorteile mit sich bringt – die Verschmelzung zum Pünktlichkeitsfanatiker nämlich*" [10]

• ***Навчальні / педагогічні тексти*** – статті, підручникові фрагменти та завдання для учнів, які включають елементи культури, етикету та комунікативних стратегій. Як приклад, можемо розглянути фрагмент зі статті „Umgangsformen im Alltag" на порталі Deutschland.de (2024), що описує соціальні норми та етикет у повсякденному житті Німеччини: *„Deutsche schütteln einander bei vielen Anlässen die Hände, vor allem bei der Begrüßung und Verabschiedung. Es ist üblich, dass eine Person, die sich einer Gruppe anschließt, jedem einzelnen die Hand schüttelt. ... Komm nicht zu spät zu einer Verabredung oder einem Geschäftstermin. Die meisten Deutschen sind extrem pünktlich und empfinden selbst ein paar Minuten Verspätung als unhöflich. ... Im privaten Bereich bietet der Ältere dem Jüngeren das informelle 'Du' an. ... Wenn Restaurants voll sind und viel los ist, ist es üblich, dass man sich einen Tisch mit Fremden teilt. Bevor Sie dies tun, zeigen Sie jedoch immer auf den freien Platz und fragen Sie: 'Ist dieser Platz noch frei?"* [12].

• ***Міжкультурні кейси*** – тексти, присвячені конфліктам або непорозумінням у міжкультурному спілкуванні, як-от, один зі сценаріїв із навчального матеріалу про *interkulturelle Missverständnisse*, який використовується для обговорення у групі. Він ілюструє ситуацію, де культурне розуміння часу (*Zeitverständnis*) стає причиною комунікативного непорозуміння: *„Thanh trifft sich um 14:00 Uhr mit seinem deutschen Freund zu einer Verabredung. Thanh kommt um 14:15 Uhr, weil in seinem Heimatland eine Verspätung von 10–15 Minuten normal ist. Sein deutscher Freund reagiert jedoch sehr reserviert und sagt kaum etwas. Thanh versteht dies nicht und fühlt sich unwillkommen*" [11].

З метою систематизації досліджуваного корпусу та подальшого аналізу міжкультурного потенціалу текстів, у таблиці 1 подано перелік джерел, назв текстів і відповідну тематику, що охоплює ключові сфери міжкультурної взаємодії: культурні стереотипи, мовний етикет, трудову культуру, повсякденне життя, традиції, освіту та комунікативну поведінку.

З таблиці зрозуміло, що соціокультурні та комунікативні особливості німецької культури демонструють різножанрові автентичні тексти, продуктивні для формування міжкультурної компетентності студентів. Тексти про культурні стереотипи та мовний етикет забезпечують практичне засвоєння правил поведінки та мовленнєвих норм. Медійний контент допомагає зрозуміти соціокультур-

Таблиця 1

Структура корпусу текстів для аналізу МКК

Джерело	Назва тексту	Тематика
„Deutsche Welle"	*Typisch deutsch: Pünktlichkeit*	культурні стереотипи
„Deutsche Welle"	*Du oder Sie: Wie spricht man richtig?*	мовний етикет
„Der Spiegel"	*Arbeiten in Deutschland: Was ist anders?*	трудова культура
„Goethe-Institut"	*Alltag in Deutschland*	повсякденне життя
„Deutsche Welle"	*Feiertage in Deutschland*	традиції
„Zeit Online"	*Studentenleben in Deutschland*	освіта
Blog „Deutschland erleben"	*Kulturelle Missverständnisse*	міжкультурні бар'єри
„Deutsche Welle"	*Small Talk auf Deutsch*	комунікативна поведінка

Джерело: сформоване автором

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

ний контекст і цінності. Він, за О. Москвич, зближує людей із найвіддаленіших куточків землі, розширює простір і трансформує час, по-новому конструює ідентичності, змінює способи самопрезентації та створює специфічні способи комунікації [6] тощо.

Для наочності та комплексного розуміння міжкультурного потенціалу сформованого корпусу було проведено кількісний та якісний аналіз кожного тексту за п'ятьма компонентами міжкультурної комунікативної компетентності. ***Когнітивний*** компонент відображає обсяг знань про культурні норми та цінності (*„In Deutschland gibt es gesetzliche Feiertage wie Weihnachten und Tag der Deutschen Einheit, die für das gesellschaftliche Leben und die Traditionen besonders wichtig sind" / «У Німеччині є офіційні свята, такі як Різдво та День німецької єдності, які особливо важливі для суспільного життя та традицій» – „Feiertage in Deutschland"* з *„Deutsche Welle"*). ***Прагматичний*** – здатність застосовувати ці знання у реальних комунікативних ситуаціях (*„Wenn man jemanden zum ersten Mal trifft, sollte man die Höflichkeitsform „Sie" verwenden, bis man das Einverständnis zum „Du" bekommt" / «Коли зустрічаєш когось уперше, слід використовувати ввічливу форму „Sie", доки не отримаєш згоду на „Du" – „Du oder Sie: Wie spricht man richtig?"* з *„Deutsche Welle"*). ***Афективний*** – оцінку культурних явищ та емоційне ставлення до них (*„Viele Menschen empfinden die deutsche Pünktlichkeit als angenehm, weil sie Verlässlichkeit zeigt, andere wiederum als zu streng» / «Багато людей сприймають німецьку пунктуальність як приємну, бо вона демонструє надійність, інші ж вважають її надто суворою» – „Typisch deutsch: Pünktlichkeit»* з *„Deutsche Welle»*). ***Поведінковий*** – конкретні дії та реакції в міжкультурному спілкуванні (*„In Deutschland ist es üblich, beim ersten Treffen nicht sofort persönliche Fragen zu stellen, sondern über das Wetter oder allgemeine Themen zu sprechen" / «У Німеччині звично на першій зустрічі не задавати одразу особисті питання, а говорити про погоду або загальні теми» – „Small Talk auf Deutsch"* з *„Deutsche Welle"*). ***Рефлексивний*** – здатність аналізувати та порівнювати власні та чужі культурні моделі *(„Manchmal denkt man, dass etwas in Deutschland unhöflich ist, aber es ist einfach nur eine andere Art, Respekt zu zeigen" / «Іноді здається, що щось у Німеччині є неввічливим, але це просто інший спосіб прояву поваги – „Kulturelle Missverständnisse"* з блогу *„Deutschland erleben"*).

Проведений аналіз дозволяє виявити нерівномірність представленості окремих компонентів міжкультурної комунікативної компетентності (табл. 2):

Таблиця 2

Середній рівень прояву компонентів міжкультурної комунікативної компетентності студентів

Компонент	Середній бал
Когнітивний	2.5
Прагматичний	2.25
Афективний	2.38
Поведінковий	2.63
Рефлексивний	2.13

Джерело: сформоване автором

Як видно з таблиці 2, поведінковий компонент (2.63) є найбільш репрезентованим, що свідчить про орієнтацію текстів на відтворення моделей соціальної взаємодії. Це проявляється у висвітленні таких характеристик, як пунктуальність, формалізованість спілкування та дотримання соціальних норм тощо. Високий рівень когнітивного компонента (2.5) свідчить, що аналізовані тексти містять значний обсяг культурної інформації, однак, інформаційна насиченість не завжди супроводжується умовами для її критичного осмислення.

Таким чином, інтеграція кількісних і якісних результатів дозволяє резюмувати, що автентичні німецькомовні тексти є ефективним, але не самодостатнім інструментом формування міжкультурної комунікативної компетентності. Їхній потенціал реалізується повною мірою лише за умови методично організованої роботи, що передбачає розвиток рефлексії, інтерпретації та міжкультурного порівняння.

Зважаючи на те, що автентичні тексти – це матеріали, створені носіями мови для реальної комунікації, а не для навчання, їх ключова цінність полягає у відображенні реальної мовної картини світу німецькомовних культур. З точки зору дидактики, вони забезпечують:

- ***формування реалістичного уявлення про культуру*** – відображають повсякденне життя німців; демонструють соціальні норми, цінності, традиції, показують культурні контексти (наприклад, ставлення до часу, приватності, екології);
- ***розвиток інтерпретаційних навичок*** – містять імпліцитні значення, включають культурні алюзії, використовують

іронію, гумор, сленг, а тому змушують здобувача освіти аналізувати, порівнювати з рідною культурою, робити висновки;

• ***подолання стереотипів*** – допомагають «бачити» різноманітність німецького суспільства, відмінності між регіонами, сучасні тенденції (а не «класичні кліше»);

• ***формування прагматичної компетенції*** – вчать, як доречно спілкуватися, будувати офіційні/неофіційні висловлювання, враховувати соціальний контекст;

• ***розвиток рефлексії*** – автентичний контент стимулює порівняння «свого» та «чужого», усвідомлення власних культурних установок і розвиток критичного мислення.

Використання автентичних текстів дозволяє створювати проблемно-орієнтовані завдання, організовувати навчальні дискусії, застосовувати CLIL-підхід (мова + зміст) та розвивати всі види мовленнєвої діяльності одночасно.

Висновки. Жоден випускник закладу вищої освіти, котрий вивчав німецьку мову (чи будь-яку іншу), не може вважати себе професіоналом, якщо рівень його міжкультурної комунікативної компетентності буде низьким або недостатньо розвиненим. Володіючи багатокомпонентною структурою МКК поєднує у собі когнітивні, прагматичні, афективні, поведінкові та рефлексивні елементи та виступає інтегративною якістю мовної особистості.

У ході дослідження було сформовано корпус автентичних німецькомовних текстів та розроблено систему критеріїв аналізу їх міжкультурного потенціалу, що базується на операціоналізації структурних компонентів міжкультурної компетентності. Це забезпечило можливість здійснення комплексного якісного та кількісного аналізу навчального матеріалу. Підтверджено потенціал автентичних німецькомовних текстів через їх насиченість культурною інформацією та репрезентацію моделей соціальної поведінки. Встановлено, що компоненти МКК представлені у них нерівномірно: когнітивний і поведінковий є домінантними, а рефлексивний та афективний зустрічаються рідко. Така констатація свідчить, що самих текстових матеріалів недостатньо для формування міжкультурної компетентності, адже їх ефективність зростає в рази, коли організація навчального процесу є методично обґрунтованою і спрямованою на розвиток критичного мислення, інтерпретацію та міжкультурне порівняння.

Отже, сучасна практика навчання німецької мови потребує переходу від репродуктивної моделі засвоєння культурної інформації до компетентнісно орієнтованої моделі, що передбачає формування здатності до міжкультурного діалогу, рефлексії та усвідомленої комунікативної поведінки.

Перспективи подальших досліджень вбачаються у розробці ефективних методик інтеграції міжкультурного компоненту у процес навчання, а також у розширенні корпусу автентичних матеріалів з урахуванням сучасного цифрового середовища.

Література:

1. Бондарчук О., Пасик Л., Рись Л. Особливості формування міжкультурної компетентності на заняттях із німецької мови. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип. 37. Т. 1. С. 190–196.

2. Бондарчук О., Семенюк Т. Шляхи формування комунікативної компетентності вчителя німецької мови. *Інноваційна педагогіка*. 2021. Вип. 42. С. 46–49.

3. Добринчук О., Калинюк Т. Міжкультурна комунікація на уроках німецької мови засобами автентичних карикатур: зарубіжні методики. *Порівняльна професійна педагогіка*. 2023. № 13 (1). С. 37–43.

4. Малик Ю., Гаркуша О. Іншомовна комунікативна підготовка в контексті міжкультурної парадигми освіти. *Освітньо-науковий простір*. 2025. Вип. 9. Т. 2. С. 36–48.

5. Мальченко М. Формування міжкультурної комунікативної компетентності студентів у процесі вивчення німецької мови на основі європейських освітніх стандартів. *Інноваційна педагогіка*. 2026. Вип. 91. Т. 2. С. 11–15.

6. Москвич О. Медіа-реальність як сучасний соціокультурний простір. *Соціологічні студії*. 2014. Вип. 2. Т 5. С. 52–56.

7. Паничок Т. Особливості формування міжкультурної комунікації у процесі викладання німецької мови. *Молодий вчений*. 2017. № 10. С. 509–512.

8. Поселецька К., Ігнатова О., Кушнір С. Формування та розвиток комунікативних здібностей на уроках німецької мови. *Journal of Cross-Cultural Education*. 2024. № 4. С. 39–48.

9. Свиридюк В. Формування іншомовної комунікативної компетентності майбутніх викладачів німецької мови під час самостійної роботи. Київ : Видавничий центр КНЛУ, 2024. 381 с.

10. Lemke-Matwey C. Die fast vergessene Sekundärtugend des Pünktlichseins birgt so ihre Risiken. 26.02.2022. URL: https://www.zeit.de/2022/09/puenktlichkeit-reisen-hotel-muenchen?utm_source=chatgpt.com

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

11. Missverständnisse in Deutschland: Interkulturelle Kommunikation Teil 1. 2025. URL: https://www.studocu.vn/vn/document/truong-dai-hoc-bach-khoa-ha-noi/project-2/missverstandnisse-in-deutschland-interkulturelle-kommunikation-teil-1/148633116?utm_source=chatgpt.com

12. Umgangsformen im Alltag. Keine Angst vor peinlichen Missverständnissen! Mit diesen 14 Etikette-Tipps für Alltag und Büro kann nichts schiefgehen. 2024. URL: https://www.deutschland.de/de/topic/leben/verhaltensregeln-und-etikette-in-deutschland?utm_source=chatgpt.com

Дата першого надходження статті до видання: 27.02.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

УДК 81’42:316.77:659.3
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.6

Каріна БОРТУН
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри ділової української та іноземних мов,
Навчально-науковий інститут права та психології
Національної академії внутрішніх справ, k.bortun@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1223-347X

ЛІНГВОПРАГМАТИКА СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ: МАНІПУЛЯТИВНІ СТРАТЕГІЇ КОНСТРУЮВАННЯ СУСПІЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ

У поданій статті аналізується роль соціальної реклами як дієвого засобу формування суспільних переконань та цінностей в умовах сучасного надлишку інформації. Актуальність дослідження пояснюється тим, що успішність таких повідомлень прямо залежить від їхнього формату: він виступає складним психолінгвістичним механізмом, який впливає на підсвідомість і перетворює зовнішні вимоги на глибокі внутрішні потреби людини. Мета роботи − здійснити ґрунтовний аналіз мовних і психологічних прийомів маніпуляції в рекламних текстах, а також визначити їхню прагматичну специфіку з огляду на психоемоційний стан та менталітет цільової аудиторії.

Під час дослідження з'ясовано, що соціальна реклама потребує особливого підходу до побудови тексту, який докорінно відрізняється від комерційних стандартів. Доведено, що головними засобами такого впливу є наказові форми, маніпулятивні тактики, прямий тиск на психіку та програмування свідомості. Зокрема, використання імперативів (часто у вигляді неповних речень) диктує бажану модель поведінки, але водночас залишає людині ілюзію самостійного вибору. Також вивчено маніпулятивні прийоми, що базуються на зануренні у внутрішній світ реципієнта: вони експлуатують базові людські потреби (здоров'я, безпека, самоствердження) та грають на таких емоціях, як сором, гордість чи почуття обов'язку.

У статті розмежовано різні рівні мовного маніпулювання (інформаційний, паралогічний, лінгвостилістичний), причому наголошується, що в рекламних текстах найчастіше домінує саме лінгвостилістичний підхід. Описано, як використовуються лексичні «якорі» для психологічного кодування та прийоми зближення (інтимізації) для створення атмосфери довіри. Окремо підкреслено, що для успішної маніпуляції вкрай важливо враховувати соціопсихологічні особливості аудиторії (стать, вік, рівень критичного мислення, фізіологічний стан). Зрештою зроблено висновок: соціальна реклама постає як багаторівнева структура, що інтегрує мовні, когнітивні та психологічні інструменти, завдяки чому і стає ефективним рушієм соціальних перетворень.

Ключові слова: *соціальна реклама, сихолінгвістичний вплив, мовне маніпулювання, рекламний дискурс, суспільна свідомість, імперативні конструкції.*

Karina Bortun. LINGUISTIC PRAGMATICS OF SOCIAL ADVERTISING: MANIPULATIVE STRATEGIES FOR SHAPING PUBLIC CONSCIOUSNESS

The study describes various levels of linguistic manipulation (manipulation of information, paralogical and linguo-stylistic levels), of which the linguo-stylistic level is the most common in advertising messages. It highlights the use of lexical ‘anchors’ for psychological programming and techniques of intimisation to foster an atmosphere of trust. The role of the socio-psychological characteristics of the target audience (gender, age, level of critical thinking, psychophysiological states) in the successful implementation of manipulative influence is emphasised. It is concluded that social advertising is a complex, multi-level system, whose ability to integrate linguistic, psychological and cognitive mechanisms determines its effectiveness as a driver of social change.

The study found that public service announcements require a specific approach to text composition, which differs fundamentally from commercial standards. It has been demonstrated that the primary means of such influence are imperative forms, manipulative tactics, direct psychological pressure and mind programming. In particular, the use of imperatives (often in the form of incomplete sentences) dictates the desired behavioural model, whilst simultaneously giving the individual the illusion of independent choice. Manipulative techniques based on immersion in the recipient’s inner world have also been studied: they exploit basic human needs (health, safety, self-affirmation) and play on emotions such as shame, pride or a sense of duty.

The article distinguishes between different levels of linguistic manipulation (informational, paralogical, and linguo-stylistic), noting that the linguo-stylistic approach is most often predominant in advertising texts. It describes how lexical ‘anchors’ are used for psychological coding and techniques of rapprochement (intimisation) to create an atmosphere of trust. It is specifically emphasised that, for successful manipulation, it is crucial to take into account the socio-psychological characteristics of the audience (gender, age, level of critical thinking, physiological state). Finally, the conclusion is drawn: social advertising emerges as a multi-level structure that integrates linguistic, cognitive and psychological tools, thereby becoming an effective driver of social change.

Key words: *social advertising, psycholinguistic influence, linguistic manipulation, advertising discourse, public consciousness, imperative constructions.*

© Бортун К., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

Постановка проблеми. Інформаційне перенасичення суспільства сьогодні висуває нові вимоги до комунікативних інструментів. Одним із найвпливовіших засобів формування ціннісних орієнтирів та конструювання суспільної свідомості є соціальна реклама. Проте її дієвість залежить не лише від актуальності порушеної проблеми, а й від форми її подачі. Саме вона постає складним механізмом впливу на підсвідомість реципієнта, мета якого − трансформувати зовнішню настанову у внутрішню потребу людини.

У сучасному інформаційному просторі соціальна реклама виступає потужним інструментом формування суспільних установок і поведінкових моделей. Її ефективність значною мірою зумовлена використанням психолінгвістичних механізмів впливу на реципієнта, зокрема імперативних конструкцій, маніпулятивних стратегій, психологічного тиску та програмування.

Соціальна реклама сьогодні працює як точний психолінгвістичний інструмент. За допомоги розлогого і великого потенціалу лінгвістичних засобів вміло створює ілюзію вибору, викликає необхідні емоції, непомітно програмує поведінку. Саме мовні засоби, маніпулятивні стратегії та психологічний тиск перетворюють звичайний текст на потужний драйвер соціальних змін.

Зокрема, у фокусі уваги перебувають особливості застосування імперативних конструкцій, механізми прихованої маніпуляції та прямого тиску, прийоми інтимізації тексту, а також стратегії психологічного програмування аудиторії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Феномен рекламного дискурсу є предметом активного вивчення українських та зарубіжних мовознавців. Дослідники аналізують рекламу з різних ракурсів: загальнолінгвістичного (К. Бове, Н. Вонк, І.В. Городецька, Дж. Даєр, Дж. Кук), лінгвостилістичного (А.І. Раду), психолінгвістичного (С.Г. Кара-Мурза), прагмалінгвістичного (В. Зірка, Л. Киричук, І. Мойсеєнко, С. Романюк), когнітивного (О.В. Іванців, В.І. Охріменко, О.Є. Ткачук-Мірошниченко), соціолінгвістичного (Ю. Булик, І. Велика, Л. Крамаренко, А. Малишенко).

Сьогодні лінгвісти розглядають рекламу як одну з найвиразніших форм сучасної людської комунікації, що функціює в тісному зв'язку з масмедіа. Основний фокус наукових розвідок спрямований на вивчення мовних технологій та стратегій переконання, які ефективно спонукають аудиторію купувати товари чи користуватися послугами.

Н. Бабакова наголошує на триярусному фукціюванні соціальної реклами, де головними атрибутами постають вектор впливу лінгвістичних засобів, які генерують силу й вектор формування маніпулятивного впливу соціальної реклами на реципієнта [1, с. 13].

О. Бугайова наголошує, що прагматика соціальної реклами полягає у впливі на свідомість громадян, її структура повинна кардинально відрізнятися від стандартних маркетингових моделей. Ключем до успіху такої комунікації є адаптація змісту під ментальні особливості та психологічні очікування реципієнтів [10, с. 74].

На світоглядній функції соціальної реклами наголошує Н. Попова, яка оперує лінгвістичним шлейфом традиційних й національних патернів у синергії з маніпулятивною інтенцією, щоб вибудувати стратегію впливу на споживача соціальної реклами [15, с. 75].

Метою статті є аналіз лінгвістичних та психолінгвістичних інструментів мовленнєвого маніпулювання у рекламному дискурсі, а також обґрунтування прагматичних особливостей соціальної реклами як механізму конструювання суспільної свідомості з урахуванням лінгвістичної ментальності та психоемоційного досвіду аудиторії

Виклад основного матеріалу. Соціальна реклама як важливий компонент масової комунікації вимагає власного підходу (відрізняється від інших видів реклами) до структурування текстів, що зумовлено її прагматичною метою – формування громадської думки з різних актуальних для суспільства питань. Важливо формувати тексти соціальної реклами відповідно до лінгвістичної ментальності реципієнтів, їхнього психоемоційного досвіду та очікувань.

Соціальна реклама як важливий компонент масової комунікації вимагає власного підходу (відрізняється від інших видів реклами) до структурування текстів, що зумовлено її прагматичною метою – формування громадської думки з різних актуальних для суспільства питань. Важливо формувати тексти соціальної реклами відповідно до лінгвістичної ментальності реципієнтів, їхнього психоемоційного досвіду та очікувань [10].

Одним із базових засобів впливу у соціальній рекламі є імперативні висловлення, які не лише задають модель поведінки, а й створюють ілюзію вибору. Такий прийом забезпечує подвійний ефект: з одного боку, адресат отримує ніби свободу дії,

а з іншого – скеровується до потрібного рішення [6, 7]. Ефективність цього впливу залежить від урахування психологічних характеристик аудиторії, її потреб, соціального досвіду та мотиваційної сфери. Імперативи часто реалізовані у формі неповних речень, що відповідає умовам безпосередньої комунікації, де контекст компенсує відсутні елементи висловлення. Що сприяють успішному впливові соціальної реклами.

Адже вона полягає у забезпеченні через застосування маніпулятивного впливу, який дозволяють ефективно впливати на сприйняття та поведінку адресата. Саме така природа реклами має особливе значення, бо постає як ціннісно орієнтована тактика, спрямована на формування певної ціннісної картини світу споживача та апелює до загальної системи суспільних цінностей, норм і соціальних стереотипів [10, с. 100–101].

Соціальна реклама апелює до різних рівнів людських потреб: від базових фізичних до соціальних і духовних. Вона експлуатує такі емоційні категорії, як гордість, сором, відповідальність, обов'язок, що сприяє формуванню соціально бажаних норм поведінки. У цьому контексті дослідники виокремлюють кілька типів маніпулятивного впливу: через потреби (здоров'я, безпека), духовні цінності (турбота про близьких), інтелектуальний розвиток (самореалізація) та символи (формування асоціативних реакцій) [17, 19].

Механізм маніпуляції ґрунтується на «приєднанні» до внутрішнього світу адресата, коли нав'язуване повідомлення сприймається як власне бажання. Якщо адресат інтерпретує зовнішню настанову як внутрішню потребу, маніпулятивний вплив досягає своєї мети.

Мовленнєве маніпулювання передбачає вибір і застосування шлейфу лінгвістичних засобів, що сприяють впливу на дії і ментальний світогляд реципієнта. Адже реципієнт (читач) сприймає зовнішнє тло як неодмінну складову інфоконтенту, що містить психолінгвістичні елементи. Саме вони забехпечують сприйняття повідомлення, трансформуючи сприйняття ідеї адресата, щоб нав'язати реципієнту певні патерни, уявлення для дійсність, щоб створити тло для якісних змін поведінки читача реклами, необхідних маніпулятору [1, с. 13].

Саме лінгвостилістичний рівень мовленнєвого маніпулювання, на думку авторів, надзвичайно поширенийу рекламних повідомленнях [1, с. 13].

На відміну від маніпуляції, психологічний тиск характерні прямолінійністю та безальтернативністю. Він реалізований за допомоги наказові конструкції та категоричні

Рис. 1. Рівні мовленнєвого маніпулювання

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

твердження, що не залишають простору для інтерпретації. Водночас у реальних текстах часто спостерігається поєднання цих двох стратегій: імперативний заклик підкріплений аргументацією, що підсилює переконливість повідомлення.

Ще одним важливим механізмом є психологічне програмування, яке передбачає систематичне повторення однотипних повідомлень із варіативною аргументацією. Така стратегія формує стійкі поведінкові патерни та стереотипи. У межах цього підходу активно використані так звані «якорі» – лексичні або образні елементи, що викликають стійкі асоціації та запускають ланцюг реакцій у свідомості реципієнта. Повторюваність і емоційна насиченість таких елементів забезпечують їхню ефективність [8, 9].

Йдеться про суб'єктивне відображення світу або його окремих фрагментів, яке формується у процесі осмислення інформації через лінгвістичні механізми мовленнєвого впливу та спирається на вже наявну ментально-категоріальну систему людини [13, с. 146].

Важливим прийомом маніпулятивного впливу постає інтимізація через звертання, яка формує атмосферу довіри та особистісного залучення. Паралельно використовують граматичні засоби (час і спосіб дієслова), що задають емоційний тон повідомлення. Значну роль відіграє також композиційна організація тексту: відповідно до психолінгвістичних досліджень, найкраще запам'ятовуються початок і кінець висловлення, що активно використовується в рекламних слоганах зокрема.

Водночас соціопсихоментальні аспекти функціювання соціальної реклами детально розкриває Н. Кутуза. Авторка виокремлює комплекс параметрів, що визначають ефективність маніпулятивного впливу рекламного повідомлення. До них належать, зокрема, масштаб аудиторії, гендерні особливості сприйняття (оскільки чоловіки й жінки відрізняються у реакціях на різні типи аргументації), а також вікові характеристики: діти та люди похилого віку виявляються більш чутливими до впливу, тоді як особи середнього віку – відносно стійкішими. Окрему роль відіграють психоментальні стани реципієнта: підвищена емоційність, невпевненість, залежність чи дисбаланс самооцінки посилюють сприйнятливість до маніпуляції, тоді як критичне мислення, інтелектуальний рівень і професійна обізнаність здатні її нейтралізувати. Важливими є й психофізіологічні чинники, серед яких – зниження уваги, фрагментарність мисленнєвих процесів і їхня дезінтегрованість, що створюють сприятливі умови для впливу [12, с. 12].

Висновки. Отже, соціальна реклама є потужним інструментом конструювання суспільної свідомості та формування ціннісних орієнтирів, яка вимагає власного підходу до структурування текстів і кардинально відрізняється від стандартних маркетингових моделей. Її головна мета – трансформувати зовнішню настанову у внутрішню потребу людини. Ефективність соціальної реклами забезпечується застосуванням складного комплексу інструментів, зокрема імперативних конструкцій, прийомів інтимізації, маніпулятивних стратегій та психологічного програмування. Імперативи не лише задають модель поведінки, а й створюють ілюзію вибору для адресата.

Мовленнєве маніпулювання в рекламному дискурсі реалізується через апеляцію до різних рівнів людських потреб та емоційних категорій (гордість, сором, обов'язок). Надзвичайно поширеним є лінгвостилістичний рівень маніпулювання, який, разом із психологічним тиском та використанням лексичних «якорів», формує стійкі стереотипи та поведінкові патерни. Ключем до успішної комунікації є адаптація рекламного повідомлення до лінгвістичної ментальності та психоемоційного досвіду аудиторії. На результативність впливу безпосередньо впливають соціопсихоментальні та демографічні риси реципієнтів: вік, гендер, рівень критичного мислення та поточні психофізіологічні стани.

Література:

1. Бабкова Н., Митрофанова А. С., Саліонович Л. М., Рубцова, В.В. Розробка механізму виявлення маніпулятивного потенціалу рекламних повідомлень у соціальних медіа. *Scientific papers of Berdyansk State Pedagogical University. Philological sciences*. № 23. 2025. С. 9–23. DOI https://doi.org/10.32782/2412-933X/2025-XXIII-1

2. Білаш Іван. Мовна маніпуляція як драматургічний прийом конструювання реальності в сучасній монодрамі. *Актуальні питання гуманітарних наук.* Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2025. Вип. 88. Том 1. 2025 .С. 61–66. DOI https://doi.org/10.24919/2308-4863/88-1-8

3. Бортун К.О. Засоби реалізації сугестії в імперативних висловленнях. *Закарпатські філологічні студії*. Вип. 32. Т. 1. 2023. С. 15–19. URL: http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/32/part_1/4.pdf

4. Бортун К. О. Лінгвістичні вияви сугестії: статус функції. *Березневий науковий дискурс 2024 на тему: «Детермінанти посилення ролі освіти у повоєнному відновленні України».* Збірник матеріалів ІІ Міжнародної науково-практичної конференції для освітян (м. Київ, 29 березня 2024 року). Чернігів : ГО «Науково-освітній інноваційний центр суспільних трансформацій», 2024. С. 150–153.

5. Бортун К. О. Функційно-семантичні особливості часток в імперативних висловленнях. *Science and Education a New Dimension.* Philology. Budapest, 2017. V(39). С. 11–16.

6. Бортун К. Мовні засоби експресивності в жіночих періодичних журналах. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи*. Том XIII: Утилітарна цінність наукових досліджень / [Ред.: Я. Гжесяк, І. Зимомря, В. Ільницький]. Конін – Ужгород – Перемишль. Херсон : Посвіт, 2022. С. 164–167.

7. Бортун К.О. Імператив як джерело навіювання та засіб реалізації сугестивних тактик у висловленні. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського Серія: Філологія. Журналістика*. Т. 33 (72) № 1. Ч. 1. 2022. С. 1–7. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/1_2022/part_1/1-1_2022.pdf

8. Бортун К.О. Моделі форм імператива 3-ї ос. як вияв мовної сугестії. *Авіація, промисловість, суспільство* : матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Кременчук, 16 травня 2024 року). Харків : ХНУВС, 2024. С. 411–414.

9. Бортун К. О. Функційно-семантичні особливості часток в імперативних висловленнях. *Science and Education a New Dimension. Philology.* Budapest, 2017. V(39). С. 11–16.

10. Бугайова, О. (2023). Лінгвістичні аспекти оптимізації соціальної реклами як виду масової комунікації. *Бібліотекознавство. Записознавство. Інформологія,* 19(3), 123–128. https://doi.org/10.32461/2409-9805.3.2023.290997

11. Крашеніннікова Т. В., Корсунська В. В. Застосування психо-лінгвістичних методів у практичній діяльності лінгвістів. *Сучасні погляди на прикладну лінгвістику* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. Дніпро, 2021. С. 26–38.

12. Кутуза Н. Фактор інтерактивної актуалізації в алгоритмі медіавпливу: теоретичні основи. *Образ*. 2022. Вип. 2 (39). С. 6–14. DOI: https://doi.org/10.21272 /Obraz.2022.2(39)-6-14

13. Медвідь О., Дойніков К., Азімова О. (2024). Прагмалінгвальні засоби впливу на аудиторію в масмедіа. *Філологічні трактати*, 16(1). URL: https://www. doi.org /10.2 1272 /Ftrk.2024.16(1)-14

14. Мирослава Кірієнко, Марія Даниленко Комунікативно-прагматичні особливості англомовного рекламного дискурсу. (2025). *Journal of Cross-Cultural Education*, 6 (2), 91–102. https://doi.org/10.31652/2786-9083-2025-6(2)-91-102

15. Попова Н.М. Психолінгвістичні аспекти комерційних слоганів іспаномовної реклами. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія. 2023. Вип. 63. С. 73–77. URL: http://nbuv .gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2023_63_18

16. Попова Н. М., Кузьменко Д. В. Лінгвокомунікативні особли-вості сучасної іспаномовної Інтернет-реклами. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. 2022. Том 33 (72). № 1. Ч. 1. С. 208–213. https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.1-1/36

17. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. Київ : Видавничий центр «Київський ун-т», 1999. 307 с.

18. Разумова Г. В., Гнатченко О. В. Психологічні механізми впливу реклами на споживача. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. 1(24). С. 138–144.

19. Чалдіні Р. Психологія впливу. Київ : КСД, 2017. 345 с.

20. Bortun K., Chekaliuk V., Kravchenko O., et al., Detection of Typical Aggressive Lexical Markers through Authorisation of Publicistic Texts. *Forum for Linguistic Studies.* 2024. 6(6), с. 172–183. DOI: https://doi.org/10.30564/fls.v6i 6.7051

Дата першого надходження статті до видання: 22.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 10.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

УДК 81'42:61:355
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.7

Юлія ДЕМ'ЯНЧУК
кандидат економічних наук,
асистент кафедри перекладознавства та контрастивної лінгвістики імені Григорія Кочура,
Львівський національний університет імені Івана Франка
ORCID: 0000-0001-8722-5568

КОГНІТИВНО-ДИСКУРСИВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ВОЄННОЇ СЕМАНТИКИ В ТЕРМІНОСИСТЕМІ КРИЗОВОЇ МЕДИЦИНИ

"*… навіть наймудріші не можуть передбачити всього*"
Джон Рональд Руел Толкін "The Lord of the Rings"

У статті запропоновано когнітивно-дискурсивну модель системи воєнної семантики в терміносистемі кризової медицини. Окреслено два взаємопов'язані, але семантично різні вектори воєнної семантики – інституційно-організаційний та антропологічно-екзистенційний, що зумовлюють формування військово-медичної та воєнно-медичної макрогруп. Розглянуто їхню внутрішню фреймову організацію з поділом на макро- й мікрогрупи відповідно до фреймово-функціонального принципу структурування матеріалу. Головну увагу зосереджено на зіставному аналізі особливостей уживання термінології кризової медицини в офіційно-діловому, публіцистичному та художньому стилях. Аналіз показав, що військово-медична макрогрупа репрезентує інституційно-процедурний порядок медичного забезпечення, натомість воєнно-медична макрогрупа фокусує увагу на медичних наслідках збройного протистояння. Для пояснення структурної організації терміносистеми використано фреймовий підхід – когнітивний інструмент моделювання знань, що забезпечив її опис як цілісної структурно-функціональної моделі. Простежений матеріал засвідчує поліфункційність термінології кризової медицини та варіативність її реалізації залежно від стилю. Отримані результати є підтвердженням того, що тільки комплексний аналіз із поєднанням когнітивно-дискурсивного, функціонально-стильового і лінгвополітичного підходів дозволяє адекватно пояснити закономірності організації воєнної семантики в терміносистемі кризової медицини.

Ключові слова: *терміносистема кризової медицини, воєнна семантика, термінологія кризової медицини, мова війни, когнітивно-дискурсивна модель, фрейм.*

Yulia Demyanchuk. COGNITIVE-DISCURSIVE MODELLING OF WARTIME SEMANTICS IN THE TERMINOLOGY SYSTEM OF CRISIS MEDICINE

The article proposes a cognitive–discursive model of the system of wartime semantics within the terminology system of crisis medicine. Two interrelated yet semantically distinct vectors of wartime semantics are outlined – the institutional-organizational and the anthropological-existential, which determine the formation of the military-medical and the wartime-medical macrogroups. Their internal frame-based organization is examined, with a division into macro- and microgroups in accordance with the frame-functional principle of structuring the material. The main focus is placed on a comparative analysis of how terminology of crisis medicine functions in the official-business, publicistic, and literary styles. The analysis has shown that the military-medical macrogroup represents the institutional and procedural order of medical support, whereas the wartime-medical macrogroup focuses on the medical consequences of armed confrontation. To obtain the results, a frame-based approach was employed as a cognitive tool for knowledge modelling, which made it possible to describe the terminological system as an integral structural-functional model. The analysed material attests to the polyfunctionality of terminology of crisis medicine and its dependence on the stylistic mode of functioning. The findings confirm that only a comprehensive analysis combining cognitive-discursive, functional-stylistic, and linguopolitical approaches makes it possible to adequately explain the patterns of the organization of wartime semantics within the terminology system of crisis medicine.

Key words: *terminology system of crisis medicine, wartime semantics, terminology of crisis medicine, war language, cognitive–discursive model, frame.*

Постановка проблеми. Медична термінологія, що функціонує в умовах війни, становить складний і багатовимірний сегмент спеціалізованої лексики, у якому поєднуються уявлення про медичну діяльність, воєнний досвід, ба більше – соціально-інституційні механізми організації допомоги. Недарма медичну термінологію воєнного часу розглядають як систему, що виникає на перетині кількох галузей – військової медицини, тактичної медицини та медицини катастроф. Ці галузі являють собою складні комплекси, які, з одного боку, постають як відносно впорядковані системи професійної номінації, що забезпечують точність фахової комунікації, а з іншого – репрезентують досвід війни як граничної ситуації людського існування, у якій медична допомога пов'язана з виживанням і тілесною вразливістю людини.

© Дем'янчук Ю., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

У цьому сенсі терміносистема кризової медицини є нічим іншим, як своєрідним гештальтом, що поєднує різнорівневі елементи медичного і воєнного знання. Такий гештальт може бути представлений у вигляді інституційно-процедурної моделі організації медичного забезпечення або ж у вигляді антропологічної моделі осмислення тілесної травми та досвіду виживання у війні. Власне ця подвійність зумовлює існування двох взаємопов'язаних, але семантично відмінних вимірів воєнної семантики – інституційно-організаційного і антропологічно-екзистенційного. Тому в когнітивному підході до вивчення мовних фактів, процесів і явищ акцент робиться передусім на їхньому зв'язку з людською свідомістю та на когнітивній репрезентації досвіду [1]. Описати терміносистему кризової медицини з когнітивної точки зору означає охарактеризувати її роль у концептуалізації воєнної реальності, у фіксації в нашій свідомості структур знання і колективного досвіду, у процесах сприйняття та осмислення всього того, з чим людина стикається в умовах війни.

Разом із тим проблема мовної організації терміносистеми кризової медицини залишається недостатньо розробленою. Питання про те, яким чином воєнна семантика структурує терміносистему кризової медицини, які когнітивні моделі лежать в основі її організації та як ця термінологія функціонує в різних стилістичних регістрах, досі не отримало системного лінгвістичного пояснення. Саме тому постає потреба у комплексному дослідженні, яке поєднає когнітивно-дискурсивний, функціонально-стильовий і лінгвополітичний підходи та дасть змогу змоделювати структурну організацію воєнної семантики в терміносистемі кризової медицини.

Аналіз останніх досліджень. Огляд сучасних досліджень, присвячених вивченню медичної термінології та когнітивних механізмів репрезентації медичних знань, засвідчує багатовекторність підходів до інтерпретації структури й функціонування спеціальної медичної лексики. У сучасному мовознавстві медична термінологія дедалі частіше постає як сукупність номінативних одиниць і водночас як складна когнітивно-дискурсивна система, що відображає процеси концептуалізації медичного досвіду.

Особливу увагу привертають праці, що висвітлюють когнітивні аспекти медичної термінології. Передусім, М. Р. Дам аналізує динамічні варіації значення в англійській медичній термінології з позицій соціокогнітивного підходу, що уможливлює простежити взаємодію мовних, когнітивних і соціальних чинників у формуванні спеціальної лексики [21]. Дж. Чіміно, З. Лі та Ч. Венг зосереджують увагу на дослідженні термінології клінічного мислення й клінічного міркування, розглядаючи її як важливий інструмент структуризації медичних знань і професійної комунікації [17].

Когнітивні механізми прийняття медичних рішень розглядають В. Бай, Ц. Чжан та І. Чжай, які пропонують розширену багатогранулярну ймовірнісну модель аналізу медичних даних на основі методу MULTIMOORA та доказового міркування [15]. Разом із тим І. Х. Ісраїлова досліджує роль метафоричних і фреймових моделей у когнітивній репрезентації медичних знань у процесі викладання медичної англійської мови, підкреслюючи значення когнітивних структур у засвоєнні спеціалізованої лексики [29]. Вагомий внесок у дослідження когнітивної обробки медичної інформації здійснили М. Р. Оґєля та Л. Оґєля, які аналізують можливості застосування когнітивних інформаційних систем у семантичному аналізі медичних зображень, що свідчить про інтеграцію лінгвістичних і комп'ютерних підходів у сучасному вивченні медичних знань [36].

У вітчизняному мовознавстві когнітивні аспекти медичної термінології висвітлено у працях Т. А. Єщенко, де розглянуто роль концептуальної метафори в утворенні медичних термінів [13], а ще у дослідженнях Л. В. Застріжної, Г. М. Царик та О. Й. Снітовської, які пропонують моделі когнітивного структурування англійськомовної медичної термінології [14]. Попри значну кількість досліджень, присвячених когнітивному аналізу медичної термінології, проблема функціонування медичної терміносистеми в умовах війни залишається недостатньо опрацьованою. Особливо це стосується взаємодії трьох взаємопов'язаних сфер медичного забезпечення – військової медицини, тактичної медицини та медицини катастроф, які в умовах сучасних воєнних конфліктів формують новий комплекс спеціалізованої лексики, пов'язаної з кризовим медичним реагуванням.

Вихід на дослідження терміносистеми кризової медицини є результатом попереднього аналізу феномену лінгвополітичної синергетики мови війни, що дає змогу розглядати мовні процеси у сфері воєнної комунікації як складну багаторівневу систему взаємодії політичних, соціальних і когнітивних чинників. У такій дослідницькій пара-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

дигмі запропоновано новий напрям студій – лінгвістика кризової медицини, яка постає як один із концептуальних сегментів лінгвополітичної синергетики та репрезентує мовні механізми осмислення медичного досвіду війни (див. праці Ю. Дем'янчук "Лінгвістика кризової медицини як напрям лінгвополітичної синергетики" та "До питання сутності терміносистеми кризової медицини").

Метатеоретичні засади такого підходу сформульовано у низці праць Ю. Дем'янчук, присвячених становленню лінгвополітичної синергетики, концептуалізації мови війни, дослідженню воєнно-політичної лексики, метафор війни, фразеології воєнного дискурсу та особливостей воєнної комунікації в різних стилістичних регістрах [2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12]. У цих працях окреслено теоретичні засади аналізу мовних процесів у воєнному дискурсі та обґрунтовано можливість застосування синергетичного підходу до дослідження терміносистем, що формуються під впливом воєнних подій. Отже, наші попередні дослідження створюють теоретичне підґрунтя для аналізу воєнної семантики в терміносистемі кризової медицини, проте когнітивно-дискурсивне моделювання її структурної організації та стилістичної варіативності досі не стало предметом системного лінгвістичного аналізу, що й зумовлює актуальність запропонованої студії.

Мета статті – змоделювати когнітивно-дискурсивну систему воєнної семантики в терміносистемі кризової медицини та на основі когнітивно-дискурсивного, функціонально-стильового і лінгвополітичного підходів визначити її семантичні вектори, фреймову організацію і закономірності функціонування відповідної термінології в різних стилістичних регістрах.

Виклад основного матеріалу дослідження. У лінгвістиці кризової медицини медична термінологія постає інструментом концептуалізації війни. Воєнна семантика задає смислові параметри її функціонування в різних дискурсивних режимах і актуалізує два виміри війни – інституційно-організаційний та антропологічно-екзистенційний. Відповідно виокремлюємо дві макрогрупи медичних термінів – військово-медичну та воєнно-медичну, що репрезентують відмінні дискурсивні вектори воєнної семантики в текстах офіційно-ділового, публіцистичного й художнього стилів. Військово-медична макрогрупа пов'язана з інституційно-процедурною організацією медичного забезпечення війська: нормативним регламентуванням допомоги, логістикою евакуації, стандартизацією протоколів, підготовкою персоналу, а також із ієрархічною побудовою військово-медичної системи (командно-управлінською вертикаллю медичної служби, розмежуванням компетенцій, рівнями медичної допомоги, маршрутизацією пацієнтів). Воєнно-медична макрогрупа фокусується на медичних наслідках війни як події – травмі, втраті працездатності, документуванні злочинів, переживанні болю і фізичної крихкості. Методологічною основою структурування макрогруп слугує фреймовий підхід: фрейм розуміємо як когнітивну модель організації знань, що впорядковує типові сценарії, ролі, процеси й оцінні параметри певної ситуації. Саме фрейм визначає внутрішню структуру макрогруп і зумовлює виокремлення мікрогруп термінів.

Аналіз функціонування зазначених макрогруп розпочинаємо з офіційно-ділового стилю, послідовно дотримуючись обраної методології.

Дослідження термінів офіційно-ділового стилю спирається на нормативно-регламентний критерій, адже в цьому функціональному різновиді мови медична термінологія використовується як засіб правового визначення, процедурного унормування, ба більше, адміністративного управління. У цій площині термінологія кризової медицини виконує передусім: регулятивно-нормативну і класифікаційно-експертну функції.

ВІЙСЬКОВО-МЕДИЧНА МАКРОГРУПА ТЕКСТІВ ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОГО СТИЛЮ становить термінологічну систему, за допомогою якої кодифікується порядок функціонування військово-медичного забезпечення. Вона не відтворює досвід лікування, а структурує алгоритм організації медичної служби, охоплює питання підпорядкування, розмежування компетенцій, маршрутизації пацієнтів, ведення документації, стандарти надання допомоги, механізми міжінституційної взаємодії. Її внутрішня організація ґрунтується на доктринально-процедурних фреймах, зокрема: CHAIN OF MEDICAL COMMAND, PATIENT ROUTING SYSTEM, MEDICAL RECORD REGULATION, LEVELS OF CARE, MEDICAL EDUCATION STANDARDIZATION. Це зумовлює виокремлення таких мікрогруп: адміністративно-облікові номінації військово-медичного забезпечення; інфраструктурно-організаційні номінації військово-медичної служби; статистично-звітні номінації медичних втрат і госпіталізації; нормативно-правові номінації медичної допомоги спеціаль-

ним категоріям осіб; номінації нормативного забезпечення військово-медичної освіти.

Адміністративно-облікові номінації військово-медичного забезпечення: wounded / поранені; dressing stations / перев'язувальні пункти; station for slightly wounded / пункт для легко поранених; surgeons / хірурги; field hospital / польовий госпіталь; definitive treatment / остаточне лікування; division surgeon / дивізійний хірург; patients / пацієнти; line of communications / лінія комунікацій (тилова зона забезпечення).

Військове міністерство США у Документі № 504 "Настанова для Медичного департаменту" (War department "Manual for the Medical Department", 1917), підготовленому Управлінням Головного хірурга, у розділі "Records of Sick and Wounded" (параграф 572) нормативно регламентує процедури реєстрації, переведення і евакуації поранених. У тексті документа зазначено:

"572 (b) Those of wounded who are returned to their organizations direct from dressing stations (par. 682) or from the station for slightly wounded (par. 714a) will be removed upon their reporting for duty and be turned over to the surgeons of their several organizations, respectively.

(c) Those of wounded who are admitted to a field hospital and retained there for definitive treatment will be removed and forwarded to the division surgeon. If the patients are subsequently transferred to the line of communications, they will not be retagged, but will be accompanied by transfer lists in regular form (par. 583)" [44, с. 172] (переклад: (b) Поранені, яких повертають до своїх підрозділів безпосередньо з перев'язувальних пунктів (параграф 682) або з пункту для легко поранених (параграф 714a), знімаються з обліку після прибуття для подальшого проходження служби та передаються хірургам відповідних підрозділів. (c) Поранені, яких госпіталізовано до польового госпіталю й залишено там для остаточного лікування, знімаються з обліку та направляються до дивізійного хірурга. Якщо згодом пацієнтів переводять до тилової зони (лінії комунікацій), їх повторно не маркують, а нададуть списки переведення у звичайній формі (параграф 583).

Інфраструктурно-організаційні номінації військово-медичної служби: American hospital units / американські госпітальні підрозділи; Red Cross Base Hospitals / базові госпіталі Червоного Хреста; British General Hospitals / британські генеральні госпіталі; camp hospitals / табірні госпіталі; base hospitals / базові госпіталі.

У праці "Медичне забезпечення Американських експедиційних сил у Франції під час Першої світової війни" (J. H. Jaffin "Medical Support for the American Expeditionary Forces in France during the First World War") майор Джонатан Г. Джаффін, спираючись на матеріали Чарльза Лінча, Джозефа Г. Форда та Френка В. Віда (Ch. Lynch, J. H. Ford, F. W. Weed "The Medical Department of the United States Army in the World War"), у розділі "Medical Operations" описує першу фазу організації медичного забезпечення Американських експедиційних сил у Франції (травень 1917 року – травень 1918 року). У цей період відбулося розгортання американських госпітальних підрозділів на французькому театрі воєнних дій, зокрема мобілізація базових госпіталів Червоного Хреста, їх інтеграція в британську госпітальну систему, а ще формування власної структури табірних і базових госпіталів для медичного забезпечення американських та союзницьких військ. Документ містить таке положення:

"The first phase began when American hospital units first arrived in France. These units were the Red Cross Base Hospitals, which the Army rapidly mobilized and sent overseas. The first six to arrive in France took over British General Hospitals and provided hospital level care for the British. Other American hospitals arriving later in the summer of 1917, remained assigned to the American forces. They provided care in the camp hospitals, which treated the arriving Americans, and in base hospitals, which cared for sick American and sick and wounded French soldiers" [30] (перекладач: "Перша фаза розпочалася тоді, коли американські госпітальні підрозділи вперше прибули до Франції. Це були базові госпіталі Червоного Хреста, які армія швидко мобілізувала та направила за кордон. Перші шість підрозділів, що прибули до Франції, перейняли функції британських генеральних госпіталів й забезпечували стаціонарну допомогу британським військовослужбовцям. Інші американські госпіталі, що прибули пізніше влітку 1917 року, залишалися підпорядкованими американським силам. Вони надавали медичну допомогу в табірних госпіталях, де лікували щойно прибулих американських військових, а також у базових госпіталях, які опікувалися хворими американськими військовослужбовцями та хворими й пораненими французькими солдатами").

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

Статистично-звітні номінації медичних втрат і госпіталізації: total number of cases / загальна кількість випадків; hospital treatment / лікування в госпіталі; battle casualties / бойові втрати; disease / захворювання; troops / військовослужбовці; minor ailments / незначні недуги.

У книзі "Медичні служби" (Sir Andrew Macphail "The Medical Services"), що є частиною "Official History of the Canadian Forces in the Great War 1914–1919" ("Офіційна історія Канадських збройних сил у Великій війні 1914–1919 років"), виданої за дорученням Міністра національної оборони під керівництвом Генерального штабу, сер Ендрю Макфейл наголошує на тому, що під час підготовки праці мав повний доступ до архівів Департаменту національної оборони. Розділ XX "The Mortality of War and Strength of Services" містить узагальнені статистичні дані про госпіталізацію особового складу Канадських збройних сил протягом воєнного періоду:

"The total number of cases receiving hospital treatment up to August 31, 1919, was 539,690 of which 144,606 were battle casualties and 395,084 of disease. This gives a rate for all causes, 1290-96 per 1,000 troops; for disease 945 05; for battle casualties 345-90 per 1,000 troops. This number does not include soldiers treated for minor ailments, civilians of various kinds attached to the army, or the civil population in occupied areas" [41, с. 247] (переклад: Загальна кількість випадків, що отримали лікування в лікарнях станом на 31 серпня 1919 року становила 539 690, з яких 144 606 припадало на бойові втрати, а 395 084 – на захворювання. Це відповідає загальному показнику 1290,96 на 1000 військовослужбовців; для захворювань – 945,05; для бойових втрат – 345,90 на 1 000 військовослужбовців. До цієї кількості не включено військовослужбовців, які отримували лікування з приводу незначних недуг, цивільних осіб різних категорій, приписаних до армії, а також цивільне населення на окупованих територіях).

Нормативно-правові номінації медичної допомоги спеціальним категоріям осіб: medical care / медична допомога; persons deprived of their liberty by NATO forces / особи, позбавлені свободи силами НАТО; medical ethics and applicable law of the host nation / принципи медичної етики та чинне законодавство держави перебування; persons deprived of their liberty receive medical care / особи, позбавлені свободи, отримують медичну допомогу; to be treated, evacuated and discharged / підлягати лікуванню, евакуації та виписці.

Доктринальний документ НАТО "AJP-4.10. Спільна об'єднана доктрина з медичного забезпечення" (North Atlantic Treaty Organization, "AJP-4.10 Allied Joint Doctrine for Medical Support"), розділ D "Medical Care for Persons Deprived of Their Liberty", пункт 1.5.6, визначає принципи надання медичної допомоги особам, позбавленим свободи, під час операцій Альянсу. У ньому йдеться:

"Medical care to any persons deprived of their liberty by NATO forces should be consistent with medical ethics and applicable law of the host nation, the troop contributing nations and international agreements. International law requires that persons deprived of their liberty receive medical care and attention defined by their condition and that they are to be treated, evacuated and discharged from medical care using the same clinical criteria as applied to the capturing nation's own personnel" [35, с. 17] (переклад: "Медична допомога будь-яким особам, позбавленим свободи силами НАТО, повинна надаватися відповідно до принципів медичної етики та чинного законодавства держави перебування, держав, що надають війська, а також міжнародних угод. Міжнародне право вимагає, щоб такі особи отримували медичну допомогу та догляд відповідно до стану їхнього здоров'я, а їх лікування, евакуація та виписка з-під медичного нагляду здійснювалися за тими самими клінічними критеріями, що застосовуються до власного особового складу держави, яка здійснила захоплення").

Забезпечення доступу до екстреної і невідкладної медичної допомоги в умовах кризи: emergency medical teams (EMTs) / екстрені медичні бригади; EMT coordination cells (EMTCC) / координаційні осередки екстрених медичних бригад; to provide trauma and emergency services / надавати травматологічну та невідкладну допомогу; to improve the quality of care / підвищувати якість медичної допомоги; to optimize response times / оптимізувати час реагування.

Стратегічний план реагування, розроблений Всесвітньою організацією охорони здоров'я, спрямований на мінімізацію смертності та захворюваності серед усіх осіб, які постраждали від війни в Україні, незалежно від їхнього місця перебування – як на території держави, так і в країнах, що приймають біженців. У документі "Стратегічний план реагування на кризу в Україні (червень – грудень 2022 року)" (World Health Organization "Ukraine crisis strategic response plan for

June – December 2022"), у розділі "Ukraine response pillars", підрозділі "Access to life-saving critical care and essential health services, and support for health system recovery", у межах напряму Service delivery, наголошується на необхідності забезпечення безперервного доступу до невідкладної медичної допомоги, а ще посилення спроможності системи охорони здоров'я реагувати на кризові виклики. У документі зазначено:

"Deploy or strengthen emergency medical teams (EMTs) and relevant coordination structures, such as EMT coordination cells (EMTCC), to provide trauma and emergency services, to improve the quality of care, optimize response times and provide predictable and timely responses to affected populations through providing ongoing technical support, training and supplies" [47] (переклад: "Розгортати або посилювати екстрені медичні бригади (Emergency Medical Teams, EMTs) та відповідні координаційні структури, зокрема координаційні осередки EMT (EMT Coordination Cells, EMTCC), з метою надання травматологічної та невідкладної медичної допомоги, підвищення якості медичної допомоги, оптимізації часу реагування та забезпечення передбачуваного й своєчасного реагування для постраждалого населення шляхом надання постійної технічної підтримки, навчання та матеріально-технічних ресурсів").

Номінації нормативного забезпечення військово-медичної освіти: state standards of medical education / державні стандарти медичної освіти; requirements of customer Medical Corps of the Ukrainian Armed Forces / вимоги Медичної служби Збройних Сил України; achieving NATO standards / досягнення відповідності стандартам НАТО; European military education facilities / європейські військові освітні установи.

Підпункт "UMMA Group of Organization & Support of Distributed Learning (DLO)" інформаційного документа "Підготовка та освіта під час війни: потреби військової медицини України (MILMED)" ("Training & Education in War: Ukrainian MILMED Requirements"), підготовленого Partnership for Peace Consortium спільно з ADL Working Group / George C. Marshall European Center for Security Studies, містить аналітичне обґрунтування досвіду та наявних прогалин військової медицини України (MILMED) у сфері підготовки та освіти в умовах війни. Документ визначає потреби та принципи вдосконалення координації навчання й освітньої співпраці у сфері безпеки з метою забезпечення ефективного застосування сил, а також формулює рекомендації для НАТО, ЄС, ООН і окремих держав щодо реалізації національних і багатосторонніх заходів із посилення підтримки освітньої та навчальної діяльності MILMED України. Хоча рекомендації орієнтовані на український контекст, закладені в них принципи мають універсальний характер і повинні враховуватися союзниками та партнерами в процесі підвищення готовності шляхом розвитку систем розподіленого навчання у сфері підготовки та освіти військових сил. Визначено такі ключові вимоги до системи підготовки та атестації військово-медичного персоналу:

"1. Correspondence to state standards of medical education. 2. Correspondence to requirements of customer Medical Corps of the Ukrainian Armed Forces. 3. Achieving NATO standards. 4. Train-the-trainer courses for ADL. 5. The receipt of formal qualifications from NATO / Partner institutions and formal recognition of Ukrainian and European military education facilities. 6. Developing automated processes for use when staff is limited. 7. Interoperability, translation, and quality-assurance of learning content needs development. 8. Capture and incorporate both national and partnership lessons. 9. Economic efficiency" [37, с. 17] (переклад: "1. Відповідність державним стандартам медичної освіти. 2. Відповідність вимогам Медичної служби Збройних Сил України. 3. Досягнення відповідності стандартам НАТО. 4. Проведення курсів підготовки інструкторів для системи дистанційного навчання (Advanced Distributed Learning, ADL). 5. Отримання формальних кваліфікацій у навчальних закладах НАТО або держав-партнерів та офіційне визнання українських і європейських військових освітніх установ. 6. Розроблення автоматизованих процесів для застосування в умовах обмеженого кадрового ресурсу. 7. Розвиток сумісності, перекладу та системи забезпечення якості навчального контенту. 8. Узагальнення та впровадження як національного, так і партнерського досвіду. 9. Економічна ефективність).

ВОЄННО-МЕДИЧНА МАКРОГРУПА ТЕКСТІВ ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОГО СТИЛЮ є сукупністю термінологічних одиниць, що забезпечують нормативну класифікацію, експертну оцінку, правове визначення медичних наслідків війни. Ця макрогрупа слугує інструментом регламентованої категоризації ушкоджень, установлення причинно-наслідкових зв'язків і визначення

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

юридично значущого статусу випадку. Внутрішня організація макрогрупи спирається на доктринально-класифікаційні фрейми, як-от: CASUALTY CLASSIFICATION SYSTEM, WAR-RELATED PATHOLOGY ASSESSMENT FRAME, DISABILITY ASSESSMENT FRAME, MEDICAL-LEGAL STATUS DETERMINATION, TACTICAL-MEDICAL CORRELATION. Макрогрупа включає такі мікрогрупи: нормативно-класифікаційні номінації медичних випадків у воєнних умовах; експертно-оцінні та реєстраційні номінації воєнно зумовлених патологій; нормативно-кореляційні номінації взаємозалежності тактичних і медичних чинників; організаційно-процедурні номінації польового медичного забезпечення.

Нормативно-класифікаційні номінації медичних випадків у воєнних умовах: trench foot / траншейна стопа; sustained in battle / отримане в бойових діях; nonbattle injury / небойова травма; initial admission / первинна госпіталізація; battle wound / бойове поранення; disease / захворювання; injury / травма; battle casualty / бойова втрата.

У третьому томі офіційної серії "Медична служба Армії Сполучених Штатів. Профілактична медицина у Другій світовій війні" ("Medical Department, United States Army. Preventive medicine in World War II") у книзі "Індивідуальні профілактичні заходи та імунізація" (J. B. Coates та E. C. Hoff "Personal Health Measures and Immunization"), у підрозділі "Classification of Army Casualties (Army Regulations)", під редакцією головного редактора полковника Джона Бойда Коутса-мол. та редактора розділу профілактичної медицини Еббе Кертіса Гоффа, виданій Office of the Surgeon General, Department of the Army, викладено нормативно регламентовану систему класифікації медичних випадків на бойові та небойові:

"The classification in most instances is obvious but in others is arbitrary. Trenchfoot, although sustained in battle, is classified as a nonbattle injury. Also, when an individual is admitted with both a disease and an injury, the classification is according to the more serious condition at time of initial admission. When an individual with battle wound and disease or injury is admitted, he is classed as battle casualty. The three major groups are well defined by regulations, but the subdivisions of nonbattle injury are not well distinguished" [19, с. 236] (переклад: "У більшості випадків класифікація є очевидною, проте в окремих випадках вона має умовний характер. Траншейна стопа, хоча й виникає в умовах бойових дій, відноситься до категорії небойових ушкоджень. У випадку госпіталізації з поєднанням захворювання та травми класифікація визначається відповідно до більш тяжкого стану на момент первинного надходження. Якщо ж військовослужбовець госпіталізований із бойовим пораненням у поєднанні із захворюванням або іншою травмою, він класифікується як бойова втрата. Хоча три основні групи чітко регламентовані нормативними документами, підкатегорії небойових ушкоджень не мають достатньо чіткого розмежування").

Експертно-оцінні та реєстраційні номінації воєнно зумовлених патологій: gas poisoning / газове ураження; «nil» / відсутність інвалідності; no disability / відсутність інвалідності; pensioners / особи, що отримували пенсійне забезпечення.

У другому томі видання "Медичні служби (Захворювання воєнного періоду)" (Sir W. G. Macpherson, Sir W. P. Herringham, T. R. Elliott та A. Balfour "Medical Services (Diseases of the War)"), який охоплює медичні аспекти авіації, газової війни та газових уражень у танках і шахтах, за редакцією генерал-майора сера Вільяма Ґранта Макферсона, генерал-майора сера Вілмота Паркера Геррінгема, полковника Томаса Рентона Елліота та підполковника Артура Бальфура, у розділі XVII "Invalidism from Gas Poisoning" розглянуто проблему довготривалої втрати працездатності внаслідок газових уражень у Сполученому Королівстві. Тривалі наслідки газового отруєння оцінюються на підставі даних про інвалідність, що надавала право на пенсійне забезпечення. Разом із цим у реєстраційних матеріалах відсутня можливість точного розмежування виду газу, який спричинив кожне окреме ураження. Аналіз інформації, наданої Міністерством у справах пенсій, відображає загальний характер тривалих порушень здоров'я без диференціації за типом застосованої отруйної речовини. Документ містить таке положення:

"During the twelve months period, August 1919–1920, the resurvey boards made 26,156 examinations of cases of gas poisoning. Many of these men were examined more than once during that period, and the total number of individual cases examined is calculated to have been about 22,000. But of this number 3,136 were at once classed as "nil", since they showed no disability, leaving the total number of pensioners as about 19,000" [42, с. 517] (переклад: "Протягом дванадцятимісячного періоду з серпня 1919 по серпень 1920 року, комісії повторного медичного огляду про-

вели 26 156 обстежень осіб, які зазнали газового ураження. Багатьох із цих військовослужбовців оглядали неодноразово протягом зазначеного періоду, і загальна кількість індивідуальних випадків, за оцінками, становила близько 22 000. З цієї кількості 3 136 осіб було одразу віднесено до категорії «nil» (відсутність інвалідності), оскільки у них не було встановлено втрати працездатності, що залишило загальну кількість пенсіонерів на рівні приблизно 19 000 осіб").

Нормативно-кореляційні номінації взаємозалежності тактичних і медичних чинників: medical problems / медичні проблеми; tactical problems / тактичні проблеми; hostile fire / ворожий вогонь; combat troops / бойові підрозділи; retards or prevents the movement of casualties / уповільнює або унеможливлює евакуацію поранених; traverse / долати; to move wounded / переміщувати поранених; weather that embarrasses tactical operations / погодні умови, що ускладнюють ведення тактичних операцій; increases the number of sick to be evacuated / збільшує кількість хворих, які підлягають евакуації.

У польовому медичному посібнику "FM 8-10. Польовий медичний посібник. Медичне забезпечення польових підрозділів" (War Department "FM 8-10 Medical Field Manual. Medical Service of Field Units"), виданому Військовим міністерством США 28 березня 1942 р., у розділі II "General Tactical Considerations", пункті 13h, підкреслюється безпосередня залежність медичного забезпечення від тактичної обстановки. У документі зазначено:

"Medical problems are highly correlated with tactical problems. The same hostile fire that stops combat troops retards or prevents the movement of casualties. Terrain that is difficult for troops to traverse is even more difficult over which to move wounded. Weather that embarrasses tactical operations usually increases the number of sick to be evacuated" [45, с. 18] (переклад: "Медичні проблеми тісно пов'язані з тактичними. Той самий ворожий вогонь, що зупиняє бойові підрозділи, уповільнює або унеможливлює евакуацію поранених. Місцевість, яку складно долати військам, є ще більш несприятливою для переміщення поранених. Погодні умови, що ускладнюють проведення тактичних операцій, зазвичай збільшують кількість хворих, які потребують евакуації").

Організаційно-процедурні номінації польового медичного забезпечення: company / рота (у складі польової санітарної роти); to provide stretcher squads for the clearance of casualties / формувати носильні групи для збору й евакуації поранених; treatment and evacuation / надання медичної допомоги та подальша евакуація; to afford treatment of the most urgent kind / надавати виключно невідкладну допомогу; the arrest of haemorrhage / зупинка кровотечі; the treatment of shock / лікування шоку (протишокова терапія); the immobilisation of fractures / іммобілізація переломів; casualty collecting centre / пункт збору поранених; all cases should be evacuated as rapidly as circumstances permitted / усі випадки підлягали якнайшвидшій евакуації залежно від обстановки; headquarters of the field ambulance / штаб польової санітарної роти; designed to form a main dressing station / призначений для розгортання головного перев'язочного пункту.

XIII розділ "Медичні служби в польових умовах" (A. E. Crew "The Medical Services in the Field") першого тому "The Army Medical Services. Administration" (1953), що входить до серії "History of the Second World War. United Kingdom Medical Series", розкриває, що на момент відправлення Британського експедиційного корпусу до Франції у вересні 1939 року організація медичних служб у польових умовах майже не відрізнялася від моделі, сформованої наприкінці Першої світової війни. Медичне забезпечення бойових частин (піхотних батальйонів, артилерійських полків) здійснювалося полковим лікарем із залученням санітарів-носильників і медичних санітарів частини, які забезпечували збір поранених, надання першої допомоги і їх транспортування до полкового медичного пункту. Найближчим до лінії фронту дивізійним медичним підрозділом була польова санітарна рота, яка формувалася з розрахунку три на дивізію. Як зазначає автор:

"Each company was equipped and staffed to provide stretcher squads for the clearance of casualties from the R.A.P., and to establish an advanced dressing station to which these casualties were brought for treatment and evacuation. The A.D.S. was intended to afford treatment of the most urgent kind only, i.e. the arrest of haemorrhage, the treatment of shock and the immobilisation of fractures. It was not intended to retain patients but to function chiefly as a casualty collecting centre from which all cases should be evacuated as rapidly as circumstances permitted. The headquarters of the field ambulance held more elaborate equipment and was designed to form a main dressing station (M.D.S.) some few

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

miles behind the A.D.S." [20, с. 458] (переклад: "Кожна рота була оснащена та укомплектована для формування носильних груп з метою збору та евакуації поранених із полкового медичного пункту (Regimental Aid Post (R.A.P.)), а також для розгортання передового перев'язочного пункту (Advanced Dressing Station (A.D.S.)), куди доставляли цих поранених для надання допомоги та подальшої евакуації. Передовий перев'язочний пункт (A.D.S.) призначався виключно для надання невідкладної допомоги, а саме: зупинки кровотечі, лікування шоку та іммобілізації переломів. Він не був розрахований на тривале перебування поранених, а функціонував переважно як пункт збору поранених, з якого всі випадки мали евакуйовуватися якнайшвидше залежно від обставин. Штаб польової санітарної роти мав більш розширене оснащення та призначався для розгортання головного перев'язочного пункту (Main Dressing Station (M.D.S.)), розташованого за кілька миль позаду A.D.S.").

На наше глибоке переконання, військово-медична та воєнно-медична макрогрупи текстів офіційно-ділового стилю формують нормативно структуровану терміносистему, яка через доктринально окреслені мікрогрупи кодифікує алгоритми організації медичного забезпечення, класифікації втрат і юридичної кваліфікації наслідків війни. Натомість у публіцистичному стилі ці самі терміни набувають іншої функціональної ваги – виходять із площини регламенту й переходять у простір суспільного осмислення воєнно-медичної реальності.

Аналіз термінів публіцистичного стилю здійснюємо за функціонально-когнітивним принципом, який дає змогу виявити їхню роль у журналістській концептуалізації війни. У цьому дискурсивному середовищі термінологія кризової медицини реалізує дві домінантні функції: інституційно-операційну та антропологічно-екзистенційну.

ВІЙСЬКОВО-МЕДИЧНА МАКРОГРУПА ТЕКСТІВ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ містить лексичні одиниці, що позначають інституційно-операційний сегмент воєнного дискурсу та відображають моделі організації медичної допомоги, інфраструктурні рішення, протокольні дії й логістику порятунку в бойових умовах. Її внутрішня структура співвідноситься з фреймами MEDICAL INFRASTRUCTURE, MEDICAL LOGISTICS, EMERGENCY PROCEDURE, OPERATIONAL SAFETY, що зумовлює виокремлення таких мікрогруп: інституційно-інфраструктурний вимір військової медицини; підземна інфраструктура тактичної медицини; клінічно-протокольні стратегії контролю крововтрати; безперервність хірургічного втручання в умовах повітряної загрози.

Інституційно-інфраструктурний вимір військової медицини: The Royal Victoria Military Hospital / Королівський військовий госпіталь Вікторії; largest palace of pain / "найбільший палац болю"; brick behemoth / масивна цегляна споруда; microcosm / мікрокосм ("малий світ"); field hospitals / польові госпіталі; mobile morgues / мобільні морги; Air Force Medical Reserve hospital units / резервні госпітальні підрозділи Медичної служби Повітряних сил; Air Force Hospital / госпіталь Повітряних сил; Air Reserve Center / центр резерву Повітряних сил; Air Force Reserve personnel / особовий склад Резерву Повітряних сил.

Інституційно-інфраструктурний вимір військової медицини набуває наочності в текстах публіцистичного стилю, де госпіталь нерідко постає і місцем лікування, і просторово-організаційною моделлю воєнного порядку. Знаковою у цьому контексті є стаття Філіпа Хора "Палац болю: Нетлі – госпіталь, збудований для імперії солдатів" (Ph. Hoare "Palace of pain: Netley, the hospital built for an empire of soldiers") про військовий госпіталь Вікторії. У матеріалі йдеться, що він був розміром із невелике місто з власною газівнею, пекарнею, резервуаром для води, в'язницею. Проте навіть така масштабна інфраструктура виявилася неспроможною впоратися з розмахом бійні Першої світової війни:

"The Royal Victoria Military Hospital at Netley was not only England's biggest building, but also its 'largest palace of pain', according to a 1900 report. Set on the shores of Southampton Water in Hampshire, it was created in response to the Crimean war, and designed to serve an empire. It would end up ministering to apocalypse. During the first world war, this sprawling brick behemoth – a quarter of a mile long – became a microcosm of what was happening across the English Channel" [28] (переклад: "Королівський військовий госпіталь Вікторії в Нетлі був не лише найбільшою будівлею Англії, а й, за звітом 1900 року, її 'найбільшим палацом болю'. Розташований на узбережжі Саутгемптон-Вотер у графстві Гемпшир, він був створений у відповідь на Кримську війну та спроєктований для потреб імперії. Зрештою йому судилося служити апокаліпсису. Під час Першої світової війни ця масивна цегляна споруда завдовжки чверть милі перетворилася

на мікрокосм подій, що розгорталися по той бік Ла-Маншу").

Імперська архітектурна репрезентація госпіталю як символу військової могутності згодом поступається місцем іншій проблематиці – організаційній мобілізації та ефективності військово-медичних підрозділів у нових умовах тотальної війни. Зміна інституційно-інфраструктурної парадигми стає предметом осмислення в американській публіцистиці середини XX століття.

Проблему організації військово-медичних підрозділів у період Другої світової війни висвітлено в статті Говарда А. Раска "Військово-медичні підрозділи" (H. A. Rusk "Military Medical Units", The New York Times). Значна частина критики стосувалася практики вилучення сформованих медичних частин із провідних лікарень країни та їхнього направлення до навчальних таборів, де вони нерідко місяцями, а іноді й понад рік, залишалися без належного оснащення або без визначеного театру воєнних дій. Особливо гостро реагували окремі громади, обурені тим, що деякі підрозділи поспіхом скеровували на різні фронти ще до розгортання госпіталів чи інших необхідних медичних об'єктів. Показовим є приклад відомого хірурга, який упродовж перших шести місяців служби в Тихоокеанському регіоні фактично виконував роботи з інженерного забезпечення, керуючи бульдозером. Керівництво військово-медичної служби тоді виправдовувало таку модель аргументом: "Краще мати десятьох людей на службі без роботи, ніж бракувати одного тоді, коли він справді потрібен" [39]. Проте після війни, в умовах визнаного дефіциту лікарів і медичного персоналу, стало очевидно, що система охорони здоров'я не може функціонувати за принципом надлишкового "резервування кадрів" без раціонального планування. У цьому контексті автор переходить до аналізу реорганізації резервної військово-медичної системи Повітряних сил, яка покликана усунути виявлені структурні дисфункції:

"In the Air Force this is being done through ten Air Force Medical Reserve hospital units that were established last April. The ten units vary from 250 to 1,000 beds, but their organization and function are the same. The 635th Air Force Hospital, which has its headquarters at the New York Air Reserve Center, 346 Broadway, is illustrative. This unit which has an authorized strength of 178 the officers and 559 airmen, is manned by Air Force Reserve personnel" [39] (переклад: "У Повітряних силах це реалізується через створення десяти резервних госпітальних підрозділів Медичної служби Повітряних сил, заснованих у квітні минулого року. Кожен із десяти підрозділів розрахований на місткість від 250 до 1 000 ліжок, однак їхня організаційна структура та функціональне призначення є однаковими. Показовим прикладом є 635-й госпіталь Повітряних сил, штаб якого розташований у Нью-Йоркському центрі резерву Повітряних сил за адресою: 346 Broadway. Підрозділ має штатну чисельність 178 офіцерів і 559 військовослужбовців та укомплектований особовим складом Резерву Повітряних сил").

У сучасних умовах війни інституційно-інфраструктурний вимір військової медицини набуває оперативного характеру. Якщо в імперську добу госпіталь слугував архітектурною структурою, своєрідним "мікрокосмом" воєнної системи, то нині медична інфраструктура стає складовою стратегічного планування ще до початку активної фази бойових дій. Як зазначає Боб Вудворд у книзі "Війна" (B. Woodward "War"), розвідувальні служби США доповідали Білому дому, що наказ Путіна про вторгнення в Україну може надійти протягом "тижнів, днів або годин". Тим часом Росія превентивно розгортала систему медичного забезпечення війни, демонструючи підготовку військових і медично-логістичних структур до масштабних бойових дій. У матеріалі наголошується:

"Along Ukraine's borders, Russian field hospitals were being visibly constructed, blood banks were transported in along with more military equipment and mobile morgues for expected dead" [46, с. 112] (переклад: "Уздовж кордонів України російські польові госпіталі почали зводити у відкритий спосіб; разом із додатковою військовою технікою доставляли банки крові та мобільні морги для очікуваних загиблих").

Підземна інфраструктура тактичної медицини: Ukraine's secret underground hospital / секретний підземний шпиталь України; frontline / лінія фронту; providing help to our injured soldiers / надання допомоги нашим пораненим військовим; it keeps medical personnel safe / це забезпечує безпеку медичного персоналу; clinic's surgeon / хірург клініки.

Простір надання медичної допомоги в сучасному воєнному дискурсі поряд із лікувальною функцією виконує й безпекову. У статті Люка Гардінґа "На глибині шести метрів: як працює таємний госпіталь, що рятує українських військових після

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

ударів російських дронів" (L. Harding "Six metres below ground: inside the secret hospital treating Ukrainian soldiers injured by Russian drones") репрезентовано підземний шпиталь як приклад адаптації військово-медичної інфраструктури до новітніх загроз, насамперед атак дронів. Розташування закладу на глибині шести метрів під землею поєднує архітектурне рішення з практичним механізмом захисту поранених і медичного персоналу в умовах постійної небезпеки:

"Welcome to Ukraine's secret underground hospital. The facility opened in August and is the second of its kind, located in eastern Ukraine not far from the frontline and the city of Pokrovsk, in Donetsk oblast. "We are 6 metres below the earth. It's the safest way of providing help to our injured soldiers. And it keeps medical personnel safe," said the clinic's surgeon, Maj Oleksandr Holovashchenko" [25] (переклад: "Ласкаво просимо до секретного підземного шпиталю України. Заклад відкрився в серпні і став другим такого типу. Він розташований на сході України, неподалік від лінії фронту та міста Покровськ у Донецькій області. 'Ми перебуваємо на глибині шести метрів під землею. Це найбезпечніший спосіб надавати допомогу нашим пораненим військовим і водночас захищати медичний персонал', – зазначив хірург клініки майор Олександр Головащенко").

Клінічно-протокольні стратегії контролю крововтрати: blood pressure / артеріальний тиск; trauma victims / травмовані пацієнти; dislodge clots / зміщення (відрив) тромбів.

Девід Браун у статті "Добре озброєний медик" (D. Brown "The well-armed medic") акцентує, що кровотеча є основною причиною летальних наслідків бойових поранень, а її контроль – первинним завданням військового хірурга. Ще Амбруаз Паре у XVI столітті заклав підвалини гуманнішої та ефективнішої хірургічної практики, довівши перевагу перев'язування судин над припіканням. Цей принцип згодом став одним із базових у військовій медицині. За словами Брауна, у XX столітті проблема крововтрати набула системного характеру під час Першої та Другої світових воєн, коли масовість поранень змусила військову медицину шукати оптимальні шляхи збереження життя. Поступово стало очевидним, що зупинка кровотечі неможлива без регулювання гемодинаміки: рівень артеріального тиску безпосередньо впливає на ризик повторної крововтрати. У продовження цієї аргументації Браун наводить слова Джона Б. Голкомба, одного із хірургів, що аналізував бойову медичну практику:

"The preference for keeping the blood pressure low in trauma victims – both because they can tolerate it and because raising it can dislodge clots and make matters worse – was well understood in World War I and World War II, according to Holcomb. But by the time of Vietnam, 'it seems as if that concept was lost', he said" [16] (переклад: "За словами Голкомба, принцип підтримання зниженого артеріального тиску у травмованих пацієнтів, як з огляду на їхню здатність переносити його, так і через те, що підвищення тиску може спричинити зміщення тромбів та погіршити стан, був добре усвідомлений ще під час Першої та Другої світових воєн. Проте до періоду війни у В'єтнамі, як він зазначає, 'здається, це розуміння було втрачене'").

Безперервність хірургічного втручання в умовах повітряної загрози: pneumothorax / пневмоторакс; vascular surgeon / судинний хірург; to daub the chest with coppery betadine / обробити грудну клітку розчином бетадину; to prevent infection / запобігання інфекції; to take the scalpel at speed through skin, fascia and pleural membrane / швидко провести скальпелем по шкірі, фасції та плевральній оболонці; to insert a large-bore chest drain / вводити широкопросвітний грудний дренаж; blood and air start to bubble from the lung into a flask / кров і повітря починають виходити з легені в колбу; soldier's oxygen saturations climb up / рівень насичення крові киснем у солдата підвищується.

Рейчел Кларк у статті "Коли лунають сирени, діє правило: розпочату операцію не переривають: доба з лікарями на українській лінії фронту" (R. Clarke "We have a rule when we hear the sirens: if you've started operating, you don't stop: 24 hours with doctors on the Ukrainian frontline"), подорожуючи разом з Андрієм Мизаком, цивільним нейрохірургом із Києва, описує добу з лікарями на українській лінії фронту. Начальниця медичної служби бригади, 31-річна Вікторія Ковач – колишня лікарка-акушерка з Києва, дозволила А. Мизаку та Р. Кларк кілька днів попрацювати в польовому шпиталі. Їм також дозволили оглянути підземний тактичний командний центр, розташований ще ближче до лінії фронту. Усередині бетонного бункера з десяток військових схилилися над великою картою місцевості з позначеними чорним чорнилом лініями фронту. Влад, керівник розвідки, дерев'яною указкою показує найуразливіші ділянки. Як згодом згадує

журналістка Р. Кларк, це могло б нагадувати сцену з фільму про Другу світову війну, якби не ряди комп'ютерних екранів, що демонструють у реальному часі відео з дронів над російськими позиціями.

Попри те що технології ведення війни радикально просунулися вперед, солдати гинуть так само, як і століттями раніше. Вони стікають кров'ю, зазнають тяжких ушкоджень мозку, у них відмовляють органи. Влад розповідає, як його команда вдень намагалася скерувати бойових медиків до пораненого з травматичним пневмотораксом – проколом легені уламком, що застряг у грудній стінці солдата. Зокрема, у тексті йдеться:

"The patient with the pneumothorax has just arrived, caked in mud and blood. A vascular surgeon daubs his chest with coppery Betadine, to prevent infection. He takes his scalpel at speed through skin, fascia and pleural membrane… <…> Swiftly he inserts a large-bore chest drain – a plastic tube the diameter of a small hosepipe. Blood and air start to bubble from the lung into a flask on the ground beside the surgeon's blood-soaked clogs. The soldier's oxygen saturations climb up. He is going to live" [18] (переклад: "Пацієнта з пневмотораксом щойно доправили, він укритий шаром багнюки й крові. Судинний хірург обробляє його грудну клітку розчином бетадину, щоб запобігти інфекції. Він швидко проводить скальпелем по шкірі, фасції та плевральній оболонці <…> Оперативно вводить широкопросвітний грудний дренаж – пластикову трубку діаметром із невеликий шланг. Кров і повітря починають вирувати, виходячи з легені в колбу, що стоїть на підлозі біля закривавленого взуття хірурга. Рівень насичення крові киснем у солдата підвищується. Він житиме").

ВОЄННО-МЕДИЧНА МАКРОГРУПА ТЕКСТІВ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ об'єднує лексичні одиниці, що актуалізують антропологічно-екзистенційний вимір воєнної семантики та вербалізують повний цикл травматичного досвіду, який охоплює поранення, біль, незворотну втрату тілесної цілісності внаслідок ампутацій, документування злочину й боротьбу за виживання. Фреймова конфігурація макрогрупи структурована довкола домінант TRAUMA, BODILY INTEGRITY LOSS, HUMAN VULNERABILITY, WAR CRIME EVIDENCE, SURVIVAL, що детермінує виокремлення таких мікрогруп: медична документація війни як доказ злочину; стабілізація та реабілітація в умовах "війни дронів".

Медична документація війни як доказ злочину: chlorine gas / хлор як бойова отруйна речовина; toxic and devastating chemical agents / токсичні та руйнівні хімічні агенти; the first chlorine attack / перша хлорна атака; the use of poison gas / застосування отруйних газів; medical museum / медичний музей; German doctors herded patients into rooms / німецькі лікарі заганяли пацієнтів до приміщень; were dying of typhoid and tuberculosis / помирали від тифу та туберкульозу; starved patients on a daily diet of flour made from ground wood pulp / морили пацієнтів, щоденно даючи їм борошно, виготовлене з перемеленої деревної маси; tortured and buried alive Red Army prisoners / катували й ховали живцем полонених червоноармійців; air was filled with the metallic smell of blood and the stench of rotting flesh / повітря було наповнене металевим запахом крові та смородом гниючої плоті; soldier was splashing soapy water onto a dozen bloodied stretchers / солдат поливав мильною водою з десяток закривавлених нош; hallway was filled with soldiers and civilians bandaged up and lying on the floors / коридор був заповнений солдатами й цивільними з перев'язаними ранами, які лежали просто на підлозі; inside the trauma ward, two soldiers were lying on operating tables / у травматологічному відділенні на операційних столах лежали двоє військових; one was naked and unconscious / один був оголений і непритомний; he had suffered severe wounds to his abdomen and extremities / він зазнав тяжких поранень живота й кінцівок; blood was dripping from the table / кров стікала зі столу; second man was awake and half-dressed and screaming in pain / другий чоловік був при тямі, напівроздягнений і кричав від болю; his back and right thigh, which had been torn apart and looked like minced meat / його спина та праве стегно були розірвані й виглядали наче перемелене м'ясо; doctor worked on him and wrapped the leg wound / лікар обробляв його рану та перев'язував ушкоджену ногу.

У цьому сегменті воєнно-медична номінація постає як інструмент фіксації злочину через опис симптомів, тілесних ушкоджень, умов утримання, причин смерті. Питання використання хлору як засобу воєнного злочину осмислює Кетрін Гаркеп у статті "Хлор: газ як інструмент воєнних злочинів" (K. Harkup "Chlorine: the Gas of War Crimes"). Авторка наголошує, що хлор має значно темнішу історію використання у збройних конфліктах, яка сягає часів Першої світової війни. Його використання під Іпром

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

22 квітня 1915 року ознаменувало новий етап ескалації хімічної війни. Потенційна загроза газових атак ще раніше зумовила підписання Гаазької декларації 1899 року про заборону задушливих газів. Однак формальне існування міжнародно-правової заборони не запобігло її фактичному обходу. Прагнучи не порушити буквального формулювання договору, хоча й суперечачи його духу, піонер хімічної війни Фріц Габер запровадив практику вивільнення хлору з балонів, уникаючи використання снарядів. Попередні спроби застосування газів уже мали місце: у 1914 році французька армія задіяла снаряди зі сльозогінним газом проти німецьких позицій, однак їхньою метою була радше дезорганізація противника. Хлорні атаки 1915 року були спрямовані вже не на тактичне порушення бойового порядку, а на масове ураження. Як зазначає авторка:

"In the following months, the Allies also developed methods of deploying chlorine gas and both sides went on to develop even more toxic and devastating chemical agents to unleash on their enemies. Haber's hopes for shortening the war were hopelessly off the mark. After the first chlorine attack at Ypres, the war would continue to grind on for another three and a half years, and estimates of over a million people are thought to have died as a result of the use of poison gas" [26] (переклад: "У наступні місяці союзники також розробили способи застосування хлорного газу, і обидві сторони продовжили створювати ще більш токсичні та нищівні хімічні агенти для використання проти своїх ворогів. Сподівання Габера скоротити тривалість війни виявилися цілковито хибними. Після першої хлорної атаки під Іпром війна тривала ще три з половиною роки, і, за оцінками, понад мільйон людей загинули внаслідок застосування отруйних газів").

Доказовий потенціал медичної документації посилюється її візуальним виміром – фотографією як формою архівування тілесних наслідків війни. Нашу увагу привернула стаття Джона Келлі "Наказ армійському фотографу: зафіксувати на плівці медичну історію Другої світової війни" (J. Kelly "Army Photographer's Orders: Capture the Medical Story of World War II on Film"), у якій висвітлено унікальну місію військового фотографа Мелвіна С. Шаффера, чия діяльність стала важливою складовою документування воєнної реальності та її медичних наслідків. У 1942 році армія США відправила Шаффера за океан, озброївши його не гвинтівкою, а фотоапаратом. Завдання фотографа було одним із найнезвичніших у контексті Другої світової війни: спершу він мав зафіксувати на плівці поїздку Вінстона Черчилля до Алжиру, однак згодом переважна більшість його світлин відобразила медичну історію війни – роботу польових шпиталів, хірургічні втручання, наслідки поранень, масштаби людських втрат. Біографія Шаффера значною мірою зумовила його психологічну стійкість. Ще у сімнадцятирічному віці він працював у лікарні в місті Філіппі (штат Західна Вірджинія), у якій фотографував розтини та операції. Окрім того, він мав підготовку санітара й за потреби допомагав медичному персоналу, передусім видаляти осколки з тіл поранених солдатів. Цей досвід дозволив йому зберігати самовладання під час роботи на фронті. Утім існували реалії, до яких не могла підготувати жодна попередня практика. Знімки, зроблені Шаффером у нацистському таборі смерті Дахау, згодом стали доказами на Нюрнберзькому процесі над воєнними злочинцями. Подальша доля його архіву також окреслена в публікації:

"In 1945, a Liberty ship carried Shaffer back to the United States. He spent a year in Washington cataloguing his and others' photographs for the medical museum. Some are in the museum's collection. Some are at SMU's DeGolyer Library. Many, alas, are missing, possibly misfiled and sitting in a government warehouse" [31] (переклад: "У 1945 році транспортне судно типу Liberty доправило Шаффера назад до Сполучених Штатів. Протягом року у Вашингтоні він систематизував власні та чужі фотографії для медичного музею. Частина з них зберігається в колекції музею, деякі у бібліотеці ДеҐолайєра (SMU). Багато ж, на жаль, зникли – ймовірно, були неправильно класифіковані та нині припадають пилом у якомусь урядовому сховищі").

Воєнні злочини періоду Другої світової війни знаходять відображення і в статті The New York Times "Перелік нових звірств" (The New York Times "More atrocities listed"). У ній оприлюднено повідомлення про злочини, скоєні в німецькому шпиталі в Славуті (Україна) під час нацистської окупації. Йдеться про масову загибель пацієнтів від голоду та навмисно поширених інфекцій, зокрема тифу й туберкульозу, а ще про катування і поховання живцем військовополонених:

"Soviet newspapers gave full-page display, with photographs, to accusations that German doctors herded patients into rooms where 1,800 were dying of typhoid and tuberculosis, starved patients on a daily diet of flour made

from ground wood pulp and tortured and buried alive Red Army prisoners" [43] (переклад: "Радянські газети розмістили на цілу сторінку матеріали з фотографіями, у яких стверджувалося, що німецькі лікарі заганяли пацієнтів до приміщень, де 1 800 осіб помирали від тифу та туберкульозу, морили їх щоденною «їжею» з борошна, виготовленого з перемеленої деревної маси, а також катували й ховали живцем полонених червоноармійців").

Як відомо, життя людини проходить у просторі, який формує її пам'ять і щоденну реальність. Війна руйнує цей простір, змінює його на наших очах і перетворює місця життя на місця втрати. Крістофер Міллер у книзі "Війна прийшла до нас: життя і смерть в Україні" (C. Miller "The War Came to Us: Life and Death in Ukraine") згадує Бахмут до повномасштабного вторгнення і разом із тим засвідчує його руйнування. Перед від'їздом із міста він зайшов до лікарні за кілька кварталів від будинку, де мешкав під час своїх попередніх відряджень. Це була та сама лікарня, яку він неодноразово відвідував раніше, передусім у 2015 році, коли вона була головним медичним закладом для військових у Дебальцевому, і там він знайшов свого колишнього студента Богдана, який став військовим медиком. Спочатку солдати не дозволили йому зайти на територію. Але після розмови з капітаном військової медичної частини його впустили всередину, де панувала зовсім інша реальність:

"The air was filled with the metallic smell of blood and the stench of rotting flesh. A young soldier was splashing soapy water onto a dozen bloodied stretchers leaning up against a fence <…> The hallway was filled with soldiers and civilians bandaged up and lying on the floors. Several were wrapped in silver and gold space blankets. Inside the trauma ward, two soldiers were lying on operating tables. Groups of four or five doctors and nurses surrounded each of them. One was naked and unconscious and I could see that he had suffered severe wounds to his abdomen and extremities. Blood was dripping from the table onto the floor beneath him. The second man was awake and half-dressed and screaming in pain. There were injuries to his back and right thigh, which had been torn apart and looked like minced meat. Two nurses held him down as a doctor worked on him and wrapped the leg wound" [34, с. 290] (переклад: "Повітря було наповнене металевим запахом крові та смородом гниючої плоті. Молодий солдат поливав мильною водою з десяток закривавлених нош, що були притулені до паркану <…> Коридор був заповнений солдатами й цивільними з перев'язаними ранами, які лежали просто на підлозі. Декількох із них було загорнуто в сріблясті та золотисті термоковдри. У травматологічному відділенні на операційних столах лежали двоє військових. Кожного з них оточували групи з чотирьох або п'яти лікарів і медсестер. Один був оголений і непритомний; було видно, що він зазнав тяжких поранень живота й кінцівок. Кров стікала зі столу на підлогу під ним. Другий чоловік був при тямі, напівроздягнений і кричав від болю. Його спина та праве стегно були розірвані – тканини виглядали наче перемелене м'ясо. Дві медсестри утримували його, поки лікар обробляв рану й перев'язував пошкоджену ногу").

Стабілізація та реабілітація в умовах "війни дронів": stabilisation point / стабілізаційний пункт; catastrophic leg injuries requiring amputations / катастрофічні травми ніг, що потребують ампутації; serious stomach wounds / тяжкі поранення живота; victims of Russian first-person view (FPV) drones / постраждалі від російських FPV-дронів; bullet injuries / вогнепальні поранення; explosion / вибух; injury to his left leg / травма лівої ноги; stricken soldier / поранений військовий; turned my tourniquet / наклав джгут; choked off the blood / перекрив кровопостачання.

У статті Люка Гардінґа "Шість метрів під землею: всередині таємного госпіталю, де лікують українських військових, поранених російськими дронами" (L. Harding "Six metres below ground: inside the secret hospital treating Ukrainian soldiers injured by Russian drones") окреслено клінічний профіль поранених, що надходять до стабілізаційного пункту поблизу лінії фронту. Автор зазначає:

"The stabilisation point treats 30-40 patients a day. Their conditions vary. Some have catastrophic leg injuries requiring amputations, or serious stomach wounds. Others can walk. Almost all are the victims of Russian first-person view (FPV) drones, which drop grenades with lethal accuracy. "Ninety per cent of our cases are from FPVs. We see few bullet injuries. It's an age of drones and a different kind of war," the surgeon said" [25] (переклад: "Стабілізаційний пункт приймає 30–40 пацієнтів щодня. Їхній стан різниться. У декого катастрофічні травми ніг, що потребують ампутації, або тяжкі поранення живота. Інші можуть пересуватися самостійно. Майже всі вони постраждалі від російських FPV-дронів, які з високою точністю скидають гранати.

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

‘Дев’яносто відсотків наших випадків – це поранення від FPV. Вогнепальних поранень ми бачимо небагато. Це епоха дронів і зовсім інший тип війни’, – зазначив хірург”).

З огляду на те, що домінуючим типом ушкоджень стають вибухові травми кінцівок і черевної порожнини, а вогнепальні поранення відходять на другий план, змінюється сама етіологія бойової травми, формуючи нову клінічну картину сучасної війни. Відтак постає потреба не тільки у негайній стабілізації стану, але й у тривалому реабілітаційному супроводі поранених. У статті Дена Саббаґа “По-справжньому вражає: зсередини центру, де британські медики допомагають українським військовим з ампутаціями” (D. Sabbagh “Truly humbling: inside the centre where UK medics are helping Ukrainian amputees”) описано спеціалізований центр, у якому українські військові з ампутаціями проходять відновлення. Допомогу українському персоналу надає невелика група британських військових медиків – лікарі, фізіотерапевти та ерготерапевти зі Служби медичного забезпечення оборони Великої Британії в межах проєкту Project Renovator. Журналісти The Guardian спостерігали, як британські фахівці обговорюють з українськими колегами використання тимчасових протезів, що свідчить про комплексний характер післяопераційної підтримки.

Одним із таких випадків є історія Владислава, який утратив ліву ногу внаслідок атаки дрона. Відео моменту ураження він згодом знайшов на російському каналі. Вибух відкинув його на землю, однак, залишаючись при свідомості, він одразу оцінив тяжкість травми. Після первинної самооцінки стану Владислав наклав джгут, перекривши кровопостачання ушкодженої кінцівки й у такий спосіб давши собі шанс на виживання:

“Vladislav was driving between positions somewhere near Lyman, in the north-east of Ukraine, on 21 August when his life changed for ever. An explosion «bam on the left ear» threw him and the driver to the ground. Still conscious, he could see the injury to his left leg was obviously very serious. But this was not his immediate priority. «To be honest, I checked my crotch, if everything’s in the right place», he says, grinning. The check was affirmative and so in that moment, the stricken soldier says, he reasoned life was worth still living. «Only after that, I turned my tourniquet». That choked off the blood supply to his left leg, giving himself a chance of survival” [40] (перекладач: “Владислав їхав між позиціями десь поблизу Лимана, на північному сході України, 21 серпня, коли його життя змінилося назавжди. Вибух ‘бах у ліве вухо’ відкинув його й водія на землю. Залишаючись притомним, він одразу зрозумів, що травма лівої ноги є надзвичайно серйозною. Однак це не було його першочерговим кроком. ‘Чесно кажучи, я перевірив пах, чи все на місці’, каже він, усміхаючись. Переконавшись, що все ціле, поранений військовий, за його словами, вирішив, що життя варте того, щоб за нього боротися. ‘І лише після цього я наклав джгут’. Так він перекрив кровопостачання лівої ноги, давши собі шанс на виживання”).

Підсумовуючи сказане вище, зазначимо, що військово-медична та воєнно-медична макрогрупи публіцистичного стилю, крізь призму відповідних мікрогруп, перетворюють медичну термінологію воєнного часу з нормативної категорії на засіб суспільної рефлексії, “оголюючи” справжню ціну війни. Таке осмислення воєнно-медичної реальності закономірно зумовлює перехід до її екзистенційного виміру, що знаходить повноцінне втілення в художньому письмі.

Розподіл медичних номінацій у текстах художнього стилю здійснюємо за функціонально-когнітивним критерієм. При цьому лексика кризової медицини розгортається у двох взаємопов’язаних, але семантично різних площинах: як інституційно-процедурний компонент воєнної дійсності і як маркер антропологічної вразливості людського життя.

ВІЙСЬКОВО-МЕДИЧНА МАКРОГРУПА ТЕКСТІВ ХУДОЖНЬОГО СТИЛЮ охоплює одиниці, що репрезентують інституційно-процедурний сегмент воєнного дискурсу й відображають моделі лікування, просторової організації медичної допомоги, медичного сортування, логістики поранених. Її внутрішня структура співвідноситься з фреймами MEDICAL PROCEDURE, TRIAGE, EVACUATION, SURGICAL ACTION, MEDICAL ASSESSMENT, що зумовлює поділ на мікрогрупи: номінації медичного втручання; просторово-медичні номінації; медико-логістичні одиниці; медико-регулятивні номінації (придатність до служби, медичний огляд).

Номінації медичного втручання: splinters / уламки (осколки); anaesthetic / анестетик (знеболювальний засіб); probe / зонд; scalpel / скальпель; forceps / щипці (хірургічні); X-ray / рентген.

Головний герой роману Ернеста Гемінґвея “A Farewell to Arms” Фредерік Генрі, будучи пораненим, перебуває на лікуванні в госпіталі Ospedale Maggiore. Епізод медичного

огляду акцентує увагу на деталях лікарського втручання та мовні засоби їх вербалізації. Показовим є фрагмент, у якому лікуючий лікар, вилучаючи сторонні тіла, характеризує їх як огидні та неприродні:

"Nothing happened until afternoon. The doctor was a thin quiet little man who seemed disturbed by the war. He took out a number of small steel splinters from my thighs with delicate and refined distaste. He used a local anaesthetic called something or other 'snow', which froze the tissue and avoided the pain until the probe, the scalpel or the forceps got below the frozen portion. The anaesthetized area was clearly defined by the patient and after a time the doctor's fragile delicacy was exhausted and he said it would be better to have an X-ray. Probing was unsatisfactory, he said" [27, с. 86] (переклад: "Нічого не відбувалося до обіду. Лікар був худорлявим, тихим невисоким чоловіком, який, здавалося, був пригнічений війною. Він витяг із моїх стегон кілька дрібних сталевих уламків із делікатною, майже витонченою відразою. Він застосував місцевий анестетик під назвою наче "сніг", який заморожував тканину й усував біль доти, доки зонд, скальпель або щипці не проходили нижче замороженої ділянки. Межі знеболеної зони пацієнт чітко відчував, і згодом тендітна лікарська делікатність вичерпалася, тож він сказав, що краще зробити рентген. Обстеження зондом, за його словами, було незадовільним").

Просторово-медичні номінації: field hospital / польовий госпіталь; hospital / лікарня; dressing station(s) / перев'язувальний пункт; ward / палата (лікарняна); delivery room / пологова зала; Ka-Be (Krankenbau) / лазарет (у концентраційному таборі); clinic / клініка.

Просторові маркери медичного забезпечення війни: польові госпіталі, перев'язувальні пункти, лікарняні палати чи пологові зали формують простір медичної взаємодії, у якому розгортається особистий досвід пораненого. У романі Е. Гемінґвея "A Farewell to Arms" Фредерік Генрі, потрапивши до перев'язувального пункту на передовій унаслідок поранення, утрачає свій оберіг:

"After I was wounded I never found him. Some one probably got it at one of the dressing stations" [27, с. 41] (переклад: "Після того як мене поранили, я його більше не знайшов. Мабуть, хтось узяв його на одному з перев'язувальних пунктів").

Подібна смислова модель поєднання тілесного болю з побутовою втратою простежується і в романі "All Quiet on the Western Front" Е. М. Ремарк, де простір перев'язувального пункту постає місцем лікування і осередком особистих утрат. До пораненого Франца Кеммеріха приходять його шкільні товариші Мюллер, Кропп і Боймер, колишні учні одного класу, які разом опинилися на війні. Радіючи їхній появі, Кеммеріх водночас гостро переживає зникнення значущої для нього речі:

"Someone has stolen my watch, and I have such a pain in my foot" [38, с. 7] (переклад: "Хтось украв мій годинник, і в мене так сильно болить нога").

Важливу роль у польовому госпіталі відігравали всі медичні працівники. Санітари забезпечували щоденний догляд за пораненими, виконуючи навіть дрібні, на перший погляд, побутові дії, зокрема відганяли мух від пацієнтів. Коли день був спекотний і в палаті роїлося багато комах, санітар нарізав папір на смужки й прив'язував їх до палиці, утворюючи імпровізовану щітку, якою постійно відмахувався від мух над ліжком пораненого. Ранковий час мав чітко регламентований характер: до кожного ліжка по черзі підходили троє санітарів і лікар, піднімали поранених із постелі та переносили їх до перев'язувальної кімнати, щоб можна було перестелити ліжка, поки тривала обробка ран. Така повторюваність процедур формувала відчуття рутини й підкреслювала залежність пацієнтів від медичного персоналу. Своєрідною "подією" для поранених ставали відвідини, особливо тоді, коли заздалегідь не повідомлялося, хто саме прийде. Вагомим у цьому сенсі є фрагмент з роману Е. Гемінґвея "A Farewell to Arms":

"In the ward at the field hospital they told me a visitor was coming to see me in the afternoon" [27, с. 58] (переклад: "У палаті польового госпіталю мені сказали, що після обіду до мене прийде відвідувач").

Однак значно страшнішим для Фредеріка Генрі виявилося не власне поранення, а тяжкий стан коханої під час пологів, що зміщує акцент з воєнної травми на особисту втрату:

"We had gone to the hospital about three o'clock in the morning. At noon Catherine was still in the delivery room. The pains had slackened again. She looked very tired and worn now but she was still cheerful" [27, с. 280] (переклад: "Ми приїхали до лікарні близько третьої години ночі. Опівдні Кетрін усе ще була в пологовій залі. Перейми знову послабшали. Вона виглядала дуже втомленою й виснаженою, але все ще залишалася бадьорою").

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

Разючий контраст із медичними закладами Західного фронту простежується у зображенні лазарету концентраційного табору. Описуючи його у творі "If This Is a Man", Прімо Леві підкреслює подвійний, майже парадоксальний статус цієї інституції – місця, яке формально призначене для лікування, однак фактично функціонує як механізм медичного відбору та визначення подальшої долі в'язнів. Ka-Be (скорочення від Krankenbau / лазарет) складається з восьми бараків, зовні нічим не відмінних від інших табірних споруд, проте ізольованих дротяною огорожею. У них постійно перебуває близько десятої частини в'язнів, але затримуються там ненадовго: більшість не довше двох тижнів, ніхто понад два місяці. У цих часових межах люди або одужують, або помирають; тих, у кого помітні ознаки поліпшення, залишають лікувати, а тих, чий стан погіршується, відправляють до газових камер. Така логіка "медичного відбору" зумовлена утилітарним принципом табірної системи – виживають лише ті, кого вважають "економічно корисними". Цю дегуманізовану медичну реальність поглиблює особисте сприйняття оповідача, для якого перший візит до Ka-Be стає досвідом зіткнення з інституцією, де клінічні процедури поєднані з відчуттям невідворотності втрати людської гідності:

"I have never been to Ka-Be nor to the clinic, and it is all new to me. There are two clinics, medical and surgical. In front of the door, exposed to the night and the wind, there are two long shadows. Some only have need of a bandage or a pill, others ask to be examined; some show death in their faces. Those at the front of both rows are already barefoot and ready to enter" [32, с. 54] (переклад: "Я ніколи раніше не був у Ка-Бе чи в клініці, і для мене це все нове. Клінік дві – терапевтична й хірургічна. Перед дверима, відкритими нічному вітрові, тягнуться дві довгі черги-тіні. Декому потрібна лише пов'язка чи пігулка, інші просять огляду; на обличчях деяких уже видно смерть. Ті, хто стоїть на початку обох черг, уже босі й готові увійти").

Медико-логістичні номінації: wounded and sick were sorted by their papers / поранених і хворих розподіляли за їхніми документами, Red Cross / Червоний Хрест; stretcher / ноші; dressing-station / перев'язувальний пункт.

Фредерік Генрі (Е. Гемінґвей "A Farewell to Arms"), перебуваючи за кермом "Фіата", опиняється в системі медико-логістичного забезпечення війни. Тут визначальну роль відіграють процеси сортування та обліку поранених. Зупинивши автомобіль біля сортувального пункту, він спостерігає рух військового підрозділу "Базиліката", водій у цей час передає документи про поранених для подальшого розподілу між госпіталями:

"I came back the next afternoon from our first mountain post and stopped the car at the "smistimento" where the wounded and sick were sorted by their papers and the papers marked for the different hospitals" [27, с. 32] (переклад: "Я повернувся наступного дня по обіді з нашого першого гірського поста й зупинив машину біля сортувального пункту, де поранених і хворих розподіляли за їхніми документами, а самі документи позначали для різних госпіталів").

Робота на санітарному автомобілі для Фредеріка Генрі не тривала довго, оскільки він теж зазнає поранення і згодом його переводять із польового госпіталю до американського шпиталю в Мілані. Передбачалося, що туди прибудуть кілька американських санітарних підрозділів, а сам заклад опікуватиметься ними та іншими громадянами США, які перебували на службі в Італії. Значну частину цього персоналу становили представники Червоного Хреста. Разом із тим у військовому середовищі та з-поміж санітарів активно обговорювали політичні події, як-от оголошення Сполученими Штатами війни Німеччині та ймовірність аналогічного кроку щодо Австрії:

"The Italians were sure America would declare war on Austria too and they were very excited about any Americans coming down, even the Red Cross" [27, с. 70] (перекласти: "Італійці були певні, що Америка також оголосить війну Австрії, і вони дуже раділи приїзду будь-яких американців, навіть представників Червоного Хреста").

Під час бойових дій логістика медичної допомоги нерідко виявляється зоною дефіциту, де затримка евакуації, нестача транспорту чи медичного персоналу можуть визначати межу між життям і смертю. Власне цю зворотну сторону медико-логістичного порядку виразно демонструє роман Е. М. Ремарка "All Quiet on the Western Front", у якому Поль Боймер усвідомлює, що очікування нош може стати фатальним, і тому самотужки доправляє пораненого товариша до перев'язувального пункту:

"Kat's leg dripped blood to the ground. I dared not wait for a stretcher. I staggered on, doggedly and pitilessly, and at last reached the dressing-station" [38, с. 42] (переклад: "Нога Ката стікала кров'ю на землю. Я не наважився чекати нош. Я йшов далі, похитуючись,

уперто й безжально, і зрештою дістався перев'язувального пункту").

Медико-регулятивні номінації (придатність до служби, медичний огляд): apply for the military / подати заяву до війська; medical officer / медичний офіцер; I wasn't fit to serve / я непридатний до служби.

У романі А. Дражека "Bridge in the Darkness" мотив медико-експертного визначення придатності до служби набуває індивідуально-екзистенційного виміру. Алекс народжується з вадою серця, яка з роками дедалі більше впливає на його спосіб життя. Коли ж постає питання служіння батьківщині, він усвідомлює, що не зможе воювати – не через страх, а через стан здоров'я. Медичний висновок про непридатність до служби сприймається ним як особиста поразка, як втрата можливості виконати свій громадянський обов'язок. Попри це, він намагається змінити ситуацію:

"Of course, that didn't stop me as I tried to apply for the military, but the medical officer simply looked at me and told me I had to go back home as I wasn't fit to serve" [22, с. 17] (переклад: "Звісно, це мене не зупинило: я намагався подати заяву до війська, але медичний офіцер лише глянув на мене й сказав повертатися додому, бо я непридатний до служби").

ВОЄННО-МЕДИЧНА МАКРОГРУПА ТЕКСТІВ ХУДОЖНЬОГО СТИЛЮ охоплює одиниці, що репрезентують антропологічно-екзистенційний вектор воєнної семантики та вербалізують досвід тілесного страждання, фізичної крихкості й втрати тілесної цілісності в умовах війни. Внутрішня структура цієї макрогрупи співвідноситься з фреймами TRAUMA, BODILY INTEGRITY LOSS, HUMAN VULNERABILITY, WAR AS EXISTENTIAL DAMAGE, що зумовлює її поділ на такі мікрогрупи: номінації тілесної вразливості та хвороби; номінації тілесної відчуженості після медичного втручання (тіло як чужість після втручання); афективно-соматичні маркери війни.

Тілесна вразливість і хвороба: frostbites / обмороження; chilblains / відмороження; jaundice / жовтяниця; gonorrhea / гонорея; self-inflicted wounds / самоушкодження; pneumonia / пневмонія; hard and soft chancres / твердий і м'який шанкри; real wounded / тяжко (справді) поранені; malaria / малярія; high temperature / висока температура; covered with spots / укритий плямами; measles / кір; bruised rib / забій ребра; gastro-intestinal haemorrhaging / шлунково-кишкова кровотеча; flu / грип; ulcer / виразка; typhus epidemic / епідемія тифу; muscles contracted / м'язи зведені судомою; wounded foot / поранена нога; blind with pain / осліплений болем; the piece of iron had cut across the back of my foot / край залізяки розсік мені підйом стопи.

Коли Фредерік Генрі (Е. Гемінґвей "A Farewell to Arms") повертається на фронт, військові та медики все ще мешкають у тому самому містечку, однак довколишній простір уже змінився – гармат стало значно більше. Він пригадує кімнату, яку ділив із лейтенантом Рінальді, і його тішить думка про те, що про нього не забули, на що вказують застелене ліжко та речі на стіні: протигаз у довгастій бляшанці, сталевий шолом на гачку, пласка скриня біля ніг ліжка й начищені зимові чоботи. Над двома ліжками висить австрійська снайперська гвинтівка з вороненим восьмигранним стволом, а телескопічний приціл, як він згадує, замкнений у скрині. Ця впорядкованість лише підкреслює безперервність війни та її невідворотний вплив на емоційний стан військових:

"Since you are gone we have nothing but frostbites, chil-blains, jaundice, gonorrhea, self-inflicted wounds, pneumonia and hard and soft chancres. Every week some one gets wounded by rock fragments. There are a few real wounded" [27, с. 11–12] (переклад: "Відколи тебе немає, у нас нічого, крім обморожень, відморожень, жовтяниці, гонореї, самоушкоджень, пневмонії та твердих і м'яких шанкрів. Щотижня хтось дістає поранення уламками каміння. Є кілька справді поранених").

Подальший розвиток цього мотиву засвідчує, що тілесна вразливість у воєнних умовах набуває характеру щоденної норми, поєднуючи бойові травми з інфекційними захворюваннями та наслідками необережного поводження зі зброєю:

"There were three other patients in the hospital now, a thin boy in the Red Cross from Georgia with malaria, a nice boy, also thin, from New York, with malaria and jaundice, and a fine boy who had tried to unscrew the fuse-cap from a combination shrapnel and high explosive shell for a souvenir. This was a shrapnel shell used by the Austrians in the mountains with a nose-cap which went on after the burst and exploded on contact" [27, с. 97] (переклад: "У госпіталі тепер було ще троє пацієнтів: худорлявий хлопець із Червоного Хреста з Джорджії з малярією; приємний юнак, теж худий, із Нью-Йорка – з малярією та жовтяницею; і ще один гарний хлопець, який намагався відкрутити ковпачок запалу від комбінованого

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

снаряда з осколкової та вибухової речовини на сувенір. Це був осколковий снаряд, який австрійці використовували в горах: він мав носовий ковпачок, що відкривався після розриву й вибухав при контакті").

Залежність від медичної допомоги виявляється не тільки на фронті, але й у відносному тилу. Хвороби супроводжують і тих, хто змушений переховуватися від переслідувань, де відсутність можливості звернутися до лікаря перетворює навіть звичайне захворювання на потенційну загрозу життю. Це виразно простежується у щоденниковому записі Анни Франк від четверга, 29 жовтня 1942 року:

"I'm very worried. Father's ill. He's covered with spots and has a high temperature. It looks like measles. Just think, we can't even call a doctor! Mother is making him perspire in hopes of sweating out the fever" [23, с. 58] (переклад: "Я дуже хвилююся. Тато захворів. Він увесь укритий плямами й має високу температуру. Схоже на кір. Тільки уяви, ми навіть не можемо викликати лікаря! Мама змушує його пітніти в надії, що гарячка мине з потом").

Ті, хто переховувався від нацистів, часто були змушені самостійно давати собі раду навіть у ситуаціях, коли медична допомога була вкрай необхідною. У записі Анни Франк від вівторка, 22 грудня 1942 року, йдеться про стан пані ван Даан, яка через забите ребро змушена лежати в ліжку. Анна зауважує, що чекатиме моменту, коли вона знову зможе стати на ноги й самостійно поратися по господарству, адже зазвичай пані ван Даан вирізняється працьовитістю та охайністю і, перебуваючи в доброму фізичному й психічному стані, лишається життєрадісною:

"Mrs van Daan is lying in bed nursing her bruised rib. She complains all day long, constantly demands that the bandages be changed and is generally dissatisfied with everything" [23, с. 81] (переклад: "Пані ван Даан лежить у ліжку, оговтуючись від забою ребра. Вона цілими днями скаржиться, постійно вимагає, щоб їй міняли пов'язки, і загалом незадоволена всім довкола").

Нарешті, у записі від четверга, 1 квітня 1943 року тілесна вразливість постає вже як низка подій, що накопичуються й формують відчуття невпинності нещасть. Не випадково Анна зауважує: "Біда не приходить одна" [23, с. 97]. Цю думку вона розвиває далі, перелічуючи низку хвороб і станів, що одночасно спіткали людей з її найближчого оточення:

"First, Mr Kleiman, our merry ray of sunshine, had another bout of gastro-intestinal haemorrhaging yesterday and will have to stay in bed for at least three weeks. I should tell you that his stomach has been bothering him quite a bit, and there's no cure. Second, Bep has flu. Third, Mr Voskuijl has to go into hospital next week. He probably has an ulcer and will have to undergo surgery" [23, с. 98] (переклад: "По-перше, пан Клейман, наш веселий промінчик сонця, учора знову пережив напад шлунково-кишкової кровотечі й муситиме пролежати в ліжку щонайменше три тижні. Слід сказати, що шлунок його турбує вже доволі давно, і вилікувати це поки що неможливо. По-друге, Беп захворіла на грип. По-третє, пан Воскейл наступного тижня має лягти до лікарні. Імовірно, у нього виразка, тож доведеться робити операцію").

Завершення історії дівчинки, яка прагнула жити, ходити до школи й мати звичайне дитинство, відбулося у концентраційному таборі, де її життя обірвала хвороба. Марго та Анну Франк наприкінці жовтня перевезли з Аушвіца до Берген-Бельзена – концентраційного табору поблизу Ганновера (Німеччина). Епідемія тифу, що спалахнула взимку 1944–1945 років унаслідок жахливих санітарних умов, забрала життя тисяч в'язнів, зокрема Марго, а за кілька днів і Анни. Імовірно, Анна померла наприкінці лютого або на початку березня. Тіла обох дівчат, найвірогідніше, були скинуті до масових поховань у Берген-Бельзені. Табір був звільнений британськими військами 12 квітня 1945 року:

"The typhus epidemic that broke out in the winter of 1944-5, as a result of the horrendous hygiene conditions, killed thousands of prisoners, including Margot and, a few days later, Anne. She must have died in late February or early March. The bodies of both girls were probably dumped in Bergen-Belsen's mass graves" [23, с. 338–339] (переклад: "Епідемія тифу, що спалахнула взимку 1944–1945 років унаслідок жахливих санітарних умов, забрала життя тисяч в'язнів, зокрема Марго, а за кілька днів і Анни").

Виснажливу повсякденність виживання в концентраційному таборі Прімо Леві змальовує у творі "If This Is a Man", акцентуючи на фізичній праці, і на внутрішньому усвідомленні табірної ієрархії. Оповідач з гнівом спостерігає, як у межах "нормального порядку речей" привілейовані пригноблюють непривілейованих, адже саме на цьому негласному людському законі тримається соціальна структура табору. Чергова робота з перенесення важкої опори перетворюється на досвід тілесного виснаження й болю: коротка, але надзвичайно важка конструкція

тисне на плечі, кроки збиваються, вантаж зісковзує, а фізичні сили швидко вичерпуються. Кульмінацією стає мить падіння опори, яка завдає тілесної травми:

"If I had still had my agility of earlier days I could have jumped back: instead, here I am on the ground, with all my muscles contracted, the wounded foot tight between my hands, blind with pain. The corner of the piece of iron had cut across the back of my foot" [32, с. 53] (переклад: "Якби я ще мав колишню спритність, то відскочив би; натомість я вже на землі, усі м'язи зведені судомою, поранену ногу стискаю руками, осліплений болем. Край залізяки розсік мені підйом стопи").

Тіло як чужість після втручання: stomach / живіт; head / голова; arms / руки; knee / коліно; body / тіло; amputated leg / ампутована нога; artificial limbs / протези; condition / стан; to deal with this for the rest of my life / мені доведеться жити з цим усе життя.

Під час відступу Фредерік Генрі (Е. Гемінгвей "A Farewell to Arms") перетинає Венеціанську рівнину – низовинну місцевість, яка під дощем видається безкраєю. Ближче до моря простягаються солончаки, доріг майже немає, і щоб рухатися вперед, доводиться йти вузькими стежками вздовж каналів. Пересування стає особливо виснажливим з огляду на коліно, прооперване раніше, тож кожен крок дається йому важко. Відчуття холоду, голоду й тілесної скутості передає такий фрагмент:

"Lying on the floor of the flat-car with the guns beside me under the canvas I was wet, cold and very hungry. Finally I rolled over and lay flat on my stomach with my head on my arms. My knee was stiff, but it had been very satisfactory. Valentini had done a fine job. I had done half the retreat on foot and swum part of the Tagliamento with his knee. It was his knee all right. The other knee was mine. Doctors did things to you and then it was not your body any more" [27, с. 205] (переклад: "Лежачи на підлозі платформи поруч із гарматами під брезентом, я був мокрий, змерзлий і дуже голодний. Зрештою я перевернувся на інший бік і ліг на живіт, поклавши голову на руки. Моє коліно заніміло, але його стан був цілком задовільний. Валентині чудово впорався. Половину відступу я пройшов пішки й частину Тальяменто переплив із його коліном. То було справді його коліно. Інше коліно було моє. Лікарі щось із тобою робили, і тоді це вже було не твоє тіло").

Мотив відчуття "не-свого" тіла тісно перегукується з епізодами роману Е. М. Ремарка "All Quiet on the Western Front", де тілесна травма вказує на незворотні процеси в організмі. Пауль Боймер поступово одужує після поранень, натомість його товариш Альберт утрачає ногу по саме стегно, що радикально змінює його подальше життя:

"What is an amputated leg, Albert? They do fine things with artificial limbs" [38, с. 37] (переклад: "Що таке ампутована нога, Альберте? З протезами зараз роблять дивовижні речі").

Ще одна форма тілесної вразливості постає у романі А. Дражека "Bridge in the Darkness". На відміну від фронтового поранення чи ампутації, тут ідеться про хронічний стан – ваду серця, яка не пов'язана безпосередньо з бойовими діями, однак визначає життєву траєкторію героя, адже він прагнув вступити до лав Збройних сил України. Алекс не любить говорити про свій діагноз, бо згадка про нього породжує жалість – почуття, які він свідомо відкидає. Усвідомлення неможливості "позбутися" цієї частини себе формує відчуття залежності від власного тіла:

"The fact that I had a nurse for a mother truly did help my condition, but I knew without a doubt that I would have to deal with this for the rest of my life" [22, с. 56] (переклад: "Те, що моя мати була медсестрою, справді допомагало підтримувати мій стан, але я без жодних сумнівів знав: мені доведеться жити з цим усе життя").

Афективно-соматичні маркери війни: sharp and hot swelled in Pax's chest / у грудях Пакса щось гостре й гаряче раптом спалахнуло; stressful event / виснажливе випробування.

У романі М. Галлахера "Daybreak" емоційна напруга героя набуває тілесного виміру ще до моменту бойового контакту. Простір руху – автобус, що прямує до кордону, зимова темрява, колона військової техніки формує атмосферу переходу в інший екзистенційний стан. Внутрішня мобілізація героя вербалізується через соматичний імпульс:

"Something sharp and hot swelled in Pax's chest. Haven't felt like this in a long time, he thought. It was thrill. It was fear. More than anything, Pax felt like someone again" [24, с. 6] (переклад: "У грудях Пакса щось гостре й гаряче раптом спалахнуло. Давно я такого не відчував, – подумав він. Це було хвилювання. Це був страх. Але понад усе Пакс знову відчув себе кимось").

Натомість у романі А. Дражека "Bridge in the Darkness" афективно-соматичний компонент війни проявляється в іншій конфігу-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

рації – як поєднання внутрішньої напруги та соціального осуду. Перебування поза фронтом, вимушена еміграція, проходження імміграційних процедур формують відчуття екзистенційної невідповідності: герой стикається з фізичною виснаженістю, а ще із моральним тиском суспільних очікувань:

"Sorting through immigration, the long queues, and everything had been a rather stressful event, and that was not the only thing" [22, с. 16] (переклад: "Оформлення імміграційних документів, довгі черги – усе це стало доволі виснажливим випробуванням, і це була не єдина проблема").

Сказане вище цілком і повністю засвідчує, що в текстах художнього стилю військово-медична та воєнно-медична макрогрупи, у взаємодії відповідних мікрогруп переосмислюють медичну номінацію як засіб всебічного розкриття антропологічної вразливості, тілесної крихкості, граничних станів людського життя в умовах війни.

Узагальнення результатів подаємо у вигляді схеми (див. рис. 1), що візуалізує фреймову організацію військово-медичної та воєнно-медичної макрогруп і відповідних мікрогруп в офіційно-діловому, публіцистичному та художньому стилях, які по-різному актуалізують інституційно-організаційний і антропологічно-екзистенційний вектори воєнної семантики та визначають специфіку їхньої термінологічної реалізації.

Аналіз засвідчує, що система мови війни й терміносистема кризової медицини утворюють цілісну лінгвополітичну модель, яка різною мірою репрезентує інституційні, нор-

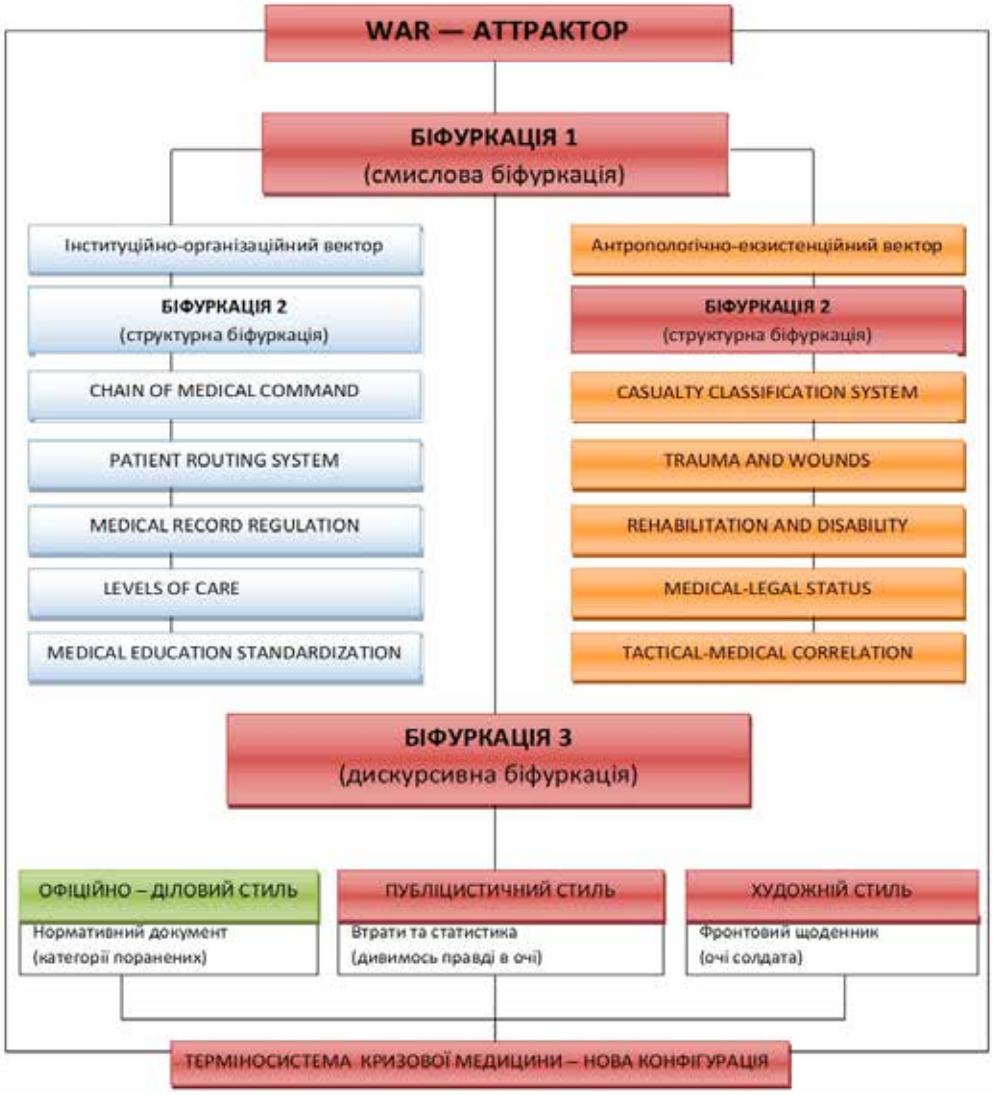

Рис. 1. Фреймова конфігурація військово-медичної та воєнно-медичної макрогруп у терміносистемі кризової медицини

мативні й антропологічні параметри цього соціально-історичного явища, а отже виявляє тісний зв'язок мовного структурування війни з її політико-правовим унормуванням, у якому медична номінація постає системо-організувальним чинником.

Висновки. Послідовне вивчення цілісної наповнюваності терміносистеми кризової медицини в офіційно-діловому, публіцистичному та художньому стилях дозволило виокремити два взаємопов'язані, але семантично різні вектори воєнної семантики – інституційно-організаційний та антропологічно-екзистенційний, що зумовлюють формування військово-медичної та воєнно-медичної макрогруп. Дібраний матеріал структуровано за фреймово-функціональним принципом із поділом на макро- й мікрогрупи, що уможливило описати їхню внутрішню організацію як когнітивно-дискурсивну модель. Військово-медична макрогрупа репрезентує інституційно-процедурний порядок – регламентацію допомоги, логістику евакуації, стандартизацію протоколів і підготовку персоналу; воєнно-медична макрогрупа фокусує увагу на наслідках збройного протистояння – травмі, доказовій фіксації злочинів, болю, тілесній крихкості.

Результати дослідження підтвердили поліфункційність термінології кризової медицини: в офіційно-діловому стилі вона виконує регулятивно-класифікаційну функцію; у публіцистичному – забезпечує суспільну концептуалізацію воєнно-медичного досвіду; у художньому – стає засобом антропологічного осмислення граничних станів людського життя. Найбільш наповненою, за результатами аналізу, виявилася офіційно-ділова площина функціонування терміносистеми кризової медицини. Її визначальною ознакою є домінування доктринально-процедурних і доктринально-класифікаційних фреймів, що структурують термінологічну організацію – вертикаль медичного командування, систему переміщення пацієнтів, класифікацію втрат, оцінювання патологій і встановлення медико-правового статусу випадку.

Застосування фреймового підходу як когнітивного інструменту моделювання знань засвідчило його методологічну продуктивність для пояснення того, яким чином воєнна семантика визначає функціональну спрямованість терміносистеми кризової медицини – кодифікацію алгоритмів медичного забезпечення, вербалізацію травматичного досвіду, фіксацію тілесної вразливості. У результаті встановлено, що структурна організація цієї терміносистеми відтворює дві домінантні логіки воєнної семантики – інституційно-організаційну та антропологічно-екзистенційну, які формують когнітивно-дискурсивну модель функціонування терміносистеми кризової медицини. Перспективу прийдешніх студій пов'язуємо з поглибленням когнітивного моделювання воєнної семантики та уточненням її ролі у формуванні й розвитку терміносистеми кризової медицини.

Література:

1. Венжинович Н. Ф. Фраземіка української літературної мови в контексті когнітології та лінгвокультурології. Ужгород : ФОП Сабов А. М., 2018. 463 с.

2. Дем'янчук Ю. Лінгвополітична синергетика: становлення та перспективи дослідження. *Вісник КНЛУ. Серія Філологія*, 2024. Том 27. № 2. С. 75–102.

3. Дем'янчук Ю. Лінгвістика війни: виникнення, концептуалізація та вектори подальшого розвитку. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 2025. С. 220–233.

4. Дем'янчук Ю. Генеза становлення мови війни в історико-політичному та історико-художньому контексті (український досвід). *Закарпатські філологічні студії*, 2025. Вип. 39. С. 171–192.

5. Дем'янчук Ю. Метафори війни в експериментальній лінгвополітичній синергетиці: дисонанс між офіційною риторикою та емпіричною реальністю війни. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*, 2025. № 73. С. 39–50.

6. Дем'янчук Ю. Міжнародний суд ООН в системі воєнної конфліктології: від юрисдикції до політичного впливу. *Судова експертиза: перспективи розвитку та окремі вектори змін* : V Всеукраїнський форум судових експертів (м. Львів, 6 червня 2025 р.). Одеса : Видавництво «Юридика», 2025. 572 с.

7. Дем'янчук Ю. І. Лінгвополітична синергія засобів мови війни в текстах офіційно-ділового, публіцистичного та художнього стилів. *Записки з українського мовознавства*, 2025. Вип. 32, С. 170–204.

8. Дем'янчук Ю. І. Воєнно-політична та військово-політична лексика у фокусі теоретичної лінгвополітичної синергетики. *Закарпатські філологічні студії*, 2025. Вип. 41. Том 1. С. 292–316.

9. Дем'янчук Ю. І. Словосполуки з компонентом «війна» у макролінгвополітичній синергетиці воєнної комунікації. *Академічні студії. Серія «ГУМАНІТАРНІ НАУКИ»*, 2025. Вип. (3), С. 21–38.

10. Дем'янчук Ю. І. Від колоніальності до неоімперського ревізіонізму: мова війни у воєнній конфліктології. *Закарпатські філологічні студії*, 2025. Вип. 42. Том 2. С. 182–207.

11. Дем'янчук Ю. І. Військова vs воєнна фразеологія в системі мови війни в рамках мікролінгвополітичної синергетики. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*, 2025. С. 63–81.
12. Дем'янчук Ю. Лінгвополітична синергетика мови війни : монографія / Юлія Дем'янчук. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2026. 532 с.
13. Єщенко Т. А. Когнітивні механізми утворення медичних термінів: концептуальна метафора. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 2025. Том 36 (75). № 4. Частина 1. С. 37–44.
14. Застріжна Л. В., Царик Г. М., Снітовська О. Й. Когнітивне моделювання англомов-ної медичної термінології. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2023. Вип. 19(87). С. 8–11.
15. Bai W., Zhang C., Zhai Y. et al. Cognitive Analysis of Medical Decision-Making: An Extended MULTIMOORA-Based Multigranulation Probabilistic Model with Evidential Reasoning. *Cogn Comput* 16, 2024. P. 3149–3167. URL: https://doi.org/10.1007/s12559-024-10340-x (дата звернення: 10. 12. 2025).
16. Brown D. The well-armed medic. 2010. URL: https://www.washingtonpost.com/archive/health/2010/11/02/the-well-armed-medic/554cd362-e606-11df-be4a-ab850a8c60f2/ (дата звернення: 04. 01. 2026).
17. Cimino J. J., Li Z., Weng C. An Exploration of the Terminology of Clinical Cognition and Reasoning. *AMIA Symposium*, 2018. P. 321–329.
18. Clarke R. We have a rule when we hear the sirens: if you've started operating, you don't stop': 24 hours with doctors on the Ukrainian frontline. 2025. URL: https://www.theguardian.com/world/2025/feb/22/we-have-a-rule-when-we-hear-the-sirens-if-youve-started-operating-you-dont-stop-24-hours-with-doctors-on-the-ukrainian-frontline (дата звернення: 14. 02. 2026).
19. Coates J. B. (Editor in Chief), Hoff E. C. (Editor for Preventive Medicine). Personal health measures and immunization. Medical Department, United States Army Preventive medicine in World War II. Office of the Surgeon Department of The Army Washington, D.C., 1955. Vol. III. 394 p.
20. Crew A. E. The Army Medical Services. History of the Second World War. United Kingdom Medical Series (Editor- in - Chief Sir Arthur S. Mac Nalty). Her Majesty's Stationery Office. London. *Administration*. Volume I. 1953. 530 p.
21. Dahm M. R. A socio-cognitive investigation of English medical terminology: dynamic varieties of meaning. *Lexicography*, 2018. 4(1), P. 81–103. URL: https://doi.org/10.1007/s40607-018-0039-9 (дата звернення: 22. 01. 2026).
22. Drazek A. Bridge in the Darkness. 2023. 203 p.
23. Frank A. Diary of a young girl. (first published in 1952, 285 p.). Penguin Classics (reissued in 2019). 2019. 339 p.
24. Gallagher M. Day Break. Atria Books. 2024. 256 p.
25. Harding L. Six metres below ground: inside the secret hospital treating Ukrainian soldiers injured by Russian drones. 2025. URL: https://www.theguardian.com/world/2025/oct/25/underground-hospital-ukrainian-soldiers-injured-by-russian-drones (дата звернення: 17. 02. 2026).
26. Harkup K. Chlorine: the gas of war crimes. 2016. URL: https://www.theguardian.com/science/blog/2016/sep/16/chlorine-the-gas-of-war-crimes (дата звернення: 28. 02. 2026).
27. Hemingway E. A Farewell to Arms. (first published in 1929). Penguin Books. 2023. 293 p.
28. Hoare Ph. Palace of pain: Netley, the hospital built for an empire of soldiers. 2014. URL: https://www.theguardian.com/artanddesign/2014/aug/21/royal-victoria-hospital-netley-ww1-first-world-war-photographs-documentary-philip-hoare (дата звернення: 05. 01. 2026).
29. Israilova I. Kh. Metaphorical And Frame Models as Means of Cognitive Representation of Medical Knowledge in Teaching Medical English. *American Journal of Philological Sciences*, 2025. 5(10), P. 217–222. URL: https://doi.org/10.37547/ajps/Volume05Issue10-57 (дата звернення: 09. 02. 2026).
30. Jaffin J. H. Medical support for the american expeditionary forces in france during The First World War. AMEDD Center of History & Heritage. Fort Leavenworth, Kansas. 1990. URL: https://achh.army.mil/history/book-wwi-jaffin-default (дата звернення: 10. 01. 2026).
31. Kelly J. Army photographer's orders: Capture the medical story of World War II on film. 2020. URL: https://www.washingtonpost.com/local/army-photographers-orders-capture-the-medical-story-of-world-war-ii-on-film/2020/07/13/d0121626-c520-11ea-8ffe-372be8d82298_story.html (дата звернення: 25. 01. 2026).
32. Levi P. If this is a man. ("Se questo e un uomo", first published in 1958). Introduction copyright. David Baddiel. 2023. 457 p.
33. Lynch Ch., Ford J. H., Weed F. W. The Medical Department of the United States Army in the World War, Volume VIII, Field Operations, (Washington, D.C.: Government Printing Office, 1925). 1925. P. 84–86
34. Miller C. The War Came to Us: Life and Death in Ukraine. Bloomsbury. 2023. 293 p.
35. North Atlantic Treaty Organization. NATO STANDARD AJP-4.10 Allied Joint Doctrine for Medical Support. Edition C. Version 1. Published by the NATO STANDARDIZATION OFFICE (NSO). 2019.124 p.
36. Ogiela M. R., Ogiela L. Application of Cognitive Information Systems in Medical Image Semantic Analysis. *Electronics*, 2024. 13(2), 325 p. URL: https://doi.org/10.3390/electronics13020325 (дата звернення: 27. 12. 2025).

37. Partnership for Peace Consortium, ADL Working Group / George C. Marshall European Center for Security Studies. Training & Education in War: Ukrainian MILMED Requirements. Information paper on Ukraine Military Medical Training & Education Requirements. 2023. 19 p.
38. Remarque E. M. Westen nichts Neues. Propyläen-Verlag. Berlin. 1929. All Quiet on the Western Front Written by: Erich Maria Remarque Translated by: Katharina Rout, 2024. 348 p.
39. Rusk H. A. Military Medical Units. 1957. URL: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1957/09/01/90838468.html?pageNumber=26 (дата звернення: 10. 02. 2026).
40. Sabbagh D. Truly humbling: inside the centre where UK medics are helping Ukrainian amputees. 2026. URL: https://www.theguardian.com/world/2026/jan/02/uk-medics-helping-ukrainian-amputees-rehabilitation-centre (дата звернення: 09. 01. 2026).
41. Sir Macphail A. The medical services. Official history of the Canadian forces in the Great War 1914–19. Published by Authority of the Minister of National Defence, under direction of the General Staff. 1925. 428 p.
42. Sir Macpherson W. G., Sir Herringham W. P., Elliott T. R., Balfour A. (editors) Medical services (Diseases of the War). History of the Great war based on official documents. Vol. II Including the Medical Aspects of Aviation and Gas Warfare, and Gas Poisoning in Tanks and Mines. London. Printed & published by his Majesty's stationery office. 1923. 621 p.
43. The New York Times. MORE ATROCITIES LISTED. 1944. P. 5 URL: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1944/08/04/87460577.html?pageNumber=5 (дата звернення: 18. 02. 2026).
44. War Department. Document No. 504 (Office of the Surgeon General). Manual for the Medical Department. United states Army. 1916. CORRECTED TO APRIL 15, 1917 (Changes, Nos. 1 and 2). Washington Government printing office. 1917. 395 p.
45. War Department. Medical Field Manual (Medical Service of Field Units). Reference FM 8-10. United States, Government Printing Office, Washington. March 28, 1942. 285 p.
46. Woodward B. War. Simon & Schuster. 2024. 435 p.
47. World Health Organization. Ukraine crisis strategic response plan for June – December 2022. 2022. URL: https://iris.who.int/server/api/core/bitstreams/173b3186-7560-45e3-ba3a-a2db53842047/content (дата звернення: 10. 12. 2025).
48. Zhang J., Representations of health concepts: a cognitive perspective, *Journal of Biomedical Informatics*, 2002. Vol. 35, Iss. 1, P. 17–24.

Дата першого надходження статті до видання: 20.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

УДК 342.727:004.738.5:061.1ЮНЕСКО
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.8

Олег ДЖОЛОС
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри аудіовізуальних медіа,
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,
jolos72oleh@knu.ua
ORCID: 0000-0001-8069-1013

СВОБОДА ВИРАЖЕННЯ ПОГЛЯДІВ І ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ: НАСТАНОВИ ЮНЕСКО

Актуальність дослідження зумовлена трансформацією сучасного медіаландшафту, в умовах якої медіаконтент дедалі частіше створюється, поширюється та споживається за допомогою цифрових онлайн-платформ. При цьому значна частина творців контенту не належить до професійної спільноти журналістів або традиційних медіаінституцій. Сучасні дослідження медіаспоживання свідчать, що смартфон остаточно утвердився як головний екран у повсякденному житті користувачів, а цифрові платформи та медіасервіси стали домінуючими джерелами отримання інформації та розважального контенту. Водночас така динаміка породжує низку ризиків, зокрема в ситуації, коли швидкість виробництва контенту вступає в суперечність із принципами професійної відповідальності медіа перед аудиторією. Цифрові платформи, надаючи простір для різноманітних форм самовираження, водночас можуть формувати інформаційні «бульбашки», сприяти поширенню хибної інформації та дезінформації, а також посиленню теорій змови й проявів насильства. За таких умов особливої актуальності набуває питання захисту аудиторії цифрових платформ від маніпулятивних практик та інформаційних загроз.

Постановка проблеми ґрунтується на необхідності комплексного аналізу механізмів захисту користувачів цифрових платформ у контексті міжнародних підходів до регулювання цифрового середовища, зокрема політик ЮНЕСКО, спрямованих на підвищення якості цифрового контенту та формування більш здорового й стійкого інформаційного простору.

Метою статті є аналіз результатів дослідження ЮНЕСКО «За екранами: думки творців цифрового контенту; розуміння їхніх намірів, практик та викликів», а також політик Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури щодо сприяння та захисту свободи слова й прав споживачів контенту в контексті використання та модерації цифрових платформ. У статті також виокремлено ключові принципи управління цифровими платформами, запропоновані ЮНЕСКО, які формують цілісну нормативну рамку, що поєднує захист свободи вираження поглядів із вимогами прозорості, підзвітності та правової відповідальності. Зазначені принципи можуть слугувати теоретичною та практичною основою для подальших наукових досліджень у сфері цифрових медіа, а також для розроблення національних і міжнародних політик регулювання цифрового інформаційного середовища.

Ключові слова: *цифрові платформи, творці контенту, відповідальність, регуляція, аудиторія, інформаційна і медіа грамотність.*

Oleh Dzholos. FREEDOM OF EXPRESSION AND RESPONSIBILITY OF DIGITAL PLATFORMS: UNESCO GUIDELINES

The relevance of this study is determined by the transformation of the contemporary media landscape, in which media content is increasingly created, distributed, and consumed through digital online platforms. At the same time, a significant proportion of content creators do not belong to the professional community of journalists or traditional media institutions. Recent studies on media consumption indicate that the smartphone has firmly established itself as the primary screen in people's everyday lives, while digital platforms and media services have become the dominant sources of information and entertainment.

However, this dynamic gives rise to a number of risks, particularly in situations where the speed of content production comes into conflict with the principles of professional media responsibility toward audiences. Digital platforms, while providing space for diverse forms of self-expression, may simultaneously foster informational "filter bubbles," facilitate the spread of misinformation and disinformation, and contribute to the proliferation of conspiracy theories and manifestations of violence. Under such conditions, the issue of protecting digital platform audiences from manipulative practices and information threats becomes especially pressing.

The problem statement is grounded in the need for a comprehensive analysis of mechanisms for protecting users of digital platforms within the framework of international approaches to digital governance, particularly UNESCO's policies aimed at improving the quality of digital content and fostering a healthier and more resilient information environment.

The purpose of this article is to analyze the findings of the UNESCO study "Behind the Screens: Insights from Digital Content Creators – Understanding Their Intentions, Practices, and Challenges", as well as the policies of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization concerning the promotion and protection of freedom of expression and the rights of content consumers in the context of the use and moderation of digital

© Джолос О., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

platforms. The article also identifies key principles of digital platform governance proposed by UNESCO, which constitute a coherent normative framework that combines the protection of freedom of expression with requirements for transparency, accountability, and legal responsibility. These principles may serve as both a theoretical and practical foundation for further research in the field of digital media, as well as for the development of national and international policies regulating the digital information environment.

Key words: *digital platforms, content creators, responsibility, regulation, audience, information and media literacy.*

У 2024 році близько 60 % населення світу (приблизно 4,75 млрд осіб) користувалися цифровими онлайн-платформами для самовираження, інформування та комунікації. Цифровий простір, що постає як нова сфера суспільної взаємодії та публічної дискусії, поступово набуває домінантного значення в повсякденному житті сучасної людини.

Результати дослідження «Медіаспоживання 2025» засвідчують суттєву трансформацію медіазвичок української аудиторії [3]. Ключовим висновком є остаточне утвердження смартфона як головного екрану споживання контенту, тоді як цифрові платформи та медіасервіси дедалі частіше виконують роль фонових каналів інформації та розваг у щоденних практиках.

Емпіричні дані свідчать про зростання інтенсивності онлайн-споживання: 44 % респондентів щоденно проводять у месенджерах понад три години, 36 % – на відеоплатформах, 30 % – у соціальних мережах, тоді як телебачення залишається основним джерелом контенту лише для 17 % аудиторії. Переважна більшість користувачів (91 %) споживає контент зі смартфона, що підтверджує його трансформацію в універсальний медіацентр для новин, розваг і комунікації незалежно від вікових характеристик.

Месенджери зберігають провідну позицію як канал доступу до новин: 75% українців отримують інформацію через Telegram, Viber та аналогічні сервіси. Посилюється роль соціальних мереж як джерела новин – ними користуються 60% опитаних (проти 56 % у 2024 році). Частка цифрових відеоплатформ також зросла з 51 % до 54 %, а інтерес до стримінгових сервісів для музики та відео збільшився з 34 % до 41 %. Серед соціальних мереж домінуючі позиції зберігає Facebook (72 %), водночас Instagram демонструє стабільне зростання аудиторії (67 %), а TikTok – найдинамічніше зростання (з 49 % до 54 %), дедалі частіше виконуючи функцію джерела новин, особливо для молодшої аудиторії. Загалом відеоконтент цифрових платформ утверджується як провідний формат споживання інформації.

Водночас, попри потенціал цифрових платформ як інструментів розширення свободи вираження поглядів і суспільної інклюзії, їх функціонування супроводжується низкою ризиків. Соціальні мережі нерідко формують замкнені інформаційні середовища, що сприяють поширенню дезінформації, конспірологічних наративів і насильницького контенту, що актуалізує потребу в посиленні відповідального управління цифровими платформами.

Постановка проблеми. У сучасному суспільстві переважна частина медіаконтенту споживається через цифрові онлайн-платформи та медіасервіси, які суттєво впливають на соціальну поведінку, інформаційні практики та форми суспільної взаємодії. Цифровий простір як середовище соціальної комунікації значною мірою функціонує відповідно до алгоритмічних механізмів, спрямованих на утримання та монетизацію уваги користувачів. У результаті такі алгоритми нерідко віддають пріоритет показникам залученості (клікам, переглядам, емоційній реакції) замість перевіреності, доказовості та якості інформації, що сприяє поширенню дезінформації, мови ворожнечі та маніпулятивних практик.

За умов зниження здатності аудиторії відрізняти достовірну інформацію від вигадки або неправди під загрозою опиняються базові засади демократичного суспільства, зокрема довіра до інформаційних інститутів, публічний дискурс і свобода вираження поглядів. У цьому контексті особливої актуальності набуває питання відповідального управління цифровими платформами та захисту прав споживачів медіаконтенту.

У межах цього дослідження здійснюється аналіз результатів дослідження ЮНЕСКО «За екранами: думки творців цифрового контенту; розуміння їхніх намірів, практик та викликів», а також політик Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури, спрямованих на сприяння та захист свободи слова й прав користувачів у процесах використання та модерації цифрових платформ.

Метою статті є аналіз політики ЮНЕСКО, зокрема «Настанов з управління цифровими платформами» [4], з метою виокремлення ролей, обов'язків і сфер відповідальності держав, операторів цифрових платформ, міжурядових організацій, гро-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

мадянського суспільства, медіа, наукових інституцій, технічної спільноти та інших зацікавлених сторін у формуванні цифрового медіасередовища, в якому свобода вираження поглядів і доступ до інформації виступають базовими принципами функціонування. Окремим завданням дослідження є узагальнення рекомендацій щодо відповідального використання цифрових платформ у професійній діяльності медіа та журналістів з урахуванням етичних, правових і професійних стандартів.

Методологічну основу роботи становить міждисциплінарний підхід, що поєднує методи опису, порівняльного аналізу та контент-аналізу. У дослідженні використано комплекс наукових методів: описовий і метод систематизації – для опрацювання теоретичних і нормативних джерел; аналітичний – для вивчення особливостей використання цифрових платформ у процесах виробництва та поширення контенту; метод узагальнення – для інтерпретації результатів дослідження, формулювання висновків і вироблення рекомендацій щодо принципів функціонування та управління цифровими платформами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика впровадження та використання цифрових онлайн платформ і медіа сервісів у виробництві і споживанні контенту вже тривалий час перебуває у фокусі уваги як зарубіжних, так і вітчизняних науковців та журналістів-практиків а також міжнародних організацій.

Вагомим внеском у розвиток цього напряму стала публікація Катерини Горської, доцента Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка «Цифровий контент в епоху інтерактивності: переосмислення сприйняття аудиторією та нові можливості для споживання медіа». Ця публікація є вдалою спробою системно осмислити нові практики споживання контенту у цифрову епоху [2].

Серед зарубіжних досліджень важливою є дослідницька робота підготовлена у партнерстві Chatham House та Global Partners «Towards a Global Approach to Digital Platform Regulation» – аналітичний документ про глобальні тенденції у регулюванні цифрових платформ, включно з правами користувачів, моніторингом платформ та захистом відкритого інтернету [10].

Перспективи законодавчого регулювання діяльності цифрових платформ в Україні, а саме правові аспекти, які виникають у зв'язку з розвитком платформ спільного доступу до інформації, зокрема щодо алгоритмічного управління контентом, ретельно розглянути у науковій публікації Бугай М. В. «Правові аспекти функціонування платформ спільного доступу до інформації: виклики цифрового правозастосування та перспективи регулювання» [1].

У дослідженні також використано «Практичний ґайд з впровадження медіа та інформаційної грамотності» Центр демократії та верховенства права [6].

Виклад основного матеріалу. У сучасному світі домінування цифрових онлайн платформ над традиційними медіа більшість споживачів контенту не здатні відрізнити вигадку від реальності чи брехню від правди, засади нашого суспільства руйнуються. Демократія, діалог і дискусія – все, що необхідне для подолання основних викликів сучасності, стає справжнім викликом. Творці цифрового контенту безпрецедентними способами змінюють практики курування та поширення інформації. Незалежно від того, чи залучають вони мільйони підписників, чи зосереджуються на нішевих спільнотах, ці впливові голоси дедалі більше охоплюють світову аудиторію, особливо молоде покоління, яке все рідше використовує традиційні медіа як основне джерело новин.

За якими принципами і правилами діють творці контенту (контентмейкери) цифрових платформ? На це питання дає відповідь дослідження ЮНЕСКО: «За екранами: думки творців цифрового контенту; розуміння їхніх намірів, практик та викликів» («Behind the screens: insights from digital content creators; understanding their intentions, practices and challenges») [9].

Звіт ЮНЕСКО «За екранами» має на меті надати цінну інформацію про світ творців цифрового контенту. У звіті висвітллено підсумки дослідження мотивації, навичок, практик та труднощів творців цифрового контенту.

Результати дослідження свідчать, що значна частина творців цифрового контенту (інфлюенсерів) керується суб'єктивним уявленням про власний вплив на аудиторію. Хоча лише 19 % респондентів ідентифікують себе як справді впливових, більшість із них регулярно поширюють інформацію серед своїх підписників.

Аналіз джерел, які використовують творці під час підготовки контенту, засвідчив, що основним критерієм оцінки достовірності онлайн-інформації залишається її «популярність», виміряна кількістю лайків і перегля-

дів (42 %). Другорядне значення має схвалення контенту з боку довірених осіб або експертів. Така практика вказує на обмежене застосування системної перевірки фактів і підкреслює потребу в підвищенні рівня медіа- та інформаційної грамотності творців контенту.

Особливе занепокоєння викликає низький рівень обізнаності респондентів щодо регуляторних рамок і міжнародних стандартів цифрових комунікацій: 59% опитаних не мають достатніх знань у цій сфері. Це актуалізує необхідність інформування творців контенту про правові аспекти свободи слова та відповідальність у цифровому середовищі.

Дослідження також зафіксувало поширеність мови ворожнечі як однієї з ключових проблем: з нею стикалися 32 % респондентів, причому більшість обирала стратегію ігнорування, а не повідомлення про інциденти. Крім того, виявлено наявність етичних дилем, пов'язаних зі спонсорованим контентом, оскільки лише половина опитаних системно розкриває інформацію про джерела фінансування, що свідчить про труднощі в поєднанні принципів прозорості та комерційних інтересів.

Результати дослідження засвідчують нагальну потребу в системній підготовці та підтримці творців цифрового контенту. Більшість респондентів не належать до професійних асоціацій і не мають методичних орієнтирів щодо відповідального створення контенту. Водночас опитані виявили високий рівень зацікавленості у проходженні безкоштовних освітніх програм ЮНЕСКО, спрямованих на розвиток медіа- та інформаційної грамотності. У цьому контексті ЮНЕСКО, сприяючи формуванню глобальних професійних стандартів і забезпечуючи безперервне навчання, може відігравати ключову роль у підтримці творців цифрового контенту, діяльність яких має транснаціональний характер.

У 2023 році ЮНЕСКО оприлюднила документ «Настанови з управління цифровими платформами», що є складовою ширшої ініціативи Internet for Trust [4]. У ньому запропоновано нормативно-ціннісну рамку регулювання діяльності цифрових платформ, орієнтовану на захист прав людини, свободи вираження поглядів та забезпечення доступу до інформації.

Принцип належної перевірки дотримання прав людини передбачає системну оцінку впливу діяльності цифрових платформ на права і свободи людини. Така перевірка має охоплювати алгоритмічні системи, політики модерації контенту, бізнес-моделі та зміни в дизайні сервісів. Особливої ваги цей принцип набуває в умовах суспільно-політичних криз, збройних конфліктів і виборчих процесів, коли ризики порушення свободи слова істотно зростають. Належна перевірка розглядається як превентивний механізм мінімізації шкоди та підвищення відповідальності платформ.

Принцип дотримання міжнародних стандартів прав людини ґрунтується на визнанні того, що цифрові платформи не є нейтральними технічними інструментами. Їхні управлінські й алгоритмічні рішення безпосередньо впливають на реалізацію свободи вираження поглядів, принципів недискримінації та права на інформацію. Окрему увагу приділено захисту вразливих груп населення, а також збереженню культурного й мовного різноманіття.

Принцип прозорості визначається ЮНЕСКО як ключова передумова довіри до цифрових платформ. Він передбачає відкритість правил користування, політик модерації контенту, механізмів ранжування та алгоритмічних рекомендацій. Користувачі повинні мати змогу зрозуміти логіку прийняття рішень щодо просування, обмеження або видалення контенту.

Принцип забезпечення доступу користувачів до інформації акцентує на необхідності надання чіткої та зрозумілої інформації про права й обов'язки користувачів у цифровому середовищі. Це включає наявність ефективних механізмів подання скарг, оскарження рішень щодо контенту та отримання обґрунтованих пояснень від платформ.

Принцип підзвітності та відповідальності платформ передбачає обов'язок цифрових платформ нести відповідальність за соціальні наслідки своєї діяльності перед користувачами, суспільством і регуляторними органами. Особливу увагу в цьому контексті приділено захисту дітей та інших соціально вразливих груп у цифровому просторі.

Зазначені принципи мають універсальний характер і можуть слугувати орієнтиром для формування державної політики, розвитку механізмів саморегулювання цифрових платформ і посилення міжнародної координації у сфері управління цифровим інформаційним середовищем.

Висновки. Результати глобального дослідження «За екранами» підтверджують нагальну потребу в посиленні медіа- та інформаційної грамотності серед творців цифрового контенту. Зокрема, обмежене застосування практик перевірки фактів свідчить про

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

їхню підвищену вразливість до дезінформації та неправдивих повідомлень, що становить ризики як для якості контенту, так і для інформаційної безпеки аудиторії загалом.

Недостатній рівень розвитку критичного мислення створює умови для маніпулятивного впливу з боку політичних, державних і комерційних акторів, що може підривати автентичність і цілісність цифрового контенту та негативно впливати на публічний дискурс і довіру до цифрових медіа.

В умовах фрагментованого та гібридного медіаландшафту особливої ваги набуває співпраця між професійними журналістами та творцями цифрового контенту. Стирання меж між традиційною журналістикою і новими формами цифрового виробництва відкриває можливості для взаємного обміну професійними стандартами, що може сприяти підвищенню якості інформації та зміцненню довіри аудиторії.

Суттєвим викликом залишається низька обізнаність творців контенту щодо міжнародних стандартів і правових засад цифрових комунікацій, що ускладнює відповідальну діяльність у цифровому середовищі та підвищує ризик юридичних наслідків. У цьому контексті освітні ініціативи у сфері медіа- та інформаційної грамотності, зокрема за підтримки міжнародних організацій, відіграють ключову роль у формуванні етично орієнтованого середовища створення контенту.

Водночас зафіксований інтерес творців цифрового контенту до безкоштовних освітніх програм свідчить про їхню готовність до професійного розвитку та підвищення компетентностей. Інвестування в комплексні навчальні програми сприяє формуванню спільноти відповідальних творців, які усвідомлюють значення перевірки фактів, дотримання етичних стандартів і відповідальності перед аудиторією.

У цьому процесі ЮНЕСКО може відігравати системоутворюючу роль, просуваючи глобальні професійні стандарти та культуру саморегулювання. Запропоновані Організацією принципи управління цифровими платформами формують цілісну нормативну рамку, що поєднує захист свободи вираження поглядів із вимогами прозорості, підзвітності та правової відповідальності. Вони можуть слугувати теоретичною і практичною основою для подальших наукових досліджень, а також для розроблення національних і міжнародних політик регулювання цифрового середовища.

Література:

1. Бугай М. В. Правові аспекти функціонування платформ спільного доступу до інформації: виклики цифрового правозастосування та перспективи регулювання. URL: https://kyivchasprava.kneu.in.ua/index.php/kyivchasprava/article/view/592?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 07.01.2026).

2. Горська К. Цифровий контент в епоху інтерактивності: переосмислення сприйняття аудиторією та нові можливості для споживання медіа. *Журнал Обрії друкарства*, 2025. № 1(17). URL: https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.1(17).326021

3. Дослідження «Медіаспоживання 2025». URL: https://gradus.app/uk/open-reports/research-media-consumption-ukraine/ (дата звернення: 07.01.2026).

4. Настанови з управління цифровими платформами: Забезпечення свободи вираження поглядів і доступу до інформації завдяки багатосторонньому підходу. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000396485 (дата звернення: 07.01.2026).

5. Новини є найпопулярнішою категорією телеграм-каналів серед українських користувачів, – Telemetrio. URL: https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/38739/2025-12-17-novyny-ie-naypopulyarnishoyu-kategoriieyu-telegram-kanaliv-sered-ukrainskykh-korystuvachiv-telemetrio/ (дата звернення: 07.01.2026).

6. Практичний ґайд з впровадження медіа- та інформаційної грамотності». URL: https://cedem.org.ua/wp-content/uploads/2025/12/MIL-Guideline-1.pdf (дата звернення: 07.01.2026).

7. Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа. Міністерство цифрової трансформації України. 2024. URL: https://thedigital.gov.ua/news/yak-vidpovidalno-vikoristovuvati-shtuchniy-intelekt-rozrobili-rekomendatsii-dlya-media (дата звернення: 07.01.2026).

8. Artificial Intelligence in Journalism. URL: https://innovating.news/article/ai-in-journalism/(дата звернення: 07.01.2026).

9. Behind the screens: insights from digital content creators; understanding their intentions, practices and challenges. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000392006 (дата звернення: 07.01.2026).

10. Towards a global approach to digital platform regulation. URL: https://www.chathamhouse.org/2024/01/towards-global-approach-digital-platform-regulation?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 07.01.2026).

Дата першого надходження статті до видання: 27.02.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

УДК 659.4:32:004.738.5
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.9

Оксана ІВАНЧЕНКО
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
Навчально-науковий інститут української філології та соціальних комунікацій
Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького
ORCID: 0000-0002-0807-3437

ОСОБЛИВОСТІ ЕФЕКТИВНОЇ РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Трансформація медіасередовища під впливом цифровізації зумовила принципові зміни в механізмах політичного впливу й електоральної мобілізації. Алгоритмічна логіка сучасних платформ, мікросегментація аудиторії та вірусне поширення контенту формують якісно нові умови для реалізації рекламних комунікацій у соціально-політичній сфері. Водночас стрімке зростання обсягів цифрової політичної реклами, інтенсифікація дезінформаційних практик і поглиблення суспільної поляризації свідчать про те, що технологічна еволюція комунікаційного середовища випереджає його теоретичне осмислення, що актуалізує потребу у створенні нових концептуальних інструментів аналізу. Систематизація наукових джерел 2021–2026 рр. засвідчила, що наявні концептуальні підходи характеризуються дисциплінарною розрізненістю, адже технологічний, психологічний та PR-виміри комунікації досліджуються переважно автономно, поза їхньою системною взаємодією. Такий теоретичний і методологічний дефіцит визначає наукову проблему дослідження. Метою статті є розробка інтегративної теоретичної моделі ефективної рекламної комунікації у соціально-політичній сфері, що синтезує закономірності цифрової трансформації, психологічні детермінанти впливу на громадську думку та практичний інструментарій оцінювання ефективності публічних комунікацій. За результатами концептуального синтезу, систематичного огляду літератури та структурного аналізу запропоновано чотирикомпонентну модель, яка охоплює цифрове платформне середовище, наративно-психологічний механізм, систему критеріїв оцінювання ефективності та контур адаптивного зворотного зв'язку. Модель інтегрує кількісні та якісні показники. Окремо обґрунтовано етичні ризики, пов'язані з алгоритмічним мікротаргетингом і маніпулятивним потенціалом емоційного фреймінгу у виборчих процесах. Обґрунтовано, що досягнення комунікативної ефективності в соціально-політичній сфері можливе лише за умови системної інтеграції платформної архітектури, психологічних механізмів впливу та принципів відповідальної комунікації.

Ключові слова: *цифрові платформи, фреймінг, політичний PR, наратив.*

Oksana Ivanchenko. FEATURES OF EFFECTIVE ADVERTISING COMMUNICATION IN SOCIO-POLITICAL ACTIVITIES

The transformation of the media environment due to digitalization has led to fundamental changes in the mechanisms of political influence and electoral mobilization. The algorithmic logic of modern platforms, audience micro-segmentation, and the viral dissemination of content create qualitatively new conditions for the implementation of advertising communications in the socio-political sphere. At the same time, the rapid growth in the volume of digital political advertising, the intensification of disinformation practices, and the deepening of societal polarization indicate that the technological evolution of the communication environment is outpacing its theoretical understanding, thereby highlighting the need for the development of new conceptual tools for analysis. A systematization of academic sources from 2021–2026 demonstrates that existing conceptual approaches are characterized by disciplinary fragmentation: the technological, psychological, and PR dimensions of communication are predominantly studied autonomously, outside their systemic interaction. This theoretical and methodological deficit defines the scientific problem of the study. The article aims to develop an integrative theoretical model of effective advertising communication in the socio-political sphere that synthesizes patterns of digital transformation, psychological determinants of public opinion influence, and practical tools for evaluating the effectiveness of public communications. Based on the results of conceptual synthesis, a systematic literature review, and structural analysis, a four-component model is proposed that includes the digital platform environment, the narrative-psychological mechanism, a system of effectiveness evaluation criteria, and an adaptive feedback loop. The model integrates both quantitative and qualitative indicators. Ethical risks associated with algorithmic micro-targeting and the manipulative potential of emotional framing in electoral processes are also substantiated separately. It is argued that achieving communicative effectiveness in the socio-political sphere is possible only through the systemic integration of platform architecture, psychological mechanisms of influence, and responsible communication principles.

Key words: *digital platforms, framing, political public relations, narrative.*

Постановка проблеми. Сучасний інформаційний простір зазнає стрімких змін під впливом цифровізації, що суттєво трансформує характер рекламної комунікації у соціально-політичній сфері. Традиційні моделі політичної реклами та PR, сформовані

© Іванченко О., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

в епоху телебачення та друкованих медіа, перестають відповідати реаліям цифрового середовища, де аудиторія одночасно виступає споживачем і співтворцем політичних наративів. Проблема полягає у відсутності цілісної теоретичної моделі, яка б комплексно пояснювала механізми ефективної рекламної комунікації у соціально-політичній діяльності з урахуванням психологічних чинників впливу та специфіки цифрових платформ. Наявні наукові підходи розглядають технологічний, психологічний і PR-аспекти переважно відокремлено, без їх системної інтеграції. Це безпосередньо пов'язано з важливими науковими та практичними завданнями. У науковому вимірі існує потреба в новому концептуальному апараті для опису логіки політичної реклами в алгоритмічно керованому медіапросторі. У практичному – PR-фахівці та політичні актори потребують чітких критеріїв вибору комунікативних стратегій, здатних формувати не просто охоплення, а стійку довіру аудиторії. В умовах поширення дезінформації та інформаційних війн вирішення цієї проблеми набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасному світі рекламна комунікація в суспільно-політичній діяльності та політиці відіграє провідну роль у формуванні громадської думки, мобілізації підтримки й управлінні репутацією. Так, В. Анвар досліджує еволюцію ролі PR у сучасних політичних комунікаціях, акцентуючи на навігації цифровим ландшафтом. Науковець стверджує, що з поширенням цифрових медіа та соціальних мереж політична комунікація трансформувалася, створюючи як можливості, так і виклики для PR-спеціалістів. Ключовими елементами ефективної комунікації є аутентичність, прозорість та етичні практики, які допомагають будувати довіру у фрагментованому медіа-середовищі. Використовуючи теоретичні рамки та кейс-стаді, В. Анвар демонструє, як PR-стратегії адаптуються для взаємодії із різноманітними аудиторіями, формування громадського дискурсу й управління репутаційними ризиками. Автор наголошує на важливості даних аналітики, сегментації аудиторії і цільового меседжингу для ефективності, що робить комунікацію більш персоналізованою та впливовою, а також на балансі між традиційними та цифровими каналами для посилення зв'язків із громадськістю [2].

Об'єктом аналізу А. Ковальова став політичний PR у контексті розвитку військово-політичної комунікації, який автор розглядає як системне утворення для забезпечення військових дій, стабільності суспільства та дезінтеграції ворога. Ефективна комунікація базується на принципах довіри та взаємоповаги, а також на організаційно-управлінській інтеграції PR-технологій. Ключовими елементами є управління цифровими коаліціями, аналіз даних, моніторинг засобів масової інформації (ЗМІ) та наративний аналіз. Саме політичні технології надають стратегічну перевагу в протидії пропаганді авторитарних акторів, таких як ферми ботів і тролів. Ефективність досягається через системні дії із генерування, поширення інформації і закріплення ефектів кампаній, що особливо актуально в умовах гібридної війни, де PR стає інструментом для управління коаліціями та посилення зв'язків із громадськістю [13].

Маркетингові засоби комунікації у політиці та застосування політичних маркетингових технологій із використанням PR у цифрову еру стали об'єктом дослідження Н. Писаренко. Авторка виявляє тенденцію запозичення економічних маркетингових концепцій для політичного поля, де довіра населення є ключовим ресурсом. Ефективна комунікація характеризується використанням пропаганди, популізму та маніпуляцій, модифікованих цифровими технологіями, що посилює їхню комунікаційну складову. У цифрову еру ці інструменти набувають рис класичного PR, впливаючи на масову свідомість через віртуальний простір. Особливості ефективності включають маркетизацію та споживання, де політичний ринок конкурує за підтримку, а комунікація стає інструментом для задоволення потреб аудиторії, вимагаючи етичних норм для уникнення маніпуляцій [8].

У статті Дж. Чжу, К. Домметт і Т. Стаффорд наведені результати дослідження, яке базується на результатах опитування 1881 респондентів щодо рекламних кампаній на Facebook під час виборів у Великій Британії 2019 році. Автори встановили, що громадськість не вважає політичну рекламу принципово неприйнятною, але сприйняття залежить від партійних і демографічних чинників (вік, стать, партійність). Реклами, сумісні з регуляторними протоколами для неполітичної реклами, вважаються прийнятнішими, що пропонує розширення існуючого режиму. Ключовими драйверами неприйнятності є тон і зміст: нечесність, маніпуляція та поляризація. Автори пропонують коди поведінки для регуляції, які прийняті в Нідерландах і Німеччині, підкреслюючи роль

громадських ставлень у формуванні регуляторних відповідей [12].

У систематичному огляді А. Ранджан і А. Кумар Упадхьяй проведено аналіз 114 публікацій з політичної реклами за період з 1996 по 2024 рр. Науковці виокремлюють шість кластерів, що об'єднуються в три теми: еволюція політичної реклами, її вплив на виборців і регуляторні аспекти. Ефективна комунікація характеризується персоналізацією повідомлень через соціальні медіа, мікро-таргетингом і лінгвістичним дискурсом. Автори наголошують на необхідності досліджень соціально-політичного контексту, конфіденційності даних і дезінформації, пропонуючи напрями для майбутніх регуляцій. Ефективність досягається шляхом адаптації до складнощів переконуючої комунікації, де політична реклама формує думку та поведінку виборців, а PR фокусується на мікро-таргетингу для захисту конфіденційності [10].

Корисною для розуміння проблематики є стаття Т. Шлемкевич та Н. Шотурми, у якій наведено результати аналізу реконфігурації комунікаційних стратегій державних і громадських акторів в українському інформаційному просторі 2024–2025 рр. у контексті війни. Авторки відзначають перехід від мобілізаційної риторики до багатовимірних наративів, що поєднують стійкість, дипломатію та відбудову. Ефективна комунікація характеризується адаптивністю до зовнішніх чинників, багатоаудиторністю, раціоналізацією меседжів і довгостроковим плануванням. Особливості включають інституціоналізацію стратегій (антикорупційна, електронні комунікації) і фрагментацію простору через альтернативні наративи опозиції і медіа, де PR забезпечує координацію наративів, балансуючи між мобілізацією та дипломатією [14].

Синтезуючи, зазначені дослідження підкреслюють, що ефективність рекламної комунікації у суспільно-політичній діяльності залежить від адаптації до цифрових технологій, етичності та персоналізації. Водночас у них бракує комплексної теоретичної моделі, яка би поєднувала цифрову трансформацію з психологічними чинниками впливу на громадську думку, чітких критеріїв оцінки ефективності комунікації і глибшого аналізу ролі цифрових платформ у формуванні політичних наративів та оптимізації публічних комунікацій.

Мета статті полягає в розробці нової теоретичної моделі ефективної рекламної комунікації у соціально-політичній діяльності, яка інтегрує елементи цифрової трансформації і психологічних чинників впливу на громадську думку, з метою підвищення ефективності політичних кампаній і зв'язків із громадськістю в умовах глобалізованого інформаційного простору. Для реалізації поставленої мети необхідно проаналізувати вплив цифрових платформ на формування наративів у політичній рекламі та запропонувати критерії оцінки їхньої ефективності для оптимізації публічних комунікацій.

Виклад основного матеріалу. Основу цього дослідження становить систематичний огляд літератури за принципами PRISMA-ScR, що дозволив проаналізувати академічні публікації 2021–2026 рр., деякі з яких індексовані в Scopus. Паралельно використовувався метод концептуального синтезу для інтеграції теорій фреймінгу, психологічного впливу та цифрової трансформації в єдину теоретичну конструкцію. Результатом поєднання цих методів стала авторська інтегративна модель, що складається з чотирьох взаємопов'язаних блоків: платформного середовища, наративно-психологічного механізму, критеріїв ефективності та зворотного зв'язку (табл. 1).

Перший блок – цифрове платформне середовище, що відображає реальність сучасної медіаекосистеми, в якій цифрова політична реклама стрімко зростає від 22,5 млн дол. у 2008 р. до приблизно 3,4 млрд у 2024 р. [7]. Цифрова трансформація сприяє швидшому поширенню політичної реклами завдяки персоналізованим алгоритмам, які розширюють охоплення аудиторії через механізми рекомендацій і таргетованого показу контенту. Водночас така модель поширення може формувати так звані ехо-камери, коли користувачі переважно отримують інформацію, що відповідає їхнім уже наявним переконанням.

Другий блок – наративно-психологічний механізм, який демонструє, що алгоритмічна персоналізація та точний поділ аудиторії перетворюють комунікаційні практики на потужний інструмент впливу на поведінку людей і формування символічних смислів [9]. Психологічні чинники відіграють важливу роль у сприйнятті наративів, оскільки емоційне забарвлення повідомлень підвищує рівень залучення аудиторії, але водночас може посилювати суспільну поляризацію. Це пояснюється поєднанням теорій соціальної психології, зокрема концепції когнітивного дисонансу, із цифровим контекстом, де платформи підсилюють ефект впливу в результаті повторного демонстрування контенту. У такому середовищі наративи формуються завдяки поєднанню цифрових інструмен-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

Таблиця 1

Теоретична модель ефективної рекламної комунікації у соціально-політичній сфері

Блок моделі	Компоненти	Показники / критерії
I. Цифрове платформне середовище	Соціальні мережі (Meta, TikTok, YouTube, X); CTV / стримінг; програматична реклама; мобільні канали	Охоплення аудиторії; таргетинг-точність; алгоритмічна видимість
II. Наративно-психологічний механізм	Фреймінг повідомлення; емоційне забарвлення (страх, надія, ідентифікація); вірусність; ехо-камери	Рівень залучення; емоційний резонанс; частота поширення
III. Критерії оцінки ефективності	Кількісні: CTR, охоплення, конверсія, оцінка настрою, атрибуція, залучення (репости, лайки, коментарі). Якісні: зміна настроїв (пре-/пост-опитування), формування порядку денного, емоційний резонанс (натхнення, страх), переконливість (логіка, докази), фактичні твердження (CRAAP: актуальність, релевантність, авторитетність, точність, мета)	Індекс ефективності кампанії (CEI); рейтинг довіри до повідомлення
IV. Зворотній зв'язок і коригування	Моніторинг реакцій аудиторії в реальному часі; A/B-тестування; аналіз даних	Швидкість адаптації повідомлення; корекційний потенціал

Примітка: CTV (Connected TV), CTR (Click-through rate), CEI (Campaign Effectiveness Index

Джерело: власна розробка автора

тів (хештегів, мемів) із психологічними механізмами впливу. Аналіз комунікаційних кампаній показує, що успішні наративи, як-от #BlackLivesMatter, поєднують сильний емоційний зміст із вірусним поширенням у мережі, що значно підсилює ефективність PR-комунікації.

Третій блок – критерії оцінки ефективності, що спрямований на подолання методологічного розриву, оскільки відсутність уніфікованих метрик залишається однією з ключових проблем у дослідженнях політичних комунікацій і рекламних кампаній.

Четвертий блок – зворотний зв'язок, який забезпечує гнучкість запропонованої моделі, дозволяючи оперативно коригувати комунікаційні стратегії відповідно до змін у динамічному інформаційному середовищі.

Аналіз наявної літератури дозволяє контекстуалізувати запропоновану модель у ширшому науковому дискурсі. По-перше, вплив цифрових платформ на формування наративів підтверджується низкою авторитетних досліджень. Взаємозв'язок між соціальними медіа та політикою є складнішим, ніж здається на перший погляд, оскільки він охоплює різні дисципліни: соціологію, політичну науку, комунікацію, соціальну психологію та комп'ютерні науки [3]. Це підтверджує необхідність саме інтегративного підходу, покладеного в основу розробленої моделі (табл. 1). По-друге, теорія фреймінгу залишається центральним інструментом аналізу наративів. Взаємодія між медіа і платформами побудувала чітко гібридне комунікаційне середовище та глибоко трансформувала організацію публічних дебатів, особливо в процесах формування публічного порядку денного та рамок тлумачення подій [6]. Відповідно до класичних підходів до фреймінгу виокремлюють чотири ключові елементи комунікаційного процесу (відправника, повідомлення, одержувача, культурний контекст), які враховано у другому блоці запропонованої моделі.

По-третє, психологічний аспект комунікаційного впливу має вирішальне значення. Люди, які бачили емоційно забарвлені зображення, частіше реагували різко та рідше підтримували кандидата, тоді як ті, хто отримував лише фактичні дані, демонстрували більш поміркована реакцію [11]. Цей результат підкреслює значення балансу між емоційним фреймінгом і фактологічним змістом у стратегічній комунікації.

По-четверте, алгоритмічне середовище посилює поляризацію та дезінформацію. Цифрові платформи сприяють поширенню політичного дискурсу у формі дезінформації, постправди й алгоритмічних маніпуляцій, створюючи медіаекосистему, де ускладнюється демократичне обговорення [5]. Щоб протидіяти цьому, запропонована модель включає до блоку критеріїв ефективності показник довіри до повідомлення, що дозволяє оцінювати, наскільки аудиторія сприймає контент як достовірний, та оперативно коригувати його для мінімізації впливу дезінформації і підтримки більш об'єктивного обговорення.

По-п'яте, роль зв'язків із громадськістю в цифровій трансформації набуває нових контурів. Нині, коли нові медіаплатформи забезпечують прямий доступ, комунікація через PR суттєво покращилась, а нові меді-

атеорії пояснюють, як споживач виступає активним актором у процесі споживання медіаконтенту [1]. Таке зміщення від пасивного споживання до активної участі є підставою для включення блоку зворотного зв'язку як рівноцінного компонента моделі.

По-шосте, вимірювання ефективності PR-кампаній залишається дискусійним питанням. Дослідження в цій галузі виявляють численні проблеми від відсутності уніфікованих метрик до розриву між кількісними даними та якісними змінами у свідомості аудиторії. Запропоновані критерії оцінки (блок ІІІ) є спробою систематизувати як кількісні, так і якісні показники в єдиний операційний інструментарій.

По-сьоме, емпіричні дані щодо витрат на цифрову рекламу у 2024 р. демонструють її стрімке зростання, оскільки прогнозний обсяг витрат на політичну кампанійну рекламу сягнув 10,2 млрд дол. США, причому цифрові платформи пропонують різні можливості таргетингу, що дозволяють охоплювати конкретні сегменти виборців за допомогою адаптованих повідомлень [4]. Це означає, що без відповідної теоретичної моделі, яка б інтегрувала платформну логіку та психологічні механізми, практика кампаній ризикує залишатись інтуїтивною, а не стратегічно обґрунтованою.

Проведене дослідження пов'язане з низкою етичних питань. Збір та аналіз даних про поведінку аудиторії у соціальних мережах ставить проблему конфіденційності персональної інформації. Крім того, використання алгоритмічного мікротаргетингу й емоційного фреймінгу у виборчих кампаніях породжує ризики маніпулятивного впливу на виборців, що суперечить принципам демократичної автономії. Запропонована модель не є нейтральним інструментом, адже її застосування потребує свідомого дотримання стандартів прозорості, достовірності та відповідальної комунікації. Наша дослідницька позиція полягає в тому, що ефективність комунікації не може бути відокремлена від її етичного виміру. Запропонована модель має теоретичний характер і потребує емпіричної перевірки на матеріалі конкретних виборчих кампаній або PR-проєктів. Огляд літератури обмежений переважно англомовними джерелами, що залишає поза увагою регіональну специфіку незахідних медіаекосистем. Крім того, висока динамічність цифрового середовища означає, що окремі параметри моделі (зокрема, алгоритмічна видимість) потребуватимуть регулярного оновлення відповідно до змін у платформних політиках.

Висновки. Проведене дослідження підтвердило, що ефективна рекламна комунікація в соціально-політичній сфері не може бути описана в межах жодної з наявних часткових теорій: ні суто технологічних, ні суто психологічних. Запропонована чотирикомпонентна модель, яка інтегрує цифрове платформне середовище, наративно-психологічний механізм, критерії оцінки ефективності та блок зворотного зв'язку, усуває цей методологічний дефіцит і пропонує цілісний інструментарій для аналізу та планування політичних кампаній і PR-стратегій.

Результати проведеного аналізу довели, що цифрові платформи докорінно змінили логіку формування наративів, тому що алгоритмічна персоналізація перетворила аудиторію зі споживача на співтворця дискурсу, водночас посиливши ризики дезінформації і поляризації. Психологічні механізми,такі як фреймінг, емоційне забарвлення й ефект ехо-камер, виявляються не допоміжними, а центральними елементами ефективної комунікації. Практична цінність моделі полягає в запровадженні уніфікованих кількісних та якісних критеріїв оцінки (CEI, рейтинг довіри, CRAAP-тест), які дозволяють вимірювати результативність кампаній системно.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з емпіричною верифікацією моделі на матеріалі конкретних виборчих кампаній, зокрема в незахідних медіаекосистемах.

Література:

1. Al Hadeed A.Y. Role of public relations practices in content management: the mediating role of new media platforms. *Frontiers in Sociology*. 2024. Vol. 8. Article 1273371. DOI: https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1273371 (дата звернення: 03.03.2026).

2. Anwar W. Adapting public relations strategies in contemporary political communications: navigating the digital landscape. *Frontline Social Sciences and History Journal*. 2024. Vol. 04, no. 04. P. 1–7. DOI: https://doi.org/10.37547/social-fsshj-04-04-01 (дата звернення: 03.03.2026).

3. Battista D. Political reconfiguration in the social space: data analysis and future perspective. *Frontiers in Sociology*. 2024. Vol. 8. Article 1226509. DOI: https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1226509 (дата звернення: 03.03.2026).

4. Chansky R. 2024 political campaign ads and their impact on the media landscape. URL: https://insights.audiencex.com/political-campaign-ad-media/ (дата звернення: 05.03.2026).

5. Hastuti H., Maulana H. F., Lawelai H., Suherman A. Algorithmic influence and media legitimacy: a systematic review of social media's impact on news production. *Frontiers in Communication*. 2025. Vol. 10. Article 1667471. DOI: https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1667471 (дата звернення: 03.03.2026).

6. López-Rabadán P. Framing studies evolution in the social media era. Digital advancement and reorientation of the research agenda. *Social Sciences*. 2021. Vol. 11, no. 1. Article 9. DOI: https://doi.org/10.3390/socsci11010009 (дата звернення: 03.03.2026).

7. Mbayu N.-B. Getting political: analyzing political digital advertising compliance. URL: https://lnk.ua/TO6koanuS (дата звернення: 07.03.2026).

8. Pysarenko N. Marketing means of communication in politics and application of political marketing technologies using PR in the age of digital technologies. *The Economic Discourse*. 2024. Vol. 3–4. С. 176–185. DOI: https://doi.org/10.36742/2410-0919-2024-2-16 (дата звернення: 04.03.2026).

9. Ramírez-Salina C.A., Jiménez-Barbosa W.G., Cala Vitery F. From framing to emotion: evolving narratives in Ibero-American political mediatization (2008–2019). *Frontiers in Communication*. 2025. Vol. 10. Article 1616465. DOI: https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1616465 (дата звернення: 05.03.2026).

10. Ranjan A., Upadhyay A. K. Exploring the continuity and change in political advertising research: a systematic literature review. *Cogent Social Sciences*. 2024. Vol. 10, no. 1. Article 2376853. DOI: https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2376853 (дата звернення: 03.03.2026).

11. Smith M. Framing conflict: how social media influences voter opinions. URL: https://lnk.ua/F40xnMqwp (дата звернення: 09.03.2026).

12. Zhu J., Dommett K., Stafford T. What makes online political ads unacceptable? Interrogating public attitudes to inform regulatory responses. *Humanities & Social Sciences Communications*. 2025. Vol. 12. Article 806. DOI: https://doi.org/10.1057/s41599-025-05114-1 (дата звернення: 06.03.2026).

13. Ковальов А. В. Політичні PR в контексті розвитку військово-політичної комунікації. *Політична культура та ідеологія*. 2025. № 3. С. 109–113. DOI: https://doi.org/10.31558/2519-2949.2025.3.14 (дата звернення: 03.03.2026).

14. Шлемкевич Т., Шотурма Н. Реконфігурація комунікаційних стратегій державних та громадських акторів в українському інформаційному просторі в період 2024–2025 рр. *Вісник Прикарпатського університету*. Серія: Політологія. 2026. № 22. С. 378–385. DOI: https://doi.org/10.32782/2312-1815/2025-22-44 (дата звернення: 03.03.2026).

Дата першого надходження статті до видання: 15.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

УДК 811.111’34:82-3
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.10

Інна КІВЕНКО
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри «Іноземні мови та переклад»,
Одеський національний морський університет,
innakivenko@gmail.com
ORCID: 0000-0003-2044-5456

Людмила ОКУЛОВА
доцент кафедри «Іноземні мови та переклад»,
Одеський національний морський університет,
irinalelet7@gmail.com
ORCID: 0000-0002-8798-0034

РОЛЬ АРТИКУЛЯЦІЇ У ФОРМУВАННІ ОБРАЗУ ПЕРСОНАЖА

Представлена стаття є спробою всебічно дослідити артикулятивні особливості персонажу як ефективний засіб його індивідуалізації в кінодискурсі, зокрема в детективному жанрі, адже питання є недостатньо розробленим та актуальним. Обґрунтовано, що артикуляція виступає важливим інструментом формування мовленнєвого портрета персонажа, оскільки безпосередньо впливає на сприйняття глядачем його інтелектуальних, психоемоційних та соціальних характеристик. Матеріалом дослідження слугує мовлення головного героя британського телесеріалу «Sherlock» у виконанні Бенедикта Камбербетча. Проаналізовано ключові артикуляційні та просодичні параметри, зокрема темп, ритм, інтонацію, силу голосу, паузацію та їхню роль у відтворенні внутрішньої динаміки персонажа. Встановлено, що варіювання темпу мовлення, чіткість дикції та інтонаційна гнучкість забезпечують репрезентацію інтелектуальної переваги, аналітичного мислення та комунікативної домінантності Шерлока Холмса. З’ясовано, що інтонаційні девіації та артикуляційні модифікації найчастіше реалізуються у ситуаціях емоційної напруги, саркастичного висловлювання та моментів інсайту, виконуючи функцію маркерів психоемоційного стану персонажа. Доведено, що використання драматичних пауз, зміни діапазону голосу та контроль артикуляційного апарату сприяють підсиленню експресивності мовлення та формуванню когнітивного впливу на реципієнта. Окрему увагу приділено взаємозв’язку артикуляції з проксемічними характеристиками комунікативної поведінки, що уможливлює глибше розкриття психологічної дистанції між персонажами. У результаті дослідження встановлено, що артикулятивні засоби є системоутворювальним чинником створення харизматичного та інтелектуально маркованого образу, а їх цілеспрямоване використання актором забезпечує маніпуляцію увагою глядача та інтерпретацією художнього образу.

Ключові слова: *артикуляція, інтонація, кінодискурс, проксеміка.*

Inna Kivenko, Lyudmila Okulova. THE ROLE OF ARTICULATION IN SHAPING A CHARACTER’S IMAGE

The given article represents an attempt to comprehensively examine the articulatory characteristics of a personage as an effective means of individualising them in film discourse, particularly in the detective genre, as this topic remains under-researched and highly relevant. It has been determined that articulation serves as an important means in shaping a personage’s linguistic portrait, as it directly influences the viewer’s perception of their intellectual, psycho-emotional and social characteristics. The research material embraces the speech of the main personage in the British television series ‘Sherlock’, performed by Benedict Cumberbatch. Key articulatory and prosodic parameters, in particular tempo, rhythm, intonation, voice intensity, and pausing, and their role in conveying the personage’s inner dynamics, have been analysed. It has been established that variations in speech rate, clarity of diction and intonational flexibility serve to represent Sherlock Holmes’ intellectual superiority, analytical thinking and communicative dominance. It has been proved that intonational deviations and articulatory modifications are most frequently employed in situations of emotional tension, sarcastic remarks and moments of insight, serving as markers of the personage’s psycho-emotional state. It has been demonstrated that the use of dramatic pauses, changes in pitch level and control of the articulatory apparatus contribute to enhancing the expressiveness of speech and exerting a cognitive influence on the recipient. Particular attention has been paid to the relationship between articulation and the proxemic characteristics of communicative behaviour, which enables a deeper exploration of the psychological distance between characters. The study has found that articulatory means are a systemic factor in the creation of a charismatic and intellectually marked image, and their purposeful use by the actor ensures the manipulation of the viewer’s attention and the interpretation of the artistic image.

Key words: *articulation, film discourse, intonation, proxemics.*

© Ківенко І., Окулова Л., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

Постановка проблеми. Вивчення ролі артикуляції у формуванні образу персонажа зумовлено постійним зростанням інтересу сучасного мовознавства до проблем індивідуалізації мовлення в різних типах дискурсу, зокрема кінодискурсі як синкретичному комунікативному просторі. Артикулятивні особливості мовлення виступають важливим інструментом формування мовленнєвого портрета персонажа, оскільки вони безпосередньо впливають на інтерпретацію його інтелектуальних, психоемоційних та соціальних характеристик.

У контексті аудіовізуальних текстів артикуляція набуває особливої ваги як засіб когнітивного та емоційного впливу на реципієнта. Попри наявність численних досліджень, присвячених мовленнєвій характеристиці персонажів, проблема системного аналізу артикулятивних засобів як чинника індивідуалізації мовлення у кінодискурсі, зокрема в детективному жанрі, залишається недостатньо розробленою, що зумовлює ***актуальність*** представленої роботи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Численні сучасні лінгвістичні розвідки присвячені вивченню окремих аспектів мовленнєвого портрета та індивідуалізації мовлення досліджувалися в різних ракурсах. Зокрема, розглядаються проблеми мовленнєвої характеристики персонажа та ідіостилю з акцентом на лексико-стилістичних засобах формування мовлення [6]. Досліджуються питання комунікативно-прагматичних та дискурсивних аспектів мовлення, враховуючи аналіз мовленнєвої поведінки в різних типах дискурсу [1; 2]. Набуває популярності новий науковий напрям – політична лінгвоперсонологія, мета якого полягає у визначенні особливостей комунікативного іміджу політиків [4]. Досліджуються типові моделі поведінки та лінгвальні засоби у мовленні певного політика. Особливу увагу приділяють дослідженню спонтанного мовлення політиків, яке показує ті риси мовних особистостей, що приховані у підготовленій комунікації та виявляє реальний комунікативний імідж політиків. Серед сучасних напрямків виокремлюється психолінгвістика, в межах якої досліджується власне мовлення, когнітивні процеси, пов'язані із породженням і сприйняттям мовлення, а також мовна особистість. Встановлюються та описуються моделі мовленнєвої діяльності, функціонування внутрішнього мовлення, феномен динамічного стереотипу, білінгвальні механізми та методи психолінгвістичного експерименту [3; 7]. В розрізі сучасних педагогічних тенденцій досліджується мовлення вчителя, але як складова його загального образу [9].

Водночас артикулятивний рівень мовлення не виокремлюється в лінгвістичних студіях з метою визначення його ролі у створенні образу в кінодискурсі. Таким чином, артикуляція як засіб індивідуалізації мовлення персонажа в аудіовізуальному тексті потребує комплексного дослідження.

Метою дослідження є комплексний аналіз артикулятивних особливостей як засобу індивідуалізації мовлення персонажа та визначення їхньої ролі у формуванні мовленнєвого портрета головного героя на матеріалі телесеріалу «Sherlock».

Об'єктом дослідження слугує мовлення персонажа у кінодискурсі. **Предметом** – артикулятивні та просодичні особливості мовлення персонажа Шерлока Холмса як засіб його індивідуалізації та формування мовленнєвого портрета.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання наступних ***завдань***:

- проаналізувати поняття артикулятивних особливостей у контексті сучасної лінгвістики;
- визначити функції артикуляції у кінодискурсі;
- проаналізувати основні артикулятивні та просодичні засоби мовлення персонажа Шерлока Холмса;
- виявити зв'язок між артикуляцією та психоемоційним станом персонажа;
- встановити роль артикулятивних засобів у формуванні соціального та інтелектуального іміджу героя;
- систематизувати комунікативні стратегії, реалізовані через артикуляцію.

Матеріалом дослідження послугували кіноепізоди, відібрані з оригінального англомовного телесеріалу *Sherlock* виробництва *BBC*.

Для досягнення мети представленого дослідження використано ряд методів, зокрема *метод спостереження* та *перцептивний аналіз* для виявлення інтонаційних особливостей мовлення досліджуваного персонажу та його сприйняття реципієнтом; *описовий метод* для систематизації його артикулятивних рис; *контекстуально-інтерпретаційний* для вивчення функціонування мовленнєвих одиниць у конкретних комунікативних ситуаціях; *психолінгвістичний аналіз* для встановлення зв'язку між мовленням і психоемоційним станом персонажа; *дискурсивний аналіз* для визначення ролы артикуляції у межах кінодискурсу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Артикулятивні особливості як засіб індивідуалізації мовлення виявляють свою ефективність у всіх професійних сферах [8, с. 23]. Важко переоцінити їх значення в кінодискурсі, оскільки їх використання акторами якісно змінює сприйняття персонажів глядачами. Через артикуляцію формується враження про рівень інтелектуальних здібностей, характер, темперамент, психоемоційний стан та навіть статус кіногероя [5, с. 10].

Найбільше вплив артикуляції помітний у детективному жанрі, у якому реалізуються різнотипні комунікативні ситуації, сповнені прихованими повідомленнями. Яскравим прикладом є британський серіал «Шерлок», у якому головну роль виконує відомий еталонним британським акцентом Бенедикт Камбербетч.

Шерлок Холмс – це персонаж, який є втіленням геніальності, аналітичного розуму, дедукції. Серіал є сучасною інтерпретацією класичної історії сера Артура Конан Дойла з додаванням нових сюжетних поворотів і починається зі знайомства з головними героями – Шерлоком Холмсом та Джоном Ватсоном.

Для успішного втілення персонажу та передачі усіх відтінків його складної особистості Бенедикту Камбербетчу довелось глибоко проаналізувати психологічний портрет свого героя, а його високий рівень володіння мовою та голосом допомогли артикулятивно передати характер Шерлока таким чином, що з перших хвилин телесеріалу глядачі сприймають його як справжнього генія. Впевнене мовлення й чітка артикуляція звуків вказують на виваженість рішень та роблять акцент на його інтелектуальних здібностях. Використовуючи артикуляцію як інструмент когнітивного впливу, Бенедикт Камбербетч формує характер сприйняття особистості героя, його професійну компетентність та соціальний статус.

Уперше глядач знайомиться з сучасним Шерлоком Холмсом у серії "*A Study in Pink*". Мовленнєва діяльність головного героя створює образ харизматичної, стриманої, проте часом ексцентричної особи. Внутрішня динаміка персонажу виражається через ритм і темп мовлення, його висока швидкість навіть під час складних обмірковувань та розрахунків вказує глядачеві на вміння швидко аналізувати ситуацію та здатність приймати рішення миттєво. Прикладом цього є перша зустріч Шерлока та Ватсона: головний герой робить логічні висновки про стиль життя та звички Джона Ватсона за лічені хвилини. Швидкість висловлювання думок відображає його геніальність та нестримну розумову діяльність; короткі ритмічні паузи, які вводить Бенедикт Камбербетч між окремими фразами, акцентують увагу на важливості кожної думки та дозволяють глядачеві послідовно сприймати інформацію.

Питання мають переважно стислий характер, вимовляються дружелюбно, із середньою швидкістю, в даному контексті вказуючи на те, що Шерлок все ж таки розраховує на розуміння.

Особливістю даного персонажу є його демонстративна емоційна відстороненість по відношенню до інших людей, що безпосередньо проявляється в його манері спілкування. Психологічна дистанція відображається в зменшенні інтонаційних коливань, домінуванні монотонних інтонацій, нерідко імпленується . Таким чином підкреслюється його розумова перевага над іншими, демонструється його зверхнє, беземоційне, а іноді навіть дратівливе ставлення до оточуючих.

Різкий інтонаційний підйом спостерігається при знаходженні важливих підказок або розкритті таємниці. Доцільно зауважити, що Шерлок завжди висловлює щиру подяку, про що свідчить низхідний рух тону та вузький діапазон. Даними інтонаційними прийомами актор створює амплуа героя, який має позитивні емоції лише по відношенню до свого покликання.

Шерлоку постійно доводиться взаємодіяти з персонажами, яких він відверто зневажає, прикладом такого героя на початку першого епізоду є Ватсон, а також поліцейський на ім'я Андерсон. Зверхнє ставлення до них передається через артикуляційні модуляції: зниження тону, а також контроль артикуляційного процесу для надання голосу глибини створюють образ особи, яка відкрито домінує над співрозмовниками. Проте інтелектуальна пристрасть змушує Шерлока на деякий час забути про оточуючих, а отже й тон змінюється на більш легкий і позитивний.

Діалогічне мовлення майже повністю позбавлене емоційності, окрім випадків, коли головний герой вдається до саркастичного гумору та висміювання інших. Забезпечення емоційної стриманості шляхом контролю артикуляції ззовні проявляються через скуті рухи губ. Його мовлення позбавлене жалю та співчуття, як показано в сцені, де Холмс знаходиться в медико-криміналістичній лабораторії. У ситуаціях подібного характеру артикуляція головного героя переважно

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

залишається чіткою та впорядкованою, складаючи образ людини, яка завжди керується логікою.

Різкі емоційні сплески Шерлока зазвичай мають негативний відтінок. Цікавою для розгляду є ситуація у епізоді "*A Study in Pink*", коли Шерлок помилився в одному з суджень про Ватсона, що викликало бурхливу реакцію. Як наслідок, він виголошує слово "*sister*" навмисно порушуючи правильну звуковимову, роблячи звучання даного слова занадто «шиплячим». Візуально така яскрава девіація вимови за рахунок зміни артикуляційних позицій та виникнення в них напруги зробила діалог дуже експресивним.

У епізоді "*The Blind Banker*" спостерігається більший контраст між стриманою артикуляцією Шерлока та його комунікативним самовираженням у періоди емоційної напруги. Бенедикт Камберетч видозмінює просодичні елементи мовлення – силу вимови слів, комунікативне забарвлення та темп мовлення.

Доречним прикладом застосування такого комплексного прийому є сцена, де головний герой критикує детектива за неуважність та необізнаність, репліка Шерлока починається нейтральною інтонацією, яка виражає відверту байдужість та вказує на те, що ніякого здивування ситуація в нього не викликає, проте після слова *"solution"* інтенсивність кожної наступної лексичної одиниці зростає. Чим більше Камбербетч окремо виділяє кожне слово, тим інтенсивніше виражається агресія, яку головний герой відчуває по відношенню до непрофесійності детектива Диммока: *"Wrong, it's **one possible** explanation of some of the facts. You've got a **solution** that **you** like, but you are **choosing** to ignore **anything** you see that doesn't **comply** with it. Wound's on the **right** side of his head. Van Coon was **left**-handed"* [10]. Таким чином актор використовує артикуляційні прийоми задля передачі психоемоційного стану, розкриває істинне відношення головного героя до людської некомпетентності та нові сторони його характеру, який зазвичай залишався стриманим та непохитним.

Як і в попередніх серіях, Бенедикт Камбербетч вдається до значного прискорення мовлення з метою зображення потоку свідомості, характерного для його персонажу, даючи глядачам відчути натиск геніального розумового процесу. Пояснюючи важливість символів у новій справі, Шерлок промовляє наступну репліку пришвидшено й без пауз:

The world's run on codes and ciphers, John. From the million-pound security system at the bank to the PIN machine you took exception to. Cryptography inhabits our every waking moment [10].

Уміло керуючи голосом, тоном і темпом, актору вдалося весь час тримати увагу глядачів лише на власному персонажі. Більш того, цей артикуляційний прийом створює враження, що лише Шерлок здатен на розв'язання такого роду задач.

Довершеність образу Шерлока Холмса досягається завдяки його саркастичному тону. Ця особливість досягається шляхом зміни артикуляції на неприродно чітку й переважно зустрічається у коротких реченнях. Наприклад, на поставлені питання головний герой саркастично відповідає: *"How did you know?"* або *"Like what?"* [10]. Діалоги з поліцейським на ім'я Андерсон завжди сповнені саркастичними висновками та докорами, наприклад: *"I'm not implying anything. I'm sure Sally came round for a nice little chat, and just happened to stay over"* [10]. Саркастичний тон досягається не тільки через неприємний сенс відповіді, а й шляхом уповільнення темпу мовлення та чітким підкресленням кожного слова. Характер такої відповіді досить різкий та зухвалий, оскільки демонструє зневагу до співрозмовника.

Найбільша емоційна напруга спостерігається у фінальній серії сезону, протистояння ворогу – Моріарті, розкриває нові особистісні риси головного героя.

Намагаючись зрозуміти суперника, мовлення Шерлока значно змінюється: чітка та впевнена артикуляція, яку ми спостерігали при комунікації з іншими персонажами, змінюється на виважену та обережну, що проявляється шляхом звуження діапазону голосу, уповільненим темпом мовлення.

Репліку *"Bought you a little getting-to-know-you present. That's what it's all been for, isn't it? All your little puzzles making me dance. All to distract me from this"* [10] Б. Камбербетч вимовляє холодно, досить тихо та повільно, проте з ледве помітним саркастичним тоном, що є своєрідним натяком глядачам про те, що він намагається зрозуміти суперника та якнайшвидше вивідати його план.

У реченні *"**A-a-a-all** to distract me from this"* [10] перше слово вимовляється дуже протяжно, такий прийом є своєрідною маніпуляцією, висміюванням суперника. Кульмінація досягається драматичною паузою та фінальною реплікою: *"Catch you | later"* [10]. Між першими двома словами була введена пауза середньої довжини, а перед словом

"later" затяжна драматична пауза. З одного боку, введення довгої паузи підсилює враження та підвищує рівень емоційної напруги, з іншого – це можливість для глядача осягнути складність взаємовідносин Шерлока та Моріарті, а також сформувати враження від їх протистояння. Доцільно зазначити, що саме вимова слова*"later"* висхідним тоном допомагає глядачам помітити сумніви Шерлока у власних силах.

Продемонстрована Бенедиктом Камбербетчем інтонаційна гнучкість під час ведення маніпулятивних діалогів у першому епізоді другого сезону під назвою *"A Scandal in Belgravia"* є яскравим прикладом ефективності застосування артикуляційних прийомів. Намагаючись отримати інформацію від персонажу на ім'я Айрін Едлер, Шерлок пом'якшує інтонацію, роблячи її виразною, як у наступних фразах: *"Miss Adler, I presume"; "You think I'm a vicar with a bleeding face"* [10]. Переслідуючи власні цілі, Шерлок ввічливо спілкується, наведені речення позбавлені різких інтонаційних підйомів. Причиною цього є бажання отримати від співрозмовника якнайбільше інформації, а наявність різких інтонаційних переходів привернула б увагу Айрін до комунікативної стратегії, яку обрав Шерлок – слухати більше, ніж говорити.

Даний епізод з Айрін заслуговує на увагу й через те, що переконливість мовлення Шерлока досягається шляхом інтонаційного виділення кожного слова низхідним тоном у реченні *"I don't know the code"* [10]. Оскільки за сюжетом ситуація з Айрін та грабіжниками була надзвичайно напруженою та навіть екстремальною актор вимовляв дане речення чотири рази, поступово підвищуючи тон голосу та подовжуючи паузи між словами. Даний інтонаційний прийом також може застосовуватись для демонстрації впевненості у собі.

Останній епізод другого сезону *"The Reichenbach Fall"*, сповнений напруженими ситуаціями. У кульмінаційних моментах артикуляція головного героя характеризується помітним стисканням зубів. З точки зору психолінгвістики, така поведінка вказує на високий рівень стресу, який переживає людина, а також на проблеми з прийняттям важливих рішень, тобто відображає внутрішню напругу [7, с. 37].

Подібну функцію виконує й нервове стискання губ та судомні рухи щелепи у серії третього сезону під назвою *"His Last Vow"*: під час спілкування з Магнусеном Шерлок почувався невпевнено, розмовляв повільніше, намагаючись приховати власні емоції. Такий прийом дозволяє глядачам легко розпізнати психологічний дискомфорт головного героя, або навіть емоційне виснаження. Отже, Бенедикту Камбербетчу вдається майстерно адаптувати психоемоційні прояви та відображає зміни внутрішнього стану відповідно до сюжетних поворотів.

У фінальному сезоні телесеріалу ми спостерігаємо за новим образом Шерлока, який має небагато спільного з образом, який створив Бенедикт Камбербетч у першому сезоні. Холмс проявляє відкриту байдужість до оточуючих та навіть по відношенню до друзів. Новий вектор поведінки найбільшим чином відображається у їдких та саркастичних відповідях на запитання. Такий ефект досягається висхідною інтонацією відповідей на отримані питання та нейтральною інтонацією тих питань, які герой ставить друзям, а також витримкою паузи середньої довжини, перш ніж дати відповідь на адресоване йому питання. Наприклад:

"Oh, this is a good one. Is it my birthday? You want help?" [10].

У перших двох реченнях домінує висхідний рух тону, фінальна частина повідомлення відображає докір та вимовляється саркастично. Друге речення репліки відрізняється логічним наголосом на слові *"birthday",* артикуляційні особливості вимови даного речення додатково підсилюються мімікою актора, зокрема, саркастичною усмішкою та легким підняттям брів, що експлікує іронічне здивування.

Наведемо ще один приклад:

"Anything you say, Giles. Just kidding" [10].

Шерлок навмисно «плутає» ім'я співрозмовника з метою прояву зневаги та надання своїм словам насмішливого відтінку, він вимовляє речення протяжливо та з висхідною інтонацією.

Варто зауважити, що, відповідаючи на запитання інших учасників комунікації, головний герой зазвичай вдається до однієї із наступних комунікативних стратегій реагування:

1. Відповісти одним словом. Проаналізувавши відповідні уривки з телесеріалу, ми виділили слова, які застосовувалися Шерлоком найчастіше як у рамках допиту підозрюваних, так і при взаємодії з колегами: "*clearly*", "*silly*", "*obviously*", "*excellent*". У більшості випадків *відповіді виголошувались низхідним тоном і лише іноді вимова була сценічно розтягнута та з висхідною інтонацією*. Даний спосіб допомагає головному герою натякнути на небажання продо-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

вжувати розмову або уникнути розкриття важливої інформації іншим людям, як видно з наступного діалогу:

Molly*: *"Whose phone is it?"

Sherlock*: *"A woman's" [10].

Подібна відповідь не надає жодної цінної інформації, вимовляється швидким темпом з рівним тоном голосу та низхідною інтонацією.

Спостерігається тенденція відповідати на альтернативні запитання словом *"both"*, наприклад:

***Jim Moriarty:** "Is that a British Army Browning L9A1 in your pocket, or are you just pleased to see me?"*

***Sherlock Holmes:** "Both"* [10].

2. ***Відповісти питанням на питання.*** Мета такої стратегії полягає у можливості дізнатися, що відомо співрозмовнику перш ніж давати розгорнуту відповідь, наприклад:

***Irene:** "I need to know how was it done?"*

***Sherlock:** "What?"*

***Irene:** "The hiker with bashed-in head… How was he killed?"* [10].

Шерлок вимовив слово *"what" низхідним протяжним тоном*, що змусило співрозмовника негайно деталізувати питання.

3. ***Дати повне роз'яснення щодо власного бачення ситуації.*** Найчастіше Шерлок Холмс вдається до даної комунікативної стратегії у кінці обговорення, зібравши всю необхідну інформацію та проаналізувавши ситуацію, він робить геніальне заключення й, вирішуючи маленьку загадку, стає на крок ближче до кульмінації історії. Така відповідь значно відрізняється від попередніх варіантів своєю швидкістю. Всі логічні висновки Шерлок виголошує *швидким темпом з рівним тоном, зрідка імпленуючи паузи*. *Артикуляція при цьому залишається чіткою, якість дикції зберігається*. Така відповідь звучить рішуче, професійно та впевнено. Влучним прикладом є наступна репліка, вимова якої при стандартному для англійської мови ритмі займає 57 секунд, Бенедикту Камбербетчу знадобилося 35 секунд: *"Come on, it's not a code, these are seats on a passenger jet. Look, no 'I' because it can be mistaken for one. No letters past 'K', the width of the plane is the limit. The numbers always appear not in sequence, but the letters have little runs of sequence all over the place: families and couples sitting together. Only a Jumbo's wide enough for a letter 'K' or rows past 55, so there's always an upstairs. A row 13 eliminates superstitious airlines. The style of the flight number – '007', eliminates a few more. Assuming a British point of origin because of the original source of information and assuming the crisis is imminent, the only flight that matches all the criteria and departs within the week is the 6.30 to Baltimore tomorrow from Heathrow airport"* [10].

Враження від комунікативної спроможності Шерлока значно підсилюється за рахунок контрасту з менш чітким та повільним мовлення Джона Ватсона, який втілює образ звичайної людини.

Швидкий темп мовлення, чітка вимова приголосних, варіативна інтонація та контроль над емоціями роблять Шерлока винятковим серед інших персонажів і дозволяють глядачеві відчути його інтелектуальну перевагу. Ці особливості артикуляції підсилюють загальний образ персонажа, роблячи його не лише цікавим, але й складнішим для сприйняття, що привертає увагу глядачів та викликає повагу.

Доцільно здійснити аналіз образу Шерлока з точки зору проксеміки, яка підтверджує висновки, яких ми дійшли, вивчаючи особливості його артикуляції. Як правило, Шерлок завжди зберігає адекватну комунікативну дистанцію, яка полягає у мінімізації емоційного залучення у взаємодію з іншими, уникненні зайвих жестів та емоційних проявів. Це вказує не тільки на його професійне ставлення до процесу спілкування, а й на емоційну відчуженість, а також перманентне зосередження уваги на логічності дій, висновків, суджень. Однак подібна дистанція нерідко допомагає переходити в позицію спостерігача та ефективно застосувати дедукцію.

Аналіз обраних епізодів з чотирьох сезонів серіалу показує, що Шерлок завжди намагається домінувати під час комунікативного акту, це проявляється наступним чином:

- Холмс завжди перший закінчує розмову, встає зі столу, покидає приміщення;
- головний герой часто реалізує власні інтенції одразу, не пояснюючи своїх намірів напарнику Ватсону та не чекаючи на нього;
- нерідко мета реалізованих ним артикуляційних та фонетичних прийомів полягала саме в самоствердженні.

Головний герой майже ніколи не наближається занадто близько до інших людей, що є показником його соціальної ізольованості, саме тому сцена з Молі у третьому епізоді другого сезону, у якій Шерлок вперше достатньо сильно наблизився до іншої людини, має ключове значення. Рідкість таких моментів підкреслює емоційну глибину та інтимність ситуації, яка додатково акцентується такими артикуляційними засобами, як тихіший і повільніший тон з пау-

зами середньої довжини, більш того, було здійснено перехід від еталонної чіткої дикції до звичайної. Це одразу змінило сприйняття образу Шерлока, оскільки вперше його було зображено як людину, якій теж властиві такі почуття, як страх, тривога та занепокоєння.

Проксеміка має значний вплив не лише на характер сприйняття образу головного героя, а й корелює з його артикуляцією [8, с. 17]. У емоційно-напружених моментах Холмс контролює ситуацію, маніпулюючи дистанцією між співрозмовниками, таким чином він посилює психологічний натиск або підсилює враження від свого високоінтелектуального стилю мовлення. Частота використання пауз та їх довжина також пов'язані з комунікативною відстанню: чим коротша відстань між Шерлоком та іншим персонажем, тим довші та частіші паузи. Як правило, це додає сцені драматичності, підкреслюється її вирішальний характер. На віддаленій дистанції паузи коротші, відтак зберігається швидкість передачі інформації.

Артикуляція, без сумніву, є інструментом когнітивного впливу, завдяки чому Бенедикт Камбербетч формує характер сприйняття особистості Шерлока Холмса та враження від його професіоналізму та інтелектуальних здібностей.

Висновки. Аналіз телепроєкту показав, що внутрішня динаміка персонажа значною мірою формується через ***рух тону, звуження*** / ***розширення діапазону голосу*** та ***гучність вимови***, які значною мірою пов'язані між собою, оскільки створюють емоційну динаміку висловлювань, відображають як зміну настрою головного героя, так і підкреслюють еволюцію його особистості, а також уможливлюють вираження інтонаційних контрастів. Варто зазначити, що рух тону в реченні виступає одним із ключових інструментів для передачі психоемоційних особливостей Шерлока, слугує засобом створення емоційного контексту та сприяє побудові бажаного образу головного героя. Більш того, дослідження показало, що інтонаційні девіації, найчастіше спостерігаються у моменти роздратування, при реалізації сарказму у мовленні та у моменти раптового усвідомлення ключових підказок до розгадки. Результативність таких прийомів не викликає сумнівів, що підтверджується й частотою їх застосування, яка становить 37,5 %.

Девіації мовлення спостерігаються не тільки у відхиленні від стандартних інтонаційних моделей, а й у процесі ***артикулювання***, що становить 17,5 %. Такі відхилення включають атипову вимову звуків, або їх надмірну чіткість, що сигналізує про емоційний стан персонажа, його відношення до ситуації або оточуючих.

Частота використання довгих драматичних пауз або повне їх уникнення у мовленні персонажа складає 17,5 %, що характерно для комунікації під час пояснення своїх ідей іншим, а також під час критики. Загалом більшість пауз вставляється відповідно до вимог контексту.

Ритм та швидкий темп мовлення характерні для демонстрації розумової діяльності Шерлока, а також для створення натяку глядачам, що головний герой наближається до розв'язання загадки. Використання Б. Камбербетчем *уповільненого темпу мовлення* вказує на прояв зухвалості та зневаги до співрозмовника, спроби домінувати у діалозі. Особливості мовлення Шерлока, що базуються на варіюванні темпу мовлення, складають 15 %, що свідчить про важливість темпу у розкритті інтелектуальних та комунікативних особливостей героя, однак дана характеристика не є провідною.

Застосування ***невербальних засобів спілкування*** становить 12,5 %, що підкреслює відстороненість та холодність Шерлока, яка проявляється не лише в монотонності та беземоційності мовлення, але й у стриманості жестів.

Отже, здійснивши аналіз ролі Бенедикта Камбербетча у телесеріалі «Шерлок», ми виділили й детально проаналізували застосовані ним артикуляційні прийоми. Основна увага приділена тому, яким чином артикулятивні особливості та вміння керувати голосом допомагають актору маніпулювати увагою глядачів, й, більш того, зробити образ персонажа харизматичним і геніальним.

Перспективу нашого дослідження вбачаємо у залученні корпусних та акустичних методів аналізу мовлення з метою забезпечення об'єктивізації отриманих результатів і кількісну верифікацію артикулятивних характеристик.

Література:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2009. 376 с.
2. Бігунова Н. О., Грігорян А. І. Інтонаційна реалізація емоції погрози в англомовному художньому дискурсі. *Наука та освіта в умовах воєнного часу* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (28 жовтня 2023 р.). Дніпро : Research Europe, 2023. С. 123–124.

3. Гончарук Н. М. Психологічний аналіз комунікативного акту та його логічно-змістової структури. *Проблеми сучасної психології : збірник наукових праць КПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України*. 2014. Вип. 23. 124–137 с.

4. Завальська Л. В. Комунікативний імідж політика в аспекті проблематики політичної лінгвоперсонології. *Записки з українського мовознавства*. 2025. Вип. 32. С. 343–354. DOI: https://doi.org/10.18524/2414-0627.2025.32.337544

5. Крисанова Т. А. Актуалізація негативних емоцій в англомовному кінодискурсі: когнітивно-комунікативний і семіотичний аспекти : автореф. дис… докт. філолог. наук. Харків, 2020. 42 с.

6. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації. Черкаси : Видавництво Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.

7. Фрумкіна А. Л. Психолінгвістика: концепти, мовлення, особистість : навчальний посібник для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти. Одеса, 2025. 137 с. URL: https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/8fda4d7d-86a2-4631-b2a8-8f6f97fb4a2d/content (дата звернення : 25.02.2026)

8. Davis J. Phonetics and Phonology. Stuttgart : Ernst Klett Verlag, 2001. 172 p.

9. Frumkina A. Postmodern principles in integrated teaching. *Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensionala*. 2021. № 13 (4). C. 579–594.

10. Sherlock. BBC: directed by Steven Moffat and Mark Gatiss, 2010.

Дата першого надходження статті до видання: 27.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

УДК 81’25:811.111
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.11

Тетяна КОВАЛЬОВА
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов,
Поліський національний університет,
tatkovaleva17@gmail.com
ORCID: 0000-0002-6500-2547

ФІТОНІМИ З ЕТНОКУЛЬТУРНИМ КОМПОНЕНТОМ ЗНАЧЕННЯ В АСПЕКТІ ПЕРЕКЛАДУ

У статті на матеріалі перекладів українських народних та авторських поетичних творів, здійснених перекладачкою Флоренс Рендел Лайвсей, проаналізовано способи відтворення етнокультурних особливостей українських фітонімів засобами англійської мови.

Проведене дослідження ґрунтується на аналізі способу перекладу назв рослин, які в українській мові виступають ретрансляторами етнокультурної інформації та символічних значень.

Встановлено, що домінуючим прийомом, застосованим для перекладу фітонімів, є прийом транскодування (barwēnok, rozha, wasylki; lewbistock, trezilie; kalina, teren; cheremshina, topolia), який реалізується у 82 % прикладів. У 18 % прикладів використано ботанічну назву рослин, співзвучну з українською лексемою (malva, ruta).

Зауважимо, що за виключенням двох назв (zilie, trezilie) всі інші транскодовані українські фітоніми мають словниковий відповідник у цільовій мові. Це свідчить про те, що транскодування є свідомим вибором перекладача, який прагне зберегти автентичне звучання назви, підкреслити унікальність фітоніма і його значущість в українській культурі.

Щоб передати загальноприйняте значення фітоніма в мові перекладу, паралельно з транскодованою назвою вживається словниковий відповідник фітоніма (64 % прикладів), який може бути винесено у назву твору (Topolia – The Poplar; Kalina – The Cranberry), вжито у самому тексті перекладу, або подано у примітках до тексту, розміщених внизу сторінки. Завдяки цьому досягається адекватність перекладу, зрозумілість тексту для англомовного читача.

У 73 % прикладів зафіксовано використання прийому підтекстового коментаря, який може бути як стислим (вираженим словосполученням, коротким реченням), так і розгорнутим (розгорнуте речення, два і більше речення, абзац). У коментарях уточнюється денотативне значення фітоніма, а також пояснюється його символічний смисл, неочевидний для представників іншої культури, який виявляється в обрядових діях, віруваннях, фольклорі, художній літературі тощо.

Особливістю перекладацької манери Флоренс Рендел Лайвсей є використання комбінованих прийомів трансляції фітонімів, серед яких найбільш продуктивною виявилась модель «транскодування + словниковий відповідник + коментар». Поєднання цих перекладацьких прийомів дає змогу максимально повного відтворити семантичний та культурний зміст фітонімів, зберегти їхній колорит та забезпечити адекватне розуміння всієї закодованої у назвах інформації цільовою аудиторією.

Ключові слова: *етнокультурне значення, фітонім, транскодування, словниковий відповідник, функціональний аналог, підтекстовий коментар, комбінована реномінація.*

Tetyana Kovalyova. PHYTONYMS WITH AN ETHNOCULTURAL COMPONENT OF MEANING IN THE ASPECT OF TRANSLATION

The article, based on the translations of Ukrainian folk and original poetic works carried out by the translator Florence Randal Livesay, analyzes the methods of reproducing the ethnocultural features of Ukrainian phytonyms through the means of the English language.

The conducted study is based on the analysis of translation methods applied to plant names, which function as transmitters of ethnocultural information and symbolic meanings in the Ukrainian language.

It has been established that the dominant technique used in translating phytonyms is transcoding (barwēnok, rozha, wasylki; lewbistock, trezilie; kalina, teren; cheremshina, topolia), accounting for 82 % of the examples. In 18 % of the examples, the botanical name of the plant, phonetically similar to the Ukrainian lexeme (malva, ruta), was used.

It should be noted that, with the exception of two names (zilie, trezilie), all other transcoded Ukrainian phytonyms have equivalents in the target language. This indicates that transcoding is a deliberate choice of the translator, aimed at preserving the authentic sound of the name, emphasizing the uniqueness of the phytonym and its significance in the Ukrainian culture.

To convey the commonly accepted meaning of the phytonym in the target language, a dictionary equivalent is used alongside the transcoded name (64 % of the examples). This equivalent may appear in the title of the work (Topolia – The Poplar; Kalina – The Cranberry), be used within the poem itself, or be provided in footnotes at the bottom of the page. This approach ensures the adequacy of translation and the comprehensibility of the text for the English-speaking reader.

© Ковальова Т., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

In 73 % of the examples, the use of a translator's commentary has been recorded. This commentary may be either concise (expressed as a phrase or a short sentence) or extended (a full sentence, two or more sentences, or even a paragraph). The commentaries clarify the denotative meaning of the phytonym and explain its symbolic sense, which is manifested in rituals, beliefs, folklore, and literary texts and may not be obvious to representatives of another culture.

A distinctive feature of Florence Randal Livesay's translation style is the use of combined techniques for rendering phytonyms, among which the most productive is the model «transcoding + dictionary equivalent + commentary». The combination of these translation techniques makes it possible to reproduce as fully as possible the semantic and cultural content of phytonyms, preserve their cultural coloring, and ensure an adequate understanding of all the information encoded in these names by the target audience.

Key words: *ethnocultural meaning, phytonym, transcoding, equivalent, functional analogue, post-text comments, combined renomination.*

Постановка проблеми. Одним із пріоритетних напрямів розвитку сучасної лінгвістичної парадигми є дослідження мови як носія і засобу вираження етнічної культури народу. У цьому контексті особливо важливим є вивчення тих лексем, семантика яких має «глибинні етнокультурні нашарування» [4, с. 3]. Серед широкого масиву лексичних одиниць з етнокультурним забарвленням увагу дослідників привертають назви рослин (фітоніми), оскільки вони відображають культурні цінності, історичний досвід і світогляд народу. Аналіз фітонімів є невід'ємною складовою дослідження символічного пласта культури народу, а їх розгляд в аспекті перекладу відкриває можливість простежити взаємозв'язок мови та етнокультури і виявити специфіку національної мовної картини світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд наукової літератури з даної проблематики дозволив визначити основні вектори досліджень фітонімів у сучасному українському мовознавстві, серед яких: дослідження етимологічного походження фітонімів [11]; концептуалізації фітонімів у фразеології [14]; архетипної семантики і національно-культурного значення фітонімів [3; 16]; відображення природних реалій у художньому творі [12]; дослідження флоронайменувань як ознаки індивідуального художнього стилю [15]; вивчення шляхів перекладу фітонімів [11].

Науковий інтерес до проблеми перекладу фітонімів простежується вже тривалий час, попри це більш ґрунтовного вивчення потребують способи трансляції фітонімів у художніх, зокрема поетичних творах та їхня роль як маркерів індивідуального перекладацького стилю, що й визначає **актуальність** пропонованої статті.

Мета розвідки – виявити способи перекладу, які дозволяють найбільш повно відтворити етнокультурні особливості українських фітонімів засобами англійської мови.

Для досягнення окресленої мети необхідно виконати такі **завдання**: 1) проаналізувати символічні значення фітонімічних назв в українській культурі; 2) визначити способи перекладу фітонімів та проаналізувати їхню роль у відтворенні етнокультурних значень назв рослин; 3) охарактеризувати особливості індивідуального підходу перекладача до вибору способів трансляції фітонімів.

Об'єктом дослідження є фітоніми, відібрані з англомовних перекладів українських поетичних творів. **Предмет** вивчення – прийоми відтворення етнокультурних особливостей українських фітонімів засобами мови перекладу. Матеріалом дослідження слугували переклади, здійснені канадською перекладачкою української літератури Флоренс Рендел Лайвсей і опубліковані у збірці «Songs of Ukraina» (1916), до якої увійшли понад 100 народних пісень та поезій класиків української літератури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливою складовою образної системи проаналізованих творів є фітоніми, які мають особливу культурну цінність в українській мовній картині світу. Група таких фітонімів нараховує 11 найменувань, серед яких: назви квітів (*barwēnok*, *malva*, *rozha*, *ruta*, *wasylki*); назви трав (*lewbistock*, *trezilie*); назви кущів (*kalina*, *teren*) та назви дерев (*cheremshina*, *topolia*).

Спостереження показали, що переклад фітонімів базується на поєднанні прийому транскодування (транслітерації або транскрипції) з іншими перекладацькими засобами. Основною перевагою транскодування є збереження звучання або написання іншомовного слова, що вирізняє його з-поміж інших, підкреслює його незвичність і своєрідність і наближає читача до мови оригіналу [7, с. 80]. Суттєвим обмеженням цього прийому є втрата змісту, стилістичних відтінків, емоційного і культурного забарвлення слова – воно залишається незрозумілим для не-носіїв мови і потребує додаткового роз'яснення. Саме через це прийом транскодування в ізольованому вигляді зустрічається у проаналізованих творах у поодиноких випадках. Розглянемо приклад:

*«Then I prepared for thee / That **zilie** on the shelf. / Now take the magic herb, / And to the clear spring go. / […] She went and bathed herself, / And drank the zilie wine» (**Topolia** – The Poplar, [17, с. 153–154]).*

Український фітонім «зілля» позначає «різноманітні, здебільшого запашні трав'янисті рослини» [1], які використовувались як оберіг від нечистої сили та як засіб «магічного впливу на почуття, вчинки людини, її долю» здебільшого для того, щоб прихилити чи віднадити парубка» [10, с. 93]. Інше значення лексеми «зілля» – навар або настій з певних рослин, що використовується в народній медицині [1].

У баладі Т. Г. Шевченка «Тополя» зілля має надприродні властивості і фігурує як символ смерті і відродження – не підкорившись волі матері одружитися з нелюбом, героїня заради свого кохання обирає смерть. Випивши зілля, дівчина помирає і перетворюється на тополю [5, с. 47].

Через відсутність в англійській мові повного відповідника перекладачка вживає транскодоване слово *zilie,* значення якого реконструюється в контексті завдяки дескриптивним елементам – *magic herb* та *zilie wine.*

Переклад фітоніма «тополя» у вище наведеному прикладі здійснюється шляхом поєднання транскодування та словникового відповідника, вжитого у назві балади: *«Topolia – The Poplar».* Значення транслітерованої назви *Topolia* експлікується завдяки використанню родової назви дерева – *poplar.* Надалі у творі фігурує лише транслітерований варіант:

*«Beside the high-road it uproots **Topolia**, / And fells her to the ground» [Songs, с. 148]; «Such a song Tchornobriva / Sang on the steppes. / O Zilie Miracle! – she is Topolia!»* [17, с. 156].

У баладі фітонім «тополя» фігурує як «персоніфікований образ тополі-дівчини, яка так і не дочекалась коханого» [10, с. 219], і відображає міфологічні уявлення українців про можливість переселення людської душі в рослини, віру в реальність перетворення [5, с. 47].

Зауважимо, що у давнину тополя була образом-тотемом, яку українці використовували лише для жертовних вогнищ. У Словнику української мови Б. Грінченка зустрічаємо вираз «водити тополю», що позначав традицію водити хоровод з гарно вбраною дівчиною, яка уособлювала тополю [9, с. 274]. У народній творчості й художній літературі цей фітонім набуває символічних значень дерева життя; добра і зла; символу України; засмученої матері, дівчини, нещасливої долі; краси, стрункості; весни [10, с. 219].

Комбінований спосіб перекладу фітоніма «тополя» дозволяє не тільки розкрити його значення, але й зберегти «чужість» іноземного слова, роблячи його більш помітним і значущим (прийом висунення) для того, щоб привернути увагу до символічного значення образу, яке ґрунтується на самобутніх уявленнях про тополю в українській традиції.

У більшості проаналізованих прикладів транскодована назва рослини використовується в тексті перекладу, тоді як для тлумачення її значення у примітці до тексту наведено словниковий відповідник, наприклад: *«Only the moon is shining / Above him proud **Cheremshina** / Her buds flings outward»* [17, с. 162].

Значення вжитого в тексті транслітерованого топоніма *Cheremshina* експлікується через словниковий відповідник, зазначений у виносці: «Cheremshina: birdcherry» [17, с. 162]. Персоніфікація образу («горда черемшина») базується на сприйнятті черемшини в українській культурі як символу ніжності, чистоти і любові.

Аналогічний спосіб трансляції застосовано у перекладі фітоніма «терен»: *«Winds will dry my dripping hair; / **Teren-bush** will comb it fair. / All the **deebrova** is murmuring, murmuring / Leaden clouds over heaven lowering masses fling»* [17, с. 59].

У перекладі цього фітоніма значення транслітерованої назви *Teren* експлікується за допомогою більш широкого поняття *bush* (прийом генералізації) та словникового відповідника *thorn*, розміщеного у виносці: «Teren-bush: thorn» [17, с. 59].

Слід додати, що в українській культурі простежується амбівалентність символічних значень фітоніма «терен», поєднання позитивних і негативних оцінних конотацій. З одного боку, терен символізує сповнений страждань життєвий шлях (алюзія на терновий вінець Христа), важку долю, бідування, життєві труднощі; нещасливе кохання, розлуку й самотність. Поруч із цим вважається, що терен має очищувальну й оберегову силу, є знаком стійкості, здатності долати труднощі; символом дівочої неприступності й чесності [2].

У наведеному прикладі вжито також флоролексему *deebrova*, яка не має еквівалента в англійській мові, тому поняття тлумачиться у примітці як «дубовий ліс»: «Deebrova:

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

oak forest» [17, с. 59]. В українській традиції фітонім «дуб» є одним з етнокультурних символів. Зокрема, існує усталений асоціативний зв'язок між поняттями «дуб» та «чоловік», звичай «на відзнаку народження хлопчика садити молоденький дубок», у фольклорі спостерігається персоніфікація образу дуба як «міцного, дужого, красивого парубка-козака» [10, с. 80–81].

Крім того, дуб є уособленням світобудови, взаємозв'язку життя і смерті, природної гармонії, що відображають слова відомого українського філософа Григорія Сковороди: «О дуброва! О зелена! О мати моя родна! / В тебѢ жизнь увеселенна, в тебѢ покой, тишина! […] «О дуброва! О свобода! / В тебѢ я начал мудрѢть, / До тебе моя природа, в тебѢ хощу и умрѢть» [8].

Для перекладу низки культурно забарвлених фітонімів застосовано поєднання словникового відповідника та прийому підтекстового коментаря як способу експлікації культурологічних особливостей, наприклад: *«Behold the great gift that we bring: / The maiden, wearing on her brow / The* ***Ruta****-wreath, comes with us now»* [17, с. 32].

В англійській мові загальновживаною назвою рути є лексема *rue* («A herb with a strong smell and a bitter taste, traditionally used in medicines» [18], проте у перекладі використано ботанічну назву рослини латинського походження *Ruta*, яка позначає квіткові рослини родини рутових («a large genus (the type of the family Rutaceae)» [20]) і є співзвучною з українською назвою «рута» та еквівалентною за значенням: «рослина родини рутових» [1].

У розміщеному у виносках коментарі перекладачка відтворює символічне значення фітоніма, який у народно-поетичній творчості українців уособлює дівочу цноту: «mint emblem of virginity» [17, с. 32]). Аналогічне тлумачення цього поширеного фольклорного символу знаходимо і в українських лексикографічних джерелах: «Вінок із рути означав дівування. Зів'яла рута – символ втраченої цноти» [10, с. 29]; рослина символізує привабливість і красу, звідси походить назва «дівчина-рута» [1].

Поєднання транскодування з коментарем ілюструє наступний приклад: *«That night the maiden /* ***Trezilie*** *sought. / In the midnight hour / She dug them up»* [17, с. 22]. Транскодована англійська назва *Trezilie* пояснюється у коментарі як «отруйна трава» («poisonous herbs» [17, с. 22]). У давнину це зілля – інша назва якого «труйзілля» походить від слова «труїти» – вважалось чарівним і використовувалось для привороту, що нерідко могло спричинити смерть коханого [13].

У деяких випадках прийом транскодування доповнюється словниковим відповідником та розлогим коментарем, який містить багато фонової інформації, наприклад: *«Wreath, my wreath / Of* ***Barwēnok****,* ***Kryschati*** *! / I have woven you, just you alone»* [17, с. 29].

Барвінок є важливим компонентом символічної фітосистеми в українській культурній традиції. Як зауважує Т. М. Мішеніна, барвінок є утіленням «вічного життя, безсмертя, людської душі, дівочої краси, цнотливості й чистоти, щасливого кохання й шлюбу, коханого чоловіка». Здавна рослина є «невід'ємною частиною символіки різних народних ритуалів і обрядів, зокрема весільного» [6, с. 209].

У розлогому коментарі перекладачка наводить словниковий відповідник фітоніма «барвінок» – *periwinkle,* а також пояснює значення компонента «хрещатий», що походить від зовнішньої форми листя та перехрещення стебел: «crossed, in allusion to its appearance» [17, с. 30]. Крім того, описано використання рослини у весільних обрядодіях та для прикрашання могил: «Barwēnok» so often mentioned in the folk-songs in connection with marriage – sometimes it is placed on graves – is a creeping vine, green among the snows of winter» [17, с. 30]. Також згадується традиція на свято Івана Купала плести вінки з барвінку й кидати їх у воду, щоб дізнатися свою долю: «On the 24th of June […] the girls […] made wreaths of Barwēnok and mallow and threw them into the streams. If a garland were sucked down beneath the waters death was the omen, while if it floated the maiden to whom it belonged would be wed within the year» [17, с. 30].

Розлогий коментар у поєднанні з транслітерованою назвою та словниковим відповідником слугує способом перекладу фітоніма «рожа»: *«I will but pluck the / povna* ***rozha****. / To-morrow I go to the quiet dunai to wash / the clothes; then will I throw the / blossom on the water. / Float, float, my rozha, as high as the banks»* [17, с. 83].

«Рожа» позначає як мальву – «декоративну рослину з високим стеблом і великими яскравими квітами», так й інші різновиди родини мальвових, що ростуть у лісостепових та степових районах і відомі під назвою собача (польова, дика) рожа [1]. Вжитий у примітці англійський відповідник *mallow* також має більш широке значення (на відміну від назви латинського походження *Malva*), і позначає будь-яку рослину родини

мальвових: «any plant of the malvaceous genus Malva» [19].

У коментарі перекладачка знову повертається до традиції плетіння вінків на свято Івана Купала, для чого використовувались польові квіти, зокрема дика рожа [10, с. 43]: «On the Day of Kupalo, the old Pagan god of the Ukraine, maidens thread the mallow flowers together and make a wreath which they throw on the water» [17, с. 83].

Широке ритуальне застосування в українській культурі мали також васильки. Ці квіти уособлювали святість і чистоту, ними прикрашали хреста в церквах, святили на Маковія, плели обрядові вінки на Трійцю, кропили молодих та робили купіль для хворих дітей [10, с. 32].

Як і в попередніх прикладах, у перекладі застосовано комбінацію транскодування та коментаря: *«They are mine, the blue* ***wasylki****, / And Wasyl, he comes closer»* [17, с. 142]. У коментарі вжито англійський еквівалент *hyssop,* доповнений описом етнокультурного значення фітоніма як атрибута весільної обрядовості: «These flowers are used to wreathe the candle held by the bride at her wedding. There is also here the idea of magic properties in the flowers which the maid, who wishes to marry her lover, has planted» [17, с. 142].

Розглянемо переклад ще однієї фітонімічної назви, щедро наділеної символікою в українській етнокультурі: *«The* ***Kalina*** *grows in a little valley; / It has blossomed with a white, white flower […] There the little Duchess went. / The* ***Cranberry*** *her blossoms lent»* [17, с. 27–28].

Як бачимо, в одному контексті вжито транслітеровану українську назву *Kalina* та її функціональний аналог *Cranberry.* Останній позначає власне журавлину, проте через схожість ягід за формою, кольором та смаком в англійській мові побутовує назва калини *highbush cranberry:* «As the rose in our love songs so in those of Ukraina does the Cranberry or Kalina bloom the symbol of beauty. Maidens are always being compared to it […] the German story of the «Juniper Tree» finds its counterpart in the Cranberry-bush of the Ruthenians» [17, с. 27–28]. У коментарі експлікується найпоширеніше символічне значення калини як уособлення дівочої краси у її зовнішньому та внутрішньому проявах. Крім того, Ф. Р. Лавсей проводить паралелі між художнім переосмисленням образу калини в українському і західному фольклорі, що слугує способом його лінгвокультурної адаптації.

Висновки. Отже, проведене дослідження ґрунтується на аналізі способу перекладу назв рослин, які в українській культурі виступають ретрансляторами символічних значень та етнокультурної інформації.

Встановлено, що домінуючим прийомом, застосованим для перекладу фітонімів, є прийом транскодування *(barwēnok, rozha, wasylki; lewbistock, trezilie; kalina, teren; cheremshina, topolia),* який реалізується у 82 % прикладів. У 18 % прикладів використано ботанічну назву рослину, співзвучну з українською лексемою *(malva, ruta).*

Зауважимо, що за виключенням двох назв *(zilie, trezilie)* всі інші українські транскодовані фітоніми мають словниковий відповідник у цільовій мові. Це свідчить про те, що транскодування є свідомим вибором перекладача, який прагне зберегти автентичне звучання назви, підкреслити унікальність фітоніма і його значущість в українській культурі.

Щоб передати загальноприйняте значення фітоніма в мові перекладу, паралельно з транскодованою назвою вживається словниковий відповідник фітоніма (64 % прикладів), який може бути винесено у назву твору *(Topolia – The Poplar; Kalina – The Cranberry),* вжито у самому тексті вірша, або подано у примітках до тексту, розміщених внизу сторінки. Завдяки цьому досягається адекватність перекладу, зрозумілість тексту для англомовного читача.

У 73 % прикладів зафіксовано використання прийому перекладацького коментаря, який може бути як стислим (вираженим словосполученням, коротким реченням), так і розгорнутим (розгорнуте речення, два і більше речення, абзац). У коментарях уточнюється денотативне значення фітоніма, а також пояснюється його символічний смисл, неочевидний для представників іншої культури, який виявляється в обрядових діях, віруваннях, фольклорі, художній літературі тощо.

Особливістю перекладацької манери Флоренс Рендел Лайвсей є використання комбінованих прийомів трансляції фітонімів, серед яких найбільш продуктивною виявилась модель «транскодування + словниковий відповідник + коментар». Поєднання цих перекладацьких прийомів дає змогу максимально повного відтворити семантичний та культурний змісту фітонімів, зберегти їхній колорит та забезпечити адекватне розуміння всієї закодованої у назвах інформації цільовою аудиторією.

Проведене дослідження не торкається всіх аспектів проблеми перекладу фітонімів.

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

Перспективи розвитку даної теми ми вбачаємо у вивченні способів трансляції українських фітонімів засобами інших мов, зокрема німецької, а також у проведенні порівняльного аналізу перекладів, здійснених кількома авторами.

Література:

1. Академічний тлумачний словник української мови в 11 томах (1970–1980). URL: https://sum11.com.ua/ (дата останнього звернення: 15.03.2026).
2. Вікі Київського столичного університету імені Бориса Грінченка. URL: https://wiki.kubg.edu.ua/Головна_сторінка (дата останнього звернення: 20.03.2026).
3. Дорошина Л. Ф. Архетипна семантика назв квітів у художньому ідіолекті О. Довженка. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія» Серія «Філологічна»*. 2015. Випуск 56. С. 99–102.
4. Жайворонок В. В. Знаки української етнокультури : слов.-довід. К. : Довіра, 2006. 703 с. URL: http://ukrlit.org/slovnyk/zhaivoronok_znaky_ukrainskoi_etnokultury (дата останнього звернення: 18.03.2026).
5. Кравченко В. Балади Тараса Шевченка. Інтерпретація : навчальний посібник-хрестоматія. Запоріжжя : Просвіта, 1999. 84 с.
6. Мішеніна Т. М. Особливості функціонування фітонімів *барвінок*, *мак* і *мальва* в українській літературі з позиції лінгвоментальності. *Філологічні студії*. 2011. Вип. 6. Ч. 2. С. 208–215.
7. Середа Н. А. Національно-культурна маркованість лексичних одиниць у німецько-українському перекладі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2019. № 39, Т. 3. С. 79–82.
8. Сковорода Г. Сад Божественних пісень. Пісня 12. https://poezia.org/ua/id/13146/ (дата останнього звернення: 15.03.2026).
9. Словарь української мови / Упор. з дод. влас. матеріалу Б. Грінченко : в 4-х т. К. : Вид-во Академії наук Української РСР, 1958. https://hrinchenko.com/ (дата останнього звернення: 15.03.2026).
10. Словник символів культури України / за загаль. ред. В. П. Коцура, О. І. Потапенка, М. К. Дмитренка. К. : Міленіум, 2002. 260 с.
11. Сунько Н. О., Боднарчук А. Р., Копилов В. С. Етимологічне походження та способи перекладу англійськомовних фітонімів. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія*. Журналістика. 2024. № 1, Т. 35 (74), Ч. 1. С. 148–152.
12. Суховецька Л. В. Лінгво-стилістичні засоби творення образів природних реалій у романі У. Голдінга Lord of the Flies. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75), № 1, Ч. 1. С. 225–231.
13. Фридрак В. Б. Іменники-зрощення в українській мові. URL: http://www.kulturamovy.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine18-14.pdf (дата останнього звернення: 18.03.2026).
14. Циганок І. Б. Концептуалізація фітонімів в українській фразеології. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Т. 34 (73), № 2, Ч. 1. С. 40–44.
15. Циганок І. Б. Флоронайменування у мовотворчості В. Виходцева. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. Т. 33 (72), № 2, Ч. 1. С. 50–54.
16. Черемська О. С., Масло О. В. Національно-культурний компонент онімного простору української народної казки. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія»*. 2017. Вип. 76. С. 383–387.
17. Livesay F. R. Songs of Ukraina. London, Paris & Toronto : J. M. Dent & Sons Limited, 1916. 175 p.
18. Cambridge Dictionary. URL: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/plain (дата останнього звернення: 15.03.2026).
19. Collins English Dictionary. URL: https://www.collinsdictionary.com (дата останнього звернення: 15.03.2026).
20. Merriam-Webster Dictionary. URL: https://www.merriam-webster.com (дата останнього звернення: 15.03.2026).

Дата першого надходження статті до видання: 26.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

УДК 811
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.12

Світлана ЛИТВИНСЬКА
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID: 0000-0002-5761-5124

Тетяна ЯРОШОВЕЦЬ
кандидат філософських наук,
завідувач кафедри журналістики, видавничої справи, поліграфії та редагування,
Інститут філології та масових комунікацій,
Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
ORCID: 0000-0003-3690-416X

Світлана КАНДЮК-ЛЕБІДЬ
викладач циклової комісії із права та соціально-інформаційних технологій, директор,
Відокремлений структурний підрозділ закладу вищої освіти
«Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
Миколаївський фаховий коледж
ORCID: 0000-0002-8286-1060

МОВНА ПОЛІТИКА УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА В УМОВАХ ДЕРУСИФІКАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

Сучасна концепція російської пропаганди містить в основі низку інструментів, серед яких – дезінформація, маніпулятивні наративи, просування ідеї державної двомовності. Актуальність проблематики дослідження зумовлена необхідністю укріплення національного безпекового інформаційного поля в Україні в умовах тривалої гібридної війни. Метою статті є аналіз потенціалу мовної політики українських медіа та дослідження її динаміки в умовах загальної стратегії дерусифікації інформаційного простору. Методологія дослідження складена із системного методу, компаративного аналізу, теоретичних методів (аналітично-синтетичний, класифікація, систематизація, узагальнення). Пропаганда рф залучає інструменти інформаційно-психологічного тиску на українське суспільство в медіасередовищі, що має на меті розпалювання внутрішньої національної, культурно-мовної і релігійної ворожнечі, поширення дезінформаційних наративів, маніпулювання історичним контекстом. У такій ситуації мова виступає не тільки інструментом комунікації, але й ефективним засобом впливу на суспільну свідомість та протидії дезінформаційним атакам. У статті розглянуто правові механізми захисту мовного середовища України, проаналізовано ефективність контролю за медіаконтентом у складі загальної стратегії інформаційної безпеки та методи популяризації україномовного контенту. У статті сучасна мовна політика медіапростору позиціюється інструментом укріплення позицій державної української мови, стимулом для ефективного освітньо-культурного поступу, а також обмеження впливу інформаційних наративів рф. Запропоновані у дослідженні підходи до посилення ефективності мовної політики українських медіа, що включають підтримку просування україномовного контенту та діяльності незалежних засобів масової інформації, заборону російських пропагандистських ресурсів, контроль освітнього середовища та комунікаційного поля соціальних платформ, можуть слугувати ефективними практичними векторами зменшення впливу дезінформаційних кампаній та інтенсифікації процесу дерусифікації медіапростору України.

Ключові слова: *мовна політика, українські медіа, інформаційна безпека, інформаційний простір, дерусифікація, пропаганда, національна ідентичність.*

Svitlana Litvinska, Tetiana Yaroshovets, Svitlana Kandyuk-Lebid. LANGUAGE POLICY OF UKRAINIAN MEDIA IN THE CONTEXT OF DE-RUSSIFICATION OF THE INFORMATION SPACE

The purpose of the article is to analyze the potential of the language policy of Ukrainian media and study its dynamics in the context of the general strategy of de-Russification of the information space. The research methodology is composed of a systemic method, comparative analysis, theoretical methods (analytical-synthetic, classification, systematization, generalization). Russian propaganda involves tools of informational and psychological pressure on Ukrainian society in the media environment, which aims to incite internal national, cultural-linguistic and religious hostility, spread disinformation narratives, and manipulate the historical context. In such a situation, language acts not only as a communication tool, but also as an effective means of influencing public consciousness

© Литвинська С., Ярошовець Т., Кандюк-Лебідь С., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

and countering disinformation attacks. The article analyzes the effectiveness of media content control as part of the general information security strategy and methods for popularizing Ukrainian-language content. The article positions the modern language policy of the media space as a tool for strengthening the positions of the state Ukrainian language, an incentive for effective educational and cultural progress, and limiting the influence of Russian information narratives. The approaches proposed in the study to strengthen the effectiveness of the language policy of Ukrainian media, which include supporting the promotion of Ukrainian-language content and the activities of independent media, banning Russian propaganda resources, and controlling the educational environment and the communication field of social platforms, can serve as effective practical vectors for reducing the impact of disinformation campaigns and intensifying the process of de-Russification of the media space of Ukraine.

Key words: *language policy, Ukrainian media, information security, information space, de-Russification, propaganda, national identity.*

Постановка проблеми. Гібридна війна рф проти України включає масштабні пропагандистські та дезінформаційні кампанії, що мають на меті маніпулювання суспільною думкою. В їх межах активно залучається мовний чинник задля просування ідей державної двомовності, створення «спільного культурного простору», підриву національної ідентичності. Мовна політика національного медійного простору, з огляду на зазначене, позиціюється основним стратегічним інструментом протидії маніпулятивним впливам, засобом укріплення позицій української мови, мінімізації залежності від російськомовного контенту.

Реалізація мовної політики в сучасних умовах розвитку інформаційного простору зустрічається із низкою викликів: численні дезінформаційні атаки, історичне відлуння сформованої двомовності, потреба просування україномовного контенту в соціальних мережах, а також низька ефективність галузевого правового регулювання. Очевидною є необхідність комплексного дослідження мовної політики українських медіа як практичного інструменту підтримки інформаційної безпеки та дерусифікації інфопростору, для перспективної розробки стратегій протидії пропаганді рф.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання динаміки мовної політики України на тлі зростання інформаційних загроз та дезінформації набуло особливої актуальності в науковому дискурсі. Із початком загострення війни в Україні ця проблема обговорюється в рамках публікацій та наукових робіт українських та зарубіжних учених. Зокрема, М. Бойко [2], V. Kulyk [13], T. Plekhanova [16] та низка інших дослідників розглядають феномен мовної політики з позиції практичного інструменту державотворення та національної безпеки. Автори аналізують ключові механізми впливу пропаганди рф через мовний чинник.

Значний внесок у дослідження української мовної політики реалізовані такими науковцями, як Б. Ажнюк [1], Р. Горбик та ін. [3], котрі зосереджують основну увагу на укріпленні статусу української мови як державної на тлі російської інформаційної агресії, обговорюють питання мовної ідентичності як основи національної самоідентифікації суспільства. Низка досліджень (Т. Грінченко [4], J. Mankoff [14]) присвячені правовому аспекту впровадження мовної політики, де з-поміж іншого обговорюється ефективність впливу Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» [7] на динаміку україномовного медіапростору.

Аспекти протидії пропагандистським наративам рф через освітньо-культурну стратегію національного розвитку розглядають Ю. Лазаренко [6] та F. Karakale [10]. Автори акцентують на ролі медіаграмотності та розширення україномовного контенту. Разом з тим, L. Kharchuk [11] розглядає егоцентричні та персоналізовані стилі публічної взаємодії, припускаючи, що соціальні мережі є важливим інструментом для просування позицій мовної політики. Автор наголошує, що криза формує нові можливості для укріплення національної ідентичності за допомогою інструментів мовлення та комунікації. На продовження, S. Nisch[15], дослідивши політичну риторику Володимира Зеленського в соціальній мережі Twitter, дійшов висновків, що Президент застосовує надмір емоційної лексики для інтенсифікації впливу на міжнародну спільноту та залучення населення. Це актуалізує значущість психологічної складової мовної політики.

I. Khoma та ін. [12] досліджують інструменти підвищення національної стійкості на основі дискурсу та риторики у інформаційному полі. Учені звертають увагу на роль незалежних медіа та соціальних платформ у політичних конфліктах та переконують, що соціальні мережі призводять до динаміки комунікаційної практики та чинять практичний вплив на перебіг існуючих міжнаціональних суперечок, а отже актуалізують важливість мовної політики у практичному вимірі.

Попри значну кількість галузевих досліджень, залишаються невирішеними питання

ефективності реалізації мовної політики України в актуальних кризових умовах гібридної війни, що зумовлює необхідність подальших наукових розробок в окресленому полі.

Формулювання мети статті. Оцінка ефективності мовної політики для проведення масштабної поступової дерусифікації медійного поля України вбачається необхідним кроком для формування дієвих механізмів протидії маніпуляції національною свідомістю суспільства. Окремої уваги потребує аналіз нормативно-правового забезпечення реалізації мовної політики та укріплення української мови в статусі державної. Ретельне дослідження поточного стану провадження мовної політики українських медіа дозволить сформувати практичні рекомендації для підвищення її ефективності. Метою статті є аналіз потенціалу мовної політики українських медіа та дослідження її динаміки в умовах загальної стратегії дерусифікації інформаційного простору.

Виклад основного матеріалу дослідження. Методологічна основа дослідження складена теоретичними засадами медіа-комунікації та включає ряд загальних наукових методів – аналітично-синтетичний метод, узагальнення, порівняння, абстракцію, систематизацію та формалізацію. Зазначені методи дозволили сформувати власну оцінку соціальній мобілізації та поляризації, виокремити концептуальні передумови політичної стабільності за посередництвом мовної політики комунікаційного медіапростору.

У ході еволюції системи інформаційно-психологічного гібридного тиску росіян в період 2014–2025 рр. пропаганда набула суттєвих трансформаційних змін, у тому числі в контексті удосконалення напрямів та способів її застосування. При цьому, властивість донесення точної інформації до аудиторії в легкому та швидкому форматі надає їй характеристик ефективного сучасного засобу маніпуляції, використання як засобу практичного ідеологічного впливу на населення, інформаційного тиску чи формування суспільної думки, настроїв [8].

Національний законодавчо-правовий простір наразі не передбачає ефективних підходів до нормативного врегулювання балансу між інформаційною безпекою та свободою слова в цифровому медійному полі. Так, окремі положення та норми присутні в різних затверджених законодавчих ініціативах, таких як Закони України «Про медіа», «Про інформацію», «Про захист персональних даних», «Про електронні комунікації» тощо. Водночас розпорошеність та фрагментарність не дозволяють охопити повний спектр викликів на тлі інтенсивного розвитку цифрового інформаційного середовища, тому діяльність соціальних платформ, блогів, анонімних каналів часто перешкоджають реалізації правових ініціатив, закладених у ключовому галузевому законі – «Про забезпечення функціонування української мови як державної» [7]. Як наслідок, виникає правова невизначеність у контексті регулювання наративів, що поширюються завдяки інтернет-контенту, визначення чітких меж державного втручання в функціонування медіа, встановлення мір відповідальності за свідоме просування дезінформаційних меседжів.

Іншим проблемним аспектом адміністративно-правового забезпечення реалізації мовної політики українських медіа позиціюється регулювання свободи слова, а саме відсутність конкретного правового статусу для переважної більшості контент-мейкерів у мережі та цифрових платформ загалом. Левова частка загальної кількості блогерів, адміністраторів телеграм-каналів, сторінок соціальних мереж функціонують поза межами правового поля, і така відсутність детермінованості їх правового статусу зумовлює ускладнення в контексті відповідальності за порушення вимог мовної політики та норм інформаційного законодавства, адже часто буває складно встановити зв’язок між контентом і його автором [3].

У зв’язку з цим, необхідною передумовою ефективної реалізації мовної політики українських медіа та їх дерусифікації вбачається визначення чіткого правового статусу онлайн-медіа та цифрових виробників контенту. При цьому необхідно зберігати збалансованість між контролем та гарантіями свободи слова.

В умовах війни, цифрової трансформації та глобальної турбулентності мовна політика українських медіа повинна бути стратегічною, системною, орієнтованою на майбутнє. Її вдосконалення вимагає комплексного підходу, міжгалузевої взаємодії, глибокого розуміння природи інформаційних процесів і водночас – вірності демократичним цінностям [16]. Від того, наскільки ефективною буде ця політика, залежить не лише інформаційна безпека держави, а й, значною мірою, її здатність вистояти, зберегти власну ідентичність.

За даними Центру Разумкова (і фонду «Демократичні ініціативи») [5], у березні 2024 року найпопулярнішими джерелами інформації в Україні були: Телеграм-канали

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

(53 % респондентів), міжособистісні контакти (родичі, друзі, знайомі – 42 %) та YouTube (40 %). Як демонструють результати дослідження, Телеграм-канали посідають першість за популярністю в усіх регіонах, особливо на Півдні України (68 % користувачів) та у її східних областях (58 % користувачів) [5].

Зазначена інформація свідчить про певну неефективність концентрації уваги в рамках мовної політики на формуванні «єдиного», підзвітного державним інституціям, медійного середовища, адже левова частка суспільства споживає інформацію з неофіційних медіаджерел, де український контент часто не є пріоритетним.

Пропагандистські наративи деформують актуальні ідеологічні контексти в інфопросторі, через ідентифікацію «слабких місць» з наступним їх використанням у дезінформації, уникаючи відкритої конфронтації. Формується «пазл» із теорії і «доказів» отриманої раніше інформації. При цьому пропагандистський матеріал транслюють як на росіян, так і на українців: першочергово, російські пропагандисти спекулюють на емоціях українців, а також підсилюють ілюзію альтернативної реальності для росіян.

Зважаючи на глобальну тенденцію цифровізації суспільства, інформаційні меседжі набувають ознак безперешкодної доступності для широкої аудиторії споживачів. Зокрема, соціальні мережі стали ефективним інструментом для репрезентації необхідної інформації та її легкого засвоєння споживачами [9]. Наративи пропагандистської машини кремля, що поширюється у цифрових медіа для залучення більшої аудиторії, мають певні особливості викладу, у тому числі серед них:

– мовностилістичні особливості (застосування більш емоційних слів, заголовків, перекручених цитат і т. д.);

– семіотика та семантика (вплив значення слів на характер сприйняття фейкових новин);

– психолінгвістика (вплив фейкових новин на мислення та інші психологічні процеси);

– комунікаційні стратегії (способи поширення фейкових новин – медіа, соціальні платформи тощо).

Окремі журналісти та політики переконують у необхідності знищення української держави, витіснення української мови з медіапростору та освіти, що є прямим проявом геноциду. Спотворене віддзеркалення об'єктивної реальності у пропаганді рф, що активно просувається у цифровому медіапросторі, дозволило російській владі розвинути у власному суспільстві масштабну підтримку агресивних наративів «русского мира», виправдати гібридну війну проти українців. Зважаючи на це, пропагандистську діяльність кремля необхідно визнати видом політичної зброї, що формує російську ментальність світосприйняття.

Мовна політика детермінує основні соціальні, культурні та правові засади функціонування мови в суспільстві, а тому виступає важливим елементом державотворення та основою ідентичності нації. Пропаганда рф активно використовує мовну тематику, поширюючи дезінформаційні наративи про «штучність української мови» та «утиски російськомовного населення», що мають на меті легалізацію агресії. З огляду на це, мовна політика медіапростору України володіє не лише культурним, але й стратегічним значенням, а правове укріплення статусу української мови вбачається ключовим механізмом підтримки її ефективного функціонування.

Прийнятим у 2019 р. Законом України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» було закріплено в нормативно-правовому полі обов'язковість пріоритету української мови в державному управлінні, освіті та медіа, а також інтегровано практичні механізми дерусифікації медіапростору, такі як встановлення обов'язкової частки україномовного контенту та відповідальність за порушення норм застосування державної мови [7].

Поруч із забороною пропагандистських медіа рф, такі правові ініціативи сприяють зміцненню україномовного інформаційного простору. Водночас дійсна мовна політика супроводжується опором частини суспільства, адже, як було зазначено вище, соціальні мережі та неофіційні джерела інформування в мережі слабо піддаються контролю щодо наявності русифікованого контенту, що підтверджує необхідність підтримки якісного україномовного контенту, провадження активної державної політики з популяризації української мови та розвитку мовної освіти.

На тлі затяжної прихованої інформаційної війни важливо розвивати медіаграмотність та критичне мислення громадськості, а також продовжувати апгрейд освітньої сфери. Мінімізація впливу російськомовного контенту в освітніх програмах, розвиток українознавства виступають на сьогодні невід'ємними елементами інформаційної безпеки, як і фор-

мування уміння аналізувати джерела інформації. Ініціативи такого плану наразі успішно впроваджуються через громадські проєкти та цільові державні програми, водночас потребуючи розширення та системного впровадження. Окрім того, доцільно розширювати підтримку україномовного контенту, залучаючи до процесу видавництва, кіноіндустрію, науково-освітні установи, блогерів.

Політика деокупації мовного простору має знаходити практичне продовження у заходах з українізації різних напрямків неофіційного медіапростору та реклами, а міжнародна підтримка в форматі популяризації української мови за кордоном дозволить підтримувати позитивний імідж України у світі. Можна стверджувати, що ефективна реалізація мовної політики як ключового елементу національної інформаційної безпеки України, дозволить послабити деструктивний вплив пропаганди рф та сприятиме подальшій дерусифікації та консолідації суспільства, укріпленню національної ідентичності.

Висновки. Мовній політиці українського медіаполя відведена ключова роль в укріпленні національно-мовної ідентичності суспільства та дерусифікації інформаційного простору. Одним із практичних кроків у її реалізації стало прийняття Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» та впровадження квот на україномовний контент у засобах масової інформації, що в синергії дозволило значно зменшити вплив російської пропаганди. Разом із тим, викликами залишаються інерція мовних звичок частини соціуму, що обґрунтовує необхідність подальших заходів з українізації медіапростору, підтримки незалежних медійників, впровадження програм формування критичного мислення і медіаграмотності в освітню систему.

Також існує потреба посилення контролю над інформаційним простором, у тому числі шляхом контролю за комунікацією та просуванням маніпулятивних наративів у соціальних мережах. Перспективне удосконалення мовної політики в Україні має бути зосереджене на розширеній інтеграції української мови, популяризації національної культури та підтримці якісного україномовного контенту в медіапросторі.

Література:

1. Ажнюк Б. Language Ideology and Language Planning in Wartime Ukraine: Changes, Challenges, and Opportunities. *Мова: класичне-модерне-постмодерне*. 2025. №11. С. 50–66. https://doi.org/10.18523/lcmp2522-9281.2025.11.50-66

2. Бойко М. І. Мовне законодавство і проблеми мовної політики в Україні. *Молодий дослідник*. 2023. № 1. С. 5–8. https://mold.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/3

3. Горбик Р., Дуцик Д., Шалайський С. Ефективність протидії російській дезінформації в Україні в умовах повномасштабної війни: аналітичний звіт. Київ : ГО «Український інститут медіа та комунікації», 2023. 66 с. URL: https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/08/UMCI_-Effectiveness-of-Russian-Disinformation-Counteration_UA.pdf

4. Грінченко Т. Мовна політика як чинник національної безпеки України. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень*. 2021. № 3. С. 88–102. URL: http://law.stateandregions.zp.ua/archive/3_2018/9.pdf

5. Джерела інформації про війну. Фонд Демократичні ініціативи ім. Ілька Кучеріва (18 квітня, 2024). URL: https://dif.org.ua/article/dzherela-informatsii-pro-viynu

6. Лазаренко Ю. Протидія російській дезінформації в українському інформаційному просторі. *Український інформаційний простір*. 2022. № 1. С. 14–29.

7. Про забезпечення функціонування української мови як державної. Закон України від 25 квітня 2019 р. № 2704-VIII. *Голос України*. 2019. № 90. С. 5–12. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text

8. Gilardi F., Gessler T., Kubli M., Müller S. Social media and political agenda setting. *Political communication*. 2022. № 39(1). Pp. 39–60. https://doi.org/10.1080/10584609.2021.1910390

9. Hutchings S., Szostek J. Dominant Narratives in Russian Political and Media Discourse during the Ukraine Crisis. 2015. URL: https://www.e-ir.info/wp-content/uploads/2015/03/Ukraine- and- Russia-E-IR.pdf

10. Karakale F. Language Impasse in Bilingual Societies: The Case of Ukraine and Russia-Ukraine War. *Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi*. 2022. № 5(10). Pp. 482–501.https://doi.org/10.35235/uicd.1177819

11. Kharchuk L.V. Lexical and semantic norms in formation of stage official language competency. *Visnyk Universitetu Imeni Alfreda Nobelya. Seriya: Filologichni Nauki*. 2021. № 2. Pp. 228–236. DOI: 10.32342/2523-4463-2021-2-22-22

12. Khoma I., Fedushko S., Kunch Z. Media manipulations in the coverage of events of the Ukrainian revolution of dignity: Historical, linguistic, and psychological approaches. *CEUR Workshop Proceedings*. 2020. № 2616. Pp. 25–38. https://doi.org/10.48550/arXiv.2407.17425

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

13. Kulyk V. Language shift in time of war: The abandonment of Russian in Ukraine. *Post-Soviet Affairs*. 2024. № 40(3). Pp. 159–174. https://doi.org/10.1080/1060586X.2024.2318141
14. Mankoff J. Russia's war in Ukraine. *Center for strategic & international studies*. 2022. Vol. 6(4). Pp. 439–440. URL: https://www.jstor.org/stable/pdf/resrep40567.pdf
15. Nisch S. Invasion of Ukraine: Frames and sentiments in Zelensky's Twitter communication. *Journal of Contemporary European Studies*. 2024. № 32(1). Pp. 110–124. https://doi.org/10.1080/14782804.2023.2198691
16. Plekhanova T. Language policy and its media representation in post-war Ukraine: Implications for identity and inclusivity. *Amazonia Investiga*. 2023. № 12(71). Pp. 223–232. URL: https://amazoniainvestiga.info/index.php/amazonia/article/view/2597

Дата першого надходження статті до видання: 27.02.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

УДК 077.5:008](477)(045)
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.13

Вікторія МАРКОВА
доктор наук із соціальних комунікацій, професор,
професор кафедри аудіовізуальних медіа та медіакомунікацій,
Харківська державна академія культури,
vicmark777@gmail.com
ORCID: 0009-0005-9574-6247

Олександр СУХОВІЙ
кандидат філософських наук, доцент,
старший викладач кафедри культурологічних дисциплін та образотворчого мистецтва,
Харківська гуманітарно-педагогічна академія,
mirusifter@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7086-8575

УКРАЇНСЬКІ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА ПРО КУЛЬТУРУ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

У контексті зміни способів споживання культурного контенту в умовах розвитку цифрових технологій виникла потреба дослідити, як саме нові медіа впливають на популяризацію культурних цінностей та формування національної ідентичності. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю наукового осмислення трансформацій українського медіаполя в умовах інформаційної глобалізації та геополітичних викликів, зокрема повномасштабної війни, що стала потужним каталізатором процесів національної самоідентифікації. Метою статті є комплексний аналіз сучасного стану, виявлення системних проблем та окреслення перспектив розвитку українських спеціалізованих інтернет-медіа, що висвітлюють культурну проблематику.

Установлено, що український ринок культурних медіа представлений як досвідченими нішевими ресурсами («Читомо», «Korydor», «LiRoom»), так і новими мультидисциплінарними проєктами («Сенсор»), що виникають навіть під час війни. Виявлено поділ видань на спеціалізовані (книжкова сфера, візуальне мистецтво, музика) та мультидисциплінарні, а також зафіксовано тенденцію до регіоналізації («Люк Медіа», «Post impreza»). Моніторинг показав використання як традиційних жанрів (статті, інтерв'ю), так і новітніх мультимедійних форматів: подкастів, спецпроєктів та гібридних цифрових архівів. З'ясовано, що публікаційна активність видань критично залежить від можливостей залучення грантових коштів, які можуть складати до 79% бюджету редакції, тоді як частка доходів від реклами залишається низькою.

Наукова новизна дослідження полягає у проведенні першого комплексного аналізу саме спеціалізованих інтернет-видань про культуру, які раніше залишалися поза межами системної наукової рефлексії. Потенційне значення результатів полягає в розробці стратегій модернізації медіа: підвищенні аналітичності контенту, впровадженні суто онлайн-форматів та диверсифікації моделей монетизації.

Ключові слова: *інтернет-медіа, культурна журналістика, український медіапростір, культурна ідентичність, цифрова трансформація, контент-аналіз, монетизація медіа.*

Viktoriia Markova, Oleksandr Sukhovii. UKRAINIAN INTERNET MEDIA ON CULTURE: CURRENT STATE, PROBLEMS, PROSPECTS

In the context of changing cultural consumption patterns driven by digital technology, there is a growing need to explore how new media influence the promotion of cultural values and the formation of national identity. The relevance of this study stems from the necessity to scientifically comprehend the transformations within the Ukrainian media landscape amidst information globalization and geopolitical challenges – specifically the full-scale war, which has become a powerful catalyst for national self-identification. The purpose of this article is to provide a comprehensive analysis of the current state, identify systemic problems, and outline development prospects for Ukrainian specialized online media covering cultural issues.

The study finds that the Ukrainian cultural media market comprises both established niche resources ("Chytomo," "Korydor," "LiRoom") and new multidisciplinary projects ("Sensor") emerging even during wartime. The research identifies a division between specialized publications (literature, visual arts, music) and multidisciplinary ones, while also noting a trend toward regionalization ("Lyuk Media," "Post Impreza"). Monitoring reveals the use of both traditional genres (articles, interviews) and modern multimedia formats: podcasts, special projects, and hybrid digital archives. It was established that publishing activity critically depends on grant funding, which can account for up to 79 % of an editorial budget, while the share of advertising revenue remains low.

The scientific novelty of this research lies in conducting the first comprehensive analysis specifically focused on specialized cultural online publications, which previously remained outside the scope of systematic academic

© Маркова В., Суховій О., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

reflection. The potential significance of the results lies in developing media modernization strategies: enhancing analytical content, implementing digital-first formats, and diversifying monetization models.

Key words: *internet media, cultural journalism, Ukrainian media space, cultural identity, digital transformation, content analysis, media monetization.*

Постановка проблеми. У XXI столітті інтернет-медіа відіграють ключову роль у формуванні інформаційного простору суспільства, зокрема в контексті культурного дискурсу. Розвиток цифрових технологій спричинив значні зміни у способах поширення та споживання культурної інформації: традиційні медіа дедалі частіше поступаються місцем онлайновим платформам, що забезпечують швидкий доступ до контенту, інтерактивність та широку аудиторію. Таким чином, інтернет-медіа стають важливим чинником у популяризації культурних цінностей, формуванні культурної ідентичності та міжкультурній комунікації.

Особливу значущість дослідження становить сучасний український медіапростір, який зазнає активної трансформації в умовах інформаційної глобалізації та загострення геополітичних викликів. Українські інтернет-видання про культуру забезпечують не лише інформаційний обмін, а й сприяють консолідації суспільства, розвитку культурної самоусвідомленості та підтримці національних мистецьких практик. Однак існує низка проблем, що потребують наукового осмислення: недостатня тематична систематизація культурних матеріалів, низька якість контенту, слабка комерційна підтримка культурної журналістики та обмежений доступ до фінансування творчих проєктів.

Водночас перспективи розвитку українських інтернет-медіа про культуру залишаються недооціненими в сучасних наукових дослідженнях. Трансформація медіаспоживання, зростання блогосфери та поява нових форматів (подкасти, відеоблоги, інтерактивні платформи) створюють нові можливості для розвитку культурної журналістики та інтеграції сучасних технологій у презентацію культурного контенту. Оцінка цих тенденцій є важливою для розробки стратегій підтримки та модернізації інтернет-медіа як середовища культурної комунікації.

Російсько-українська війна стала потужним каталізатором трансформації українських інтернет-медіа про культуру, посиливши їхню роль у процесах національної самоідентифікації та збереження культурної пам'яті.

Аналіз наукових джерел, що стосуються культурної проблематики в медіа, свідчить про значну увагу науковців як вітчизняних, так і зарубіжних, до взаємодії медіадискурсу та дискурсу культури. Серед науковців, які приділили увагу даній темі, слід назвати Т. Іванюху, А. Литвиненко, А. Мисечко, Е. Огар, Л. Мар'їну, Л. Федорчук, В. Ривліну, Н. Пушкарук, М. Кіцу, О. Гарматій, С. Кісіль, А. Лісневську, Р. Новикову, Т. Хоменко, A. Мадей, I. Skulte, N. Kristensen, K Riegert, A. Roosvall, & A. Widholm [2; 5–12; 14–16; 18–23].

У зазначених публікаціях розглядаються теоретико-методологічні засади взаємодії медіа та культури, вказується на спільність їх генезису як явищ духовного життя суспільства [5; 14], аналізуються дефініції поняття «культурна журналістика» [18–20; 22; 23], приділяється увага висвітленню культурної проблематики в різноманітних медіа, особливо в умовах воєнних дій [2; 6–11; 15; 16; 21].

Наукова рефлексія щодо культурної проблематики в медіа виділяє наступні проблемні точки: брак глибокої аналітики, оскільки медіа часто обмежуються подієвим інформуванням, уникаючи дискусій про культурну політику; медіатизація культури несе ризики стандартизації та втрати елітарних складників мистецтва на користь масових; культурна функція медіа є малопривабливою для рекламодавців, що робить спеціалізовані проекти залежними від державної підтримки або меценатів.

Аналіз джерел за темою дослідження також продемонстрував, що переважна більшість публікацій містить наукову рефлексію щодо культурної проблематики в аудіо-, аудіовізуальномуному та друкованому форматах [6–8; 10; 15; 16; 21], водночас спеціалізовані інтернет-видання про культуру ще не були предметом комплексного аналізу.

Таким чином, наукове дослідження щодо українських інтернет-медіа про культуру є актуальним і своєчасним, оскільки дозволяє комплексно оцінити сучасний розвиток культурної журналістики в Україні, виявити ключові проблеми та окреслити шляхи їх подолання в умовах цифрової трансформації суспільства. Це сприятиме підвищенню якості культурного медіаконтенту, посиленню ролі інтернет-платформ у збереженні та промоції культурної спадщини, а також формуванню нових моделей комунікації між медіа та аудиторією.

Мета статті – проаналізувати сучасний стан, виявити проблеми та означити перспек-

тиви розвитку українських інтернет медіа культурної проблематики.

Головними завданнями статті є:

– моніторинг українського медіапростору для виявлення інтернет-видань культурної проблематики;

– аналіз сучасного стану виявлених видань та їх контенту;

– концептуалізація головних проблем розвитку українських інтернет-медіа про культуру;

– окреслення перспектив їх подальшого розвитку.

Основними методами дослідження, що використовуються в статті, стали аналіз, синтез, порівняння, моніторинг, візуалізація.

На першому етапі відбувався моніторинг українського сегменту Інтернету для виявлення медіа, які стали об'єктом аналізу. Спираючись на експертні публікації щодо медіа культурної тематики [1; 3; 4; 13] було відібрано 11. Водночас, у ході їх аналізу було виявлено, що 2 з них не мають свіжих публікацій. Тож об'єктом аналізу стали 9 медіа, які найчастіше згадувалися в експертних публікаціях та є активними на сьогоднішній день. Вони аналізувалися за спеціалізацією, жанровою специфікою контенту та рівнем активності. З метою унаочнення емпіричні данні були візуалізовані в діаграмах. Порівняння обраних медіа за визначеними критеріями, теоретичний синтез отриманої в ході дослідження емпіричної інформації дозволив зробити науково обґрунтовані висновки.

Виклад основного матеріалу. Не перебільшення буде зазначити, що культурна проблематика тією чи іншою мірою була завжди притаманна традиційним медіа. Від часів свого виникнення, медіа, з одного боку, приймали участь у поширенні продуктів культури, з іншого, інформували суспільство про ці продукти та давали їм оцінку. Т. В. Іванюха, розглядаючи взаємовідносини медіадискурсу та дискурсу культури, в якості першого етапу виділяє формаційне висвітлення культурної тематики у рукописних і перших друкованих виданнях [5].

Якщо ж пригадати менш віддалені часи, то і в пресі, і на телебаченні, і в радіоефірі культурна проблематика була представлена спеціалізованими виданнями або рубрикою, якщо мова йде про друковані видання, та окремими передачами в аудіо- та аудіовізуальних медіа. Нажаль, реалії ринкової економіки поступово витіснили культурну проблематику на периферію, залишив її здебільшого лише в «глянці» та на телевізійних шоу. Досить розповсюдженим і в професійному, і в журналістикознавчому середовищі стало твердження про «залишковий» принцип висвітлення культурного життя.

«Друге життя» культурній проблематиці в медіа дало виникнення нового комунікаційного середовища, якому притаманна гіпертекстуальність, мультимедійність, інтерактивність. Електронне видання нині не обмежено шпальтою або ефірним часом, воно не потребує додаткових посередників у розповсюдженні, не обмежене просторовими та часовими бар'єрами для споживачів.

У кінцевому рахунку це створило передумови для виникнення «нішевих» видань, у тому числі і культурної проблематики як то «Your Art», «LiRoom», «Moviegram», «Читомо», «Korydor», «Тиктор медіа», «МІТЄЦ», «Люк Медіа», «Сенсор», «Post impreza», «Штука медіа» тощо. Попри всі труднощі нові медіа про культуру не перестали з'являтися, навіть, після лютого 2022 р. [3]. Водночас, як показав моніторинг, деякі із зазначених видань останнім часом не мають свіжих публікацій («Moviegram», «Тиктор медіа»). Проблематика зазначених видань різна: деякі з них спеціалізуються на окремих напрямках культури і мистецтва («Moviegram», «Читомо»), деякі є більшою мірою універсальними («Your Art», «LiRoom»), деякі представляють культуру певного регіону («Люк Медіа», «Post impreza»). Але об'єднує їх те, що всі вони зосереджені на висвітленні, аналізі та популяризації сфери культури, мистецтва, традицій та історії, виконуючи функції інформування, освіти, розваги, збереження культурної спадщини та інтерактивного залучення аудиторії до культурного життя .

Моніторинг онлайн видань культурної проблематики показав, що вони мають не тільки унікальну спеціалізацію, але й презентують різноманітні формати. Поряд зі звичайними онлайн-медіа в Інтернет-просторі представлені також гібриди онлайн видання з електронним архівом («МІТЄЦ», «Post impreza»). Вони не лише розповідають про культурно-мистецькі події, а й публікують самі твори.

Переважна більшість видань, що стали об'єктом моніторингу, має свою історію, яка нараховує 10–15 років, і тільки два з них виникли вже в післявоєнні часи.

Рубрикацію сайтів ці видання мають різноманітну, на що, безумовно, впливає їх спеціалізація, формат, потреби споживачів інформації. Чотири з цих видань мають

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

рубрику «Новини» («Your Art», «LiRoom», «Читомо», «Люк Медіа»). Здебільшого зміст новин стосується різноманітних культурних подій. Причому «Your Art» та «LiRoom» демонструють низьку публікаційну активність як взагалі, так і, зокрема, новин. У «Читомо» публікаційна активність висока, а тому новини там рубрикуються. Серед таких рубрик слід назвати: «Злочини Росії», «Державна мова», «Пам'ятники», «Автори-військові», «Благодійність», «Втрати», «Єпідтримка» тощо. Самі назви рубрик дають уявлення щодо новинного контенту видання. На увагу заслуговує рубрика «Ексклюзив», у якій представлені оригінальні новини видання. Ще в двох виданнях («Штука медіа», «Post impreza») також представлені новинні повідомлення, але вони не виділені в головних рубриках.

Щодо жанрового різноманіття контенту цих онлайн-медіа, то він представлений здебільшого традиційними жанрами: статті (в 7 медіа), інтерв'ю (в 6 медіа), анонси (в 6 медіа), рецензії (в 4 медіа). Серед інших жанрів: репортажі, фоторепортажі. огляди, дайджеси, есе (рис. 1).

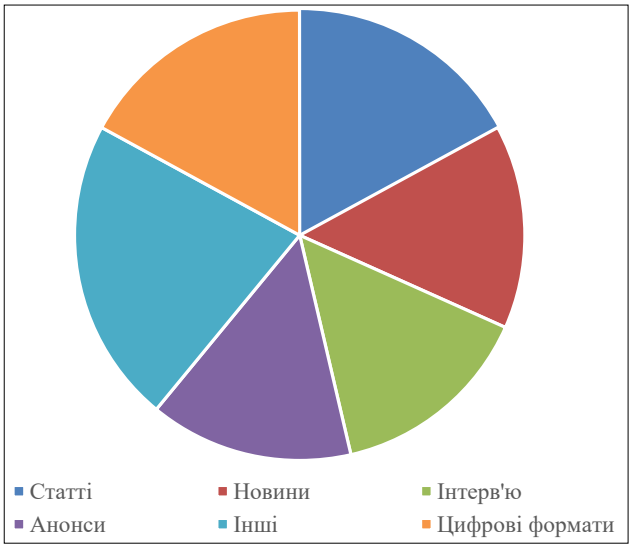

Рис. 1. Жанрове різноманіття в онлайн-медіа культурного спрямування

Що стосується мультимедійних продуктів, то вони представлені спецпроєктами, лонгрідами, подкастами. Серед онлайн-медіа, що більшою мірою використовують мультимедійність, слід назвати («Сенсор», «Читомо», «Люк Медіа»). Так, на сайті «Читомо» представлені 23 спецпроєкти, присвячені книжковій тематиці. У рубриці «Вітрина» читачам пропонується інтерактив: вони можуть вподобайками «підняти» очікувану книгу на першу сторінку вітрини новинок до «Книжкового Арсеналу». Також на сайті є опція «Повідомити новину», яка сприяє залученню користувачів до формування новинного контенту.

Серед останніх подкастів та відеоподкастів «Люк Медіа» слід назвати: «Харків і Європейський тиждень мобільності: чому це важливо сьогодні?», «Дар'я Морген: про протези як форму краси», «Василь Байдак: про Інародний театр абсурду «Горобчик» і Харків», «Лана «Саті» Чорногорська: мобілізація, дрони, культура та Харків».

Тож ринок культурних медіа в Україні представлений як досвідченими нішевими виданнями, так і новими мультидисциплінарними проєктами, що виникають навіть під час війни (наприклад, «Сенсор», 2023 р.). Водночас спостерігається тенденція до регіоналізації та створення архівів для збереження культурної пам'яті.

Водночас, як показав моніторинг контенту цих видань, чотири з них мають низьку публікаційну активність (3–4 публікації на місяць). З огляду на те, що всі ці видання позиціонують себе як, по-перше, незалежні медіа, по-друге, неприбуткові проєкти, ступень їх активності багато в чому базується на можливостях залучення коштів своїх споживачів, грантів та рекламної діяльності. І якщо, наприклад, «LiRoom», з малою кількістю публікацій, пропонує своїм читачам підтримати донатами, а також позиціонує відкритість до партнерства, реклами та спецпроєктів, то «Читомо» з достатньо великою кількістю публікацій діє в цьому напрямку активно, залучаючи не тільки читацьку та партнерську підтримку, але й гранти та рекламу. Як свідчить їх звіт за 2024 рік «сума залучених грантових коштів сягнула 3 млн 537 500 грн, що становило 79 % надходжень для редакції. Сума коштів завдяки Клубу Читомо – 560 000 грн, а це 13 % бюджету. Ситуацію врятували хоч і невеликі надходження від реклами та комерційних партнерств – 354 700 грн (8 %)» [17]. При цьому зазначається, що в 2024 р. кількість грантів на культуру значно скоротилося. Тож, очевидно, що публікаційна активність напряму залежить від можливостей та бажання редакції залучати кошти, насамперед грантові.

Усі медіа для просування використовують соціальні мережі, здебільшого маючи акаунти в декілька з них (від 2 у «Korydor» до 6 у «LiRoom»). Серед найбільш поширених соцмереж, в яких представлені їх акаунти: Facebook, Instagram, Telegram (рис. 2).

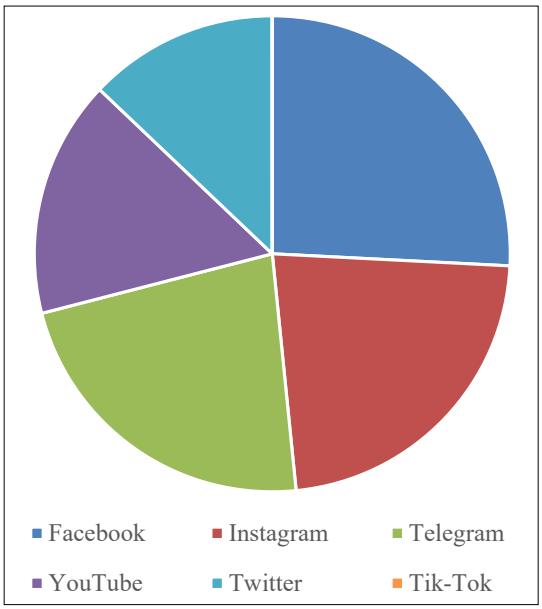

Рис. 2. Онлайн-медіа культурного спрямування в соціальних мережах

Висновки. Таким чином, сучасне українське медіа-поле в галузі культури представлене як традиційними, так і інтернет-медіа різної тематичної спеціалізації та спрямування. Інтернет-медіа про культуру умовно можна поділити за фокусом їхньої діяльності на:

• Спеціалізовані видання: «Читомо» зосереджене винятково на книжковій сфері та осмисленому читанні. «Your Art» та «МІТЄЦ» фокусуються на візуальному та сучасному мистецтві. «LiRoom» спеціалізується на новій українській культурі з акцентом на музику, кіно та літературу.

• Мультидисциплінарні медіа: «Korydor», «Сенсор» та «Штука медіа» охоплюють широкий спектр тем – від театру й урбаністики до суспільних змін та ідентичності.

За досвідом роботи найстарішими виданнями є «Читомо» та «Korydor» (засновані у 2010 році), а також «LiRoom» (з 2012 року), наймолодшим медіа є «Сенсор», засноване у 2023 році.

Окрім загальнонаціональних ресурсів, серед проаналізованих медіа є і регіональні проєкти: «Люк Медіа» орієнтоване на мешканців Харкова та висвітлення міських процесів, «Post impreza», що працює як медіаархів культурного життя Івано-Франківська та регіону та «Штука медіа», яке має коріння у Донецькій області.

Рівень публікаційної активності медіа суттєво різниться від високої активності у «Читомо», «МІТЄЦ», «Люк Медіа», «Сенсор» та «Post impreza» до низької у «Your Art» та «LiRoom», «Korydor».

Медіа використовують як традиційні, так і сучасні формати. Такі класичні жанри як новини, інтерв'ю, статті та рецензії є спільними для більшості видань. Серед специфічних форматів слід назвати плейлисти («LiRoom»), відеоподкасти та репортажі («Люк Медіа»), цифровий медіаархів («Post impreza»).

Оскільки всі медіа є незалежними і неприбутковими, джерелами їх фінансування є спонсорська, партнерська та грантова підтримка, донати та рекламна діяльність. Причому на останню припадає, як правило, найменше залучених коштів. Такі нестабільні джерела фінансування не сприяють життєздатності проєктів, і вимагають активної діяльності по залученню коштів.

Подальшою перспективою спеціалізованих інтернет-медіа в галузі культури є:

– розширення їх тематики та проблематики, охоплення інших ніш;

– підвищення якості контенту за рахунок збільшення проблемних, аналітичних статей, що стосуються культури і мистецтва;

– збільшення жанрового різноманіття шляхом створення матеріалів у суто онлайнових форматах;

– регулярність новинного контенту;

– активізація роботи в залученні коштів, розширенні джерел монетизації;

– креативне та регулярне просунення медіа в соціальних мережах.

Перспективою подальших наукових розвідок може бути дослідження висвітлення культурної проблематики в неспеціалізованих інтернет-медіа.

Література:

1. Бліндюк М. Як працюють українські культурні медіа під час війни. Суспільне Культура. URL: https://suspilne.media/culture/245223-ak-pracuut-ukrainski-kulturni-media-pid-cas-vijni/.

2. Гарматій О., Кісіль С. Тема культури в українських ЗМІ: основні тенденції подання. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки*. 2018. № 896. С. 18–25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnulpjn_2018_896_5.

3. Герасимова А. Нові медіа про культуру, які з'явилися з лютого. *Читомо*. URL: https://chytomo.com/novi-media-pro-kulturu-iaki-z-iavylysia-z-liutoho/.

4. Дем'янюк А. Трансформація культури, ентузіазм та нестача фінансування. У яких умовах працюють українські культурні медіа. *MediaMaker*. URL: https://mediamaker.me/u-yakyh-umovah-praczyuyut-ukrayinski-kulturni-media-13724/.

5. Іванюха Т. В. Дискурси медіа та культури: основні аспекти взаємодії у діахронічному вимірі. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія*. Журналістика. 2025. Т. 36 (75), № 1, ч. 2. С. 146–150.

6. Кіца М. О. Культурна тематика у фокусі сучасних українських газет (на прикладі газет «День», «ВЗ», «УМ», «ЛГ»). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 3 (43). С. 19–23.

7. Лісневська А., Новикова Р. Аудіовізуальний контент у культурній журналістиці воєнного часу: до питання національної ідентичності. *Синопсис: текст, контекст, медіа*. 2023. № 29 (2). С. 131–138.

8. Литвиненко А. І. Особливості форматів телепрограм на культурно-мистецьку тематику на українському телебаченні: історичний поступ та перспективи. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75), № 2, ч. 2. С. 233–240.

9. Литвиненко А. Українські YouTube-канали на культурно-мистецьку тематику під час повномасштабного вторгнення Росії до України. *Obraz*. 2023. Vol. 2 (42). P. 25–37.

10. Литвиненко А., Мисечко А. Специфіка і тенденції висвітлення культурно-мистецьких новин на українському телебаченні. *Knowledge, Education, Law, Management*. 2022. № 8. P. 122–130.

11. Мадей А. Історико-культурний контент інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (2004–2019 рр.) : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2021. 183 с.

12. Огар Е. І. Книжкові інтернет-медіа в контексті культурної журналістики. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 2 (42). С. 56–61.

13. Пушнова Т. Журналістика культури: чому вона важлива на війні. *Академія викладачів журналістики*. 05 жовтня 2022. URL: https://www.jta.com.ua/news/5-zhovtnia-onlayn-seminar-pro-zhurnalistyku-kultury/.

14. Ривліна В. М. Дискурс культури в нових медіа. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2017. Вип. 12. С. 67–74.

15. Федорчук Л. Культура в ефірі Суспільного: телевізійний контент і перспективи розвитку. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2023. Вип. 52-53. С. 147–156.

16. Федорчук Л., Пушкарук Н. Культурна тематика в ефірі France 24: уроки для України. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2019. Вип. 46. С. 202–208.

17. Фещук В. Читомо рахує патронів і залучені гроші в 2024-му році. *Читомо*. URL: https://chytomo.com/rakhuie-patroniv-i-zalucheni-hroshi-v-2024-mu-rotsi/.

18. Хоменко Т. Поняття культурної журналістики: семантичний спектр та спроби дефініції. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2025. Вип. 56. С. 129–135.

19. Kristensen N. N. Cultural journalism – journalism about culture. *Sociology Compass*, 2019. 13(6), 1–13. https://doi.org/10.1111/soc4.12701.

20. Kristensen N. N., From U. Cultural journalism and cultural critique in a changing media landscape. *Journalism Practice*, 2015. 9(6), 760–772

21. Lytvynenko A. Ukrainian cultural and art TV programs during the Russia's invasion of Ukraine. *Scientific Journal of Polonia University*, 2023. 58(3), 140–150

22. Riegert K., Roosvall,A., Widholm A. Cultural journalism. In J. Nussbaum (Ed.), Oxford Research Encyclopedia of Communication. Oxford University Press. 2018. https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.796

23. Skulte I. The concept of cultural journalism: What the editors in Latvia think they do when doing cultural journalism. *Žurnalistikos tyrimai*, 2015. (8), 38–69. https://doi.org/10.15388/zt/jr.2015.8.8842

Дата першого надходження статті до видання: 19.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

УДК 811.161.2’373.2 (477.43/44)
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.14

Олексій ОСКИРКО
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри гуманітарних та природничих дисциплін,
ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»,
pavlovich-@ukr.net
ORCID: 0000-0001-8486-9173

НОМІНАЦІЯ ПРИПРАВ І СПЕЦІЙ У СХІДНОПОДІЛЬСЬКИХ ГОВІРКАХ

У статті проаналізовано лексико-семантичні особливості номінацій приправ і спецій у східноподільських говірках. Матеріалом дослідження слугували власні експедиційні записи, зібрані в західних районах Черкаської, східних районах Вінницької, північно-східних районах Одеської та північно-західних районах Кіровоградської області упродовж 2017–2023 років.

Основну увагу зосереджено на виявленні семантичної структури лексем, що позначають приправи й спеції, їхній функціональній активності, територіальному поширенні та варіативності. У межах дослідження виокремлено три основні лексико-семантичні групи: номінації, що вказують на матеріальну основу приправи; назви з функціональною семантикою; аналітичні утворення, які репрезентують спосіб кулінарної обробки продуктів.

Проаналізовано найуживаніші лексеми (сіль, перець, гірчиця, мак), установлено їхнє походження, словотвірний потенціал та семантичні відтінки в діалектному мовленні. Значну увагу приділено варіантності форм, зумовленій фонетичними та морфологічними особливостями східноподільських говірок.

Виявлено продуктивні моделі номінації, зокрема аналітичні словосполучення типу тертий мак, товчений перець, квасний буряк, що фіксують технологічні етапи приготування їжі та відображають традиційну кулінарну компетенцію носіїв говірок. Доведено, що лексика приправ і спецій тісно пов’язана з обрядовою культурою, народними уявленнями та побутовими практиками регіону.

Отримані результати поглиблюють уявлення про лексичну систему східноподільських говірок і можуть бути використані в подальших діалектологічних, лексикографічних та етнолінгвістичних дослідженнях.

Ключові слова: *східноподільські говірки, приправи, спеції, лексико-семантична характеристика, лінгвогеографія, етимологія, номінаційні моделі.*

Oleksiy Oskyrko. THE NOMINATION OF SEASONINGS AND SPICRES IN THE EASTERN PODILIAN DIALECTS

The article analyzes the lexical and semantic features of the nominations of seasonings and spices in the Eastern Podilian dialects of the Ukrainian language. The research material is based on the author’s own field recordings collected in the western districts of Cherkasy region, the eastern districts of Vinnytsia region, the northeastern districts of Odesa region, and the northwestern districts of Kirovohrad region during 2017–2023.

The study focuses on identifying the semantic structure of lexemes denoting seasonings and spices, their functional activity, territorial distribution, and variability. Within the research framework, three main lexical-semantic groups are distinguished: nominations indicating the material basis of a seasoning; names with functional semantics; and analytical formations representing methods of culinary processing.

The most frequently used lexemes (salt, pepper, mustard, poppy seed) are analyzed, and their origin, word-formative potential, and semantic nuances in dialectal speech are determined. Particular attention is paid to formal variation caused by phonetic and morphological features of the Eastern Podilian dialects, as well as by age-related and social factors.

Productive nomination models are identified, including analytical word combinations such as ground poppy seed, pounded pepper, and fermented beetroot, which reflect technological stages of food preparation and represent the traditional culinary competence of dialect speakers. It is demonstrated that the vocabulary of seasonings and spices is closely connected with ritual culture, folk beliefs, and everyday practices of the region.

The obtained results contribute to a deeper understanding of the lexical system of the Eastern Podilian dialects and may be used in further dialectological, lexicographic, and ethnolinguistic studies.

Key words: *Eastern Podilian dialects, seasonings, spices, lexical and semantic characteristics, linguistic geography, etymology, nomination models.*

Постановка проблеми. Традиційне харчування українців пройшло тривалий шлях становлення і розвитку. Деякі способи добування і зберігання продуктів, приготування з них страв і напоїв, що збереглися й до сьогодні, застосовувалися ще в добу енеоліту, ранніх слов’ян і Київської держави. Століттями вдосконалювалося і поліпшувалося саме харчування українців, акумулюючи кращий досвід та знання попередніх поколінь,

© Оскирко О., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

а також сусідніх етносів. Унаслідок цього сформувалася оригінальна народна кухня з великим асортиментом смачних і поживних, корисних для організму людини страв і напоїв.

Лексика, пов'язана з назвами їжі й напоїв, є вкрай важливою, бо яскраво відображає повсякденне життя населення, його культуру. У результаті зростання життєвого рівня населення цей шар лексики швидко змінюється, багато назв зникає.

Харчування відіграє важливу роль у повсякденному житті людини, тому дослідження назв їжі й напоїв у східноподільських говірках є актуальним і суттєвим не тільки для мовознавчої науки, але й етнографії, історії й культури населення взагалі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Лексика харчування вже була предметом поглибленого вивчення науковців, найбільш повно її розглянуто в говірках південно-західного наріччя. Це дисертаційні дослідження Л. Борис (буковинські), Є.Турчин (західнополіські), Е. Гоци (карпатські), В. Різник (надсянсько-наддністрянські), Л. Ура (закарпатські). Лексика, пов'язана з харчуванням, на говірковому матеріалі слугувала об'єктом дослідження Ф. Бабія, З. Бичка, Г. Врублевської, Й. Дзендзелівського, А. Майбороди, М. Тимченко, С. Яценка, Н. Загнітко, М. Волошинової та ін. У діахронії лексику, пов'язану з харчуванням, вивчали С. Гриценко, З. Козирєва, О. Крижко, В. Невойт, С. Яценко та ін. Номінація приправ і спецій у східноподільських говірках систематично не вивчена, що і визначає **актуальність** наукової розвідки.

Об'єктом дослідження є східноподільські говірки.

Предметом аналізу є лексеми на позначення приправ і спецій у східноподільських говірках.

Мета статті – здійснити лексико-семантичну характеристику номінацій приправ і спецій, провести лінгвогеографічний та етимологічний аналіз зафіксованих номенів, визначити основні моделі номінації. Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**: виявити функціональну активність аналізованих лексем; установити лексико-семантичні паралелі з іншими діалектами української мови; визначити найбільш продуктивні способи утворення номенів.

Матеріалом для дослідження стали власні експедиційні записи, здійснені протягом 2017–2023 рр. у населених пунктах західних районів Черкащини, східних – Вінниччини, північно-східних – Одещини, північно-західних – Кіровоградщини.

Виклад основного матеріалу. Лексика на позначення приправ і спецій у східноподільських говірках є важливою складовою народної кулінарної традиції, що відображає історичні та культурні процеси, пов'язані з побутом і харчуванням населення. Аналіз зібраного матеріалу показує, що основний пласт цих лексем складають як автохтонні українські назви, так і запозичення, що проникли в діалекти внаслідок міжмовних контактів.

За своєю семантичною природою лексика приправ і спецій може бути поділена на кілька основних груп: номінації, що вказують на основний продукт, з якого виготовляється приправа; назви, що передають функціональну характеристику спеції; номінації, що вказують на спосіб приготування чи обробки.

1. *Номінації, що вказують на основний продукт, з якого виготовляється приправа.* До цієї групи належать назви спецій та приправ, що безпосередньо вказують на їхній природний матеріал – *сіль, перець, гірчиця, мак, буркун, кориця.*

Однією із найдавніших і найпоширеніших приправ, яка вживалася ще в часи Київської Русі – була сіль. Лексема *с`іл`* від праслов'янського *solь, яке, у свою чергу, сягає праіндоєвропейського кореня *sal- / *sel-, спочатку означало *«солона речовина»,* згодом виникли переносні значення (*суть, дотепність*), що вже фіксуються у староукраїнських писемних пам'ятках XVI–XVII ст. (ЕСУМ, Т. 5, с. 198). У словниках української мови *с`іл`* «кристалічна речовина, що використовується як приправа до їжі, а також для зберігання продуктів» (СУМ, Т. 9, с. 94); «приправа до їжі, кухонна сіль» (ГР, Т. 4, с. 118). *С`іл`* у діалектному мовленні української мови найчастіше означає «кухонна сіль», «кристалічна речовина, що вживається як приправа до їжі або для консервування». Це значення є спільним для більшості українських говірок, однак у різних регіонах слово може мати варіантні форми, зменшено-пестливі варіанти, а також переносні значення, притаманні лише певним територіям: у галицьких *|с`іл`а, |сол`арка* «речовина для соління», *солонка* в узагальненому значенні «не лише посудина, а й сама сіль» (СГУМ, Т. 1, с. 413); у поліських – *с`іл`;* із пестливо-зменшувальною формою лексеми *|с`іл`ка, |сол`ка* функціонують у закарпатських говірках української мови. У східноподільських говірках найбільш уживаною є літературна форма *с`іл`* (Шм, Йс,

Мч, Лк, Хм, Тп, Жр, Уг, Чй, Пп, Нд, Окс, Дб, Гнн, Лщ, Рз, Хр, Сч, Сн, СХ, Кнл, Снх, Трг, Нд, Ск, Ів). Архаїчна форма *сол`* (Лщ, Рз, Хр, Сч, Сн, СХ, Кнл, Снх, Трг, Нд, Ск), що збереглася у мовленні переважно старшого покоління та фонетично зумовлена форма *ˈсол`а* (Йс, Мч, Лк, Хм, Тп, Жр, Уг), що трапляється в окремих селах, використовується здебільшого у пестливих або розмовних значеннях, н-д: *«ˈсол`а в ˈхат`і ск`інˈчилас`а»* (Хм, Тп, Жр); *«даˈси меиˈн`і ˈтрохи ˈсол`і до борˈчшу?»* (Кнл, Снх, Трг, Нд).

У говірках Східного Поділля лексема *с`іл`* активно вступає в атрибутивні словосполучення, утворені за моделлю «іменник + прикметник», які відображають як її фізичні властивості, так і спосіб зберігання чи використання: *с`іл` куˈхон:а* (Хр, Бт, Гр, Уг, Чй), *с`іл` камйаˈна* (Сн, Жр, Снх, Крт, Об), *с`іл` м`ілˈка* (Клб, СХ, Кбр, Зр, Клд, Глм), *с`іл` грудˈками* (Шм, Йс, Мч, Плс), *с`іл` бриеˈкетом* (Рс, Рз, Гнн, Сч), *с`іл` др`ібˈнен`ка* (Плн, Шм, Йс, Мч, Плс, Лк, Мх, Зл, Окс, Дб, Крс, РБ), *с`іл` др`іб'на* (Юр, Лщ, Бт, Гр, Сч, Сн, Хр), *с`іл` ‘чиста* (Уг, Чй, Зр, Рс), *с`іл` ˈгруба* (Клд, Глм, Плн, Шм, Йс, Мч), *с`іл` ˈмокра* (Клд, Глм, Плн, Шм), *с`іл` р`іодˈка* (Клн, Жр, Снх, Ск).

Перець – одна з найдавніших і найпоширеніших прянощів, відома в українській кухні ще з часів XV століття, проте активніше почала вживатися в період пізнього середньовіччя завдяки торгівельним шляхам із країнами Сходу. Лексема *ˈпереиц`* – від праслов'янського *рьгьсь, пов'язане з праіндоєвропейським коренем *prkʷ- / *perkʷ- *«гострий на смак, пекучий»* (ЕСУМ, Т. 4, с. 312). Словник СУМ подає лексему *ˈпереиц`* «рослина родини пасльонових з гострим плодом, що використовується як приправа; плід цієї рослини» (СУМ, Т. 6, с. 425). У більшості українських говірок лексема */переиц`* уживається в основному в тому ж значенні, що й у літературній мові – «гостра спеція, яку додають до страв як приправу». Водночас у різних діалектних зонах простежується помітне різноманіття форм цього слова, зумовлені місцевими кулінарними традиціями й побутовими особливостями. У галицьких говірках поширене загальнолітературне слово *ˈпереиц`*, однак поряд з ним вживаються й варіанти *ˈперчиек, пеиˈрчок*, які мають зменшувально-пестливе значення та зазвичай позначають невеликий за розміром стручок або невелику кількість спеції. Цікавою є фіксація форми *ˈпереиц`-струˈчок* або *стручкоˈвий ˈпереиц`*, що вживається для означення червоного стручкового перцю на противагу чорному меленому, який позначається просто як *ˈпереиц`* (СГУМ, Т. 2, с. 212). У закарпатських говірках поряд із загальноприйнятим *ˈпереиц`*, широко вживані пестливі форми *ˈперчик, ˈперчок*, які мають емоційно-експресивне забарвлення і можуть вживатися як у прямому значенні *(маленький червоний перчик),* так і у переносному (*ти в нас справжній перчик*, у значенні *«жвавий, кмітливий»*). Цікавим є варіант *ˈпереиць-струк* (від слова *«стручок»),* який закріпився в мовленні для позначення саме червоного стручкового перцю, поширеного в традиційній закарпатській кухні. (ДАУМ, Т. 3, с. 367). У східноподільських говірках лексема *ˈпереиц`* функціонує переважно зі значенням, що і в літературній формі (Тп, Хр, Бт, Гр, Уг, Чй, Сн, Жр, Снх, Крт, Об, Клб, СХ, Кбр, Зр, Клд, Глм, Плн, Шм, Йс, Мч, Плс, Лк, Мх, Зл, Окс, Дб, Крс, РБ, Рс, Рз, Гнн, Сч, Лщ), однак у мовленні старшого покоління ще трапляється давній варіант *ˈперц`* (Мх, Зл, Окс, Дб, Крс, РБ, Рс, Рз, Гнн, Сч), що є реліктовою формою, характерною для архаїчних подільських говорів. Цей варіант уживається рідко й сприймається як діалектна особливість. У розмовному мовленні поширені й зменшено-пестливі утворення, насамперед *ˈперчик* (Плн, Шм, Йс, Мч, Плс, Лк, Мх, Зл, Окс, Дб), який використовується для позначення невеликої кількості спеції або маленького стручка: *поклаˈди ˈтрохи ˈперчиеˈка до ˈйушки / смачˈн'ішойу ˈбуде ˈйушка* (Мх, Зл, Окс). Окремі вислови мають переносне значення й уживаються для характеристики людини, наприклад: *він гострий, як перчик* – про дотепного чи запального співрозмовника. У селі Журівка Голованівського району (Кіровоградщина), фіксуються варіанти з інтонаційним виділенням або зменшено-ласкавим забарвленням *ˈперчиек, перˈчинка, ˈперчиечок, перˈчичка*, що використовуються в побутовому мовленні, особливо в жіночих розмовах про приготування їжі. Тут також зафіксовано сполучення *ˈпереиц`-гоˈрошок*, яким називають чорний перець горошком, на відміну від меленої приправи, яку позначають звичайним словом *ˈпереиц`*. Такі семантичні та словотвірні варіанти демонструють збереження в східноподільських говірках елементів давньої мовної традиції та водночас відображають активну взаємодію з літературною нормою.

У досліджувальних говірках фіксуємо вживання словосполучень з лексемою *перець* відповідно до основних ознак: смак, колір, розмір, спосіб обробки й використання перцю в побуті та кулінарії: за смаком – *ˈпереиц` г`ірˈкий* (Мч, Плс, Лк, Мх, Зл, Окс, Дб, Крс), *ˈпереиц` соˈлодкий* (Снх, Ск, СХ, Ів, Клн, Нд, Трг, Юр), *ˈпереиц` духˈм`аний* (Нд,

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

Трг, Юр, Лщ, Бт, Гр, Сч, Сн)*;* за кольором – *|пере"ц` |чорний* (Хр, Бт, Гр, Уг, Чй, Сн, Жр), *|пере"ц` че"р|воний* (Уг, Чй, Зр, Рс)*, |перец` зе"|лений* (Клб, СХ, Кбр, Зр, Клд, Глм); за розміром – *|пере"ц` м`іл|кий* (Плн, Шм, Йс, Мч, Плс, Лк, Мх, Зл, Окс, Дб)*, |пере"ц` др`і|бний* (Уг, Чй, Сн, Жр, Снх, Крт, Об, Клб, СХ, Кбр, Зр, Клд); за способом обробки – *|пере"ц` |товче"ний* (Мх, Зл, Окс, Дб, Крс)*, |пере"ц` |битий* (Трг, Юр, Лщ, Бт, Гр, Сч, Сн)*, |пере"ц` |суше"ний* (Хр, Бт, Гр, Уг, Чй, Сн), *|пере"ц` |молотий* (Лк, Мх, Зл, Окс, Дб, Крс); за використанням у побуті і кулінарії – *|пере"ц` струч|ковий* (Сн, Жр, Снх, Крт, Об, Клб, СХ, Кбр, Зр)*, |пере"ц` |с`в`іжий* (СХ, Ів, Клн, Нд, Трг, Юр, Лщ, Бт, Гр, Сч, Сн, Хр).

Гірчиця – одна з найдавніших назв гострих приправ на українських землях. Етимологічно слово сягає праслов'янського *gorčica, утвореного від основи *gorьkъ («гіркий», «пекучий»), що прямо вказує на її смакові властивості. У Словнику СУМ подано кілька значень лексеми: «трав'яниста рослина з роду капустяних, насіння якої використовують як приправа»; «сама приправа – густа маса гострого смаку, що вживається до м'ясних страв»; перен. – «щось гостре, пекуче» (СУМ, Т. 2, с. 156). Словник за редакцією Б. Грінченка фіксує значення лексеми *гірчиця* як «приправа до їжі, зроблена з гірчичного насіння», а також усталений вислів «приперчити гірчицею» – «зробити щось дошкульнішим, образливішим» (БГ, Т. 1, с. 231). У говірках української мови лексема *гірчиця* функціонує в основному в кулінарному значенні, проте має значну варіативність у фромах і семантичних відтінках.

Лексема *мак* належить до найдавнішого шару рослинної лексики української мови й посідає особливе місце як у мовній системі, так і в традиційній культурі. У *Словнику української мови* вона тлумачиться насамперед як назва однорічної трав'янистої рослини родини макових (*Papaver*), а також як назва її насіння, що використовується в їжу; окремо зафіксовано переносне значення на позначення надзвичайно малої кількості (СУМ, Т. 4). Уже на рівні академічного словника простежується подвійна номінація – ботанічна і кулінарна, що свідчить про функціональну значущість цієї рослини в народному побуті.

У Словнику за редакцією Б. Грінченка лексема *мак* представлена значно ширше в культурному плані. Окрім основного значення, тут подано фольклорні й контекстуальні вживання, де мак виступає символом сну, тиші, забуття, а подекуди – сакральної захисної сили (БГ, Т. 2). Таким чином, у лексикографічній традиції кінця XIX – початку XX ст. мак постає не лише як харчовий продукт, а як елемент народної міфопоетичної картини світу.

У східноподільських говірках лексема *мак* характеризується високою деривацією активністю та здатністю входити у стійкі словосполучення, які відображають як технологію приготування страв, так і сакрально-обрядові уявлення. Зафіксовані номінації формують своєрідне лексико-семантичне поле, у межах якого актуалізується не лише сам інгредієнт, а й спосіб його обробки.

Однією з найпоширеніших є назва */тертий мак*, що позначає макове насіння, розтерте до однорідної маси в макітрі з додаванням теплої води або узвару (Тп, Хр, Бт, Гр, Уг, Чй, Сн, Жр, Снх, Крт). У мовленні інформантів ця номінація чітко співвідноситься з обрядовою кухнею: */тертий мак* є обов'язковим компонентом різдвяної куті, а також начинкою для пісних коржів і варенників. Семантика словосполучення фіксує результат дії (тертя) й водночас маркує готовність продукту до використання в сакральній страві.

Близьким за значенням є словосполучення *то"в/чений мак (*Об, Клб, СХ, Кбр, Зр, Клд, Глм, Плн), яке відображає дещо інший спосіб механічної обробки – подрібнення насіння товкачем. У східноподільських говірках ця назва часто використовується як варіантна до */тертий мак* (Шм, Йс, Мч, Плс, Лк, Мх, Зл, Окс, Дб, Крс, РБ), однак інколи між ними проводиться смислове розрізнення: *то"в/чений мак* може позначати менш однорідну масу, призначену для начинки випічки, тоді як */тертий мак* – для куті або макового молока (Рс, Рз, Гнн, Сч, Лщ). Таким чином, лексема фіксує тонкі технологічні відмінності в приготуванні страв. Назва *мак за/ливаний* репрезентує наступний етап кулінарної обробки – заливання маку рідиною (узваром, медовою водою, теплою водою з цукром або медом). У східноподільській традиції це словосполучення уживається переважно у зв'язку з приготуванням обрядових страв і підкреслює процесуальність дії. *Мак за/ливаний* часто слугує напівфабрикатом для подальшого виготовлення куті або макового молока. Крім названих словосполучень, у східноподільських говірках фіксуються й похідні назви, пов'язані з результатом кулінарної обробки або формою подачі страви: *мак'ів/ник* 'пиріг або рулет з маковою начинкою' (Шм, Йс, Мч, Цб, Клн, Жр, Снх, Ск, СХ, Ів), *кор/ж'і с /маком* (Сн, Хр, Уг, Чй, Зр, Рс, Тп), *ва/реники з /маком* (Клн, Нд, Трг, Юр, Лщ, Бт, Гр, Сч), *пи"р'іж/ки с /маком* (Жр, Снх, Ск). Усі

ці номінації засвідчують активне функціонування лексеми *мак* у харчовій сфері.

2. *Назви, що передають функціональну характеристику спеції*

До цієї групи входять лексеми, які характеризують приправи не через їхню матеріальну основу, а через функцію у процесі приготування їжі.

У лексиці харчування східноподільських говірок окрему підгрупу становлять номінації, що не називають конкретний продукт або рослину, а репрезентують функціональну ознаку страви, пов'язану зі смаком, способом доведення до готовності чи фінальним етапом приготування. До таких одиниць належать лексеми *приᵉп'рава (приᵉп'равка), зап'равка, г'ір'чинка, киᵉс'линка*, які формують функційно-семантичну групу назв додаткових компонентів або смакових характеристик їжі.

Загальнонародна лексема *приправа* у Словнику української мови фіксується зі значенням «речовина або суміш речовин, яку додають до їжі для поліпшення її смаку» (СУЛМ, Т. 7). У словнику Б. Грінченка *приправа* подається як «всяка добавка до страви для смаку» (БГ, Т. 3), що засвідчує широке, недиференційоване тлумачення, притаманне традиційній селянській кухні. У східноподільських говірках поряд із формою *приᵉп'рава* активно функціонує демінутивна варіантна лексема *приᵉп'равка*, яка вживається для позначення невеликої кількості додатку до страви: *'дати 'трохи приᵉп'равки до бор'шчу /зро'бити прип'равку до 'каш'і* (Чй, Сн, Жр, Снх, Крт, Об, Клб, СХ, Кбр, Зр).

Лексема *приᵉп'рава / приᵉп'равка* в досліджуваних говірках є семантично узагальненою й може охоплювати як спеції, так і обсмажену цибулю, сало, часник, зелень. Найчастіше вона вступає в аналітичні словосполучення з назвами страв: *прип'рава до бор'шчу, прип'равка до ка'ртопл'і*, *прип'равка до 'супу*, *прип'равка до са'лату* (Хр, Уг, Чй, Зр, Рс, Тп, Чй, Сн, Жр, Снх, Крт, Об, Клб, СХ, Кбр), що відповідає продуктивній моделі «іменник + прийменник + іменник».

Більш спеціалізованою є лексема *зап'равка*. У літературній мові вона визначається як «те, чим заправляють страву; приправа, підлива» (СУЛМ, Т. 3). У словнику Б. Грінченка *заправка* подається зі значенням «засмажка або добавка до борщу, юшки» (БГ, Т. 2). У східноподільських говірках ця лексема функціонує переважно в значенні овочево-жирової основи для перших страв, що складається з цибулі, моркви, буряка, томатів, інколи з додаванням сала або олії. Типовими є словосполучення *боршчо'ва зап'равка, зап'равка до 'йушки, зап'равити боршч,* у яких реалізується сема 'процес завершення приготування страви'.

На відміну від *прип'рави*, яка може бути додана на будь-якому етапі, *зап'равка* в східноподільській традиції є обов'язковим структурним компонентом страви, без якого вона вважається «пустою» або «не такою смачною».

Лексеми *г'ір'чинка* та *киᵉс'линка* репрезентують інший тип номінації – назви смакових відтінків, а не матеріальних інгредієнтів. У Словнику української мови *гірчинка* тлумачиться як «легкий гіркий присмак» (СУЛМ, Т. 2), а *кислинка* – як «ледь відчутний кислий смак» (СУЛМ, Т. 4). У словнику Б. Грінченка ці лексеми подані переважно як абстрактні назви смакових відчуттів, без розгорнутого кулінарного контексту.

У східноподільських говірках *г'ір'чинка* та *киᵉс'линка* активно входять до дієслівних конструкцій, що описують процес регулювання смаку: *дає г'ір'чинку, до'дати г'ір'чинки, 'дати киᵉс'линки* (Сн, Жр, Снх). Лексема *г'ір'чинка* зазвичай пов'язується з додаванням перцю, часнику, хрону, гірчиці, а також із певними травами. *Киᵉс'линка* асоціюється з буряковим квасом, сироваткою, оцтом, квашеними продуктами. Таким чином, ці лексеми не називають продукт безпосередньо, а кодують очікуваний результат кулінарної дії.

3. *Номінації, що вказують на спосіб приготування чи обробки*

У лексиці харчування східноподільських говірок виразно простежується група номінацій, у яких назва продукту конкретизується через спосіб його кулінарної обробки. Такі словосполучення є аналітичними за структурою й утворюються за моделлю «*дієприкметник минулого часу + іменник*», що дозволяє зафіксувати не лише матеріальну основу інгредієнта, а й результат певної дії. До найпродуктивніших належать назви *'тертий мак, ква'сний бу'р'ак, тоу'чений 'переᵘц', 'мелеᵘний кмин* (СХ, Кбр, Зр, Клд, Глм, Мч, Плс).

Словосполучення *'тертий мак* у літературній мові не має окремої словникової статті, однак його компоненти прозоро тлумачаться в Словнику української мови: *мак* – насіння однойменної рослини, уживане в їжу (СУМ, Т. 4), *тертий* – «подрібнений шляхом тертя» (СУМ, Т. 10). У східноподільських говірках ця номінація є стійкою й тісно пов'язана з обрядовою кухнею. *'Тертий мак* означає макове насіння, розтерте в макітрі до пастоподібного стану, часто з додаванням теплої води, узвару або меду. У мовленні інформантів ця назва функціонує як маркер

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

готовності інгредієнта до використання: *мак шче не ˈтертий*, *зроˈбити ˈтертий мак на куˈт'у, росˈтерти мак у ˈглечиєку* (Жр, Снх, СХ, Кбр, Зр, Клд, Мч, Плс). Таким чином, номінація кодує не лише спосіб обробки, а й етап кулінарного процесу, пов'язаний із сакральною стравою.

Назва *квасˈний буˈр'ак* репрезентує інший тип обробки – ферментацію. У Словнику української мови прикметник *квасний* визначається як «той, що зазнав квашення, ферментації» (СУМ, Т. 4), а *буряк* – як овочева культура (СУМ, Т. 1). У східноподільських говірках словосполучення *квасˈний буˈр'ак* є традиційною складовою борщової основи. Його використовують для надання страві характерного кислого смаку й насиченого кольору. У мовленні діалектоносіїв фіксуються вислови *борщ на квасˈному бур'аˈку*, *буˈр'ак уже квасˈний*, *квасˈний буˈр'ак* (Чй, Сн, Жр, Снх, СХ, Плн, Шм), що засвідчують активне функціонування цієї номінації в побутовій кулінарній практиці. На відміну від сучасних добавок (оцту чи лимонного соку), *квасˈний буˈр'ак* у східноподільських говірках сприймається як «правильне», автентичне джерело кислинки.

Словосполучення *тоуˈчений ˈпереиц'* утворене за аналогічною моделлю. У Словнику української мови *перець* подається як пряна рослина, плоди якої використовують як спецію (СУМ, Т. 6), а *товчений* – «подрібнений ударами, товченням» (СУМ, Т. 10). У східноподільських говірках *тоуˈчений ˈпереиц'* означає не фабрично мелений продукт, а перець, подрібнений у ступці або макітрі. Така номінація часто протиставляється сучасному *ˈмелеиному ˈперц'у* й має відтінок традиційності: *краще товчений перець – він духмяніший*. Отже, спосіб обробки тут безпосередньо пов'язаний із оцінкою якості спеції.

Лексема *ˈмелеиний кмин* також належить до групи номінацій, що вказують на результат механічного подрібнення. У Словнику української мови *кмин* тлумачиться як пряна рослина, насіння якої використовують у кулінарії (СУМ, Т. 4). У східноподільських говірках *ˈмелеиний кмин* вживається як приправа до м'ясних страв, домашньої ковбаси, хліба. На відміну від цілого насіння, *ˈмелеиний кмин* характеризується сильнішим ароматом і рівномірнішим розподілом у страві, що й відображається в номінації.

Таким чином, словосполучення *ˈтертий мак, квасˈний буˈр'ак, ˈтоучеиний ˈперец', ˈмелеиний кмин* у східноподільських говірках демонструють продуктивну модель номінації, у якій визначальним є спосіб кулінарної обробки. Такі назви фіксують технологічний етап приготування, слугують засобом диференціації інгредієнтів за якістю та функцією й відображають традиційну кулінарну компетенцію носіїв говірок.

Висновки. У східноподільських говірках номінації приправ і спецій репрезентовані лексемами *сіль, перець, гірчиця, мак,* які становлять ядро відповідного лексико-семантичного поля та характеризуються високою частотністю й відносною семантичною стабільністю. Для цих назв зафіксовано фонетичну та словотвірну варіативність (сіл – сол – ˈсола; ˈпереиц –перц; ˈперчик, пеирˈчинка), що зумовлена діалектними особливостями мовлення.

Аналіз показав продуктивність аналітичних номінацій, утворених за моделлю *дієприкметник + іменник* (*тертий мак, товчений перець, квасний буряк*), у яких спосіб кулінарної обробки є основним диференційним чинником значення. Такі лексеми фіксують технологічні етапи приготування їжі та виконують уточнювальну функцію.

Функціонально узагальнені назви *приправа, приправка, заправка* не називають конкретного інгредієнта, а позначають його роль у страві, тоді як лексеми *гірчинка, кислинка* передають смаковий результат кулінарної дії. Лексема *мак* виявляє підвищену деривaційну активність і входить до складу стійких словосполучень, пов'язаних з обрядовою кухнею.

Отже, номінації приправ і спецій у східноподільських говірках відображають поєднання архаїчних лексем, діалектної варіативності та продуктивних номінаційних моделей, що забезпечують точне позначення інгредієнтів і способів їх використання в традиційній кулінарній практиці.

***Список обстежених населених пунктів*:**

Бгч – Богачівка Христинівського р-ну Черкаської обл.; Бт – Ботвинівка Христинівського р-ну Черкаської обл.; Дбр – Доброводи Уманського р-ну Черкаської обл.; Жр – Журавка Новоархангельського р-ну Кіровоградської обл.; Йс – Йосипівка Благовіщенського р-ну Кіровоградської обл.; Клн – Кальниболота Новоархангельського р-ну Кіровоградської обл.; Км – Кам'янече Новоархангельського р-ну Кіровоградської обл.; Клб – Клебань Тульчинського р-ну Вінницької обл.; Клд – Колодисте Уманського р-ну Черкаської обл.; Кнл – Конела Жашківського р-ну Черкаської обл.; Крс – Красногірка Голованівського р-ну Кіровоградської обл.; Лщ – Ліщинівка Христинівського р-ну Черкаської обл.; Мч – Мечиславка Ульянівського р-ну Кіровоградської обл.; Нд – Над-

лак Новоархангельського р-ну Кіровоградської обл.; Окс – Оксанина Уманського р-ну Черкаської обл.; Ост – Острівець Уманського р-ну Черкаської обл.; Пдв – Підвисоке Новоархангельського р-ну Кіровоградської обл.; Плн – Полянецьке Уманського р-ну Черкаської обл.; Рз – Розсішки Христинівського р-ну Черкаської обл.; Рзс – Розсоховатець Новоархангельського р-ну Кіровоградської обл.; Св – Свердликове Новоархангельського р-ну Кіровоградської обл.; Сн – Синиця Христинівського р-ну Черкаської обл.; Снх – Синюха Новоархангельського р-ну Кіровоградської обл.; Сч – Сичівка Христинівського р-ну Черкаської обл.; Ск – Скалева Новоархангельського р-ну Кіровоградської обл.; Сб – Соболівка Шполянського р-ну Черкаської обл.; Ст – Стебне Звенигородського р-ну Черкаської обл.; Стп – Степівка Монастирищенського р-ну Черкаської обл.; Тп – Тополівка Теплицького р-ну Вінницької обл.; Трг – Торговиця Новоархангельського р-ну Кіровоградської обл.; Хр – Христинівка Христинівського р-ну Черкаської обл.; Цб – Цибулів Монастирищенського р-ну Черкаської обл.; Чй – Чайківка Христинівського р-ну Черкаської обл.; Чр – Чорна Кам'янка Маньківського р-ну Черкаської обл.; Шм – Шамраївка Сквирського р-ну Київської обл.; Шк – Шукайвода Христинівського р-ну Черкаської обл.; Юр – Юр'ївка Добровеличківського р-ну Кіровоградської обл.; Ял – Яланець Бершадського р-ну Вінницької обл.

Джерела

ЕСУМ – Етимологічний словник української мови : в 7 т. / ред.-кол. : О. С. Мельничук та ін. Київ : Наук. думка, 1982–2012; **СУМ** – Словник української мови : в 11 т. / ред. кол. І. К. Білодід та ін. Київ : Наук. думка, 1970–1980; **СГУМ** – Словник говірок української мови. Львів: Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України, 2001; **ДАУМ** – Діалектологічний атлас української мови. К : Наукова думка, 1988. Т. 3. С. 367. БГ – Грінченко Б. Д. Словарь української мови : у 4 т. / Б. Д. Грінченко. Київ, 1907–1909. Т. 1–4.

Література:

1. Березовська Г. Г. Структурна організація та географія назв одягу і прикрас у східноподільських говірках : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2011. 20 с.

2. Дзендзелівський Й. О. Лінгвогеографічний аспект при дослідженні лексики українських народних говорів. *Проблеми української діалектології на сучасному етапі* : тези доп. і повід. Житомир, 1990. С. 16 –17.

3. Оскирко О.П. Назви їжі та напоїв у східноподільських говірках : дис. … кандидата філол. наук : 10.02.01. Черкаси, 2019. 397 с.

4. Оскирко О. П. Номінація борщу в східноподільських говірках. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. Вип. 30 том 1. Одеса, 2017. С. 39–41.

5. Оскирко О. П. Номінація круп та страв із них у східноподільських говірках. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. Вип. 44. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2017. С. 244–248.

6. Поліщук Л. Б. Структурна організація та географія назв традиційного будівництва в східноподільських говірках : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01. Вінниця, 2015. 23 с.

7. Тищенко Т. М. Явища універбації в лексиці східноподільського ареалу. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія : Філологія (мовознавство)* : зб. наукових праць / [гол. ред. Н. Л. Іваницька]. Вінниця : ТОВ «Фірма «Планер», 2012. Вип. 16. С. 325–330.

8. Тищенко Т. М. «Словник східноподільських говірок» як відображення номінаційних процесів у східноподільському ареалі української мови. *Філологічний часопис : зб. наук. праць*. Умань : ВПЦ «Візаві», 2017. С. 216–227.

9. Турчин Є. Д. Назви їжі на Східному Поліссі. Львів : Українська академія друкарства, 2012. 347 с.

10.Яценко С. А. Назви продуктів харчування, страв і напоїв в українській мові XIV–XVII століть : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2009. 22 с.

Дата першого надходження статті до видання: 27.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

УДК 001.893:070
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.15

Марія ПАВЛЮХ
докторантка кафедри політології та публічного управління,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
mariia.v.pavliukh@lpnu.ua
ORCID: 0000-0001-5502-8367

ПОЛЬСЬКІ ЖІНОЧІ ЧАСОПИСИ ГАЛИЧИНИ, АДРЕСОВАНІ «СЕЛЯНКАМ» І «ПРЕСА ДЛЯ СІЛЬСЬКИХ ГОСПОДИНЬ» (1899–1939): УМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТИПОЛОГІЧНИХ ГРУП

Сьогодні є актуальними дослідження гендерних рухів в Європі, зокрема в Україні. У Східній Галичині ІІ половини XIX століття паралельно виникли та розвивалися: український і польський жіночих рухи, що мали багато спільного і відмінного у своєму розвитку. Польський жіночий рух, його ідеї та форми розвивалися в контексті польських жіночих видань, заснованих для жінок, які порушували, актуальні для жінок, проблеми. Радикальні, емансиповані видання та видання для сільських господинь нерідко виходили в один і той самий період.

Політичні та історичні події, зокрема Весна народів 1848 року, дала поштовх до виникнення суспільних, громадських і політичних рухів. Всередині польського села зароджується активних селянський рух, який згодом перетворюється на політичний. Селянський політичний рух охопив як чоловіків, так і жінок, тому виникли жіночі видання двох видів: сільська політична жіноча преса та преса для сільських господинь, які мали спільні та відмінні риси.

Наукова новизна та оригінальність дослідження. Вперше досліджено феномен двох окремих видів преси, що виходила в селі: сільська політична жіноча преса та преса для сільських господинь як двох окремих груп, які мали спільні і відмінні риси розвитку, своє призначення, тематику і характер матеріалів. Історики польської преси досі вивчали сільську жіночу пресу в контексті вивчення польського політичного селянського руху, не виокремлюючи періодику для жінок в окремий вид періодики.

Основні результати дослідження. У статті розкрито історичні умови виникнення цих видів жіночої періодики, завдання і характер політичного селянського жіночого руху; здійснено порівняльну характеристику цих двох груп періодики, а також здійснено короткий огляд видань.

Ключові слова: *жіночий рух, жіноча емансипація, преса для сільських господинь, політична сільська жіноча періодика.*

Mariia Pavliukh. POLISH WOMEN'S MAGAZINES OF GALICIA ADDRESSED TO "PEASANT WOMEN" AND "PRESS OF FARMHOUSES" (1899–1939): CONDITIONS OF EMERGENCE AND FEATURES OF TYPOLOGICAL GROUPS

Today, studies of gender movements in Europe, in particular in Ukraine, are relevant. In Eastern Galicia in the second half of the 19th century, the Ukrainian and Polish women's movements emerged and developed in parallel: they had much in common and were different in their development. The Polish women's movement, its ideas and forms developed in the context of Polish women's publications founded for women, which raised issues relevant to women. Radical, emancipated publications and publications for rural housewives were often published in the same period.

Political and historical events, in particular the Spring of Nations of 1848, led to the emergence of social, public and political movements. An active peasant movement arose within the Polish village, which later turned into a political one. The peasant political movement embraced both men and women, so women's publications of two types emerged: the rural political women's press and the press for rural housewives, which had common and distinctive features.

Scientific novelty and originality of the study. For the first time, the phenomenon of two separate types of press published in the village was investigated: the rural political women's press and the press for rural housewives as two separate groups that had common and distinctive features of development, their purpose, subject matter and nature of the materials. Historians of the Polish press have so far studied the rural women's press in the context of studying the Polish political peasant movement, without singling out periodicals for women as a separate type of periodical.

Main results of the study. The article reveals the historical conditions for the emergence of these types of women's periodicals, the tasks and nature of the political peasant women's movement; a comparative characteristic of these two groups of periodicals is made, and a brief overview of the publications is also made.

Key words: *women's movement, women's emancipation, press for rural housewives, political rural women's periodicals.*

© Павлюх М., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

Постановка проблеми. Польський жіночий рух, який виник у Львові та розвивався паралельно з українським жіночим рухом, дав поштовх до виникнення жіночої періодики. Вивчення різних етапів жіночого руху, історичних умов та різних видів жіночої періодики сьогодні мало вивчена. Дослідники преси нерідко жіночу періодику вивчають у контексті певних політичних чи суспільних рухів, не виокремлюючи її в окремий вид періодики, який мав свої характерні особливості. Тому вивчення і виокремлення певних видів періодики важливе для дослідників жіночої періодики. До прикладу, у ІІ половині XIX століття, на території Східної Галичини з'явився політичний народний селянський рух (народовці), який дав поштовх до виникнення періодики, зокрема і жіночої. На жаль, дослідники не завжди вивчають особливості різних видів жіночої періодики, зокрема: політичної сільської жіночої періодики та періодики для сільських господинь, хоча це різні види періодики, а не один.

Аналіз останніх досліджень. Головними джерелами статті є історіографічні розвідки польських дослідників періодики, зокрема праці: Єжи Яровецького: «Розвиток польської преси у Львові до 1945 року», «Львівські часописи для народу чи преса періоду галицької автономії», «Преса в Кракові: традиції і сучасність (до 1918 року)»; монографія Катаржини Дормус «Освітньо-виховна проблематика у жіночій періодиці періоду австрійського панування (1826–1918)»; стаття Г. Гзеля «Часописи для народу у першій половині XIX століття»; нарис З. Кмієціка «Нарис історії польської періодики у польському королівстві (1864–1904)», стаття Єжи Шкоцького «Польська преса для народу і народна преса в XIX і початку XX столітті (до 1918 року)»; нарис С. Залевської «Жіночі часописи в Польщі (1818–1937)».

Мета статті – дослідити два види (роди) жіночої сільської періодики: політичної жіночої періодики та періодики для сільських господинь; виокремити спільні і відмінні риси цих двох видів жіночої періодики; дослідити характер і тональність матеріалів цих видів преси.

Методи дослідження. У статті використано загальні та спеціальні наукові методи, зокрема аналіз тематичного поля окремих жіночих видань, здійснено історичний огляд видів періодики. Також застосовано: класифікацію і компаративний аналіз, оглядовий метод.

Основний виклад матеріалу. У другій половині XIX століття на території Галичини, зокрема у Львові, виникають суспільні, громадські та політичні рухи, тісно пов'язані з політичними подіями. Під час подій Весни народів 1848 року у польському селі з'являється значне пожвавлення, активність, зароджується селянський рух, який перетворився у політичний, водночас послаблюються репресивні заходи австрійською імперією. Саме ці події вплинули на формування польських жіночих часописів для селянок, які видавалися, активними представниками цього руху. З'являється окремий вид жіночої періодики – політична сільська преса для сільського жіноцтва. Сільська жіноча преса мала два типи видань: політична (партійна) сільська преса та практичні сільські жіночі часописи.

Перша група часописів, жіноча партійна преса – «преса для селянок» була пресою різних політичних організацій сільського жіноцтва. Ці видання мали просвітницький характер, моралізаторський тон, розповідали про проблеми села; інколи містили гострі, викривальні статті. На шпальтах цих видань селяни могли почерпнути свіжі новини, а також ознайомитися із літературними творами відомих польських поетів та письменниць. Друга група часописів – для сільських господинь мала практичний характер. На шпальтах цих видань селянки могли знайти корисні поради для ведення господарства. Ця група часописів з'явилася тоді, коли у польському суспільстві існували пацифістські погляди. Село не потребувало політичних, викривальних статей.

Серед селянської преси особливе місце займають культурно-просвітницькі видання, що присвячувалися селянкам. На шпальтах цих часописів, окрім звичних описів селянського буття також важливе місце займає жінка, жіноча освіта. Культурно-просвітницькими виданнями, які мали велику популярність серед селянок були: «Зожа» та її продовження «Зожа ойчиста» (табл. 1).

Отож, Весна народів – політичні події, які відбувалися у австрійській імперії пожвавили у польському селі національний дух, активність, відповідно зароджується селянський народний рух, який перетворився у політичний, тому репресивні заходи австрійською імперією були послаблені. Саме ці події вплинули на формування польських жіночих видань для селянок.

В кінці XIX століття на селі з'явився селянський народний рух [7, с. 82]. Він розвинувся не тільки на польських землях,

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

Таблиця 1

Загальна характеристика видів жіночої сільської періодики

Політичні видання	Практичні видання	Культурно-просвітницькі видання
просвітницький характер, моралізаторський тон, розповідали про проблеми села; інколи містили гострі, викривальні статті	*практичний характер; на шпальтах цих видань селянки могли знайти корисні поради для ведення господарства*	*культурний характер; переважали статті культурного, освітнього характеру*

а й на кресах. Найбільше розвинулася політична діяльність селян в Галичині. З'явилася потреба у політичній селянській пресі. Діячі-селяни прагнули мати свою пресу, котра виражала б програмні цілі та політичну думку селян [3, с. 127].

Активісти селянського народного руху видавали власні жіночі часописи для жінок та молоді. 1900 – 1914 роках виходив у Львові неофіційний орган для сільських жінок під назвою «Zorza» («Зожа»). Редагувався Марією Вислоуховою як додаток до «Приятеля люду». Галицький селянський народний рух черпав з: традицій революційної війни класів 1846 року під проводом Якуба Шелі, з парламентських війн селянських послів під час Весни Народів, з господарських війн селян. У формі певного ступеня організації 1861 року з'являється селянський рух, якого презентують сільські посли до галицького сейму. Першим часописом в Галичині для селян, що виходив і мав велику аудиторію був «Дзонек» [4, с. 90].

Селяни активізувалися у політичній війні за свої інтереси. Політичний народний селянський рух засновує партійну пресу. Звичайно, що згадуючи ці події не можна обминути пресу, яка виражала настрої цього руху, адже селяни прагнули мати якомога більше своїх друкованих органів для здійснення політичних програм, пропаганди, які б виражали політичну думку селян. Серед цих видань селяни засновували також і жіночі видання: газети, часописи, додатки до відомих польських тижневиків. До відомих масових газет в Галичині належить також «Związek Chłopski» (1894–1907), спочатку сільський політичний орган з такою самою назвою, потім орган Польського народного центру (Polskiego Centrum Ludowego). Для жінок селяни-народовці видавали часописи: «Przodownica» у Кракові, у Львові «Zorza» (1900–1904), «Zorza Ojczysta» (1906) і «Głos Kobiet» (1911–1914), доданий до «Kuriera Lwowskiego» [5, с. 10].

Розвиток преси для селянського народного руху відбувався нерівномірно на всіх польських землях та кресах. До 1848 року Галичина була під владою Австрії, піддавалася політичному утиску, потім наступила Весна народів і відбулося повстання під проводом Якуба Шелі [6, с. 34]. Селяни намагалися представляти свої інтереси на сеймі через своїх послів та брати участь в політичному і суспільному житті. Хоча, «в першій половині XIX століття часописи, що призначалися для селян були новим явищем, та організація читацької аудиторії серед селянських мас мали давні традиції. Ще 1786 року у повісті Косаковського знаходимо відомості про часописи для селян» [2, с. 5].

Про ці історичні події і часописи, які адресовані селянам написано чимало статей польськими пресознавцями. Сьогодні ця преса становить свій, окремий вид преси, до якої зараховуємо також і жіночі видання. Досліджуючи жіночі видання для селянок спочатку потрібно згадати два терміни преси, що виходила на теренах Галичини: «преса для селянок» («політична сільська жіноча преса») та «сільська преса» («преса для сільських господинь»). Перший вид преси мав релігійно-моралізаторський характер, освітній та суспільно-економічний тон публіцистики видань, адресований до всіх селян, а також до ремісників і робітників. Натомість, досліджуючи цей вид преси, йдеться про пресу громадянського руху, партійну та політичну. Другий вид преси мав культурний, просвітницький характери.

На перший погляд такі подібні терміни, які наче калькують одне одного насправді об'єднують жіночі видання, котрі мали зовсім різні цілі, призначалися різним верствам населення. Про різницю у термінології знаходимо відомості у статті дослідника селянської преси Й. Шкоцького як про два великі роди сільської преси. Ці два поняття «преса для села» та «селянська преса» означає, що маємо справу з двома родами преси. Під першим поняттям розуміємо видання періодичні (духовенські, інтелігентські, селянські), що були звернені до селян, інформували про справи села. Інший рід преси – поняття, котрим називають пресу селянського народного руху, тобто партійну та пропагандивну (табл. 2) [7, с. 83].

Таблиця 2

Загальний характер родів жіночої сільської періодики: «преса для селянок» і «сільська преса»

Преса для селянок	Сільська преса
партійна, пропагандивна, преса селянського народного руху (народовців); релігійно-моралізаторський характер, освітній та суспільно-економічний тон	духовенська, інтелігентська, селянська преса; культурний, просвітницький, практичний характер
розповідали про проблеми села, інколи містили гострі, викривальні статті, симпатизували модним, соціалістичним ідеям, польській національній ідеї	селянки могли знайти корисні поради: як доглядати господарство, як виростити урожай, як вивести плями чи зготувати смачні страви

Серед усієї сільської жіночої періодики, призначеної для сільського жіноцтва також виокремлюємо ці два поняття: «преса для селянок» (преса політична) та практичні жіночі видання господарського типу «для сільських жінок». До першої групи зараховуємо такі видання: «Zorza» (1900–1902), «Zorza Ojczysta» (1906–1918), «Głos kobiet» (1911–1914) – додаток до «Kuriera Lwowskiego», «Niewiasta Polska» (1899–1914) – додаток до «Gazety Niedzielnej»; до другої групи зараховуємо такі видання: «Gospodarstwo Kobiece» 1918 – додаток до «Rolnika», «Praktyczna Gospodyni» (1912–1913) – додаток до «Nowin», а також часопис міжвоєнного двадцятиріччя, який мав виражений господарсько-практичний характер «Głos gospodyń wiejskich» (1934–1939) [8, с. 257]. Майже усі ці часописи виходили на території Львова, крім видань: «Зожа ойчиста» та «Нєвяста польська», що також виходили у Кракові [5, с. 13]. Ці жіночі часописи були досить популярними серед сільських жінок.

Таблиця 3

Класифікація польської жіночої періодики

Політичні видання	Практичні видання	Культурно-просвітницькі видання
«Głos kobiet» (1911–1914)	«Głos gospodyń wiejskich» (1934–1939); «Praktyczna Gospodyni» (1912–1913); Gospodarstwo Kobiece» 1918	«Zorza» (1900–1902), «Zorza Ojczysta» (1906–1918), «Niewiasta Polska» (1899–1914)

Перша група часописів, жіноча преса політична (народна) – «преса для селянок» характеризується спільними рисами: видання мали просвітницький характер, моралізаторський тон викладу, розповідали про проблеми села, інколи містили гострі, викривальні статті, симпатизували модним, соціалістичним ідеям («Глос кобєт»), польській національній ідеї. На шпальтах цих видань селяни могли почерпнути свіжі новини, а також ознайомитися із літературними творами відомих польських поетів та письменниць. Друга група часописів для сільських господинь мала практичний характер. На шпальтах цих видань селянки могли знайти корисні поради: як доглядати господарство, як виростити урожай, як вивести плями чи зготувати смачні страви. Дуже рідко серед статей цих видань можна знайти якісь політичні, гострі, викривальні [1, с. 238]. Третя група видань мала культурно-просвітницьку мету для сільських жінок.

Преса народовців, «преса для селянок» польськими історіографами досліджена на належному рівні. Найчастіше вона згадується у контексті інших видань селянського народного руху (народовців). Наприклад, аналізуючи усю пресу селян-народовців, особливого значення надано просвітницькому часопису селянок «Зожа» [4, с. 90]:

«Народовці у Львові видають пресу для жінок: «Глос кобєт» (додаток до Кур'єра Львовскєго 1911–1914) та «Зожу» (додаток до «Приятеля люду»), редагованих Марією Вислоуховою у 1900–1903 роках. «Зожа» мала характер часопису літературно-суспільного. Для читачів редакція «Зожі» утворила спеціальний відділ «Листи до Зожі». Цей відділ становив документальну розповідь про життя селян. На шпальтах видання друкуються повісті з історії Польщі про відомих польських діячів, вірші патріотичного характеру: В. Поля, Асника, Каспровича. Пізніше, народовці видають часопис «Зожа Ойчиста» (1906–1914) під редакцією Анни Августович як продовження «Зожі».

Інколи часописи «Зожа», «Зожа ойчиста», «Глос кобєт» та «Нєвяста польська» названі часописами, адресованими до сільських жінок [3, с. 76]: «До них належали: «Зожа. Місячник з картинами» (1900–1902), редагований Марією Вислоуховою, який був додатком до «Приятеля люду» та «Правди». Його продовженням можна вважати «Зожу ойчисту – часопис місячний

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

з картинами», виданий у 1906–1914 роках зусиллями Комітету освітньої праці під редакцією Анни Августович. Для жінок виходили популярні додатки, такий додаток мала «Пчолка» – місійний двотижневик для польських селянок [8].

Львівський часопис «Нєвяста польська» (перша редакція) ототожнюється дослідниками з християнським рухом, який співіснував з селянським народним рухом на селі і в цей час був представлений кількома часописами: «Суспільно-християнський рух заснував пресу для жінок: «Нєвяста Польська» (1899–1903), яку видавала Адела Дзєвіцька – провідницею Польського Союзу Каталицьких Наречених, під редакцією Катаржини Плятек. В першому числі католицького часопису задекларовано, що часопис призначений «для міщанок, жінок ремісників, жінок робітників». Був це двотижневик для простих жінок» [6, с. 22]. Саме призначення часопису «для простих жінок, міщанок, жінок робітників» вказує на те, що суспільно-католицький рух розвинувся серед цих верств населення, а отже був популярним жіночим виданням незаможних жінок. Це видання не мало виражених політичних матеріалів, а швидше за все задовольняло потребу кількох верств населення. Загальний характер статей католицького часопису є релігійним.

Ксьондз Адам Весолінський видавав і редагував «Нєвясту польську» (друга редакція), що виходила спочатку як додаток (1904–1907) у Кракові та Галичині. У 1908–1909 роках видавався порадник «Кухня і здоров'я», названий єдиним порадником в Польщі. Його видавцем та редактором була Цецилія Мюллєрова. Для гарної статі був заснований двотижневик з додатком «Свят кобєци» – часопис, що присвячувався робітничим жіночим справам на селі у 1913–1914 роках. Для сільських жінок видавався «Глос кобєт» як додаток до львівського щоденника 1911–1913 роках [8].

Інший характер мало видання «Глос кобєт», котре було додатком часопису «Кур'єра львовского». Деякі дослідники (К. Дормус) схиляються до думки, що видання було соціалістичним часописом. Інколи додаток розглядали як сторінку феміністичних організацій, що редагувався Марією Дулемб'янкою [1].

Після закінчення І світової війни Комітет Галицького господарчого товариства почав видавати «Господарство кобєце» – місячник, присвячений справам годівлі худоби, курей, домашнього господарства і освіти для жінок. Редагувала його Казиміра Янишевська [8].

Висновки. Польські жіночі видання Львова, а також польська жіноча періодика Галичини зазнала певної еволюції у поглядах на жінку, традиційних ролях жінки у суспільстві, народі, родині. Періодика відходить від розважального характеру публікацій до публікацій, котрі стосуються жіночих проблем, зокрема духовного вдосконалення жінки. З'являються «серйозні» видання для села. Сільський народний рух, що набув широкого розмаху, заснував кілька видів сільської преси, присвяченої сільському жіноцтву. Просвітництво стає головною метою жіночої періодики, яке бореться із темрявою сільської жінки, формує патріотичні ідеї у селянки. Сільська преса була представлена культурно-просвітницькими часописами, практичними часописами для сільських господинь, соціалістичними сільськими часописами, іншими партійними часописами для селянок.

Жіноча періодика змінює своїх адресатів, змістове наповнення, рубрики. З'являється партійна преса адресована сільським жінкам. Селянська преса та преса для сільських господинь – два різні роди жіночої періодики. Головна риса селянської преси – просвітництво серед сільського жіноцтва, культурне просвітництво, а преси для сільських жінок-господинь – практичність (практичні поради ведення домашнього господарства). Партійна селянська преса (преса народовців) формує у своєї читацької аудиторії політичну активність і патріотизм. З'являється образ жінки-патріотки, жінки-матері, матері-громадянки, свідомої, що виховує своїх дітей як майбутньої героїв для добра свого народу.

Селянська жіноча періодика складає окремий вид преси із спільним адресатом – селянкою, сільським жіноцтвом; із окремими відділами, порушеними головними темами, обговореннями сільських проблем, характером публікацій, документальним описом матеріалів про життя села. Документальність – головна риса журналістських матеріалів усіх жіночих селянських видань.

Література:

1. Dormus K. Problematyka wychowawczo-oświatowa w prasie kobiecej zaboru austriackiego w latach 1826–1918. Warszawa, 2006. 453 s.
2. Gzella G. «Pisma dla ludu» pod zaborami w pierwszej połowie XIX wieku. Toruń, 1994. 230 s.

3. Jarowiecki J. Dzieje prasy poskiej we Lwowie do 1945 roku. Kraków-Wrocław, 2008. 502 s.
4. Jarowiecki J. Lwowskie pisma dla ludu oraz prasa ludowa w okresie autonomii galicyjskiej. *Książki – czasopisma, biblioteki XIX i XX wiek*. T.VI. c.2. Kraków, 2003. S.89–110.
5. Jarowiecki J. Prasa w Krakowie: Tradycja i współczesność (do roku 1918). *Książki – czasopisma, biblioteki XIX i XX wiek*. T.VI. cz.2. Kraków, 2003. S.5–36.
6. Kmiecik Z. Zarys historii prasy polskiej w Królestwie Polskim w latach 1864–1904. Warszawa, 1972.
7. Szkocki J. Polska prasa dla ludu i prasa ludowa w XIX i na początku XX wieku (do 1918). *Zeszyty prasoznawcze*. 1995. № 3–4. S.80–94.
8. Zalewska Z. Czasopisma kobiece w Polsce (Materiały do historii czasopism rok 1818–1937). Warszawa, 1938. S.257.

Дата першого надходження статті до видання: 21.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

УДК 81.255.2’276:32=161.2=111=512.19
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.16

Денис ПЕРЕВИШКО
здобувач вищої освіти,
Навчально науковий інститут філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,
pereviskod@gmail.com
ORCID: 0009-0006-5986-928X

СПОСОБИ ТА МЕТОДИ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНОМОВНОГО Й АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО СЛЕНГУ КРИМСЬКОТАТАРСЬКОЮ МОВОЮ

Статтю присвячено дослідженню особливостей перекладу англомовного та україномовного політичного сленгу кримськотатарською мовою в умовах активного розвитку медіакомунікації. Актуальність статті зумовлена інтенсивним поширенням англомовного сленгу, що створює необхідність у його перекладі та адаптації кримськотатарською мовою. В статті наголошується загрожений статус кримськотатарської мови та відсутність стабільного мовного середовища. Дані фактори ускладнюють розвиток неформальної лексики, що ускладнює переклад сучасних політичних медіатекстів.

У роботі окреслено терміни «сленг», «політичний сленг», проаналізовано їх сучасні дефініції та введено суміжний термін «сленговий термін», який ми розуміємо як гібридну одиницю мови, що поєднує в собі точність та сферову обмеженість терміна й експресивність сленга. Розглянуто стилістичні та функціональні особливості політичного сленгу, як способу спрощення складних для загальної аудиторії понять і формування оцінних характеристик.

Дослідження базується на перекладі політичних сленгізмів, використаних українськими, американськими та британськими політиками; аналізі застосованих способів і методів передачі даної групи лексики кримськотатарською мовою. У статті визначено основні перекладацькі стратегії: калькування (зокрема транскрипція, транслітерація), описовий переклад, використання функціональних відповідників. Доведено, що вибір стратегії залежить від прагматичної мети тексту. Так, політичні тексти медійного спрямування допускають більшу свободу інтерпретації сленгізмів, тоді як міждержавна комунікація потребує точності та однозначності.

У дослідженні зазначається, що переклад політичного сленгу кримськотатарською мовою ускладнюється через відсутність тематичних словників чи усталених відповідників, що зумовлює використання творчого підходу перекладачем. Доведено, що переклад сленгу кримськотатарською мовою дасть змогу збагатити її словник неологізмами, які в подальшому стимулюватимуть розвиток власної сленгової лексики й дадуть змогу унормувати переклад певних сленгізмів.

Ключові слова: *сленг, політичний сленг, сленговий термін, переклад, перекладацькі стратегії, кримськотатарська мова.*

Denys Perevyshko. METHODS AND TECHNICS OF TRANSLATING UKRAINIAN AND ENGLISH POLITICAL SLANG INTO THE CRIMEAN TATAR LANGUAGE

The article is devoted to the study of the peculiarities of translating English- and Ukrainian-language political slang into the Crimean Tatar language in the context of the active development of media communication. The relevance of the study is obusловлена the intensive spread of English-language slang, which creates the need for its translation and adaptation into Crimean Tatar. The paper emphasizes the endangered status of the Crimean Tatar language and the lack of a stable linguistic environment. These factors hinder the development of informal vocabulary and complicate the translation of contemporary political media texts.

The study outlines the terms “slang” and “political slang,” analyzes their modern definitions, and introduces the related term “slang term,” which is understood as a hybrid linguistic unit combining the precision and domain specificity of a term with the expressiveness of slang. The stylistic and functional features of political slang are examined as a means of simplifying complex concepts for a general audience and shaping evaluative characteristics.

The research is based on the translation of political slang units used by Ukrainian, American, and British politicians, as well as on the analysis of the methods and strategies employed to render this group of vocabulary into Crimean Tatar. The main translation strategies identified in the article include calquing (in particular transcription and transliteration), descriptive translation, and the use of functional equivalents. It is demonstrated that the choice of strategy depends on the pragmatic purpose of the text: media-oriented political texts allow for greater interpretative freedom, whereas interstate communication requires precision and unambiguity.

The study notes that the translation of political slang into Crimean Tatar is complicated by the lack of specialized dictionaries and established equivalents, which necessitates a creative approach on the part of the translator. It is proven that translating slang into Crimean Tatar can enrich its vocabulary with neologisms, which in turn will stimulate the development of its own slang layer and contribute to the standardization of translating certain slang units.

Key words: *slang, political slang, slang term, translation, translation strategies, Crimean Tatar language.*

© Перевишко Д., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

Постановка проблеми. У сучасному світі нових технологій та постійного оновлення інформації – мови активно розвиваються як самостійно, так і під впливом зовнішніх факторів, наприклад, руйнації глобального світового порядку і утворення нових зв'язків. Стрімко унаочнюється запозичення лексики: термінології, загальних слів й навіть сленгу однією мовою у іншої. Так, наприклад, українська мова, з початком повномасштабного вторгнення у 2022 році, активно запозичує англомовні військові терміни: назви озброєння, військових маневрів тощо. Через поширення соціальних мереж велика кількість англомовних сленгізмів потрапляють до українського мовлення.

Кримськотатарська мова, в свою чергу, перебуваючи у статусі загроженої мови, запозичує та утворює відчутно менше сленгових одиниць, оскільки не має середовища для утворення власного сленгу та ресурсів на адаптацію іншомовного елементу. Варто зауважити, що наразі в кримськотатарську мову починає проникати іншомовна термінологія завдяки роботі філологів та перекладачів. Так, наприклад, останнім часом зростає попит на переклад новин кримськотатарською мовою. Таку ініціативу започаткувало Міністерство Реінтеграції, а нині портал Qırım media активно працює над розробкою копії власного сайту кримськотатарською. Завдяки цьому, в кримськотатарській мові з'явилися терміни на позначення українських міністерств, озброєння, певних груп населення (наприклад, ВПО) тощо. Однак, як вже зазначалося вище, сленгові одиниці майже не проникають в кримськотатарську мову природнім шляхом. Така тенденція сприяє ускладненню процесу перекладу, особливо сучасних медіа текстів політичної сфери.

Аналіз останніх досліджень. Лінгвісти-теоретики довготривало працюють над затвердженням загальноприйнятого визначення терміну «сленг». Так, у 1989 році у Франції відбувся міжнародний симпозіум. Метою конференції було укласти визначення поняття «сленг». Вчені сперечалися протягом декількох днів, проте дійти консенсусу так і не вдалося. Тому, наразі ми маємо декілька визначень терміну «сленг», починаючи з поетизованих: «сленг – це дихання життя, це пласт лексики, що постійно оновлюється»; «сленг – це мова, яка закочує рукава, плює на долоні і береться за роботу» (Е. Партрідж), завершуючи науковими визначеннями: «сленг являє собою ті слова і вирази, які використовуються різними прошарками народу і які зрозумілі йому, але, на думку більшості, не підходять для «гарного» офіційного використання їх у мові» (Стюарт Б. Флекснер).

Метою статті є вивчення можливих способів передачі англомовного сленгу кримськотатарською мовою.

Виклад основного матеріалу. Визначення поняття «сленг» є дискусійним, адже вчені й досі вагаються стосовно правильності та повноти наявних дефініцій. Перш за все, пропонуємо звернутися до тлумачних словників, аби простежити наявні варіанти визначення терміну «сленг». Тлумачний словник української мови «Словник UA» подає такі дефініції: 1) розмовний варіант професіонального мовлення; жаргон; 2) жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, які, проникаючи в літературну мову, набувають помітного емоційно-експресивного забарвлення [6]. Як бачимо, Тлумачний словник української мови в більшості ототожнює сленг з жаргоном та ставить його в певні рамки (професійні та соціальні). Cambridge dictionary визначає сленг як «very informal language that is usually spoken rather than written, used especially by particular groups of people» [10] тобто «дуже неформальна мова, яка використовується скоріше при комунікації, ніж письмі та характерна певній групі людей». В даному визначенні можна простежити специфіку використання сленгу, а саме «скоріше при комунікації». Визначення, яке подає словник Merriam-Webster подібне до наведеного вище, проте воно включає в себе способи запозичення сленгових одиниць: «an informal nonstandard vocabulary composed typically of coinages, arbitrarily changed words, and extravagant, forced, or facetious figures of speech» [11] тобто «неформальні, нестандартизовані мовні одиниці, утворені шляхом запозичення, зміни існуючих слів або імплементації екстравагантних, емоційних висловів».

Сленг є складним та комплексним явищем, яке охоплює майже всі сфери людського життя. Через це дати точну дефініцію, яка б торкнулася всіх аспектів цього мовного феномену досить складно. Проте, ознайомившись із визначеннями, що запропоновано сучасними лінгвістами, ми спиратимемося на дефініцію надану українською дослідницею Селівановою О. О. На нашу думку, її визначення всебічно охоплює функціональний рівень терміну, що виступає центральним в нашій роботі.

В Термінологічній енциклопедії Селіванової О. О. зазначається наступне: «*сленг* –

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

це нелітературна додаткова лексична система, яка становить паралельну експресивно-оцінну, найчастіше стилістично знижену синонімію позначень загально відомих понять і належить певній соціальній субкультурі; різновид соціолекту – соціально маркованої лексики певної суспільної групи (професійної, вікової тощо) у межах національної мови. Сленг не є формою існування мови, оскільки не має власної специфіки фонетичного та граматичного рівнів і ґрунтується на закономірностях національної мови» [5; 3].

Поруч із установленими поняттями «сленгізм» та «сленгова лексика», ми будемо використовувати суміжний термін «сленговий термін», визначення якого наразі немає в словниках. Ми його розуміємо як, – гібридну одиницю мови, яка поєднує в собі риси терміна (точність, належність до певної сфери, однозначність) та сленга (експресивність, неформальність висловлювання).

Вчений Штепуляк О. С. у своїй статті «Головні особливості та способи перекладу політичного сленгу» наводить таке визначення політичного сленгу: «*Політичний сленг – це специфічний шар ненормативної лексики, який використовується конкретною групою людей, пов'язаних зі сферою політики, та відзначається особливим співвідношенням матеріального значення експресивно-емоційного забарвлення лексики та фразеології*» [8]. Політичний сленг найчастіше проявляється під час публічних виступів, інтерв'ю, брифінгів, пресконференцій тощо. Узагальнюючи сказане вище, основним джерелом політичного сленгу є політична мова. За визначенням вченого Ханана А. Амайреха політична мова – набір слів, підготовлений та реалізований мовцем для певної аудиторії з конкретною метою. У більшості випадків думка виражається в усній формі, проте з розвитком інтернету та соціальних мереж може виражатися у вигляді постів [2]. Політична мова спрямована на передачу інформації та переконання цільової аудиторії в доцільності та логічності ідей або закликів конкретного політика чи політичної партії. Політичний сленг в такому випадку використовується для досягнення даних цілей, оскільки дозволяє пояснити складні політичні процеси більш простою і зрозумілою для масового споживача мовою. Політичний сленг може проявлятися по-різному: починаючи зі сленгових термінів (Brexodus, to omnishamble, Fake News тощо), закінчуючи вірусними образливими прізвиськами (Sleepy Joe, Rocket Man тощо). Говорячи про експресивність політичного сленгу, вона виражається різноманітними словотвірними особливостями, зокрема телескопічними утвореннями. За словами дослідників, структурне різноманіття цього пласту лексики пов'язане з непередбачуваним характером його утворення. Серед найбільш частотних закономірностей утворення політичного сленгу можна виділити: свідоме порушення фонетичної форми (утворення незвичайних поєднань звуків), порушення словотвірних норм (нестандартна морфологічна форма слова), непослідовне поєднання семантичних значень окремих частин конкретного сленгового слова. Прикладом цього можуть слугувати такі лексеми як «Brexodus» (Britain + exodus), «Panican» (panic + politician) [1, с. 58].

Також варто окреслити випадки використання молодіжного сленгу в політичній сфері. Прикладом даного феномена може слугувати промова сенаторки Австралії Фатіми Пеймен датована 2 вересня 2025 року, в якій політикиня активно послуговувалася такими одиницями молодіжного TikTok сленгу як: sigma, rizz, ora, unc, peak тощо [9]. Застосування молодіжного сленгу політиками є скоріше винятком, ніж закономірністю. Так, передвиборча кампанія Камали Харіс 2024 року тісно пов'язана з фразою «Kamala IS brat», не зважаючи на те, що сама Камала Харіс і члени її команди не використовували таке формулювання у своїй роботі, воно набуло популярності завдяки поп-співачці Charli xcx, яка запостила його як реакцію на передвиборчу кампанію.

Важливу роль у перекладі політичних текстів спрямованих на комунікацію між державами грає спорідненість мов. Наприклад, переклад політичного сленгу турецької мови кримськотатарською, англійської мови німецькою, української мови польською є менш проблематичним, оскільки часто форма, звучання та культурні особливості сленгізмів є спорідненими (рідше тотожними). Переклад подібних текстів мовами з різних мовних сімей, навпаки, викликає додаткові труднощі через суттєву розбіжність у звучанні та культурних особливостях держав [12]. Одними з найскладніших мов для інтерпретації сленгу є китайська та всі її варіанти, корейська і японська. До прикладу, китайські сленгові вирази: «五毛党 wǔmáo dǎng» (дослівно «партія п'яти мао) – проплачені люди, які підтримують правлячу партію; «围观 wéiguān» (дослівно «облога») – ситуація, коли багато людей слідкують за певною

політичною подією; «愤青 fènqīng» (дослівно «сердита молодь») – патріотична або націоналістична молодь втрачають своє ідіоматичне значення та здебільшого передаються описово [7].

Пропонуємо розглянути політичні промови та популярні сленгові вислови за останні 4 роки і способи їх перекладу. В контексті України присутність нашого президента в медіа сфері суттєво збільшилася. Слухаючи його виступи, звіти, пресконференції тощо, можна простежити досить високу частотність використання слова «потужно». Завдяки такому поширенню воно стало інтернет мемом і частково перейшло в розряд сленгової лексики, оскільки набуло чимало варіацій емоційного забарвлення та певної експресивності. Опираючись на власні спостереження, сленгізм «потужно» може виражати здивування, байдужість, мати позитивне, негативне, глузливе емоційне забарвлення. Цікаво те, що ця лексема прямо асоціюється з президентом і в певному контексті набуває форми прізвиська «потужний». Перекласти дану лексему можна за допомогою її прямого еквіваленту, оскільки вона не є неологізмом чи видозміненим словом. Таким чином, отримуємо наступний результат: «потужно» – «quvetli»; «потужний» – «quvetli soyu / quvetli».

Говорячи про політиків, які активно використовують та утворюють сленг, не можна не оминути увагою промови діючого президента США Дональда Трампа.

Дональд Трамп, будучи експресивною людиною, часто використовує сленг у своїх прес-конференціях. Його сленг характеризується певним ступенем зневаги та висміювання опонента. Так, наприклад, лексеми «Sleepy Joe», «Panican», «Rocket man» (прізвисько, яким Трамп назвав лідера Північної Кореї), «Politically Correct» спрямовані на відверте висміювання політичних конкурентів, зокрема Джо Байдена. При перекладі даних сленгізмів кримськотатарською цілком доцільно буде використати метод калькування, оскільки це дозволить зберегти неформальний характер висловлювання та не призведе до втрати значення. Наприклад, «Sleepy Joe» – «Yuqulı Co»; «Panican» – «panikacı» (за допомогою афікса «-cı» утворюємо назву професії тому, що дана лексема утворена шляхом складання двох слів – «panic» та «politician»); «Rocket man» – «Raketa adamı»; «Politically Correct» – «Siyasiyli doğru» (в оригіналі даний вираз подається в лапках, що демонструє його глузливе емоційне забарвлення). Для опису себе Трамп використав сленгізм «stable genius», який теж можна цілком повно передати описовим методом – «turğun bir dea». Окрім цього, політик часто вживає ідіоматичні вирази: «You don't have cards» (на зустрічі з Зеленським в лютому 2025 року), «Trump didn't come to play» [13], «with fire and fury» (брифінг в Бедмінстері, Нью Джерсі 2017). При перекладі таких ідіоматичних виразів у перекладача є три варіанти: калькування, використання тотожного або близького за значенням виразу в мові перекладу або описовий переклад. Наприклад, ідіому «You don't have cards» можна передати як повноцінним відповідником в кримськотатарській – «Kozır kartlarıñız yoq», так і методом калькування, використовуючи за основу турецьку мову – «Koz kartlarıñız yoq». Також можливо скористатися описовим методом – «Çareñiz yoq» – у вас немає виходу / варіантів. Для передачі виразу «Trump didn't come to play» найкраще, на нашу думку, підходить описовий метод перекладу та конкретизація – «Trump didn't come to play» – «Tramp mında oynamağa kelmedi». Розглядаючи ідіому «with fire and fury», можна скористатися дослівним перекладом або використати ідіоматиний відповідник. Дослівно: «with fire and fury» – «ateş ğadapnen». Ідіоматиний відповідник: «with fire and fury» – «ateş ve qılıçnen» (дослівно – вогнем і мечем) – жорстоко когось покарати [4 с. 49]. Ще одним прикладом використання ідіоматичних сленгізмів є «fell out of a coconut tree» (про людину, якій бракує обізнаності в ситуації навколо), використаний Камалою Харріс. Передати цю ідіому кримськотатарською можна за допомогою калькованого виразу «з дерева впав» – «terekten tüşken».

Політики з Великобританії, на відміну від Трампа, вживають та утворюють сленг скоріше для опису певних політичних явищ або для наголошення конкретної проблеми. Одним з таких явищ є вихід Великої Британії з Європейського союзу. Для опису даного процесу був створений термін «Brexit». Його активно використовували безліч політиків, серед яких Борис Джонсон, Тереза Мей та інші. Даний термін в більшій мірі відноситься до політичних неологізмів, ніж до сленгу, оскільки має нейтральне емоційне забарвлення. Проте, на його основі було утворено сленговий термін – «Brexodus», який іронічно, з оцінним забарвленням описує процес масового виїзду бізнесу, людей, капіталу з Великої Британії після референдуму в 2016 році. Найбільш доцільним методом перекладу даного сленгізму «Brexodus»,

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

на нашу думку, є транскрипція, оскільки вона забезпечить впізнаваність терміну (як при перекладі «коронавірус» – «korona hastalığı») – «Brexodus» = «Brekzodus».

Безумовно, вихід Великої Британії з ЄС сподобався не всім, що спричинило суперечки стосовно його необхідності й на фоні цього, Борис Джонсон в одному із своїх інтерв'ю озвучив досить образний сленговий термін «Project Fear», який описує погляд противників брекситу. Даний термін ми можемо перекласти методом калькування з певними граматичними змінами: «Project Fear» – «Leyhadan qorqaq (qorqu)». Так, можна простежити зміну частин мови – лексема «fear», в оригіналі іменник, перетворилася на «qorqaq» (наляканий) – прикметник на позначення людини. Незважаючи на це, на нашу думку, даний метод дозволяє найбільш повно передати значення цього терміну, зберігши при цьому певну комічність вислову.

Згодом на тлі збільшення кількості емігрантів влада Великобританії почала ускладнювати процеси отримання громадянства починаючи з 2021 року. Як наслідок, у використання увійшов термін «Boriswave», названий на честь тодішнього прем'єр-міністра Бориса Джонсона. В більшості цей термін використовують політики східного походження, наприклад міністерка Шабана Махмуд. Даний сленговий термін, як і попередній, можна передати методом калькування, проте за допомогою транскрипції: «Boriswave» – «Borisveyv» та зноски з поясненням.

Переклад політичного сленгу має певні нюанси, що можуть ускладнити роботу з даною групою лексики. Перш зав все, варто розуміти мету та подальше застосування конкретного тесту. В якості прикладу, політичний текст, який буде використано в медіа (ресурси з новинами, пабліки, репортажі тощо) дає перекладачеві більший простір для інтерпретації сленгових одиниць. Проте, політичні тексти, що спрямовані на передачу інформації між урядами різних держав, державними установами, політичними угрупуваннями тощо вимагають більш точного та формального перекладу сленгу та сленгових термінів. Якщо переклад ведеться на рівні держав, кількість можливих відповідників, які може використати перекладач звужується через можливу розбіжність політичної ідеології, адже певні слова та словосполучення можуть бути забороненими. Схожа ситуація простежується і з перекладацькими трансформаціями. Оскільки основними характеристиками таких текстів є зрозумілість та однозначність, перекладачеві доводиться послуговуватися прикладами попередніх перекладів конкретної сленгової лексеми чи терміну або використовувати прагматичні трансформації.

Висновки. Політичний сленг – це явище, яке закономірно утворилося в політичній мові та слугує засобом вираження експресії, утворення назв для політичних явищ та процесів і передачі інформації в політичній та медіа сферах. Говорячи про переклад політичного сленгу, способи та прийоми його адекватної передачі варіюються в залежності від мети тексту. Тексти для медіа ресурсів дають перекладачеві більше свободу у відтворенні сленгу, оскільки вони спрямовані назагал. Тексти ж спрямовані на комунікацію між державами, навпаки, обмежують варіативність підбору відповідників адже потребують високої точності та однозначності. При перекладі політичного сленгу в більшості випадків нами було застосовано калькування шляхом транскрипції, транслітерації чи наслідування способу утворення сленгізма в мові оригіналу. Окрім цього, описовий метод теж виявився корисним при передачі безеквівалентної лексики.

Варто зауважити, що відсутність або застарілість тематичних словників кримськотатарської мови відчутно ускладнює роботу над перекладом сленгу. Окрім цього, практика перекладу сленгу кримськотатарською мовою демонструє наскільки важливо укладати сленгові словники, оскільки вони можуть суттєво полегшити роботу перекладача та хоч трохи унормувати варіанти перекладу сленгізмів.

Загалом, ми вважаємо, що переклад та адаптація сленгу кримськотатарською мовою може збагатити її словник та розширити сфери її використання. Враховуючи домінацію інтернет-комунікації в сучасному спілкуванні, сленгова лексика може збагатити розмовний варіант мови та покрити проблемні моменти, що заважають повноцінному неформальному спілкуванню. Окрім цього, досліджений матеріал дає нам змогу припустити, що суто кримськотатарський сленг теж міг існувати. Беручи до уваги той факт, що сленг в інших мовах почав досліджуватися і фіксуватися ближче до кінця XVIII століття, ймовірно документи, які фіксують кримськотатарський сленг як окремий інваріант мови теж існували, проте перша окупація Криму та анексія Кримського ханства у 1783 році з боку російської імперії суттєво вплинула на праці з дослідження кримськотатарського сленгу. Поступове зросійщення

півострову, політика радянського союзу, спрямована на знищення кримських татар та їх мови призвели до стагнації та деградації мови, що завадило утворенню нових та поверненню у вжиток старих сленгових одиниць. Ми вважаємо необхідним проведення досліджень спрямованих на пошук та аналіз суто кримськотатарського сленгу, оскільки цей пласт лексики дозволяє краще зрозуміти соціокультурне становище країни, настрої в суспільстві, важливі та проблемні для людей речі чи теми.

Література:

1. Василик І. В. Структурно-стилістичні особливості жаргонізмів у політичному дискурсі сучасних ЗМІ та методика вивчення соціальних діалектів у школі. Івано-Франківськ : Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2023.

2. Гаврилюк О. О., Боримська О. І. Неформальне мовлення у офіційних політичних промовах. *Таврійський філологічний журнал*. 2023. № 29, ч. 1. DOI: https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.29.1.19

3. Корнєлаєва Є. В. Сленг як об'єкт лінгвістичного дослідження. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2019. № 35. DOI: 10.32999/ksu2413-3337/2019-35-14

4. Куркчі А. Къырымтатарча-русча фразеологик лугъат. Сімферополь : Доля, 2011.

5. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації. Черкаси : Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.

6. Сленг. Словник UA. URL: https://slovnyk.ua/index.php?swrd=%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B3 (дата звернення: 15.08.2025).

7. Шеркевич Є. С. Інтернет-сленг і мова соціальних мереж в сучасній китайській мові. Київ : Київський національний лінгвістичний університет, 2024.

8. Штепуляк О. С. Головні особливості та способи перекладу політичного сленгу. *Наукові записки*. 2016.

9. Australia Senator Delivers Gen Z Brainrot Speech In Parliament [Video]. 10NewsAU. *YouTube*. 2025. 2 Sept. URL: https://www.youtube.com/shorts/mBavpKvmv9Y (дата звернення: 15.08.2025).

10. Slang. Cambridge Dictionary. URL: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/slang (дата звернення: 15.08.2025).

11. Slang. Merriam-Webster Dictionary. URL: https://www.merriam-webster.com/dictionary/slang (дата звернення: 15.08.2025).

12. Van den Hoogenband S. A Corpus-based Analysis of the Translation of Political Jargon Between Dutch and English. 2020.

13. ATTENTION: TRUMP DIDN'T COME TO PLAY [Photograph]. The White House. Instagram. 2025. 20 July. URL: https://www.instagram.com/p/DMVvSe7xh79/ (дата звернення: 15.08.2025).

Дата першого надходження статті до видання: 12.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

УДК 070.431:654.197:004.77
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.17

Наталія ПОПЛАВСЬКА
доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри журналістики,
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка,
poplav@tnpu.edu.ua
ORCID: 0000-0003-1100-5002

Юлія НАГОРНА
асистент кафедри журналістики,
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка,
yuli4.nag17@gmail.com
ORCID: 0000-0001-8540-8440

ТЕЛЕНОВИНИ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ МЕДІАРЕАЛЬНОСТІ

У статті розглядається феномен теленовин в умовах гібридної медіареальності, яка формується під впливом соціальних викликів на перетині традиційних медіа та цифрових платформ, змінює структуру, ритм і спосіб подачі інформації, створюючи нову картину світу, яку аудиторія сприймає через медійні канали, а не власний досвід. Метою дослідження є ідентифікація основних аспектів гібридної медіареальності, визначення характерних закономірностей теленовин у цих умовах та аналіз їхнього впливу на суспільні й політичні процеси. Окреслено важливість теоретичного осмислення та практичного застосування отриманих результатів для вдосконалення медійних стратегій і технологій. Розглянуто сучасні виклики, з якими стикаються медіа у процесі створення новинного контенту. Особливу увагу приділено впливу маніпулятивних технологій, інформаційних атак та тенденції до розмивання жанрових і стилістичних стандартів. Закцентовано на ролі телебачення як важливого джерела інформації навіть у добу домінування цифрових платформ. Дослідження теленовин розглядається як ключ до розуміння впливу новітніх технологій на формування громадської думки, політичні процеси та соціальні умови. На основі аналізу сюжетів інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини», а також регіональних телеканалів «Перший Закарпатський» і «ІРТ Полтава», виявлено активне використання засобів візуалізації. Ці інструменти сприяють адаптації до сучасних медійних умов, підсилюють зміст повідомлень і полегшують їх сприйняття аудиторією, що допомагає привертати увагу глядачів. Зокрема, графіки, інфографіка, карти та відеоматеріали допомагають глядачам краще зрозуміти складні теми, такі як економічні прогнози, військові дії чи соціальні реформи, роблять інформацію доступнішою та зрозумілішою для масової аудиторії.

Зроблено висновок, що теленовини в умовах гібридної медіареальності є потужним інструментом впливу, який сприяє інформуванню суспільства. Їх дослідження та розробка стратегій подачі є важливими для забезпечення державної інформаційної безпеки.

Ключові слова: *теленовини, регіональні медіа, телемарафон «Єдині новини», інформаційний випуск, аудиторія, візуалізація, новинний контент, медіатекст.*

Nataliia Poplavska. Yuliya Nahorna. TELEVISION NEWS IN THE CONTEXT OF HYBRID MEDIA REALITY

The article examines the phenomenon of television news within the conditions of a hybrid media reality that is formed under the influence of social challenges at the intersection of traditional media and digital platforms. This environment transforms the structure, rhythm, and methods of information delivery, creating a new picture of the world that audiences perceive through media channels rather than through their own experience.

The aim of the study is to identify the main aspects of hybrid media reality, determine the characteristic patterns of television news in these conditions, and analyze their influence on social and political processes. The importance of theoretical reflection and the practical application of the obtained results for improving media strategies and technologies is outlined.

The article considers contemporary challenges faced by media in the process of creating news content. Particular attention is paid to the influence of manipulative technologies, information attacks, and the tendency toward the blurring of genre and stylistic standards. Emphasis is placed on the role of television as an important source of information even in the era of the dominance of digital platforms. The study of television news is considered a key to understanding the impact of the latest technologies on the formation of public opinion, political processes, and social conditions. Based on the analysis of news reports from the national telethon "United News", as well as regional television channels "First Zakarpattia" and "IRT Poltava," the active use of visualization tools has been identified. These tools facilitate adaptation to modern media conditions, enhance the content of messages, and make them easier for audiences to perceive, helping to attract viewers' attention. In particular, charts, infographics, maps, and video materials help viewers better understand complex topics such as economic forecasts, military actions, or social reforms, making information more accessible and comprehensible for a mass audience. It is concluded that

© Поплавська Н., Нагорна Ю., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

television news in the context of hybrid media reality is a powerful tool of influence that contributes to informing society. Their study and the development of effective presentation strategies are important for ensuring the state's information security.

Key words: *television news, television, regional media, telethon "United News," news bulletin, audience, visualization, information space, media reality, news content, media text, digital platform.*

Постановка проблеми. Сучасна медіареальність, під якою розуміється картина світу, створена медіа, тобто реальність, яку аудиторія сприймає не через власний досвід, а через медіа, створює нові виклики щодо об'єктивності, достовірності і етичності її контенту. Вона активно поєднує журналістику та пропаганду, факти і маніпуляції, традиційні медіа з цифровими платформами, що змінює структуру, ритм і спосіб подачі інформації, впливає на продукування медіатекстів традиційними медіа та кардинальні зрушення в культурі споживання інформації. Такі тенденції спричиняють зміни у подачі новин, зокрема розмивання жанрових і стилістичних стандартів. На їх зміст і форму в умовах війни великий вплив має зростання маніпулятивних технологій. Оскільки телебачення, попри розвиток цифрових медіа, продовжує залишатися важливим джерелом інформації для значної частини населення, вагомим кроком на шляху до розуміння нових тенденцій у сфері комунікації та їхнього впливу на сучасне суспільство є дослідження теленовин, що має потенціал не лише для теоретичного осмислення, але й для практичного застосування у вдосконаленні медійних стратегій та технологій. Дослідження телеповідомлень у сучасних умовах дозволяє краще зрозуміти, як інноваційні технології, зокрема віртуальна реальність, впливають на формування громадської думки, політичні процеси та соціальну динаміку. На важливості системного підходу до вивчення цієї проблематики наголошує Мітчел Стівенс у передмові до свого підручника з радіо- та тележурналістики для університетів США «Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет». Автор підкреслює, що процес створення новин постійно вдосконалюється, що, у свою чергу, вимагає регулярного оновлення рекомендацій [16, с. 9]. Важливим завданням є також розробка інструментів протидії маніпуляціям та підвищення рівня медіаграмотності аудиторії, оскільки вона все частіше стикається з труднощами у розрізненні якісного контенту та маніпулятивних матеріалів. Тому дослідження теленовин в умовах гібридної медіареальності набуває особливої *актуальності*. Воно сприятиме вирішенню таких проблем, як поширення дезінформації, маніпуляції свідомістю за допомогою візуальних ефектів та створення альтернативних медійних реальностей. З огляду на це, тележурналісти повинні адаптуватися до нових умов подачі інформації, зберігаючи при цьому високі стандарти журналістики та активно протидіючи загрозам дезінформації. Ця наукова задача є важливою для фахівців у галузях медіа, соціології, політології та психології, оскільки дозволяє краще зрозуміти сучасні процеси в інформаційному середовищі, а також розробляти ефективні стратегії та інструменти для забезпечення достовірності та об'єктивності інформації. Таким чином, дослідження є важливим внеском у розуміння механізмів функціонування сучасного інформаційного середовища та сприяє розвитку практичних рекомендацій для медіаіндустрії

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковому дискурсі проблема фокусувалася у багатьох наукових студіях на перетині медіадосліджень, комунікаційних наук, технологічних студій і соціології. Ключовими її аспектами є вивчення того, як гібридна медіареальність змінює традиційні журналістські практики та впливає на формування громадської думки. Окремі аспекти проблеми розглядалися у наукових працях закордонних дослідників Ж. Бодріяра, П. Верільо, Ж. Дельоза, Ж. Дерріди, М. Маклюена, Н. Лумана, М. Фуко. Проблеми медіареальності та постжурналізму студіювалися в працях українських дослідників М. Бутиріної [1], В. Ільганаєвої [5], О. Мітчук, Г. Горбенко, І. Погребняк [8], О. Москвич [9], В. Різуна [12]. Аналіз їх праць дозволяє виділити основні напрями, підходи нашого дослідження. Вагомі настанови про критерії, особливості й вимоги до текстів новин представлені у посібниках З. Вайшенберга [2] та М. Стівенса [16]. Вагомий внесок у дослідження новинного контенту всеукраїнських та регіональних телеканалів зробили Т. Вільчинська, О. Кушнір, Т. Решетуха [11], Ю. Нагорна [10], Є. Соломін [15]. Але це поодинокі студії, що підсилює своєчасність нашої теми та її наукову новизну.

Мета статті – ідентифікувати ключові аспекти гібридної медіареальності і визначити основні закономірності теленовин у її умовах, а також зміну їх форматів під впливом нових технологій та роль у суспільних та політичних процесах.

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

Виклад основного матеріалу дослідження. Для досягнення мети у нашому дослідженні вагомим є контекстне окреслення проблеми, пов'язане з явищем, що виникло на перетині класичної журналістики, соціальних мереж та цифрових технологій, постжурналізму. Марія Бутиріна вважає, що таким терміном описуються різні за характером, аксіологічною природою та функціональністю явища, які вказують на «деінституціоналізацію журналістики, розмиття її інституціональності: втрату або нівелювання професійних стандартів, етичних підходів, недієвість практики саморегулювання журналістської діяльності» [1, с. 10]. Акцент зміщується на громадянських репортерів, блогерів, інфлюенсерів та навіть алгоритми штучного інтелекту. Основною метою постжурналізму є не тільки інформування аудиторії, але й залучення її до активної участі у створенні контенту. Цей підхід дозволяє кожному користувачеві стати джерелом новин, що, з одного боку, розширює можливості для висвітлення подій, а з іншого – породжує ризики поширення недостовірної інформації. Поєднання постжурналізму із гібридною медіареальністю, яка змішує реальність із віртуальними елементами, створює нові виклики та можливості для споживачів інформації.

Ольга Москвич, розглядаючи медіареальність як особливу структуру соціокультурної реальності, що має технологічну детермінованість, акцентує увагу на кількох ключових характеристиках, які визначають її вплив на суспільство. До таких дослідниця відносить динамічність інформаційного потоку, візуалізацію та віртуалізацію соціокультурних феноменів, глобалізацію, фрагментарність сприйняття, аксіологічну незбалансованість і маніпулятивність. Динамічність інформаційного потоку вказує на швидкість та обсяги інформації, які циркулюють у медіапросторі. Це створює умови для постійної зміни акцентів і змісту, що ускладнює глибоке осмислення інформації реципієнтами. Візуалізація та віртуалізація соціокультурних феноменів підкреслюють роль візуальних образів та цифрових технологій у формуванні сучасного світогляду. Це може сприяти як кращому розумінню складних явищ через прості візуальні моделі, так і викривленню реальності через створення маніпулятивного контенту. Глобалізація, з одного боку, дозволяє отримувати інформацію з усього світу, але з іншого, це може призводити до втрати цілісного розуміння подій через фрагментарність подачі інформації. Аксіологічна незбалансованість засвідчує, що медіа нерідко використовуються для впливу на ціннісні орієнтири суспільства. А це може мати як позитивні, так і негативні наслідки. Особливо небезпечною є маніпулятивність, оскільки здатна до дезінформації та спотворення реальності [9].

В. Ільганаєва характеризує медіареальність як багатошарову структуру, що складається з декількох середовищ, які формують нові умови суспільного життя. Основні аспекти, які дослідниця розглядає, включають техносферу, семіосферу та сферу діяльності. Техносфера визначається як середовище, побудоване на інформаційно-мережевих магістралях та мультимедійних технологіях, є основою сучасної цифрової інфраструктури, яка забезпечує швидкий обмін даними, доступ до інформації та інтерактивність у суспільному житті. Вона є технічною основою медіареальності, що сприяє розширенню можливостей комунікації та впливу на соціальні процеси. Семіосфера охоплює всі потоки інформації, комунікаційні предмети та обіг структурованої інформації, формує середовище смислів, яке забезпечує розуміння та взаєморозуміння між суб'єктами суспільства. Це середовище є ключовим для формування спільних знань, культурних кодів і символів, що сприяють соціальній інтеграції. Семіосфера також відіграє важливу роль у створенні умов для ефективної комунікації. Сфера діяльності об'єднує комунікаційні структури, які організовують, управляють і впливають на споживання інформації, є своєрідним механізмом управління медійними потоками, що впливає на стан соціального інтелекту, включає в себе як технічні аспекти організації комунікацій, так і соціокультурні механізми впливу на суспільство [9, с. 35].

Отже, медіареальність є складним феноменом, який охоплює технічні, семантичні та організаційні аспекти суспільного життя. Її структура забезпечує функціонування сучасних інформаційних систем, формування смислів і управління комунікацією. У такому середовищі інформація поширюється з величезною швидкістю, часто без належної перевірки фактів. З одного боку, це дозволяє оперативно доносити новини до масової аудиторії, з іншого – створює сприятливі умови для дезінформації. Означник *гібридна* доповнює поняття і включає те, що для створення нових форм медіаконтенту характерне використання доповненої реальності (AR), віртуальної реальності (VR), штучного інтелекту та інших цифрових

технологій. Завдяки цьому споживач отримує можливість не лише читати чи дивитися новини, а й буквально «переживати» їх через інтерактивні формати. Завдяки цьому можна досягти більшої інтерактивності, персоналізації та емоційного впливу на аудиторію. Однак це також ставить перед суспільством і медіа низку важливих питань, створює нові виклики як для журналістів, так і для аудиторії. Згідно з опитуванням, проведеним «Детектором медіа» серед українських медійників, 2025 рік був для них виснажливим, але водночас сприяв розвитку нових форматів, диджиталізації та переосмисленню ролі медіа в умовах затяжної війни. Залишилися актуальними виклики, спричинені повномасштабним вторгненням. До цього додалися фінансові труднощі через скорочення американської допомоги. У той же час, медіасфера продовжує зазнавати технологічних змін: інтеграція штучного інтелекту та цифрових платформ у традиційні медіа суттєво трансформує підходи до подання інформації [13].

Узагальнюючи ці тенденції, розглянемо у їх контексті телевізійні новини. Телебачення ще залишається вагомим джерелом новин для багатьох українців, однак, аби зберегти свою актуальність, змушене адаптовуватися до нових умов, зокрема війни, яка кардинально змінила характер теленовин. З огляду на зростання викликів, телеканали переосмислюють свою місію та роль у суспільстві. Простежується чітка тенденція переходу від традиційного формату телебачення до концепції «медіаплатформи», яка об'єднує телеефір, інтернет-сайти, соціальні мережі, а також комунікацію через месенджери та інші цифрові канали з аудиторією. Віталій Школьний запропонував так класифікувати українські інформаційні телеканали, які під час повномасштабної війни змінили свої формати, за моделлю їх ідентичності та позиціювання: 1. *Класичні телеканали новин*. Це «5 канал», «Прямий». Вони «зберегли традиційні брендові риси, але за своєю суттю є медіаплатформами. Позиціювання відбувається в напрямку ствердження образу традиційного телеканалу» [20, с. 121]. 2. *Мультимедійні медіабренди*, до яких віднесено «24 канал», «Еспресо TV», «Ми – Україна». Вони «прямо декларують поєднання ефіру та цифрових платформ. У їх комунікації ключові слова «платформа», «медіабренд», а не просто «телеканал»» [20, с. 121]. 3. *Симбіотичні медіаплатформи* («Oboz UA», «Апостроф TV», «Новини.Live»), які пов’язані із сайтом, а телеканал є одним із каналів генерації та поширення контенту. Відповідно ідентичність будується навколо всеохопності» [20, с. 121]. 4. *Суспільні інформаційні медіаплатформи*. До них віднесено «Суспільне новини» і телеканал «Київ». Вони свою діяльність «акцентують на місії та довірі аудиторії» та «заявляють про себе як про технологічні платформи» [20, с. 121]. 5. *Телеканали зі зміненою або втраченою ідентичністю*, війна яких спричинила відмову від інформаційного формату. Це «УНІАН ТБ».

Зазнала певної трансформації і структура новин. Якщо раніше новинні програми на телебаченні мали передбачуваний формат, то зараз вони часто нагадують пряму трансляцію подій. Головним викликом для них стала боротьба з дезінформацією, яка у час війни є інструментом психологічного тиску на аудиторію. Це змушує телеканали активно співпрацювати для перевірки інформації перед її виходом в ефір із фактчекінговими організаціями. Невід’ємною частиною українського телевізійного ефіру стали фронтові репортажі, інтерв'ю з військовими та волонтерами, аналітика щодо міжнародної підтримки.

Пріоритетним інформаційним продуктом в українському телепросторі після початку повномасштабної війни став телемарафон «Єдині новини», який консолідував провідні українські телеканали, серед яких «1+1», «ICTV», «СТБ», «Інтер», а також «Україна 24», «Рада», «UA: Перший», що сьогодні вже вийшли з марафону. Вони об’єднали свої зусилля для створення спільного інформаційного продукту, який передбачив цілодобовий ефір, оперативне інформування населення про події в країні та світі, а також протидію дезінформації.

Ефірний час телемарафону структурований таким чином, щоб кожен телеканал мав можливість надати свій внесок у загальний інформаційний потік. Це дозволяє забезпечити різноманітність контенту та уникнути дублювання інформації. Координація між телеканалами здійснюється за допомогою чітко визначених графіків та редакційних нарад. Основна ідея полягає у створенні спільного інформаційного простору, де всі телеканали країни працюють у синхронізованому режимі, транслюючи єдиний контент. Такий формат забезпечує оперативність оновлення даних, формує відчуття стабільності в умовах війни, створює ефект постійної присутності інформації, виконує функцію централізованого інформування і координації

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

суспільства, дозволяє уникнути дублювання інформації, підвищити її якість та забезпечити максимальне охоплення аудиторії. Однією з ключових особливостей телемарафону є його інтеграція з іншими медіаплатформами. Окрім телевізійного мовлення, його контент доступний на офіційних вебсайтах телеканалів, у соціальних мережах та на стримінгових платформах. Це дозволяє охопити максимально широку аудиторію, включаючи молодь, яка надає перевагу цифровим каналам споживання інформації.

Однак, як показує дослідження «Індекс медіаграмотності української аудиторії», з 2024 року частка тих, хто вважає формат телемарафону виправданим, знизилася з 58 % до 41 % [4]. Соціологічною групою «Рейтинг» на замовлення Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) з 27 червня по 6 липня 2024 року проведено моніторинг аудиторії, яка надає перевагу телемарафону «Єдині новини». За їх показниками телемарафону «Єдині новини» надають перевагу 16,6 % глядачів. У висновках звіту зазначається, що ця частка є значною у порівнянні «з аудиторіями тих медіа, які можна віднести до традиційних (інші телевізійні канали та великі новинні сайти). Сукупно розмір цільових аудиторії останніх не перевищує розміру цільової аудиторії телемарафону» [3]. А також «з огляду на повернення українського суспільства до стану суттєвого соціально-психологічного негативізму (з огляду на загальні установки щодо функціонування держави в усіх аудиторіях) телемарафон «Єдині новини» консолідує ту частину населення (дана гіпотеза потребує додаткових досліджень), яка має доволі високу впевненість у перемозі та позитивно ставиться до української влади» [3]. За результати дослідження «Українські медіа: споживання новин і довіра у 2025 році», які ГО «Інтерньюз-Україна» презентувало в Укрінформі, «про телемарафон «Єдині новини» знають 86 % опитаних, водночас його аудиторія порівняно з 2024 роком зросла: загальна – з 47 % до 53 %, щотижнева – з 37 % до 42 %. Половина тих, хто знає про телемарафон, відзначають його оперативність, але довіряють озвученому лише 38 % (+1 % за рік). Стільки ж респондентів вважають, що телемарафон слід транслювати й далі (38 %), проти продовження трансляції виступають 48 % [16].

Сьогодні особливої актуальності набув моніторинг телемарафону, здійснюваний «Детектором медіа», одним із провідних аналітичних центрів у сфері медіа в Україні. Його основою є контент-аналіз щодо тематики, структури та змісту матеріалів, що транслюються у рамках телемарафону. Особлива увага приділяється висвітленню ключових подій, таких як військові операції, гуманітарна допомога, міжнародна підтримка. Для виявлення потенційних випадків маніпуляцій або поширення неперевірених даних перевіряються джерела та факти, які використовуються у новинних сюжетах. Проводиться моніторинг балансу думок, особливо наскільки збалансованими є представлені точки зору у контексті політичних заяв чи соціальних дискусій. Досліджується також проблема оперативності, фрагментації контенту, що пов'язана із участю у телемарафоні різних телеканалів, через що спостерігається певна неоднорідність стилю подання матеріалів та редакційних підходів. У деяких матеріалах фіксується надмірне використання емоційно забарвлених висловлювань, що може впливати на сприйняття інформації аудиторією [7]. Таке дослідження через виявлення недоліків та рекомендації щодо їх усунення має вагоме значення для підвищення якості медійного контенту, забезпечує прозорість роботи телеканалів, що є важливим чинником у боротьбі з дезінформацією та пропагандою та допомагає зрозуміти потреби аудиторії та адаптувати інформаційні продукти до її запитів [7].

Попри позитивні та негативні судження про телемарафон аудиторії «Єдині новини» аудиторії, створення такого формату в умовах військової агресії дозволило консолідувати зусилля для забезпечення безперервного інформування населення. Такі формати дозволяють оперативно поширювати достовірну інформацію, протидіяти дезінформації та зміцнювати національну єдність у складний для країни час [15, с. 69].

Особливу увагу варто звернути на специфіку інформаційних випусків телемарафону, які формують значну частину сучасного медійного простору. У них переважають повідомлення від державних структур, військових, органів влади та міжнародних партнерів. Також важливу роль відіграють прямі включення, короткі інтерв'ю та експертні коментарі. Такий формат подачі інформації забезпечує контрольованість інформаційного потоку, знижує ризики поширення, що особливо важливо в сучасних умовах, коли швидкість поширення новин часто переважає над їхньою якістю, а аудиторія потребує достовірних і перевірених даних. Аналіз інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини» від 11 по 15 березня 2026 року, які

продукував телеканал «Інтер», демонструє, що для підсилення змісту повідомлень та кращого сприйняття матеріалу глядачами спостерігається активне використання різноманітних засобів візуалізації інформації [19].

У студійному просторі використовується великий екран, розташований позаду ведучого, на якому відтворюються візуальні матеріали, що відповідають тематиці сюжету. Наприклад, під час оголошення підводки до матеріалу про ураження складу матеріально-технічного забезпечення та місця зберігання безпілотних літальних апаратів на тимчасово окупованій території Запорізької області (15.03.2026 р.) на студійному екрані продемонстровано фотографію із зображенням диму та пожежі. Таке ілюстративне рішення виконує функцію візуального підтвердження інформації та створює додатковий контекст для глядача[19]. Подібний прийом можна спостерігати й у випуску від 14.03.2026 року. У студії ведучий разом із запрошеним експертом Богданом Ференцом обговорюють міжнародну політичну ситуацію. На відміну від попереднього прикладу, на екрані позаду співрозмовників відтворюється вже не статичне фото, а відеоматеріал, що забезпечує динамічнішу візуальну підтримку обговорюваної теми [19].

У новинних сюжетах також активно використовуються відеоматеріали з місця подій. Зокрема, під час сюжету (13.03.2026) із закадровою начиткою ведучої про оголошений 153-ю бригадою збору коштів на мультимедійну дошку з картографічними матеріалами, на екрані демонструється відео бойових дій з використанням FPV-дронів. Така візуалізація дозволяє глядачам краще уявити контекст застосування відповідного обладнання[19]. У наступному сюжеті журналістка звертає увагу на процес підготовки дрона до виконання бойового завдання: підготовку акумуляторів, перевірку контактів та доставку боєприпасів. Паралельно на екрані транслюється відеозапис роботи аеророзвідки. На зображенні використано графічні елементи. Це маркування російського прапора та підпис, що ідентифікує виявлені цілі, зокрема ворожу «гербера» та замасковану самохідну артилерійську установку. Завдяки таким графічним позначкам глядач отримує чіткіше розуміння того, які саме об'єкти демонструються у кадрі [19].

Ще один приклад використання візуалізації представлений у матеріалі (15.03.2026) про бойові дії на Куп'янському напрямку. Повідомляється, що військовослужбовці 77-ї окремої аеромобільної Наддніпрянської бригади зупинили штурм російських військ та зайшли на їхні позиції. У ході ближнього бою українські військові змусили противника скласти зброю та взяли у полон чотирьох окупантів. У цей момент на екрані демонструється відео, зняте з безпілотника під час проведення операції. Для полегшення ідентифікації учасників подій на відео накладено елементи комп'ютерної графіки у вигляді прапорів[19].

Крім того, у сюжетах 14.03.2026 використовується відеоматеріал, знятий безпосередньо військовими. Зокрема, у новині представлено відеозапис бойової роботи військовослужбовців 3-ї окремої штурмової бригади. Запис здійснювався за допомогою камери GoPro, закріпленої на спорядженні одного з військових. У відео присутні фрагменти розмови бійців, при цьому їхній голос було змінено з метою забезпечення безпеки та анонімності [19].

Окремим елементом візуалізації інформації у новинному ефірі 12.03.2026 є прямі включення представників військових структур. Наприклад, до ефіру долучається начальник відділення комунікації 79-ї Таврійської окремої десантно-штурмової бригади 7-го корпусу швидкого реагування ДШВ Роман Писаренко. У студії на екрані демонструється відеозображення запрошеного гостя. Водночас, коли він коментує ситуацію у зоні бойових дій, паралельно транслюються відеокадри з безпілотника, зафіксовані під час виконання бойових завдань відповідним підрозділом. Така комбінована форма подачі інформації поєднує експертний коментар із документальним відеоматеріалом, що підсилює достовірність повідомлення та покращує його візуальне сприйняття аудиторією [19].

У новинних випусках 15.03.2026 також простежується активне використання комбінованого формату подачі інформації, коли одночасно поєднуються пряме включення кореспондента та ілюстративні відеоматеріали. Зокрема, під час прямого включення спеціального кореспондента з Конгресу США Дмитра Онопченка висвітлюється тема можливих переговорів між США, росією та Україною. У своєму коментарі журналіст зазначає, що дискусія щодо потенційних перемовин триває між трьома столицями, а представник США Стів Віткофф запропонував провести зустріч у Флориді – у гольф-клубі, який йому належить. Під час цієї розповіді кореспондент звертається до режисерів ефіру з проханням показати глядачам відповідну локацію. У цей момент на

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

екрані паралельно з прямим включенням з'являється відеоілюстрація із зображенням гольф-клубу [19]. Такий формат передбачає одночасне відтворення кількох інформаційних елементів на екрані: з одного боку – стендап кореспондента, який перебуває у прямому ефірі, а з іншого – відеоряд, що виконує функцію візуальної ілюстрації до повідомлюваної інформації. У подібному форматі побудовано весь сюжет, що дозволяє поєднати журналістський коментар із візуальним контекстом подій.

Аналогічний підхід використовується і під час студійних розмов з експертами. Наприклад, у бесіді ведучого 14.03.2026 з експерткою Оленою Юрченко, присвяченій темі можливого послаблення санкцій США щодо російської нафти, комунікація також відбувається у форматі онлайн-включення. Під час того, як гостя висловлює свою позицію, на екрані паралельно транслюється відеоряд із підбіркою кадрів видобутку нафти та інших пов'язаних виробничих процесів [19]. Ці відеоматеріали виконують ілюстративну функцію, візуалізуючи предмет обговорення та доповнюючи експертний коментар. На рис. 1 показано частку використання відеоілюстрацій, відео з дронів, прямі включення, графіку у відсотках в проаналізованих сюжетах.

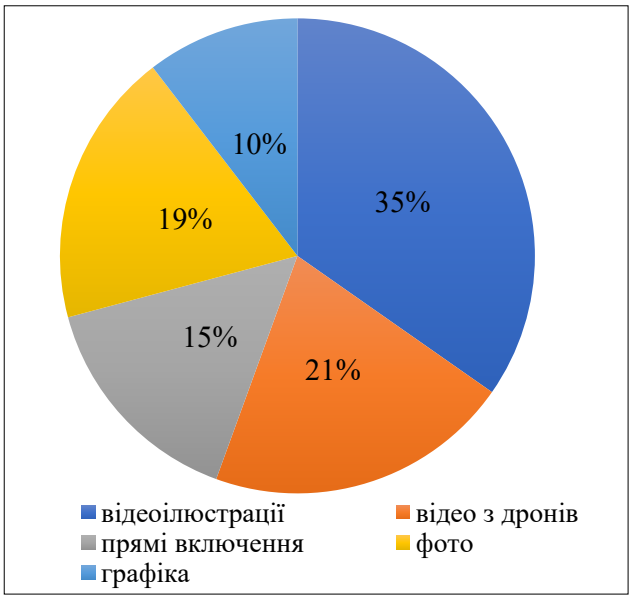

Рис. 1. Частка використання елементів візуалізації у сюжетах телеканалу «Інтер» за аналізований період

Таким чином, аналіз новинних випусків телеканалу «Інтер» у межах телемарафону «Єдині новини» демонструє тенденцію до використання паралельного багатовіконного формату візуалізації інформації. Такий підхід дозволяє одночасно поєднувати різні типи медіаконтенту: прямі включення, експертні коментарі та ілюстративні відеоматеріали, що сприяє підвищенню інформативності повідомлення та покращує сприйняття новинного контенту аудиторією.

Вагому частку у формуванні новинного контенту на тлі гібридної медіареальності відіграють регіональні телеканали. Вони, попри сучасні виклики, продовжують займати важливу позицію в інформаційному просторі, акцентуючи увагу на житті громад, вирішенні соціально-економічних питань, досягненнях у сфері культури та мистецтва, а також різних аспектах місцевого самоврядування та залишаються надійним джерелом новин для аудиторії, забезпечуючи повноцінне висвітлення подій у регіоні, стимулюють мобілізацію ресурсів на місцевому рівні, сприяють розвитку підприємництва й громадських ініціатив, що позитивно впливає на формування суспільного життя. На думку медійних експертів, роком «зростання ролі локальних редакцій, які фіксують війну, працюють із громадами й часто краще розуміють місцевий контекст, ніж національні колеги» став 2025 рік [13].

Аналізуючи проблемну концепцію підсумкових випусків новин телеканалів Тернопільщини, Тетяна Решетуха, Оксана Кушнір та Тетяна Вільчинська наголошуть, що іформаційні стратегії регіонального телебачення «полягають у медіатизації локальних подій і проблем із проєкцією на загальнонаціональний контекст та подальшій адаптації підходів до формування новинного телеконтенту у фокусі суспільних викликів на четвертому році повномасштабної російсько-української війни» [11, с. 52]. Юлія Нагорна вважає, що важливої ролі, особливо на регіональних телеканалах, нині набуває в структурі новинних програм використання інфотейнменту. Ключовими прийомами цього підходу є використання нестандартних методів зйомки, акцент на яскравих деталях у сюжетах, застосування різноманітних лінгвістичних і стилістичних прийомів, а також специфічні техніки монтажу. Такий формат подачі матеріалів особливо актуальний у підсумкових випусках новин, де складні для сприйняття й запам'ятовування теми трансформуються у більш доступну для аудиторії форму. Завдяки цьому інформація стає ближчою до сприйняття глядача, спонукає зануренню у створену екранну реальність та зміцненню емоційного зв'язку між споживачем контенту та медіатекстом [10, с. 105].

Аналіз новинного контенту регіональних телеканалів засвідчує використання різноманітних прийомів візуалізації інформації, які сприяють підсиленню емоційного та змістового сприйняття матеріалів аудиторією. Проаналізований період – лютий 2026 року. Одним із таких прийомів є використання відеофрагментів у форматі «лайф» – тобто кадрів із природним звуковим супроводом без закадрового коментаря журналіста. Це можна спостерігати у матеріалах телеканалу «Перший Закарпатський» [18]. Наприклад, у сюжеті від 27.02.2026 року «Загальнонаціональна хвилина мовчання» використано епізод із відео наживо, у якому зафіксовано звук метроному та фоновий міський шум, під час загальнонаціональної хвилини мовчання. Такий формат дозволяє передати атмосферу події та створити ефект присутності для глядача [18]. Подібний підхід застосовано й у сюжеті «Чемпіонат з боксу» від 16.02.2026 року. Відеоматеріал розпочинається з кадрів виходу спортсменів на арену із збереженням музичного супроводу. Іншим поширеним прийомом є використання фотоілюстрацій [18]. Зокрема, у сюжеті «Намагався завезти боєприпаси в область» від 11.02.2026 року закадрова начитка журналістки про незаконне ввезення набоїв та боєприпасів до регіону супроводжується демонстрацією ілюстративних фотоматеріалів [18]. Такі зображення виконують функцію візуального підтвердження інформації та допомагають глядачам краще уявити описані події. Ще одним прикладом використання візуальних матеріалів є застосування аматорської відеозйомки. У сюжеті «Пікап з передової у центрі Мукачева: волонтери збирають на нове авто для військових» від 18.02.2026 року використано відеофрагмент, знятий волонтерами. На ньому зафіксовано пошкоджений пікап, який раніше виконував бойові завдання на передовій [18]. Такі кадри слугують додатковим доказом реальності подій та підсилюють емоційний вплив матеріалу.

Схожі прийоми візуалізації використовуються і в новинних матеріалах телеканалу «ІРТ Полтава» [17]. Наприклад, у сюжеті від 23.02.2026 року, присвяченому небезпеці падіння криги з дахів будівель, використано скриншот із сторінки у соціальній мережі Фейсбук управління житлово-комунального господарства міста. На зображенні подано інформацію про алгоритм дій у разі виявлення бурульок на дахах будівель [17]. Використання скриншотів дозволяє продемонструвати офіційні джерела інформації та підвищує довіру до повідомлення.

Прийом використання відео у форматі «лайф» також можна побачити у сюжеті про святкування Масниці поблизу Полтави (22.02.2026 року). Для передачі атмосфери події в матеріалі використано кадри з ярмарку, де чутно музичні виступи, голоси відвідувачів та загальний шум святкового заходу[17]. Подібний прийом застосовано і у сюжеті від 25.02.2026 року, присвяченому роботі жінок у підрозділах ДСНС Полтавщини. Після закадрового тексту журналістки до сюжету вставлено кадри з процесу гасіння пожежі, що дозволяє глядачам побачити реальні умови роботи рятувальників [17].

Ще одним поширеним джерелом візуального контенту для регіональних новин є відеоматеріали, отримані від користувачів соціальних мереж. Наприклад, у сюжеті телеканалу «ІРТ Полтава» (25.02.2026 року) про порятунок пораненого птаха канюка, якого небайдужі мешканці передали на реабілітацію, використано відео, зняте очевидцями події [17]. Такі матеріали виконують роль ілюстрації до журналістського повідомлення та дозволяють оперативно демонструвати події, зафіксовані безпосередніми учасниками або свідками. Відсоткове співвідношення різновидів візуального контенту у проаналізованих новинних сюжетах регіональних телеканалах «Перший Закарпатський» та «ІРТ Полтава» показано на (рис. 2).

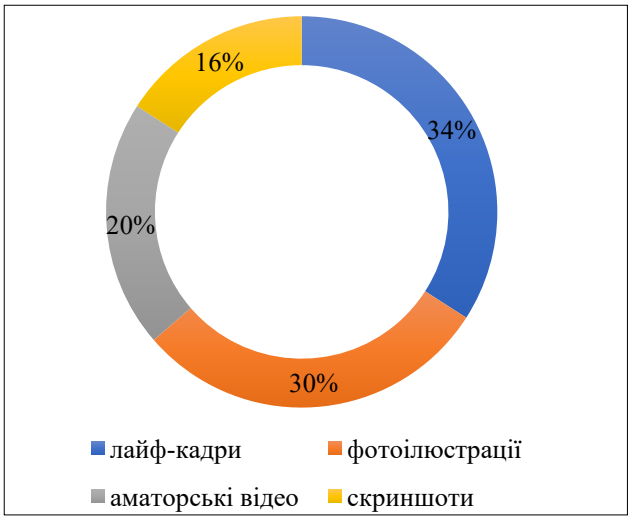

Рис. 2. Частка різновидів візуального контенту на телеканалах «Перший Закарпатський» та «ІРТ Полтава» за проаналізований період

Таким чином, аналіз новинних випусків регіональних телеканалів свідчить про використання засобів візуалізації інформації, серед яких переважають відеофрагменти у форматі «лайф», друге місце займають

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

фотоілюстрації, а потім – аматорські відеозаписи та скриншоти з соціальних мереж. Застосування таких інструментів сприяє підвищенню наочності новинних матеріалів, посиленню їхньої емоційної складової та кращому сприйняттю інформації глядацькою аудиторією.

Отже, теленовини на регіональному рівні також зазнають впливу сучасних реалій медіасистеми, що змінює їхню структуру і спосіб подачіі. Вони стають частиною інформаційного фронту держави на місцевому рівні, інструментом впливу та формування громадської думки на рівні громад, а також частиною стратегічних комунікацій. В умовах конкуренції із цифровими медіа, які поширюють інформацію швидше і таким чином забирають вагому частку їх аудиторії, вони адаптовуються до через підвищення частки візуалізації контенту.

Висновки. У дослідженні розглянуто сучасні виклики, з якими стикаються медіа у процесі створення новинного контенту. Встановлено, що в умовах гібридної медіареальності, яка формується під впливом соціальних викликів на перетині традиційних медіа та цифрових платформ, теленовини змінюють структуру, ритм і спосіб подачі інформації. Наголошено, що вони є вагомим інструментом до розуміння впливу новітніх технологій на формування громадської думки, політичні процеси та соціальні умови. На основі аналізу сюжетів інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини», а також регіональних телеканалів «Перший Закарпатський» і «ІРТ Полтава», виявлено активне використання засобів візуалізації, які сприяють адаптації до сучасних медійних умов, підсилюють зміст повідомлень і полегшують їх сприйняття аудиторією, що допомагає привертати увагу глядачів. Графіки, інфографіка, карти та відеоматеріали відіграють ключову роль у допомозі глядачам краще зрозуміти складні теми, такі як економічні прогнози, військові конфлікти чи соціальні реформи. Вони роблять інформацію доступнішою та зрозумілішою для широкої аудиторії. Узагальнено, що теленовини в умовах гібридної медіареальності виступають потужним інструментом впливу, спрямованим на інформування суспільства. Вивчення їхньої ефективності та розробка стратегій подачі є надзвичайно важливими для забезпечення якісної взаємодії між медіа і громадськістю, збереження соціальної єдності та стабільності, а також підтримки інформаційної безпеки держави в умовах сучасних викликів.

Література:

1. Бутиріна М. Основні тренди та конструкти постжурналістики. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації*», 2017. Вип. 12. С. 9–13.

2. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посіб. Київ: Академія української преси, 2004. 262 с.

3. Дембіцький С. Особливості аудиторії телемарафону «Єдині новини». URL: https://isnasu.org.ua/popsci/016_Dembitskiy__Osoblyvosti_auditorii_telemarafonu.php

4. Довіра до телемарафону «Єдині новини» впала. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3855421-dovira-do-telemarafonu-edini-novini-vpala.html

5. Ільганаєва В. О. Комунікаційний світ сучасного суспільства як медіа-реальність. *Світ соціальних комунікацій*, 2012. Т. 5. С. 34–37.

6. Куляс Ігор, Довженко Отар. Методологія моніторингів телевізійних і радійних програм громадської організації «Детектор медіа» (новини, підсумкові тижневики, публіцистичні авторські програми, політичні ток-шоу, інтерв'ю). URL: https://detector.media/monitoring/article/136891/2018-04-24-metodologiya-monitoryngiv-televiziynykh-i-radiynykh-programgromadskoi-organizatsii-detektor-media-novyny-pidsumkovi-tyzhnevyky-publitsystychni-avtorski-programy-politychni-tok-shou-intervyu/

7. Куляс Ігор, Лигачова Наталія, Моніторинг телемарафону змінює формат (опис нової методології). URL: https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/233301/2024-10-11-monitoryng-telemarafonu-zminyuie-format-opys-novoi-metodologii/

8. Мітчук О. А., Горбенко Г. В., Погребняк І. В. Конструювання новинної реальності в масмедіа. *Держава та регіони*, 2022. № 3 (51). С. 46–51. URL: http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/article/viewFile/922/901

9. Москвич Ольга. Медіа-реальність як сучасний соціокультурний простір. *Соціологічні студії.* 2014. 2 (5), С. 52–56. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/9750/1/socst_2014_2_10.pdf

10. Нагорна Ю. Інфотейнмент у регіональному новинному теледискурсі. *Communications and Communicative Technologies,* 2022. Вип.22. С. 100–106. URL: https://doi.org/10.15421/292211

11. Решетуха Т., Кушнір О., Вільчинська Т. Проблемний дискурс підсумкових випусків новин регіональних телеканалів (на прикладі «TV-4» та «ІНТБ»). *Communications and Communicative Technologies*, 2025. Вип. 25. С. 45–54. URL: https://doi.org/10.15421/292506

12. Різун В. В. Медіавплив: метафора чи реальність? *Актуальні питання масової комунікації*, 2021. Вип. 30. С. 10–13. URL: https://cimc.knu.ua/uk/issue/view/59/53

13. Семенюта Ірина. Прогрес в умовах апокаліпсиса: головні медіависновки-2025. URL: https://detector.media/community/article/247051/2026-01-16-progres-v-umovakh-apokalipsysa-golovni-mediavysnovky-2025/
14. Серед українців зростає довіра до новин традиційних медіа. Дослідження. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/4039589-sered-ukrainciv-zrostae-dovira-do-novin-tradicijnih-media.html
15. Соломін Є. Телепроєкти «Єдині новини» та «Freeдом» як спосіб інформаційного спротиву російській агресії та засіб регулювання медіасферою під час війни. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Журналістика*. 2022. Випуск 3(5). С. 62–71. URL: https://journals.maup.com.ua/index.php/philology/issue/view/244/262
16. Стівенс Мітчел. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет. К. : Вид. Дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 407 с.
17. Телеканал «ІРТ Полтава». 2026. YouTube. URL: https://www.youtube.com/@irtpoltavatv
18. Телеканал «Перший Закарпатський». 2026. YouTube. URL: https://www.youtube.com/channel/UC1AizOQeBDEEhCwFxqs1kEg
19. Телемарафон Єдині новини: онлайн. Телеканал «Інтер». 2026. YouTube. URL: https://www.youtube.com/@podrobnostiua
20. Школьний В. Проблема ідентичності та позиціювання українських інформаційних телеканалів в умовах повномасштабної війни. *Communications and Communicative Technologies*, 2025. Вип. 25. С. 117–124. URL: https://doi.org/10.15421/292514

Дата першого надходження статті до видання: 23.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

УДК 070.48:37:355.45(477.86)
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.18

Галина СИНОРУБ
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри журналістики,
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка
ORCID: 0000-0001-7073-0752

Анжеліка БОНДАРЧУК
аспірантка кафедри журналістики,
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка
ORCID: 0009-0001-0251-8888

ОСВІТНЯ ПРОБЛЕМАТИКА В ОНЛАЙН-ВИДАННІ «РАІ» У ПЕРІОД НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

На тлі повномасштабного вторгнення РФ в Україну український медіаландшафт зазнав суттєвих трансформацій. Регіональні телеканали наразі позиціонуються критично важливими в контексті достовірного інформування суспільства. Дослідження присвячене аналітиці висвітлення освітньої проблематики регіональними медіа-ресурсами у часі війни в Україні, на прикладі телерадіокомпанії РАІ (м. Івано-Франківськ). У статті ідентифіковано місце регіональних інформаційних ресурсів у актуальній комунікаційній парадигмі, практична реалізація якої містить в основі сегментовані інформаційні інтереси, цифрові інновації та концепти глобальної журналістики в медіа-дискурсі. Охарактеризовано трансформацію системи функціонування українських інформаційних ресурсів на тлі війни, обґрунтовано динаміку поведінкового реагування медіа-аудиторії. Проаналізовано специфіку модифікації регіонального медіа-дискурсу у локальному фокусі сприйняття динаміки освітнього поля. Виокремлено виклики, що формуються перед регіональними ресурсами медіа в сучасних умовах. На прикладі телерадіокомпанії РАІ (м. Івано-Франківськ) обґрунтовано пріоритетність освітньої проблематики в часі повномасштабної війни. Простежено трансформацію кількісного представлення спеціалізованого контенту в регіональному телеетері впродовж воєнних років, визначено основні наративи новин, осмислено причини зміни векторів у представленні освітньої проблематики. Визначено ключові теми, що становлять інтерес для громадськості. На основі аналізу змісту контенту телерадіокомпанії «РАІ» в період воєнного стану встановлено, що основна частина контенту зосереджена на питаннях безпеки освітнього середовища, підтримці безперервності навчального процесу, вирішення проблем фінансування. Доведено важливість місцевих новинних платформ у контексті формування цілісної картини реальної дійсності, поступу громадського діалогу та усвідомлення викликів війни для функціонування освітнього середовища.

Ключові слова: *регіональні медіа, телебачення, радіо, освітня проблематика, телеетер, період невизначеності, онлайн-видання.*

Halyna Synorub, Anzhelika Bondarchuk. EDUCATIONAL ISSUES IN THE ONLINE PUBLICATION "RAI" DURING A PERIOD OF UNCERTAINTY

Regional media platforms strengthen the connection between members of the same community, as they represent the voice of the public, broadcasting information about its socio-economic problems. Currently, the development of society is focused on the communication personalization of an audience with more localized interests, and the online format of a news resource best meets such requests. The article aims to highlight the real state of representation of the mentioned issues on the air of the RIA publication, as well as approaches to its interpretation. The article identifies the place of regional information resources in the current communication paradigm, the practical implementation of which is based on segmented information interests, digital innovations and concepts of global journalism in media discourse. The transformation of the system of functioning of Ukrainian information resources against the backdrop of the war is characterized, the dynamics of the behavioral response of the media audience are substantiated. The transformation of the quantitative presentation of specialized content on regional television during the war years is traced, the main news narratives are identified, and the reasons for the change in vectors in the presentation of educational issues are understood. It is worth noting that the dynamics of the context of covering educational issues in the considered regional media recently reflect key social trends and a gradual focus on the problems of forming a holistic picture of the reality of the development of the educational environment, the progress of public dialogue and understanding the difficulties associated with military aggression. The importance of local news platforms in the context of forming a holistic picture of reality, advancing public dialogue, and awareness of the challenges of war for the functioning of the educational environment is proven.

Key words: *regional media, television, radio, educational issues, television, period of uncertainty, online publications.*

© Синоруб Г., Бондарчук А., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

Постановка проблеми. Від початку повномасштабної агресії РФ сфера медіа зазнала суттєвих трансформацій. Особливо це відобразилось на діяльності регіональних новинних телеканалів та онлайн-видань, котрі оперативно адаптувалися до нових викликів в контексті динаміки фокусу контенту. Івано-франківська телерадіокомпанія РАІ, що з початком війни став ефективною регіональною платформою об'єктивних новин, поступово змістив акцент із подій війни на актуальну соціально-економічну проблематику, при цьому трансформуючи традиційні моделі функціонування шляхом просування у соцмережах та цільових комунікаційних платформах.

Регіональні медіаресурси позиціонуються досить надійними джерелами новинної інформації, що сприяють реалізації регіональної політики суспільного розвитку, активно підтримують громадські ініціативи. Наразі регіональні онлайн-ресурси тривають у функціоналі вагомого сектору інформаційно-комунікаційного суспільства. Базовим концептом журналістської діяльності в даній сфері виступає синергія патріотизму та професіоналізму, що водночас слугує передумовою забезпечення інформаційної безпеки в медіа-просторі.

Освітня проблематика Івано-Франківщини, що знаходить відображення в новинах, у фокусі російсько-української війни торкається низки актуальних проблемних питань. Ключові питання висвітлюються у різних джерелах, проте особлива роль відводиться місцевим онлайн-виданням. Дослідження новинного регіонального телеетеру в аспектах освітньої діяльності в часі війни дозволить здійснити вагомий внесок у наукове усвідомлення соціально-економічної проблематики медіапростору. Стаття має на меті висвітлення реального стану репрезентації зазначеної проблематики в етері телерадіокомпанії РАІ, а також підходів до її інтерпретації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тема дослідження регіональних медіа не є новою в сучасному науковому дискурсі, водночас, проблематика освітнього поля у регіональному новинному телеетері Івано-Франківщини досліджена у науковій літературі фрагментарно.

Дослідженню діяльності регіональних інформаційних мовників присвячені публікації та наукові роботи Є. Гончаренко [2], І. Луцюк [5], Н. Стеблина [8], Н. Толочко та ін. [9]. Роль регіональних медіаресурсів у процесі національного розвитку аналізували Є. Заславський [4], С. Матвієнків [6]. Вагомий внесок у розвиток проблематики в межах наукового дискурсу здійснили дослідники А. Чобліна [10], Г. Шаповалова [11] та інші, які проаналізували соціальні проблеми в онлайн-виданнях, що створює підґрунтя для розуміння загальних тенденцій медійного висвітлення освітньої проблематика. Водночас, науковцями П. Бондаренко та ін. [1] осмислено тематику свободи слова під час війни.

Крім учених, розвиток регіональної медіасфери аналізують, також, представники громадських організацій (зокрема, «Детектор медіа», StopFake), фахівці Інституту масової інформації тощо. Зазначені платформи зосереджують свої наукові пошуки на специфіці функціонування телеканалів та інших суб'єктів медіаринку, акцентуючи увагу на необхідності забезпечення достовірності та прозорості у висвітленні новин. Водночас попри достатню кількість таких матеріалів, відчувається нестача систематизованого аналізу освітньої проблематики у онлайн-виданнях в регіональному розрізі, що обмежує розуміння їх впливу на суспільний розвиток.

Метою статті є аналітика освітніх аспектів новинного телеетеру регіональних онлайн-ресурсів у часі війни в Україні, на прикладі телерадіокомпанії РАІ (м. Івано-Франківськ).

Виклад основного матеріалу. Регіональні медіа сьогодні перетворюються на двосторонні комунікаційні платформи, що стимулюють диспут щодо важливих соціальних проблем, доступний у варіативних форматах [12]. Це забезпечує дуже швидке поширення інформації та активну громадську участь, що дозволяє користувачам висловлювати свої думки, висловлювати обурення чи підтримку.

Регіональні медіа-платформи укріплюють зв'язок між учасниками однієї громади, адже репрезентують голос громадськості, транслюючи інформацію про її соціально-економічні проблеми. Наразі розвиток соціуму зосереджений на комунікаційній персоналізації аудиторії з більш локалізованими інтересами [14], і онлайн-формат новинного ресурсу максимально відповідає таким запитам.

Однак важливо розглядати не тільки те, як медіа відображають події, а й те, як вони впливають на формування громадської думки та сприйняття конфлікту. Розвиток інноваційного технологічного простору зумовив значну динаміку в комунікаційній

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

сфері [13; 15]. Медіа стають ефективним інструментом для практичного впливу на поведінкові реакції громадськості, а також засобом маніпулятивного впливу, що призвело до падіння рівня довіри до інформаційних ресурсів у суспільстві. Динаміка довіри українців до медіа [3] (рис. 1) демонструє поступове зростання кількості респондентів, що не довіряють жодному джерелу інформації, і така тенденція насторожує.

Ситуація, що склалася, свідчить про необхідність зменшення політичного контексту в новинних ресурсах, потребі в акцентуванні на актуальних соціально-економічних проблемах та підвищенню рівня прозорості подання новинного контенту.

Для дослідження, також, обрано новинний контент телерадіокомпанії РАІ – івано-франківського обласного регіонального мовника [7]. Обсяг мовлення сягає 24 години на добу. Телерадіокомпанія РАІ функціонує на різних медіамайданчиках: канал «РАІ», радіо «РАІ», офіційний сайт та сторінка у Facebook. Також канал представлений на медіаплатформах, які працюють по всій Україні та за кордоном. Потенційна глядацька аудиторія – 800 000 глядачів. Сайт РАІ містить низку розділів, кожен із них містить унікальний контент, який регулярно оновлюється. Усі новинні сюжети за тематичним критерієм умовно поділено на сімнадцять категорій, в низці з яких присутні освітні питання.

Кількісний аналіз новинних сюжетів телерадіокомпанії РАІ впродовж 2023 року продемонстрував пріоритетність висвітлення соціальної проблематики краю. Це свідчить про те, що регіональне медіа, попри помітне розширення географії новин, все ще оперативно й детально інформує громаду про зміни в житті Івано-Франківська та області (рис. 2).

Рис. 2. Результати аналізу новинного контенту телерадіокомпанії РАІ (за період 01.01.2023 – 31.12.2023), %

Джерело: Onlain-vydannia, 2026

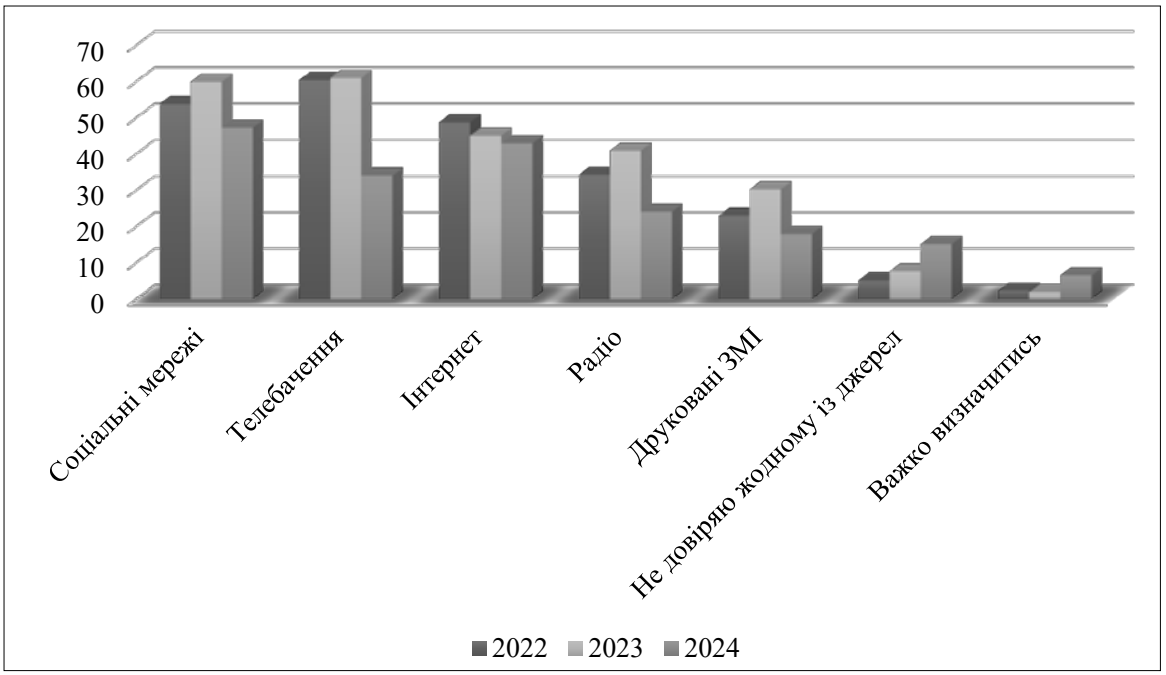

Рис. 1. Динаміка рівня довіри українців до медіаресурсів, % за 2022–2024 рр.

Джерело: Opora, 2024

У контексті детального аналізу стану відображення освітньої проблематики телерадіокомпанією РАІ у період невизначеності було проаналізовано 155 сюжетів на задану тематику, що були висвітлені в період від 24 лютого 2022 р. та до лютого 2026 року. Контентний аналіз ресурсу свідчить про оперативне та об'єктивне реагування журналістів РАІ на суспільні виклики в сфері освіти. Необхідно виокремити ключові наративи у наступному розрізі:

1. Внутрішньо переміщені особи (ВПО). У 10 сюжетах представлено спектр проблем та запропоновані можливості для задоволення першочергових потреб ВПО у сфері освіти. Зокрема, етер «У Франківську відкрився вже четвертий освітній простір для дітей захисників та ВПО» (21.09.2024) висвітлює, як організовують цікаві заняття для дітей, які постраждали через війну чи просто опинились у скрутному становищі.

2. Волонтерська діяльність представлена в 11 сюжетах про добровільну суспільно корисну діяльність. Зокрема, у етері «Заклади освіти Долинської громади отримали гуманітарну допомогу» (13.02.2023) висвітлено інформацію про практичну підтримку освітніх закладів міжнародними партнерами.

3. Питання цифрової трансформації освітнього середовища розкрито в 18 матеріалах з вибірки, які висвітлюють різні аспекти інноваційного апгрейду навчального процесу. Зокрема, мова йде про сюжети «Для іванофранківців стартував безкоштовний курс з медіаосвіти» (10.01.2023), «Івано-Франківщина – серед лідерів цифрової освіти» (28.10.2025), «Половина шкіл Прикарпаття перейшла на цифрову освітню екосистему «Мрія»» (03.02.2026), що свідчить про ефективне впровадження цифрового інструментарію в освітнє середовище для його адаптації до викликів періоду невизначеності.

4. Ініціативи щодо розширення та вдосконалення освітнього простору представлені в 12 сюжетах про різноманітні проєкти, які підтримують освітнє середовище та допомагають йому адаптуватися до викликів війни.

Зокрема, у новині «В Університеті Короля Данила, в честь 26-річчя, відкрили новий освітній простір» (05.05.2023) розповідається про першу Всеукраїнську науково-практичну конференцію про теорію та практику правозастосування в сучасних умовах державотворення.

Сюжет «Нове освітнє середовище відкрили в Коломиї» (23.01.2025) висвітлює інформацію про ініціативу «Spatium», де чекають як на дошкільнят так і на дорослих для отримання якісної педагогічної та психологічної підтримки, і навіть для підготовки до Національного мультипредметного тесту із різних предметів.

Водночас у контенті «Світлана Онищук: на Прикарпатті створюють сучасні освітні простори» (26.06.2025) висвітлюється деталі прямої державної підтримки на облаштування сучасних кабінетів у школах, а у етері «У Бурштині відкрили школу медійного просвітництва» (08.06.2023) мова йде про ініціативу з медійного просвітництва «Медіа. Діти», що має на меті надання молодому поколінню більшої відкритості до суспільства та стимулювання розвитку творчого потенціалу.

5. Особлива увага в новинному контенті телерадіокомпанії РАІ за досліджуваний період приділена питанням безпеки освітнього середовища (більше 25 сюжетів). Зокрема, мова йде про етери «Фахівці обласної спеціальної комісії обстежують захисні споруди в освітніх закладах» (22.08.2022), «Майже півтисячі закладів освіти Прикарпаття не мають укриттів» (09.08.2024), публікації «В ОВА відбулася нарада щодо безпеки освітнього процесу» (08.08.2024), «Результати моніторингу організації харчування в закладах освіти області» (07.11.2025).

6. У контенті телерадіокомпанії РАІ на регулярній основі висвітлюються результати аналітики організації освітнього процесу в умовах війни (більше 35 сюжетів). Так, у публікації «Результати досліджень організації освітнього процесу в умовах війни» (28.05.2024) репрезентовані статистичні дані щодо якості організації освітнього процесу в умовах війни у 2023/2024 навчальному році.

У етерах «На Прикарпатті освітяни обговорювали питання навчання в умовах війни» (29.08.2023), «В Івано-Франківську обговорили шляхи розвитку освіти в умовах війни» (30.06.2023), «Освітяни обговорили особливості організації навчального процесу в умовах війни» (23.08.2022) висвітлюються ключові наративи освітньої концепції, спрямованої на подолання викликів воєнного часу.

7. Присутня у контенті онлайн-видання і проблематика педагогічно-психологічного спектру (більше 10 сюжетів). Мова йде, зокрема, про інклюзію та протидію булінгу. Етери «В Івано-Франківську стартував проєкт для дітей з особливими освітніми потребами» (18.07.2025) та «Алгоритм взаємодії щодо превенції та протидії булінгу в закла-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

дах освіти» (16.09.2024) розкривають ключові проблеми ризиків як насильства, так і ігнорування індивідуальних траєкторій розвитку, що набувають особливих ризиків на тлі психоемоційного впливу війни.

Загалом, дослідження презентує трансформацію контенту телерадіокомпанії РАІ у період військових викликів (Onlain-vydannia, 2026). Варто зауважити, що динаміка контексту висвітлення освітньої проблематики в розглянутому регіональному медіа в останній час є відображенням ключових суспільних тенденцій та поступовим зосередженням уваги на проблемах формування цілісної картини дійсності розвитку освітнього середовища, поступу громадського діалогу та розуміння складнощів, пов'язаних з військовою агресією. Загалом, регіональні медіа-платформи стали стратегічним джерелом інформування, підтримки громад та регіонального розвитку.

Висновки. У часі тривалої гібридної війни, коли медіапростір стає вразливим до маніпуляцій, регіональні інформаційні видання відіграють надзвичайно важливу роль у забезпеченні подання об'єктивної та збалансованої інформації. Аналіз освітньої проблематики в контенті телерадіокомпанії РАІ (м. Івано-Франківськ) за період від 24 лютого 2022 р. та до лютого 2026 р. дозволив окреслити переважаючі предметні наративи телеетеру: питання безпеки освітнього середовища, ініціативи щодо розширення та вдосконалення освітнього простору, питання цифрової трансформації, проблематика педагогічно-психологічного спектру, результати аналітики організації освітнього процесу в умовах війни, волонтерська діяльність та проблема освіти ВПО. У масиві сюжетів онлайн-платформи впродовж досліджуваного періоду простежується поступове віддалення від воєнної проблематики, з одного боку, та активне привернення уваги до локальних проблем освітнього поля.

Результати дослідження володіють практичною значимістю щодо модернізації функціонування новинно-аналітичних служб регіональних медіа-платформ. Перспективи майбутніх наукових розвідок вбачаються у розширенні компаративного аналізу інформаційного контенту різних інформаційних онлайн-платформ краю.

Література:

1. Бондаренко П., Печончик Т., Сухарина А., Яворський В. Виклики для свободи слова та журналістів в умовах війни: соціологічне дослідження. Київ : Центр прав людини ЗМІНА, 2023. 56 с. URL: http://surl.li/nragm

2. Гончаренко Є. С. Проблеми розвитку регіональних ЗМІ в умовах війни в Україні. *Політикус : наук. журнал*. 2024. № 4. С. 43–50. URL: http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/21438

3. Дослідження. Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни. *Опора*. 2024. https://www.oporaua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhivannya-ukrayinciv-tretiy-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25292

4. Заславський Є. Стан українських регіональних медіа 2023 року. *Media Development Foundation*: офіційний вебсайт. 2023. URL: https://research.mediadevelopmentfoundation.org/

5. Луцюк І. Регіональні ЗМІ в сучасному суспільстві: функції, завдання та проблеми. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика*. 2014. Вип. 39(2). С. 152–157. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2014_39(2)__22

6. Матвієнків С. Регіональні медіа: визначення поняття та особливості функціонування в умовах російсько-української війни 2022 року. *Російсько-української війни (2014–2022 рр.): історичні, політичні, культурно-освітні, релігійні, економічні та правові аспекти* : матеріали конференції. Рига, Латвія: Baltija Publishing, 2022. С. 992–999. URL: http://surl.li/fqxim

7. Онлайн-видання РАІ: офіційний вебсайт. 2026. URL: https://rai.ua/

8. Стеблина Н. Оцінювання дотримання професійних стандартів у популярних регіональних телеграм каналах України. *Регіональна журналістика в Україні: історія, реалії, виклики, перспективи: Збірник наукових праць за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції, ПНПУ імені В. Г. Короленка*. Полтава. 2023. С. 147–152. URL: http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/25918

9. Толочко Н., Шаповалова Г., Путрашик В. Виклики і завдання філії суспільного мовлення прикордонного регіону в умовах війни. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. 2023. Вип. 34 (73). С. 193–199. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/52071

10. Чобліна А. Соціальні мережі як додаткові платформи дистрибуції контенту регіональних ЗМІ. ЗНУ Запоріжжя. 2024. 50 с. URL: https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/handle/12345/19491?locale-attribute=uk

11. Шаповалова Г. В., Шебештян Я. М., Толочко Н. В. Завдання регіональних медіа у формуванні інформаційної стійкості аудиторії під час війни: український досвід. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Том 35 (74). № 6. С. 418–428. DOI: https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.6/64

12. Horchykova A. Regional media in the context of globalization (on the example of TV channels of the Rivne region). *State and regions. Series: Social communications*. 2014. № 4. P. 64–69.
13. Rusyniak A. Regional mass media in the process of democratic transformations in Ukraine: specificity and problematic dimension. *Politykus*. 2020. № 6. P. 51–57. https://doi.org/10.24195/2414-9616.2020-6.9
14. VinPress. Регіональна журналістика України в розбудові толерантного інформаційного простору. 2024. URL: http://vinpress.org.ua/context/regionalna-zhurnalistika-ukrayini-v-rozbudovi-tolerntnogoinformaciynogo-prostoru.html
15. Zmii L. Ukrainian regional means of mass communication: a sociological interpretation. [Abstract of the candidate's dissertation: 22.00.04 Social Sciences]. V.N. Karazin Kharkiv National University, 2013.

Дата першого надходження статті до видання: 22.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

УДК 811.111’374
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.19

Юлія ТОМЧАКОВСЬКА
доктор філологічних наук, доцент, завідувач кафедри іноземних мов,
Національний університет «Одеська юридична академія»,
yuliya.tomchakovskaya@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0117-2704

Лідія ШВЕЛІДЗЕ
кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов,
Національний університет «Одеська юридична академія»,
9087000@gmail.com
ORCID: 0000-0003-2291-5255

Тетяна СТАШУК
аспірант, асистент кафедри іноземних мов,
Національний університет «Одеська юридична академія»,
tetiana.stashuk10@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3475-6530

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ “PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION” В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Статтю присвячено дослідженню лексико-семантичного поля «Public management and administration» в англійській мові. Метою дослідження є визначення складу, структурної організації та семантичних характеристик лексичних одиниць, що формують дане лексико-семантичне поле, а також встановлення його ядра і периферійних зон. Матеріалом дослідження слугували англомовні терміни, відібрані з сучасних лексикографічних джерел, зокрема словників публічного адміністрування. У процесі роботи використано описовий метод, метод семантичного та компонентного аналізу, а також метод польового моделювання. У результаті відбору сформовано корпус лексичних одиниць, що позначають інституції публічної влади, управлінські процеси, адміністративні процедури та фінансово-економічні механізми функціонування публічного сектору. У статті встановлено тематичну організацію досліджуваної лексики та виокремлено кілька основних семантичних груп: терміни на позначення суб’єктів та інституцій публічного управління, управлінських процесів і процедур, фінансово-економічних механізмів функціонування публічного сектору, а також результатів діяльності публічної влади. Проведений етимологічний аналіз засвідчив переважно латинсько-французьке походження досліджуваної лексики, що відображає історичний розвиток європейської адміністративно-правової традиції. У результаті польового аналізу визначено структуру лексико-семантичного поля “Public management and administration”, яка включає ядро, приядерну та периферійну зони. Ядро поля становлять базові концепти публічного управління (public administration, public management, governance, public sector), тоді як приядерна зона представлена термінами, що конкретизують організаційні та процедурні аспекти діяльності публічної влади. Периферію формують спеціалізовані поняття, пов’язані з економічними, фінансовими та соціальними аспектами функціонування публічного сектору.

Ключові слова: *лексико-семантичне поле, термінологія, терміносистема, публічне управління, етимологія, структура.*

Yuliia Tomchakovska, Lidiia Shvelidze, Tetyana Stashuk. LEXICAL-SEMANTIC FIELD “PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION” IN THE ENGLISH LANGUAGE

The article is devoted to the study of the lexical-semantic field “Public management and administration” in the English language. The aim of the research is to determine the composition, structural organization, and semantic characteristics of lexical units that form this lexical-semantic field, as well as to identify its core and peripheral zones. The research material consists of English terms selected from modern lexicographic sources, particularly dictionaries of public administration. In the course of the study, the descriptive method, the method of semantic and componential analysis, and the method of field modeling were employed. As a result of the selection process, a corpus of lexical units denoting institutions of public authority, managerial processes, administrative procedures, and financial and economic mechanisms of the functioning of the public sector was formed. The article establishes the thematic organization of the analyzed vocabulary and identifies several main semantic groups: terms denoting subjects and institutions of public administration, managerial processes and procedures, financial and economic mechanisms of the functioning of the public sector, as well as the results of public authority activities. The conducted etymological analysis demonstrates the predominantly Latin and French origin of the studied vocabulary, reflecting the historical development of the European administrative and legal tradition. The field analysis allowed for

© Томчаковська Ю., Швелідзе Л., Сташук Т., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

determining the structure of the lexical-semantic field "Public management and administration," which includes the core, the near-core zone, and the periphery. The core of the field consists of the basic concepts of public governance (public administration, public management, governance, public sector), while the near-core zone is represented by terms specifying the organizational and procedural aspects of public authority activities. The periphery is formed by specialized concepts related to the economic, financial, and social aspects of the functioning of the public sector.

Key words: *lexical-semantic field, terminology, terminological system, public management, etymology, structure.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку державного управління та трансформації суспільно-політичних інституцій особливої актуальності набуває дослідження мовних засобів репрезентації понять, пов'язаних із сферою публічного управління. Активне поширення англійської мови як мови міжнародної наукової комунікації та управлінської практики зумовлює необхідність системного аналізу термінологічного апарату, що функціонує у галузі публічного управління. Значна кількість понять цієї сфери формує складну мережу семантичних зв'язків, яка відображає структуру управлінських процесів, функцій і інституцій.

Проблема полягає у відсутності комплексного лінгвістичного опису лексико-семантичного поля, що репрезентує зазначену сферу в англійській мові. Наявні дослідження здебільшого зосереджуються на окремих термінах або на галузевій термінології державного управління, тоді як системні зв'язки між лексичними одиницями, їх ієрархічна організація, семантичні мікрополя та структурні особливості залишаються недостатньо вивченими. У зв'язку з цим виникає потреба у визначенні складу, структури та семантичних відношень між одиницями, що формують відповідне лексико-семантичне поле.

Актуальність дослідження також зумовлена практичними потребами перекладу, термінографії та викладання англійської мови для спеціальних цілей, зокрема у сфері державного управління, публічної політики та права. Систематизація лексики, що позначає явища публічного управління, сприятиме точнішому використанню термінів у науковому дискурсі, покращенню якості перекладу фахових текстів та формуванню професійної іншомовної компетентності здобувачів освіти. Таким чином, дослідження лексико-семантичного поля "Public management and administration" пов'язане з розв'язанням важливих наукових і практичних завдань сучасної лінгвістики, термінознавства та прикладної філології.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування, систематизації та функціонування термінології спеціальних сфер діяльності неодноразово ставали предметом наукових досліджень у сучасному мовознавстві. У працях, присвячених теорії термінології, розглянуто принципи формування терміносистем, особливості семантичної організації термінів та закономірності їхнього функціонування у фаховому дискурсі. Зокрема, у дослідженнях наголошується, що термінологія є впорядкованою системою лексичних одиниць, пов'язаних спільністю понятєвої сфери та структурованих за певними семантичними ієрархіями [1].

Вагомий внесок у розвиток теорії термінотворення зроблено у працях, де розглядаються семантичні та соціолінгвістичні аспекти формування термінів, зокрема питання мотивації, номінації та функціонування спеціальної лексики в науковому дискурсі [2]. У цих дослідженнях підкреслюється, що термінологічні системи формуються під впливом як внутрішньомовних, так і позамовних чинників, що відображають розвиток відповідної галузі знань.

Окрему групу становлять роботи, присвячені дослідженню англомовної термінології менеджменту та управління. У них аналізуються структурно-семантичні характеристики терміносистеми менеджменту, визначаються її основні тематичні групи та особливості функціонування у професійному дискурсі [3; 5]. Також розглядаються питання унормування термінології менеджменту та принципи стандартизації фахових назв у сучасній українській мові [4].

У новіших дослідженнях увагу зосереджено на етимологічних джерелах англомовних термінів менеджменту, а також на їхній структурній організації та способах формування в сучасній англійській мові [6]. Поряд із цим аналізується структурно-семантична будова англомовних термінів менеджменту, що дозволяє виявити продуктивні моделі їх творення та визначити закономірності формування відповідної терміносистеми [7].

Лексикографічні джерела також відіграють важливу роль у дослідженні термінології управління, оскільки вони фіксують усталені значення термінів та відображають їхнє функціонування у професійній комунікації [8].

Разом з тим аналіз наукових праць свідчить, що, попри значну увагу до проблеми термінології менеджменту, питання комплексного опису лексико-семантичного поля, яке репрезентує сферу публічного управ-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

ління, залишається недостатньо розробленим. Зокрема, потребує подальшого дослідження структура цього поля, його ядро та периферія, а також семантичні зв'язки між одиницями, що входять до його складу. Саме це зумовлює необхідність подальшого лінгвістичного аналізу відповідної лексики у межах сучасних підходів до вивчення терміносистем.

Метою статті є дослідження лексико-семантичного поля "Public management and administration" в англійській мові шляхом виявлення його структурної організації, визначення ядра та периферії, а також аналізу семантичних зв'язків між одиницями, що репрезентують сферу публічного управління та адміністрування.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких завдань: здійснити відбір лексичних одиниць, що репрезентують сферу public management and administration; проаналізувати їхні семантичні характеристики та тематичну організацію; встановити структурні елементи досліджуваного лексико-семантичного поля та визначити його ядро і периферійні зони.

Виклад основного матеріалу дослідження виклад основного матеріалу дослідження. Матеріалом дослідження слугували лексичні одиниці англійської мови, що позначають поняття сфери публічного управління та адміністрації, відібрані з сучасних англомовних лексикографічних джерел, зокрема зі словників публічного адміністрування [9; 10].

У процесі дослідження застосовано комплекс методів: описовий метод для систематизації та інтерпретації лексичних одиниць; метод семантичного аналізу для виявлення змістових характеристик термінів; метод компонентного аналізу для визначення семантичної структури лексем; а також метод польового моделювання для встановлення структури лексико-семантичного поля ""ublic management and administration".

До корпусу дослідження увійшли терміни, що позначають інституції публічної влади, управлінські процеси, функції органів управління, форми адміністративної діяльності та інструменти реалізації державної політики. У результаті відбору було сформовано групу лексичних одиниць, серед яких *administrative authority, administrative decision, administrative law, administrative procedure, public administration, public sector, public management, public goods, public interest, public finance, civil service, decentralization, governance, policy, public services, regulatory bodies, taxation, public-private partnership, budget, fiscal policy* та ін.

Семантичний аналіз відібраних одиниць показав, що вони характеризуються високим ступенем термінологічної спеціалізації та відображають ключові концепти функціонування системи публічного управління. Значна частина лексем має складну структуру та утворена шляхом словоскладання або словосполучення (*public administration, administrative decision, public-private partnership*), що є характерною рисою англомовної термінології управління. Багато термінів мають абстрактний характер і позначають не лише конкретні інституції чи посади, а й процеси, принципи та механізми організації державної влади.

Етимологічний аналіз лексичних одиниць, що формують лексико-семантичне поле "Public management and administration", свідчить про їхню переважно латинсько-французьку основу, що є характерною рисою англомовної термінології права, політики та державного управління. Історично формування цієї лексики пов'язане з розвитком адміністративних інститутів у європейській правовій традиції, а також із значним впливом латинської мови як мови права і державного управління.

Зокрема, ключовий термін administration походить від латинського administratio, що означає «управління», «керування», «виконання обов'язків». Цей іменник утворений від дієслова administrare – «керувати», «здійснювати управління», яке, у свою чергу, складається з префікса ad- («до», «для») та основи ministrare («служити», «допомагати», «керувати»). Подібне походження мають і споріднені лексеми administrative та administrator, що функціонують у сучасній термінології публічного управління.

Важливим компонентом досліджуваного поля є лексема public, яка походить від латинського publicus – «суспільний», «державний», «той, що належить громаді». У сучасній англійській мові вона виступає продуктивним компонентом складених термінів, таких як public administration, public management, public policy, public sector, public goods, формуючи цілу групу лексичних одиниць, пов'язаних із діяльністю державних інституцій.

Чимало термінів цієї сфери мають французьке посередництво у процесі запозичення до англійської мови після нормандського завоювання Англії. До них належать, зокрема, authority (від старофранцузького autorité, що походить від

латинського auctoritas – «влада», «авторитет»), policy (від старофранцузького policie – «державний устрій», «управління державою»), government (від старофранцузького governement, від лат. gubernare – «керувати»). Ці слова стали основою сучасної адміністративної та політичної лексики.

Окрему групу становлять терміни, що виникли у результаті розвитку управлінської науки у XX столітті, зокрема management, governance, decentralization, regulation. Наприклад, management походить від старофранцузького manège та італійського maneggiare – «керувати», «маніпулювати», які, у свою чергу, пов'язані з латинським manus – «рука». Термін governance утворений від французького gouvernance і позначає систему управління або механізми керування суспільними процесами.

Етимологічний аналіз також засвідчує продуктивність латинських префіксів і суфіксів у формуванні англомовної адміністративної термінології. Зокрема, у словах decentralization, regulation, administration, taxation простежуються типові латинські словотворчі моделі, що забезпечують формування абстрактних іменників на позначення процесів і явищ управлінської діяльності.

Таким чином, етимологічна структура аналізованоголексико-семантичного поля відображає історичний розвиток європейської адміністративної традиції та демонструє значний вплив латинської та французької мов на формування англомовної термінології державного управління, що зумовлює високий рівень інтернаціональності цієї лексики та її активне використання у міжнародному науковому і професійному дискурсі.

Тематична організація досліджуваної лексики дозволяє виокремити кілька основних семантичних груп. До першої групи належать терміни, що позначають інституції та суб'єкти публічного управління (*public administration, administrative authority, civil service, regulatory bodies*). Друга група охоплює лексеми, які репрезентують управлінські процеси та процедури (*administrative procedure, administrative decision, governance, policy implementation, regulation*). Третю групу становлять терміни, що позначають фінансово-економічні аспекти функціонування публічного сектору (*public finance, budget, taxation, fiscal policy, public-private partnership*). До четвертої групи входять поняття, пов'язані з результатами та цілями діяльності публічної влади (*public goods, public interest, public services*).

Таким чином, аналіз відібраних лексичних одиниць свідчить про складну ієрархічну організацію досліджуваного лексико-семантичного поля, у межах якого функціонують взаємопов'язані тематичні підгрупи, що відображають різні аспекти функціонування системи публічного управління. Така структурна організація демонструє системність термінології цієї галузі та відображає концептуальну структуру відповідної професійної сфери.

У процесі дослідження лексико-семантичного поля було встановлено його основні структурні елементи та визначено ядро, приядерну зону і периферію. Польова організація цієї лексики відображає ступінь семантичної близькості лексичних одиниць до базового концепту публічного управління та їхню функціональну значущість у професійному дискурсі.

Ядро лексико-семантичного поля становлять найбільш узагальнені та концептуально значущі лексеми, які безпосередньо позначають систему публічного управління та її ключові інститути. До них належать *public administration, public management, governance, public sector, public policy, public authority*. Зазначені одиниці характеризуються високим ступенем абстракції, широкою сферою вживання та виступають центрами семантичного тяжіння для інших елементів поля.

Приядерну зону формують терміни, що конкретизують основні елементи та механізми функціонування системи публічного управління. До цієї групи належать лексеми, які позначають організаційні структури, процедури та управлінські процеси: *administrative authority, administrative decision, administrative law, administrative procedure, civil service, decentralization, regulation, public service, regulatory body, policy implementation*. дані одиниці тісно пов'язані з ядром поля та розкривають функціональні аспекти діяльності органів публічної влади.

Периферійну зону становлять лексеми, що відображають окремі галузеві або функціональні аспекти діяльності публічного управління, зокрема економічні, фінансові та соціальні механізми. До них належать такі одиниці, як *public finance, budget, taxation, fiscal policy, public goods, public interest, public-private partnership, social services, local government*. дані терміни мають більш вузьку спеціалізацію та перебувають на межі суміжних галузей знань, зокрема економіки, права та політичної науки.

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

Отже, структура лексико-семантичного поля "Public management and administration" характеризується ієрархічною організацією, у межах якої ядро утворюють базові концепти системи публічного управління, приядерна зона репрезентує організаційні та процедурні механізми її функціонування, а периферія охоплює спеціалізовані поняття, пов'язані з окремими аспектами управлінської діяльності. Така структура відображає системність англомовної термінології публічного управління та її зв'язок із суміжними галузями знань.

Висновки. У результаті проведеного дослідження встановлено, що лексико-семантичне поле "Public management and administration" є системно організованою сукупністю термінологічних одиниць, які репрезентують різні аспекти функціонування сфери публічного управління. Відібрані лексеми характеризуються високим рівнем термінологічної спеціалізації та відображають ключові концепти діяльності органів публічної влади, управлінські процеси, організаційні структури, а також економічні та соціальні механізми реалізації державної політики.

Семантичний аналіз засвідчив, що досліджувана лексика має чітку тематичну організацію та групується у кілька основних семантичних підполів, серед яких: інституції та суб'єкти публічного управління, управлінські процеси й адміністративні процедури, фінансово-економічні механізми функціонування публічного сектору, а також результати та цілі діяльності публічної влади. Така тематична диференціація відображає складну концептуальну структуру досліджуваної сфери та підтверджує системний характер відповідної терміносистеми.

Етимологічний аналіз показав, що більшість лексичних одиниць досліджуваного поля має романське походження, що пояснюється історичним розвитком європейської адміністративно-правової традиції та значним впливом латинської мови як мови права, державного управління та наукової комунікації. Це зумовлює високий рівень інтернаціональності англомовної адміністративної лексики та її активне функціонування у міжнародному науковому та професійному дискурсі.

У процесі польового аналізу встановлено структурну організацію досліджуваного лексико-семантичного поля, що включає ядро, приядерну та периферійну зони. Ядро поля формують базові концепти системи публічного управління (public administration, public management, governance, public sector, public policy), які мають найвищий ступінь узагальнення та виступають центрами семантичного тяжіння. Приядерна зона представлена лексемами, що конкретизують організаційні та процедурні механізми діяльності публічної влади (administrative authority, administrative decision, administrative law, civil service, regulation). Периферію становлять терміни, що відображають спеціалізовані аспекти функціонування публічного сектору, зокрема фінансові, економічні та соціальні механізми (public finance, budget, taxation, fiscal policy, public goods).

Отже, аналізоване лексико-семантичне поле характеризується ієрархічною структурою та складною системою семантичних зв'язків між його компонентами. Отримані результати розширюють уявлення про структурно-семантичну організацію англомовної термінології публічного управління та можуть бути використані у подальших дослідженнях терміносистем, а також у практиці перекладу, термінографії та викладання англійської мови для спеціальних цілей. Перспективи подальших досліджень пов'язані з аналізом функціонування цієї лексики у професійному дискурсі, а також із вивченням її когнітивних і прагматичних характеристик.

Література:

1. Вакуленко М.О. Українська термінологія: комплексний лінгвістичний аналіз : монографія. Івано-Франківськ : Фоліант, 2015. 361 с.

2. Д'яков А.С. Основи термінотворення: семантичні та соціолінгвістичні аспекти : монографія. К. : КМ Academia, 2000. 216 с.

3. Галинська, О. М. Специфіка англомовної терміносистеми менеджменту як сфери бізнес-діяльності. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія"*. 2014. Вип. 45. С. 11–14.

4. Краснопольська Н.Л. Загальні рекомендації щодо унормування української термінології менеджменту. *Українська мова*. 2014. 1(49). С. 97–104.

5. Куделко З.Б. Англійська терміносистема ринкових взаємин: синтагматичні та парадигматичні особливості : дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філол. наук за спеціальністю 10.02.04 – германські мови, 2003.

6. Сухачова Н.С., Воскобойник В.І., Кононенко В.В. Англомовна терміносистема менеджменту: етимологічний аспект. *Закарпатські філологічні студії*. 2024. Вип. 35. С. 121–126. https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2024.35.21

7. Томчаковська Ю.О., Строченко Л.В., Шевченко-Бітенська О.В., Лесневська К.В. Формування англомовний термінів менеджменту в структурно-семантичному аспекті. *Закарпатські філологічні студії*. 2025. Випуск 40. Том 2. С. 258–262. https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2025.40.2.41
8. A dictionary of business and management. URL: https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780199234899.001.0001/acref-9780199234899 (дата звернення: 18.04.2025 р.).
9. Dictionary of public administration / ed. by I. Wieczorek, J. Szymanek. Łódź : National Institute of Local Government Publishing House, 2018. 264 p.
10. Mandal U. C. Dictionary of public administration. New Delhi : Sarup & Sons, 2007. 561 p.

Дата першого надходження статті до видання: 24.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

УДК 811.111’374
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.20

Олександр ТОМЧАКОВСЬКИЙ
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри прикладної лінгвістики та літературознавства,
Національний університет «Одеська юридична академія»,
alexander_tomchakovsky@yahoo.com
ORCID: 0000-0001-6586-8095

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІКОДОВИХ ТЕКСТІВ У ЦИФРОВОМУ ДИСКУРСІ

У статті досліджено стилістичні особливості полікодових текстів у сучасному цифровому дискурсі. Актуальність теми зумовлена зростанням ролі мультимодальної комунікації в сучасному інформаційному просторі та необхідністю переосмислення традиційних підходів до стилістичного аналізу тексту. Метою роботи є виявлення специфіки стилістичної організації полікодових текстів з урахуванням взаємодії вербальних і невербальних компонентів та їхнього впливу на формування смислу й прагматичного ефекту. Матеріалом дослідження слугували 50 статей сучасних онлайн-медіа BBC News, CNN та National Geographic, що містять полікодові елементи, зокрема поєднання тексту, зображень, інфографіки, відео та інтерактивних компонентів. У роботі застосовано описовий, структурно-семантичний, стилістичний та мультимодальний аналіз. У результаті дослідження встановлено, що цифровий дискурс характеризується мультимодальністю, гіпертекстуальністю, інтерактивністю та фрагментарністю, що визначає специфіку організації полікодових текстів. Визначено їх основні структурні компоненти та типи взаємодії семіотичних кодів, зокрема доповнювальні, дублювальні, контрастивні та інтегративні зв’язки. Доведено, що стилістичні засоби реалізуються як у вербальному, так і в невербальному компонентах, формуючи єдиний комунікативний ефект. З’ясовано, що експресивність, оцінність і прагматичний вплив у полікодових текстах мають інтегративний характер і досягаються завдяки синергії різних семіотичних ресурсів. Встановлено, що мультимодальна взаємодія забезпечує когезію та когерентність тексту, сприяючи його цілісності та ефективному сприйняттю. Отримані результати підтверджують необхідність комплексного підходу до аналізу полікодових текстів і відкривають перспективи подальших досліджень у галузі мультимодальної стилістики цифрового дискурсу.

Ключові слова: *полікодовий текст, цифровий дискурс, мультимодальність, стилістика, експресивність, оцінність, прагматичний вплив, когезія, когерентність, семіотичні коди.*

Oleksandr Tomchakovskyi. STYLISTIC FEATURES OF POLYCODE TEXTS IN DIGITAL DISCOURSE

The article examines the stylistic features of polycode texts in contemporary digital discourse. The relevance of the topic is obusловлена the growing role of multimodal communication in the modern information space and the need to reconsider traditional approaches to stylistic text analysis. The aim of the study is to identify the specifics of the stylistic organization of polycode texts, taking into account the interaction of verbal and non-verbal components and their influence on meaning-making and pragmatic effect. The research material consists of 50 articles from modern online media, including BBC News, CNN, and National Geographic, which contain polycode elements, namely the combination of text, images, infographics, videos, and interactive components. The study employs descriptive, structural-semantic, stylistic, and multimodal analysis. The results show that digital discourse is characterized by multimodality, hypertextuality, interactivity, and fragmentation, which determine the specific organization of polycode texts. Their main structural components and types of interaction between semiotic codes are identified, including complementary, duplicative, contrastive, and integrative relations. It is proved that stylistic means are realized both in verbal and non-verbal components, forming a unified communicative effect. It is established that expressivity, evaluation, and pragmatic impact in polycode texts have an integrative nature and are achieved through the synergy of different semiotic resources. Multimodal interaction ensures cohesion and coherence of the text, contributing to its integrity and effective perception. The findings confirm the necessity of a comprehensive approach to the analysis of polycode texts and open prospects for further research in the field of multimodal stylistics of digital discourse.

Key words: *polycode text, digital discourse, multimodality, stylistics, expressivity, evaluation, pragmatic impact, cohesion, coherence, semiotic codes.*

Постановка проблеми. У сучасному цифровому комунікативному просторі спостерігається стрімке зростання ролі полікодових текстів, у яких вербальні, візуальні, аудіальні та інші семіотичні компоненти функціонують у тісній взаємодії. Такі тексти стали домінантною формою репрезентації інформації в соціальних мережах, масмедіа, рекламі, освітніх платформах і цифрових інтерфейсах. У зв’язку з цим традиційні підходи до стилістичного аналізу, орієнтовані переважно на вербальний компонент, вияв-

© Томчаковський О., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

ляються недостатніми для адекватного опису та інтерпретації новітніх комунікативних практик.

Проблема полягає в тому, що стилістичні особливості полікодових текстів досі не отримали комплексного системного опису з урахуванням взаємодії різних кодів і їхнього спільного впливу на формування смислу та прагматичного ефекту. Залишається недостатньо дослідженим питання про те, яким чином поєднання вербальних і невербальних елементів модифікує традиційні стилістичні категорії (експресивність, оцінність, образність, інформативність), а також які нові стилістичні засоби виникають у межах цифрового дискурсу.

Окрім того, відсутня уніфікована методологія аналізу полікодових текстів, що враховувала б як лінгвістичні, так і мультимодальні параметри. Це ускладнює опис механізмів стилістичного впливу таких текстів на адресата, зокрема в умовах швидкого сприйняття інформації, характерного для цифрового середовища. Таким чином, актуальним є визначення стилістичних особливостей полікодових текстів у цифровому дискурсі, виявлення специфіки їхньої структурно-семантичної організації та розробка ефективних підходів до їх аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукових публікацій засвідчує, що проблема полікодових текстів перебуває в центрі уваги сучасної лінгвістики, стилістики, теорії дискурсу та мультимодальних студій. У науковому просторі сформовано кілька основних напрямів осмислення цього явища: визначення термінологічного апарату мультимодальності та полікодовості, вивчення структурної організації полікодових текстів, аналіз взаємодії вербальних і невербальних компонентів, а також дослідження їхнього функціонування в різних типах дискурсу [6; 7; 9].

У працях теоретичного спрямування значну увагу приділено уточненню понять мультимодальності, полікодовості, семіотичної неоднорідності тексту, а також окресленню підходів до аналізу складних комунікативних утворень, у яких поєднуються різні знакові системи . У цих дослідженнях обґрунтовано, що сучасний текст дедалі частіше не може розглядатися лише як суто вербальна єдність, оскільки його смислова, прагматична та естетична організація визначається взаємодією слова, зображення, графічного оформлення, просторової композиції та інших модусів [6; 9]. Такий підхід створює методологічне підґрунтя для стилістичного аналізу полікодових текстів у цифровому середовищі.

Окремий блок досліджень пов'язаний із вивченням графічної організації тексту та її стилістичного потенціалу. У наукових розвідках, присвячених графічній формі художнього тексту, доведено, що візуальна репрезентація мовного матеріалу не є лише зовнішнім оформленням, а виступає важливим носієм смислу, експресії та авторської інтенції [1], що особливо важливо для аналізу цифрового дискурсу, де графічні засоби, шрифтове виділення, колір, розташування елементів і композиція стають активними чинниками стилістичного впливу.

У низці праць досліджено функціонування полікодових текстів у конкретних дискурсивних сферах. Так, у роботах, присвячених брендингу, показано роль взаємодії вербальних і невербальних засобів у формуванні іміджу, впізнаваності та комунікативного впливу [2]. У дослідженнях вторинного дискурсу англомовних текстів жанру фентезі розкрито специфіку полікодової організації текстів, пов'язану з поєднанням словесного та візуального компонентів у побудові художнього світу [5]. У роботах, присвячених мультимодальним літературним казкам, особливу увагу зосереджено на текстотвірних ознаках когезії та когерентності, які забезпечують цілісність мультимодального повідомлення [4]. Зазначені спостереження мають важливе значення для розуміння того, як у полікодовому тексті досягається смислова єдність і як стилістичний ефект виникає не лише на рівні мовних одиниць, а й унаслідок міжсеміотичної взаємодії.

Важливим напрямом є також осмислення полікодового тексту в освітньому аспекті. Дослідження, присвячені використанню полікодового тексту як засобу реалізації текстоцентричної технології навчання, демонструють його високу дидактичну ефективність і здатність активізувати сприйняття, інтерпретацію та аналітичну діяльність адресата [3], що підтверджує, що полікодовість є не лише формальною характеристикою сучасної комунікації, а й важливим механізмом організації змісту та впливу на рецепцію тексту.

Окремо слід відзначити новітні дослідження цифрових ігрових середовищ, у яких проаналізовано лінгвістичні та стилістичні особливості письмового сюжетного тексту та тексту інтерфейсу відеоігор, де актуалізовано проблему співвідношення наративного та функціонального компонентів цифрового тексту, а також наголошено на стилістичній специфіці взаємодії сюжетного викладу й інтерфейсних елементів [8]. Отримані результати важливі для дослідження цифрового дискурсу,

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

оскільки відеоігровий простір є одним із найяскравіших прикладів сучасного полікодового середовища, де смисл формується одночасно мовними, візуальними та функціонально-інтерактивними ресурсами.

Отже, аналіз наукових публікацій дає підстави стверджувати, що в сучасному мовознавстві вже накопичено значний теоретичний і практичний матеріал щодо природи полікодових текстів, їхніх структурних характеристик і сфер функціонування. Водночас недостатньо висвітленими залишаються саме стилістичні особливості полікодових текстів у цифровому дискурсі як окремого типу комунікативного простору. Потребують подальшого вивчення засоби створення експресивності, оцінності, прагматичного впливу та образності в умовах взаємодії різних семіотичних кодів, а також специфіка трансформації традиційних стилістичних категорій у мультимодальному цифровому середовищі. Саме це зумовлює актуальність обраної теми і визначає перспективність її подальшого дослідження.

Мета статті полягає у виявленні та системному описі стилістичних особливостей полікодових текстів у цифровому дискурсі з урахуванням взаємодії вербальних і невербальних компонентів, а також визначенні їхнього впливу на формування смислу та прагматичного ефекту. **Завдання дослідження**: охарактеризувати специфіку цифрового дискурсу як середовища функціонування полікодових текстів, визначити структурні компоненти полікодових текстів та типи взаємодії семіотичних кодів, проаналізувати стилістичні засоби у вербальному й невербальному компонентах, виявити особливості формування експресивності, оцінності та прагматичного впливу, з'ясувати роль мультимодальної взаємодії у забезпеченні когезії та когерентності тексту. У роботі застосовано описовий, структурно-семантичний, стилістичний та мультимодальний аналіз.

Виклад основного матеріалу дослідження. Матеріалом дослідження слугували 50 статей сучасних онлайн-медіа, відібраних із авторитетних міжнародних джерел, зокрема *BBC News*, *CNN* та *National Geographic* [10; 11; 12]. До корпусу увійшли публікації, що містять полікодові елементи, а саме поєднання вербального тексту із зображеннями, інфографікою, відеоматеріалами та інтерактивними компонентами, що забезпечує репрезентативність матеріалу для аналізу стилістичних особливостей полікодових текстів у цифровому дискурсі.

Цифровий дискурс як середовище функціонування полікодових текстів характеризується високим рівнем мультимодальності, динамічності та інтерактивності, що безпосередньо впливає на його стилістичну організацію. Аналіз матеріалу дослідження дає змогу виокремити низку специфічних рис цифрового дискурсу.

Передусім, визначальною ознакою є *мультимодальна інтеграція*, яка передбачає поєднання вербального тексту з візуальними (фотографії, інфографіка), аудіовізуальними (відео) та графічними елементами. У проаналізованих матеріалах новинні тексти супроводжуються фото- та відеоматеріалами, що не лише ілюструють події, а й виконують самостійну смислотворчу та стилістичну функцію, підсилюючи експресивність і вплив на адресата. Зокрема, у матеріалах *National Geographic* візуальний компонент часто домінує, формуючи емоційно-оцінний фон повідомлення.

Другою важливою характеристикою є *інтерактивність* і *гіпертекстуальність*. Онлайн-статті містять гіперпосилання, інтерактивні елементи, можливість переходу до додаткової інформації, що створює нелінійну структуру тексту. У матеріалах *BBC News* і *CNN* це проявляється у включенні посилань на пов'язані новини, довідкові блоки, інтерактивні карти, що розширює контекст і змінює традиційне сприйняття тексту як завершеної одиниці.

Наступною рисою є *компресія та фрагментарність викладу*, зумовлена специфікою онлайн-комунікації та орієнтацією на швидке сприйняття інформації. Тексти характеризуються короткими абзацами, підзаголовками, виділенням ключових елементів, що поєднується з візуальними блоками. Така організація забезпечує ефективне сприйняття інформації в умовах цифрового середовища.

Важливою особливістю є також *підвищена роль візуальної експресивності*. У цифровому дискурсі стилістичний ефект досягається не лише мовними засобами, а й через колір, композицію, масштаб зображень, типографіку. У досліджених матеріалах візуальні елементи часто виступають носіями оцінності та емоційності, що особливо помітно у репортажах і науково-популярних статтях.

Крім того, цифровий дискурс характеризується *адаптивністю та персоналізацією*, оскільки контент може змінюватися залежно від платформи, пристрою та користувача. Це впливає на спосіб подання інформації та організацію полікодового тексту, зокрема через варіативність візуального оформлення та структури.

Полікодовий текст у цифровому дискурсі має складну багаторівневу структуру, що формується через взаємодію кількох семіотичних компонентів. На основі проаналізованого матеріалу онлайн-медіа до його структурних компонентів належать вербальний компонент (основний текст, заголовки, підзаголовки, підписи), візуальний компонент (фотографії, ілюстрації, інфографіка), аудіовізуальний компонент (відео, анімації), графічно-типографічний компонент (шрифтове виділення, колір, композиційне оформлення), а також гіпертекстуальний компонент (посилання, інтерактивні елементи, навігаційні блоки). Кожен із цих елементів виконує не лише допоміжну, а й смислотворчу функцію, беручи участь у конструюванні цілісного повідомлення.

Взаємодія семіотичних кодів у полікодовому тексті реалізується через кілька основних типів. Насамперед це доповнювальна взаємодія, коли візуальний компонент уточнює або розширює зміст вербального повідомлення, наприклад інфографіка деталізує статистичні дані, подані в тексті. Другим типом є дублювальна взаємодія, за якої інформація повторюється в різних кодах для посилення впливу та полегшення сприйняття. Також спостерігається контрастивна взаємодія, коли вербальний і візуальний компоненти створюють смислову напругу або іронічний ефект. Окремо можна виокремити інтегративну взаємодію, за якої різні коди настільки тісно пов'язані, що утворюють єдину семіотичну систему, де значення виникає лише в їхній сукупності.

Аналіз стилістичних засобів показує, що у вербальному компоненті домінують традиційні стилістичні прийоми, зокрема метафори, епітети, порівняння, оцінна лексика, експресивні синтаксичні конструкції та риторичні запитання. У новинних текстах BBC і CNN переважає нейтрально-інформативний стиль із елементами помірної оцінності, тоді як у матеріалах National Geographic активніше використовуються образні засоби, що сприяють емоційному залученню адресата.

У невербальному компоненті стилістичний ефект досягається через візуальні та графічні засоби, зокрема композицію зображення, кольорову гаму, контраст, ракурс, масштаб і динаміку кадру. Наприклад, використання крупного плану або контрастних кольорів підсилює емоційний вплив, тоді як інфографіка забезпечує логічну структурованість і наочність інформації. Типографічні засоби, такі як виділення жирним шрифтом, розбивка на блоки та візуальна ієрархія елементів, виконують функцію акцентування та організації сприйняття.

Таким чином, стилістика полікодових текстів формується в результаті комплексної взаємодії вербальних і невербальних засобів, де кожен компонент не лише доповнює інший, а й активно впливає на створення загального смислу, експресивності та прагматичного ефекту повідомлення.

Аналіз матеріалу дослідження дає змогу виявити, що експресивність, оцінність і прагматичний вплив у полікодових текстах цифрового дискурсу формуються завдяки комплексній взаємодії вербальних і невербальних засобів. Експресивність досягається не лише через використання образної лексики, метафор, епітетів і синтаксичних засобів у тексті, а й через візуальні елементи, зокрема емоційно насичені зображення, контрастні кольори, динамічні композиції. У матеріалах National Geographic експресивність часто підсилюється домінуванням візуального компоненту, який створює емоційний фон і сприяє глибшому зануренню адресата в зміст повідомлення.

Оцінність у полікодових текстах реалізується як через мовні засоби (оцінну лексику, модальність, інтенсифікатори), так і через візуальні маркери, які задають певну інтерпретаційну рамку. У новинних матеріалах BBC і CNN оцінність здебільшого має імпліцитний характер і передається через добір фактів, заголовків, а також супровідні зображення, що можуть акцентувати увагу на певних аспектах події або формувати емоційне ставлення аудиторії.

Прагматичний вплив полікодових текстів зумовлений їхньою орієнтацією на швидке та ефективне сприйняття інформації, що досягається завдяки поєднанню різних каналів комунікації. Візуальні елементи привертають увагу, вербальні забезпечують інформативність, а їх синергія сприяє кращому запам'ятовуванню та інтерпретації змісту. Таким чином, прагматичний ефект виникає як результат узгодженої дії кількох семіотичних кодів.

Мультимодальна взаємодія відіграє ключову роль у забезпеченні когезії та когерентності полікодового тексту. Когезія досягається через формальні зв'язки між компонентами, зокрема через підписи до зображень, повтор ключових елементів у різних кодах, узгодженість кольорових і графічних рішень із тематикою тексту. Когерентність, у свою чергу, забезпечується змістовою єдністю, яка формується внаслідок взаємодії вербальних і невербальних компонентів, що разом створюють цілісну концептуальну модель повідомлення.

Отже, експресивність, оцінність і прагматичний вплив у полікодових текстах цифро-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

вого дискурсу мають інтегративний характер і реалізуються через взаємодію різних семіотичних ресурсів. Саме мультимодальність виступає ключовим чинником, який забезпечує не лише підсилення стилістичного ефекту, а й цілісність і зв'язність тексту.

Висновки. У результаті проведеного дослідження встановлено, що полікодові тексти є домінантною формою організації сучасного цифрового дискурсу, оскільки поєднання вербальних і невербальних компонентів забезпечує більш ефективну передачу інформації, посилення експресивності та досягнення прагматичного впливу на адресата. Аналіз матеріалу онлайн-медіа підтвердив, що цифровий дискурс характеризується мультимодальністю, інтерактивністю, гіпертекстуальністю та фрагментарністю, що зумовлює специфіку стилістичної організації текстів.

Визначено, що полікодовий текст має багатокомпонентну структуру, яка включає вербальний, візуальний, аудіовізуальний, графічно-типографічний та гіпертекстуальний рівні. Взаємодія цих компонентів реалізується через доповнювальні, дублювальні, контрастивні та інтегративні зв'язки, що формують єдину семіотичну систему повідомлення. Доведено, що стилістичні засоби функціонують не ізольовано, а у взаємодії, де невербальні елементи відіграють не менш значущу роль, ніж мовні.

З'ясовано, що експресивність, оцінність і прагматичний вплив у полікодових текстах мають інтегративний характер і формуються завдяки синергії різних семіотичних ресурсів. Візуальні компоненти підсилюють емоційний ефект, задають інтерпретаційну рамку та сприяють кращому засвоєнню інформації, тоді як вербальні засоби забезпечують точність і логічність викладу. У результаті їхньої взаємодії формується цілісний комунікативний ефект.

Установлено також, що мультимодальна взаємодія є ключовим чинником забезпечення когезії та когерентності полікодових текстів. Формальна зв'язність досягається через узгодження елементів різних кодів, а змістова цілісність через їхню семантичну взаємодію, що створює єдину концептуальну модель тексту.

Перспективним напрямом подальших розвідок є розробка уніфікованої методології аналізу полікодових текстів у різних типах дискурсу, а також поглиблене вивчення стилістичних трансформацій у контексті розвитку цифрових технологій.

Література:

1. Білецька О.В. Графічна форма постмодерністського художнього тексту крізь призму графічної лінгвістики. *Нова філологія*. 2014. № 60. С. 17–22.

2. Білюк І.Л. Вербальні і невербальні засоби брендингу Олімпіади. Лінгвістика XXI ст.: нові дослідження і перспективи. Київ : Логос. 2012. С. 60–67.

3. Гуменюк І. Полікодовий текст як засіб реалізації текстоцентричної технології навчання. *Наука і освіта*. 2020. № 3. С. 97–103.

4. Карп М.А. Текстотвірні ознаки когезії та когерентності в англійських мультимодальних літературних казках (на матеріалі творчості Філіпа Арда) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Одеса, 2016. 20 с.

5. Кузнецова М.О. Полікодовий характер вторинного дискурсу англомовних текстів жанру фентезі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологія»*. 2015. Вип. 58. С. 105–107.

6. Макарук Л.Л. Мультимодальна лінгвістика: термінологічний апарат і вектори аналізу. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія «Філологічні науки. Мовознавство»*. 2015. № 6 (307). С. 64–70.

7. Макарук Л.Л. Мультимодальність та полікодовість у сучасних лінгвістичних студіях: школи, постаті, підходи. *Актуальні питання іноземної філології : науковий журнал* / редкол. : І.П. Біскуб (гол. ред.) та ін. Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2018. № 9. С. 133–142.

8. Шаламай А.О. Лінгвістичні та стилістичні особливості письмового сюжетного тексту та тексту інтерфейсу відеоігор. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2024. Вип. 209. С. 374–381. DOI: 10.32782/2522-4077-2024-209-55.

9. Van Leeuwen T. Multimodality. The Routledge Handbook of Applied Linguistics / ed. J. Simpson. New York : Routledge, 2011. P. 668–682.

10. BBC News. URL: https://www.bbc.com/news (дата звернення: 21.02.2026).

11. CNN. URL: https://edition.cnn.com (дата звернення: 20.02.2026).

12. National Geographic. URL: https://www.nationalgeographic.com (дата звернення: 22.02.2026).

Дата першого надходження статті до видання: 24.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

УДК 070.15:174(477)
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.21

Тетяна ТРАЧУК
кандидат філологічних наук, доцент,
Навчально-науковий інститут журналістики,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
t_trachuk@knu.ua
ORCID: 0000-0002-7036-2758

РЕДАКЦІЙНІ ПОЛІТИКИ УКРАЇНСЬКИХ ОНЛАЙН-МЕДІА: ЗМІСТ І ВІДПОВІДНІСТЬ СУЧАСНИМ ВИКЛИКАМ

У статті здійснено порівняльний аналіз текстів редакційних політик семи українських онлайн-медіа, включених до Білого списку Інституту масової інформації: Суспільне Новини, Укрінформ, «Українська правда», «Бабель», LB.ua, Frontliner та «Український тиждень». Метою дослідження є виявлення типових практик, відмінностей і проблемних аспектів у саморегулюванні редакційної діяльності цих медіа. Застосовано комплекс методів, зокрема аналіз документів для вивчення текстів редакційних політик, порівняльний метод для зіставлення редакційних документів між собою та з галузевими стандартами, а також типологізацію й узагальнення.

Попри наявність досліджень із журналістської етики, саморегуляції медіа та трансформації професійних стандартів в умовах війни, питання змісту та повноти редакційних політик окремих українських медіа залишається недостатньо вивченим. У роботі на основі дев'яти критеріїв (місія та цінності, журналістські стандарти, етичні норми, редакційна незалежність, рекламна політика, політика виправлень і спростувань, регулювання поведінки журналістів у соціальних мережах, специфіка воєнного часу, політика використання штучного інтелекту) досліджено редакційні документи зазначених онлайн-медіа. Встановлено варіативність у формі та обсязі редакційних політик: від комплексних інституційних документів (Суспільне Новини, Укрінформ) до структурованих редакційних правил («Українська правда», «Бабель», LB.ua) і більш стислих декларацій принципів (Frontliner, «Український тиждень»). З'ясовано, що базові компоненти, такі як місія, журналістські стандарти, редакційна незалежність, присутні в усіх проаналізованих політиках. Етичні положення загалом узгоджуються з принципами Кодексу етики українського журналіста, водночас доповнюючи їх на основі інших документів. Деталізованими є, зокрема, питання ґендерної рівності, висвітлення СНПК, захисту неповнолітніх. Проаналізовано адаптацію редакційних політик до умов воєнного часу. Відповідні правила мають Суспільне Новини та Укрінформ, а частина медіа переосмислює принцип балансу у контексті висвітлення російської агресії. Виявлено, що політику використання штучного інтелекту формалізували лише два медіа, правила поведінки журналістів у соціальних мережах – чотири.

Отримані результати можуть бути використані редакціями для вдосконалення власних політик, для розробки галузевих рекомендацій, а також у навчальному процесі підготовки журналістів.

Ключові слова: *редакційна політика, журналістські стандарти, журналістська етика, саморегуляція медіа, онлайн-медіа.*

Tetiana Trachuk. EDITORIAL POLICIES OF UKRAINIAN ONLINE MEDIA: CONTENT AND RELEVANCE TO CONTEMPORARY CHALLENGES

This paper presents a comparative analysis of the editorial policies of seven Ukrainian online media outlets included in the White List compiled by the Institute of Mass Information: Suspilne News, Ukrinform, Ukrainska Pravda, Babel, LB.ua, Frontliner, and The Ukrainian Week. The study aims to identify common practices, differences, and gaps in the self-regulation of editorial activities of these media outlets. A range of methods was applied, including document analysis to examine editorial policy texts, a comparative method to benchmark editorial documents against each other and against industry standards, as well as typological classification and generalization.

Despite existing research on journalistic ethics, media self-regulation, and the transformation of professional standards under wartime conditions, the content and comprehensiveness of editorial policies of individual Ukrainian media outlets remain underexplored. In this study, the editorial documents of the above-mentioned online media outlets were examined based on nine criteria (mission and values, journalistic standards, ethical norms, editorial independence, advertising policy, corrections and retractions policy, regulation of journalists' behavior on social media, wartime considerations, and policies on the use of artificial intelligence). The findings reveal variability in the form and scope of editorial policies, ranging from comprehensive institutional documents (Suspilne News, Ukrinform) to structured editorial guidelines (Ukrainska Pravda, Babel, LB.ua) and concise statements of principles (Frontliner, The Ukrainian Week). It was established that core elements, such as mission statements, journalistic standards, and editorial independence, are present in all analyzed policies. Ethical provisions generally correspond to the principles of the Code of Ethics of Ukrainian Journalists while also expanding them through references to other documents; detailed sections address gender equality, the coverage of conflict-related sexual violence, and the protection of minors. The study also examined the adaptation of editorial policies to wartime conditions. Relevant provisions are found in the policies of Suspilne News and Ukrinform, while some media outlets reinterpret

© Трачук Т., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

the principle of balance in the context of covering Russian aggression. It was found that policies regarding the use of artificial intelligence are formalized by only two outlets, while four media organizations regulate journalists' conduct on social media.

The findings may contribute to the improvement of editorial policies in Ukrainian media, the development of industry recommendations, and the support of journalism education.

Key words: *editorial policy, journalistic standards, journalistic ethics, media self-regulation, online media.*

Постановка проблеми. Редакційна політика є ключовим інструментом саморегуляції медіа, що визначає принципи роботи конкретної редакції, стандарти якості контенту та механізми відповідальності перед авдиторією. В умовах інформаційної війни та повномасштабного російського вторгнення питання прозорості редакційних процесів і підзвітності українських медіа набуває особливої актуальності.

Зростання уваги українських медіа до формалізації редакційних політик підтверджують результати досліджень. Опитування Комісії з журналістської етики (КЖЕ) у 2024 році показало, що 55 % респондентів зазначили наявність редполітик у своїх редакціях, а 86 % висловилися за ширше застосування інструментів саморегуляції у медіагалузі [20]. За даними моніторингу Інституту масової інформації (IMI), проведеного в жовтні-листопаді 2025 року, 64 % із п'ятдесяти топових національних онлайн-медіа оприлюднили на своїх сайтах редакційні політики (повні або часткові), що на 14% більше порівняно з 2024 роком [19].

Основою формування редакційних політик є норми журналістської етики. В Україні базовим галузевим стандартом є Кодекс етики українського журналіста (редакція 2013 року) [11], дотримання якого з 2023 року є законодавчо закріпленим обов'язком журналіста (стаття 111 Закону України «Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста») [17]. Практичне застосування етичних норм і професійних стандартів конкретизують рекомендації Комісії з журналістської етики, зокрема щодо уникнення мови ворожнечі, роботи в соціальних мережах, використання штучного інтелекту, висвітлення подій воєнного часу тощо [7].

Серед міжнародних орієнтирів – Декларація принципів поведінки журналіста, ухвалена на II Всесвітньому конгресі Міжнародної Федерації журналістів (МФЖ) у 1954 році та переглянута 1986 року [5]. Прикладами детально розроблених редакційних політик на рівні окремих медіаорганізацій можуть слугувати, наприклад, BBC Editorial Guidelines [29], AP News Values and Principles [34].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноаспектним питанням журналістської етики, професійних стандартів і саморегуляції медіа присвячені розвідки як зарубіжних, так і українських учених. Серед зарубіжних досліджень варто відзначити працю за редакцією С. Ворда (S. Ward) [36], публікації К. Гафеза (K. Hafez) [32], Х. Діас-Кампо та Ф. Сегадо-Бох (J. Díaz-Campo, F. Segado-Boj) [30], Дж. Стіла та співавторів (J. Steel et al.) [35].

В Україні теоретичні засади журналістської етики систематизовано у навчальних виданнях Т. Приступенко [16], В. Іванова та В. Сердюка [9], у посібнику за редакцією В. Мостового та В. Різуна [6]. Практичні аспекти саморегуляції висвітлено у виданнях Комісії з журналістської етики, зокрема в аналітично-довідковому збірнику «Саморегуляція українських медіа під час дії воєнного стану в Україні» [21], «Посібнику з журналістської етики» [14], «Практикумі із журналістської етики» [15].

Окремий напрям становлять дослідження трансформації журналістських стандартів в умовах війни. Так, у працях С. Квіта [10], О. Білоус [3], П. Дворянин [4], Н. Зражевської та В. Заіки [8] розглядаються питання переосмислення принципу балансу у висвітленні російської агресії, адаптації усталених стандартів до воєнних умов, зростання соціальної відповідальності журналістів, співвідношення свободи слова та вимог національної безпеки, потреби в самообмеженнях тощо.

Водночас питання змісту та повноти редакційних політик окремих медіа залишається недостатньо вивченим. Це дослідження спрямоване на заповнення цієї прогалини.

Мета статті – здійснити порівняльний аналіз текстів редакційних політик провідних українських онлайн-медіа та виявити типові практики, відмінності й проблемні аспекти в саморегулюванні редакційної діяльності.

Методологія дослідження. Для досягнення мети застосовано комплекс методів: аналіз документів для вивчення текстів редакційних політик; порівняльний метод для зіставлення редакційних документів між собою та з нормативними орієнтирами; метод типологізації для систематизації підходів до регулювання окремих аспектів

редакційної діяльності; узагальнення для виведення висновків.

При формуванні критеріїв аналізу враховано національні та міжнародні стандарти журналістської етики. На цій основі сформовано аналітичну матрицю з дев'яти критеріїв: місія та цінності, журналістські стандарти, етичні норми, редакційна незалежність, рекламна політика, політика виправлень і спростувань, регулювання соціальних мереж, специфіка воєнного часу та політика щодо штучного інтелекту.

Емпірична база дослідження. Вибірку сформовано шляхом цілеспрямованого відбору за критеріями: належність медіа до Білого списку ІМІ [2], наявність публічно доступних редакційних політик, представленість різних типів медіа за формою власності та редакційними підходами. Об'єктом аналізу стали оприлюднені на вебсайтах редакційні документи семи українських онлайн-медіа: Суспільне Новини (новинна платформа суспільного мовника, далі – Суспільне) (Редакційний статут АТ «Національна суспільна телерадіокомпанія України», Пам'ятка взаємодії з авдиторією в діджиталі, Принципи щодо використання ШІ) [25]; Укрінформ (Редакційний кодекс) [28]; «Українська правда» (Принципи і правила роботи УП, Ґендерна політика, Політика ШІ, Реклама на сайті) [26]; «Бабель» (Правила редакції, Реклама) [1]; LB.ua (Про нас, Політики і стандарти, Реклама на сайті) [33]; Frontliner (Про нас, Редакційна політика) [31]; «Український тиждень» (Про нас, Місія та цінності Тижня, Ґендерна політика) [27]. Вибірка не претендує на репрезентативність для всієї сукупності українських онлайн-медіа, однак дозволяє виявити типові практики та певні прогалини у формуванні редакційних політик.

Виклад основного матеріалу. У сучасному українському медіадискурсі поняття «редакційна політика» широко вживається для позначення внутрішніх правил роботи редакції, хоча законодавчо цей термін не закріплений. Закон України «Про медіа» оперує поняттям редакційного статуту – офіційного документа, обов'язкового для суб'єктів у сфері лінійних медіа [18]. Онлайн-медіа не мають такої законодавчої вимоги, проте дедалі частіше добровільно формулюють власні редакційні настанови й оприлюднюють їх на офіційних вебсайтах.

Редакційна політика (у професійному середовищі також вживають терміни «редакційні настанови», «редакційні правила», «редакційний кодекс») є добровільним інструментом саморегуляції, що формується редакцією відповідно до професійних стандартів, етичних норм і практичних потреб конкретного видання. Як зазначає медіаексперт Отар Довженко, це «сфера відповідальності самої редакції, де вона може сама себе скеровувати, обмежувати і діяти за якимись визнаними нею ж принципами» [24]. На відміну від редакційного статуту, який є офіційним документом регуляторного характеру, редакційна політика є передусім вжитковим документом, що описує конкретні ситуації й несе практичну цінність для медіа [22].

Оскільки універсального шаблону для такого документа не існує, редакції мають свободу у формуванні власних підходів. Водночас розробка редакційної політики передбачає дотримання норм медіазаконодавства та галузевих етичних стандартів, передусім Кодексу етики українського журналіста, з адаптацією до специфіки конкретного видання [23].

У контексті цього дослідження редакційна політика розглядається як інструмент професійної саморегуляції медіа, що систематизує принципи відбору, підготовки та поширення контенту, визначає організацію редакційних процесів, окреслює етичні межі діяльності та механізми взаємодії з авдиторією, джерелами інформації та зовнішніми суб'єктами (рекламодавцями, донорами, представниками влади тощо). Ця система може бути зафіксована у формальному документі або існувати як сукупність усталених редакційних практик. У цій роботі аналізуються виключно оприлюднені редакційні документи.

Узагальнення позицій медіаекспертів і аналіз редакційних практик дозволяють окреслити основні завдання редакційної політики. Вона встановлює єдині стандарти роботи, що забезпечує послідовність редакційних рішень; слугує орієнтиром для журналістів у ситуаціях професійної чи етичної невизначеності; забезпечує прозорість медіа через оприлюднення принципів роботи, що сприяє формуванню довіри авдиторії. Важливою є також захисна функція редакційної політики – можливість апелювати до задокументованих правил у випадках зовнішнього тиску на редакцію. Крім того, наявність чітко сформульованих правил полегшує адаптацію нових працівників і формування спільної редакційної культури.

Щодо змістового наповнення, медіафахівці виділяють кілька ключових компонентів редакційної політики. Передусім це визначення місії, цінностей і тематичних

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

пріоритетів, що окреслює редакційну ідентичність видання. Важливим складником є правила роботи з інформацією: принципи перевірки фактів, використання джерел (зокрема анонімних), порядок виправлення помилок і публікації спростувань, правила узгодження прямої мови зі спікерами, межі редакторського втручання в авторські тексти. Окремі положення регулюють роботу з соціальними мережами, розмежування редакційного контенту й реклами, порядок публічної комунікації від імені редакції [24]. З урахуванням сучасних викликів редакційна політика може також охоплювати правила роботи у воєнний час, використання технологій штучного інтелекту тощо.

Практичний досвід українських медіа засвідчує різноманітність підходів до структурування редакційних політик, що підтверджує тезу експертів про відсутність універсального шаблону і необхідність адаптації документа до специфіки конкретного видання. Аналіз редакційних політик семи медіа виявив певну варіативність як у структурі, так і в змісті цих документів. З точки зору формальної організації, редакційні політики представлені у різних форматах: від комплексних інституційних документів (Редакційний статут Суспільного, Редакційний кодекс Укрінформу) до структурованих редакційних правил (Правила редакції «Бабеля», Політики і стандарти LB.ua, тематичні документи «Української правди») і більш стислих декларацій принципів (Frontliner, «Український тиждень»).

Відсутність єдиного стандарту означає, що кожна редакція самостійно визначає, які аспекти діяльності потребують детального регулювання, а які достатньо окреслити на рівні загальних принципів. Базові компоненти (місія, етичні норми, журналістські стандарти, редакційна незалежність) присутні в усіх проаналізованих документах. Правила поведінки журналістів у соціальних мережах закріплені у чотирьох медіа, положення щодо специфіки воєнного часу – теж у чотирьох. Найменш представленим є регулювання використання штучного інтелекту: відповідну політику мають лише два медіа (див. Табл. 1).

Щодо декларованих місій і цінностей, усі проаналізовані медіа позиціонують себе як незалежні видання, орієнтовані на суспільний інтерес. Спільним ціннісним ядром є дотримання журналістських стандартів, відповідальність перед авдиторією, захист незалежності редакційної діяльності, етичні норми.

Суспільне наголошує, зокрема, на забезпеченні права громадян на повну й достовірну інформацію, підтримці національного діалогу, сприянні формуванню громадянського суспільства. Укрінформ, як єдине державне інформаційне агентство та суб'єкт системи державного іномовлення, що продукує контент сімома мовами, окремо визначає своїм завданням донесення достовірної інформації про російську військову агресію на території України до міжнародної спільноти. «Українська правда» та LB.ua акцентують на довірі читачів і відповідальності перед ними. «Бабель» визначає свою місію як «бути голосом здорового глузду» та окремо артикулює межу між журналістикою та пропагандою, наголошуючи на повазі до спроможності читача самостійно робити висновки. Frontliner позиціонує себе як незалежне репортерське медіа про війну, що визначає гідність людини головною цінністю та робить акцент на інтерактивній взаємодії з авдиторією. «Український тиждень» характеризує себе як опініївторче медіа, орієнтоване на осмислення суспільних процесів у широкому контексті.

Таблиця 1

Охоплення тематичних критеріїв у проаналізованих редакційних політиках

Критерій	Суспільне Новини	Укрінформ	Українська правда	Бабель	LB.ua	Frontliner	Український тиждень
Місія та цінності	+	+	+	+	+	+	+
Журналістські стандарти	+	+	+	+	+	+	+
Етичні норми	+	+	+	+	+	+	+
Редакційна незалежність	+	+	+	+	+	+	+
Рекламна політика	+	+	+	–	+	+	–
Виправлення і спростування	+	+	+	+	+	+	–
Соціальні мережі	+	+	+	–	+	–	–
Специфіка воєнного часу	+	+	–	–	+	+	–
Використання ШІ	+	–	+	–	–	–	–

Журналістські стандарти (достовірність, точність, баланс, відокремлення фактів від коментарів тощо) декларуються всіма проаналізованими медіа. Водночас рівень деталізації відповідних положень дещо різниться. Найбільш розгорнуті інструкції містять документи Укрінформу та Суспільного. Укрінформ подає редакційні норми у практично-інструктивному форматі. Критерії якості для різних жанрів (інтерв'ю, репортаж, розслідування тощо) і детальні правила написання новин (структура тексту, побудова ліду, цитування, посилання на джерела тощо) доповнюються прикладами правильних і неправильних формулювань і редакційним словником, що фактично наближує документ до методичного посібника для журналістів редакції. Редакційний статут АТ «НСТУ» (загальний для усіх платформ мовника, включно з Суспільне Новини) вирізняється широтою охоплення. Окрім базових стандартів, документ містить деталізовані вимоги до верифікації, зокрема визначено типи відомостей, що потребують особливо ретельної перевірки (повідомлення про загиблих, цифрові дані, твердження з маркерами винятковості – «уперше», «найбільший» тощо).

«Бабель», «Українська правда» та LB.ua також мають детальні положення, проте з різними акцентами. «Бабель» концентрується на якості збору й аналізу інформації, зокрема формулює принцип steelman (з'ясування та наведення найсильніших аргументів усіх сторін), наводить перелік типових логічних помилок в аналізі, яких журналіст має уникати, застосовує стандарт доведення «поза розумним сумнівом» для висновків про ознаки злочину, декларує відмову від прийомів пропаганди – маніпулятивного фреймінгу та емоційно забарвленої лексики. «Українська правда» прямо забороняє купівлю інформації та оплату джерелам і допускає вираження позиції редакції у заголовках новин при нейтральності основного тексту. LB.ua відмежовується від штучного балансу, наприклад, позицію противників вакцинації не вважає «альтернативною точкою зору».

Конкретну кількість джерел для підтвердження інформації визначають три медіа: LB.ua вимагає щонайменше трьох незалежних джерел або одного офіційного, Суспільне – двох незалежних або одного офіційного, Укрінформ диференціює вимогу за жанрами: три джерела для розслідувань, для новин – кілька джерел. Правила роботи з анонімними джерелами детально прописані у Суспільного, «Бабеля» та LB.ua. У Суспільного та LB.ua остаточне рішення про допустимість використання анонімного джерела ухвалює редактор, а «Бабель» визначає алгоритм атрибуції таких джерел у тексті. Правила узгодження інтерв'ю зі спікером закріплені в «Українській правді», «Бабелі» та LB.ua. Видання обмежують вплив спікера на фінальний текст, допускаючи лише виправлення фактологічних помилок.

«Український тиждень» і Frontliner не містять розгорнутих процедурних інструкцій щодо стандартів, хоча окремі акценти присутні. Зокрема, Frontliner закріплює пріоритет точності та достовірності над оперативністю, а «Український тиждень» подає загальні принципи редакційного підходу до матеріалів.

Етичні норми. Етичні положення загалом узгоджуються з принципами Кодексу етики українського журналіста. Чотири видання (Суспільне, Укрінформ, Frontliner, LB.ua) посилаються на нього як базовий документ. LB.ua ще згадує і Декларацію принципів поведінки журналіста Міжнародної Федерації журналістів. Решта медіа формулюють етичні принципи без прямого посилання на зовнішні кодекси.

Ґендерну політику детально регламентують «Українська правда», «Український тиждень», LB.ua і Укрінформ. Перші три видання інтегрували «Політику ґендерної рівності в медійному контенті», розроблену ГО «Жінки в медіа» спільно з Комісією з журналістської етики [13]. Укрінформ спирається на Методичні рекомендації з висвітлення в медіа ґендерної рівності, запобігання насильству, проявам сексизму та ґендерних стереотипів Міністерства культури та інформаційної політики України 2023 року [12]. Положення редполітик цих медіа значною мірою збігаються: передбачають використання фемінітивів, уникнення ґендерних стереотипів і сексизму, збалансоване залучення жінок-експерток. «Українська правда» закріплює також інструмент самоперевірки («правило інверсії»), тобто, чи однаково доречно виглядало би формулювання у публікаціях про жінку чи про чоловіка.

На Кодекс Мурад (Глобальний кодекс поведінки щодо збору та використання інформації про систематичне сексуальне насильство, пов'язане з конфліктом – СНПК) посилаються Укрінформ, LB.ua та «Український тиждень». «Українська правда» не згадує його безпосередньо, проте її положення за змістом відповідають ключовим принципам цього документа. «Український тиждень» і «Українська правда» пропону-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

ють детальний підхід до висвітлення СНПК, зокрема визначають правила взаємодії з постраждалими.

Регламентованою також є тема захисту неповнолітніх. Суспільне містить детальні положення, зокрема щодо правил отримання згоди батьків на зйомку та інтерв'ювання, заборони ідентифікації дітей-жертв. «Українська правда» зобов'язує приховувати обличчя та особисті дані дітей у матеріалах про травматичні події. Укрінформ та LB.ua керуються відповідними положеннями Кодексу етики. Frontliner декларує особливо обережну роботу з інформацією щодо неповнолітніх.

Суспільне має окремий підрозділ щодо висвітлення інформації про вразливі групи населення, зокрема етнічні та релігійні меншини, ЛГБТ+ спільноту, людей з інвалідністю тощо.

Усі видання вибірки зазначають про неприпустимість дискримінаційних висловлювань у своїх матеріалах.

Редакційна незалежність декларується всіма проаналізованими медіа, однак рівень деталізації відповідних положень різниться. Суспільне спирається, зокрема, на Закон України «Про суспільні медіа України», який забороняє цензуру та втручання у професійну діяльність журналістів. Редакційний статут Суспільного конкретизує ці положення, зокрема прописує правила запобігання конфлікту інтересів і визначає повноваження Редакційної ради. Укрінформ закріплює незалежність редакційної політики від органів влади, політичних партій, підприємств і фізичних осіб, а також заборону цензури, спираючись на Закони України «Про систему іномовлення України» та «Про інформацію». «Українська правда» констатує, що з 2000 року управляється і належить журналістам. Видання також прописує певні механізми запобігання конфлікту інтересів, зокрема, обмеження на вартість подарунків від ньюзмейкерів, заборону писати про родичів і близьких, вимогу розкривати факт оплати витрат під час прес-турів. LB.ua, окрім декларування незалежності як базової цінності, конкретизує відповідні процедури: контроль за дотриманням стандартів покладено на редакційну колегію, передбачено допублікаційну юридичну експертизу контенту, який може містити правові чи етичні ризики, а також визначено порядок дій у разі конфліктної комунікації. Frontliner і «Бабель», які працюють за підтримки донорських організацій, наголошують на невтручанні донорів у редакційні рішення та зміст публікацій. «Український тиждень» позиціонує себе як політично незалежне медіа.

Рекламна політика регулюється в більшості редакційних документів. Спільним є принцип обов'язкового маркування комерційного контенту та заборони прихованої реклами. Укрінформ наголошує, що рекламний контент має маркуватися саме словом «реклама», вважаючи інші позначення («Партнерський», PR, «Новини компаній») некоректним маркуванням. Суспільне присвячує рекламній політиці окремий розділ Редакційного статуту, що забороняє приховану рекламу та вимагає чіткого відокремлення рекламного контенту від редакційного з обов'язковим маркуванням. «Українська правда» декларує, що ніколи не розміщувала і не розміщуватиме немарковану оплачену рекламу. LB.ua розмежовує рекламні матеріали, щодо яких редакція може не поділяти висловлені погляди, та спецпроєкти, у підготовці яких редакція бере участь і поділяє висловлені в них позиції. Frontliner окремо наголошує на відмові від недобросовісної та шкідливої реклами, а також на тому, що рекламодавці не впливають на редакційну політику та не мають переваг щодо редакційних матеріалів. «Бабель» та «Український тиждень» не включають рекламну політику до своїх редакційних правил. «Бабель» має окремий документ із розцінками і описом рекламних форматів, а «Український тиждень» обмежується формальним застереженням про невідповідальність редакції за зміст рекламних матеріалів.

Політики виправлень і спростувань представлені у більшості проаналізованих медіа. Спільними для Суспільного, Укрінформу, «Української правди», LB.ua та Frontliner є обов'язок виправляти помилки, інформувати авдиторію про зміни в опублікованих матеріалах і спростовувати недостовірну інформацію. LB.ua регламентує ці процедури, розрізняючи п'ять видів коригувань опублікованих матеріалів (доповнення, уточнення, виправлення, спростування, видалення). Суспільне визначає конкретні строки реагування на звернення осіб, які вважають поширену про них інформацію недостовірною. «Бабель» визначає головного редактора персональним гарантом дотримання стандартів без деталізації процедур. «Український тиждень» формалізованих механізмів не містить.

Регулювання поведінки журналістів у соціальних мережах присутнє у чотирьох з семи проаналізованих медіа. Найширший підхід демонструє Укрінформ, де окремий розділ містить стандарти написання постів

для офіційних сторінок (структура, тон, цитування), модераційну політику з посиланням на законодавство та політики платформ, часові обмеження публікації фото чи відео наслідків обстрілів, а також вимоги до особистих акаунтів журналістів – перевіряти інформацію у приватних дописах, узгоджувати з редакцією використання робочих матеріалів, залишатися нейтральним щодо тем, з якими працює журналіст. Суспільне у «Пам'ятці взаємодії з авдиторією в діджиталі» прописує правила модерації коментарів на офіційних сторінках мовника, зокрема, визначає категорії неприйнятного контенту (мова ворожнечі, символіка країни-агресора, ІПСО, спам тощо), порядок попередження та блокування порушників. «Українська правда» натомість фокусується на поведінці журналістів в особистих акаунтах: забороняє дискримінаційну лексику, висловлювання позиції видання без узгодження, публічну критику колег, передбачає попереднє інформування редактора про публікацію ексклюзивної інформації. LB.ua декларує застосування тих самих етичних стандартів до соціальних мереж, що й до сайту, та зазначає, що не втручається у зміст особистих сторінок співробітників, окрім випадків, коли публікації суперечать етичним принципам видання. «Бабель» окремих правил щодо соціальних мереж не має, проте зазначає, що не використовує без згоди спікерів інформацію з їхніх дописів із обмеженим доступом. Frontliner та «Український тиждень» формалізованих положень щодо соціальних мереж не мають.

Специфіка воєнного часу. Найбільш розгорнуті правила роботи в умовах війни мають редакційні політики Суспільного та Укрінформу, окремі положення – LB.ua та Frontliner. Суспільне розробило окремий розділ, що регулює порядок висвітлення воєнних конфліктів, роботу журналістів у зонах бойових дій (вимоги до екіпірування, маршрутів, знаків розпізнавання тощо), правила взаємодії з військовими, вимоги до вилучення метаданих із фото- та відеоматеріалів, а також обов'язок максимально обережно використовувати інформацію з джерел країни-агресора, перевіряючи її у співпраці з фактчекінговими організаціями. Укрінформ містить відповідні положення в різних частинах кодексу, зокрема формує перелік російських медіа із поділом на нерекомендовані до цитування та опозиційні видання, на які за визначеної редактором необхідності можна посилатися. Використання позиції офіційних російських джерел у бекграунді допускається без активного гіперпосилання на першоджерело, тоді як при висвітленні подій на території РФ (вибухи, знищення військових об'єктів тощо) посилання на російські джерела дозволяються. Рішення щодо потреби у посиланні редактор ухвалює у кожному конкретному випадку.

Окрему увагу заслуговує переосмислення принципу балансу. Frontliner визначає межі збалансованості, зазначаючи, що цей принцип не поширюється на рівне представлення позицій агресора і жертви, загарбника і захисника, точку зору ворога видання не вважає альтернативною думкою. LB.ua відмовляється від принципу неупередженості у випадках, що стосуються людської гідності, свободи, верховенства права, а також щодо російської агресії проти України. Суспільне та Укрінформ не формулюють прямих застережень щодо обмеження принципу збалансованості, натомість акцентують на посилених процедурах верифікації інформації з джерел країни-агресора.

«Українська правда», «Бабель» та «Український тиждень» правил воєнного часу у своїх редакційних документах не мають.

Політика використання штучного інтелекту (ШІ) є найменш представленим критерієм серед проаналізованих редакційних документів: лише два з семи медіа, Суспільне та «Українська правда», мають формалізовані положення щодо ШІ. Суспільне ухвалило окремий документ «Принципи використання штучного інтелекту в АТ "НСТУ"» (2024). Документ визначає конкретний перелік процесів, де допускається використання ШІ (транскрибування, переклад, субтитрування, аналіз даних, перевірка фактів тощо), за умови обов'язкової перевірки результатів людиною. Закріплено вимогу прозорості – повідомлення авдиторії про використання ШІ у контенті. Окремо зазначено, що інструменти ШІ є допоміжними і не мають на меті замінити журналістів. Суспільне також керується класифікацією ризиків ШІ відповідно до підходів ЄС і відмовляється від використання систем із неприйнятним або високим рівнем ризику.

«Українська правда» визначає окремі правила для генерації тексту, перекладів, зображень і голосу. Видання забороняє публікацію згенерованих ШІ текстових матеріалів (за винятком випадків, коли метою є демонстрація можливостей ШІ), а також редагування контенту за допомогою ШІ. Водночас допускається використання ШІ як допоміжного інструменту для генерації ідей і підбору варіантів заголовків за умови затвердження редактором. ШІ у перекладі використову-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

ється обмежено, як допоміжний інструмент, з пріоритетом людського перекладу. Щодо зображень – видання не застосовує ШІ як системну заміну стоковим фотографіям, з огляду на невирішеність питання компенсації авторам фотоконтенту, проте допускає точкове використання ШІ-зображень із обов'язковим маркуванням. Голосовий синтез дозволено для реконструкцій і просвітницьких матеріалів за умови маркування, але заборонено для редагування історичних аудіодокументів. Виключні майнові авторські права на контент, створений або оброблений ШІ, видання закріплює за собою.

Спільними для обох медіа є принципи обов'язкового маркування контенту, створеного за допомогою ШІ, збереження за людиною фінального рішення щодо публікації та визначення допустимих сфер застосування ШІ у редакційних процесах.

Висновки. Проведений порівняльний аналіз редакційних політик семи українських онлайн-медіа дозволяє сформулювати низку узагальнень щодо стану саморегуляції у вітчизняному медіапросторі.

Результати дослідження підтверджують певну варіативність підходів до формування редакційних політик. Базові елементи, декларації місії і цінностей, принцип незалежності, журналістські стандарти і етичні норми, присутні в усіх проаналізованих документах, однак регулювання окремих аспектів журналістської діяльності залишається нерівномірним. Найширше коло питань охоплюють редакційні політики Суспільного та Укрінформу, що може пояснюватися як законодавчими вимогами до цих типів медіа, так і наявністю інституційних ресурсів. Серед решти видань детальні редакційні документи мають «Українська правда», «Бабель» та LB.ua, тоді як Frontliner і «Український тиждень» обмежуються стислішими деклараціями принципів.

Етичні положення проаналізованих редакційних політик загалом узгоджуються з базовими принципами журналістської етики, зокрема Кодексу етики українського журналіста, водночас доповнюючи їх на основі інших документів. Серед етичних питань деталізованими на рівні конкретних процедур є ґендерна рівність, висвітлення СНПК (на основі Кодексу Мурад), захист неповнолітніх. Водночас лише чотири видання з вибірки (Суспільне, Укрінформ, LB.ua, Frontliner) прямо посилаються на Кодекс етики як базовий документ. Кодекс Мурад згадують три медіа – Укрінформ, LB.ua, «Український тиждень». «Українська правда» не посилається на нього безпосередньо, проте її положення за змістом відповідають його ключовим принципам.

Умови повномасштабної війни стали каталізатором розвитку окремих аспектів редакційних політик. Це виявляється як у появі нових тематичних розділів (правила роботи журналістів у зоні бойових дій, порядок використання джерел країни-агресора тощо), так і в переосмисленні принципу балансу у контексті висвітлення російської агресії. Найбільш розгорнуті правила воєнного часу мають Суспільне (у формі окремого розділу) та Укрінформ (у вигляді положень, інтегрованих у різні частини кодексу), окремі аспекти відображено в LB.ua та Frontliner, тоді як «Українська правда», «Бабель» та «Український тиждень» не містять відповідних тем у своїх редакційних документах.

Політика використання штучного інтелекту є найменш представленим компонентом редакційних політик. Відповідні положення мають лише два з семи проаналізованих медіа – Суспільне та «Українська правда». З огляду на стрімке поширення генеративних технологій у медіагалузі ця тема потребує подальшої уваги з боку редакцій.

Обмеженням дослідження є вибірка з семи медіа, яка не претендує на репрезентативність для всієї сукупності українських онлайн-видань. Аналіз охоплював лише оприлюднені документи, тоді як неформальні редакційні практики залишилися поза увагою. Крім того, редакційні політики є динамічними документами, що можуть оновлюватися, відтак результати відображають стан на момент проведення дослідження.

Перспективи подальших досліджень можуть включати розширення вибірки на регіональні онлайн-медіа, а також порівняльний аналіз українських редакційних політик із практиками медіа інших країн. Окремим напрямом може стати дослідження імплементації редакційних політик, співвідношення між задекларованими принципами та реальними редакційними практиками.

Література:

1. Бабель: вебсайт. URL: https://babel.ua/ (дата звернення: 07.03.2026).
2. Білий список ІМІ за друге півріччя 2025 року: увійшли 17 медіа. Інститут масової інформації. 2025. URL: https://imi.org.ua/monitorings/bilyj-spysok-imi-za-druge-pivrichchya-2025-roku-uvijshly-17-media (дата звернення: 01.03.2026).

3. Білоус О. Свобода слова і стандарти журналістської творчості у зв'язку з гібридною війною Росії проти України. *Український інформаційний простір*. 2019. Число 4. С. 74–88. DOI: https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(4).2019.186930 (дата звернення: 07.03.2026).

4. 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 (дата звернення: 07.03.2026).

5. Десять принципів поведінки журналіста. Національна спілка журналістів України. URL: https://nsju.org.ua/povedinka/ (дата звернення: 12.03.2026).

6. Журналістська етика : посібник для підготовки до державного іспиту / авт. колектив ; за ред. В. П. Мостового та В. В. Різуна. Київ : ТзОВ «ЗН УА», 2014. 224 с.

7. Заяви та рекомендації. Комісія з журналістської етики. URL: https://cje.org.ua/statements/ (дата звернення: 12.03.2026).

8. Зражевська Н., Заіка В. Як змінилася робота українського журналіста під час війни. *Інтегровані комунікації*. 2023. № 1 (15). С. 68–77. DOI: https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.159 (дата звернення: 07.03.2026).

9. Іванов В. Ф., Сердюк В. Є. Журналістська етика : підручник. 2-ге вид., випр. Київ : Вища школа, 2007. 231 с.

10. Квіт С. Етика та журналістські стандарти – діючі норми та самообмеження медіа. *Українські медіа в умовах війни. Правові норми та досвід*. Варшава, 2023. С. 159–173. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/34416a55-b526-4dd8-8eba-d4ae0c31b06a/content (дата звернення: 07.03.2026).

11. Кодекс етики. Комісія з журналістської етики. URL: https://cje.org.ua/ethics-codex/ (дата звернення: 12.03.2026).

12. Методичні рекомендації з висвітлення в медіа ґендерної рівності, запобігання насильству, проявам сексизму та ґендерних стереотипів / Міністерство культури та інформаційної політики України. Київ, 2023. 56 с. URL: https://cje.org.ua/library/metodychni-rekomendatsiyi-z-vysvitlennia-v-media-gendernoi-rivnosti-zapobihannia-nasylstvu-proiavam-seksyzmu-ta-gendernykh-stereotypiv/ (дата звернення: 12.03.2026).

13. Політика ґендерної рівності в медійному контенті / ГО «Жінки в медіа»; Комісія з журналістської етики; авт. Л. Кузьменко; рец. О. Довженко. Київ, 2024. URL: https://cje.org.ua/library/polityka-gendernoi-rivnosti-v-mediynomu-kontenti/ (дата звернення: 14.03.2026).

14. Посібник з журналістської етики / А. Куликов, Л. Кузьменко, М. Дворовий та ін. Київ : Комісія з журналістської етики, 2023. 129 с.

15. Практикум із журналістської етики / за заг. ред. О. Погорелова. 3-тє вид., допов. Київ : Комісія з журналістської етики, 2024. 96 с.

16. Приступенко Т. О. Теорія журналістики. Етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 351 с.

17. Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста : Закон України від 23.09.1997 № 540/97-ВР. Редакція від 20.01.2026. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text (дата звернення: 14.03.2026).

18. Про медіа : Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#n2482 (дата звернення: 14.03.2026).

19. Прозорість редполітик онлайн-медіа зросла на 14 % у 2025-му – дослідження IMI. Інститут масової інформації. 2025. URL: https://imi.org.ua/monitorings/prozorist-redpolityk-onlayn-media-zrosla-na-14-u-2025-doslidzhennya-imi (дата звернення: 14.03.2026).

20. Саморегуляція медіа в Україні: рівень обізнаності, суспільне сприйняття, очікування та основні проблеми: результати опитування / за ред. О. Погорелова, Л. Кузьменко. Київ : Комісія з журналістської етики, 2024. 34 с. URL: https://cje.org.ua/library/samorehuliatsii-media-v-ukraini-riven-obiznanosti-suspilne-spryyniattia-ochikuvannia-ta-osnovni-problemy/ (дата звернення: 07.03.2026).

21. Саморегуляція українських медіа під час дії воєнного стану в Україні. З досвіду роботи Комісії з журналістської етики : аналіт.-довідк. зб. / за заг. ред. Л. Кузьменко, Л. Кущ, М. Дворового, О. Погорелова. 2-ге вид., допов. Київ : КЖЕ, 2023. 138 с. URL: https://cje.org.ua/library/samorehuliatsiia-ukrainskykh-media-pid-chas-dii-voiennoho-stanu-v-ukraini-vydannia-druhe/ (дата звернення: 07.03.2026).

22. Санатарчук М. Чи є у вас редакційна політика? Навіщо вона потрібна та як її складати. Медіамейкер. 2024. 22 серп. URL: https://mediamaker.me/chy-ye-u-vas-redakczijna-polityka-navishho-vona-potribna-ta-yak-yiyi-skladaty-11812/ (дата звернення: 15.03.2026).

23. Сафаров А. Що таке редакційна політика і чому вона потрібна незалежним медіа. Інститут масової інформації. 2021. 23 берез. URL: https://imi.org.ua/monitorings/shho-take-redaktsijna-politika-i-chomu-vona-potribna-nezalezhnym-media-i38224 (дата звернення: 15.03.2026).

24. Семенюта І. Редакційна політика в медіа: від формальності до ефективного інструменту. Детектор медіа. 2024. 20 серп. URL: https://detector.media/community/article/231084/2024-08-20-redaktsiyna-politika-v-media-vid-formalnosti-do-efektyvnogo-instrumentu/ (дата звернення: 15.03.2026).

25. Суспільне Новини : вебсайт. URL: https://suspilne.media/ (дата звернення: 07.03.2026).

26. Українська правда: вебсайт. URL: https://www.pravda.com.ua/ (дата звернення: 07.03.2026).
27. Український тиждень: вебсайт. URL: https://tyzhden.ua/ (дата звернення: 07.03.2026).
28. Укрінформ: вебсайт. URL: https://www.ukrinform.ua/ (дата звернення: 07.03.2026).
29. BBC Editorial Guidelines 2025. BBC. URL: https://www.bbc.com/editorialguidelines/guidelines (дата звернення: 14.03.2026).
30. Díaz-Campo J., Segado-Boj F. Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted to the Internet and ICTs in countries around the world. *Telematics and Informatics*. 2015. Vol. 32, Issue 4. P. 735–744. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.03.004 (date of access: 14.03.2026).
31. Frontliner : вебсайт. URL: https://frontliner.ua/ (дата звернення: 07.03.2026).
32. Hafez K. Journalism Ethics Revisited: A Comparison of Ethics Codes in Europe, North Africa, the Middle East, and Muslim Asia. *Political Communication*. 2002. Vol. 19, No. 2. P. 225–250. DOI: https://doi.org/10.1080/10584600252907461 (date of access: 14.03.2026).
33. LB.ua: вебсайт. URL: https://lb.ua/ (дата звернення: 07.03.2026).
34. News Values and Principles. The Associated Press. URL: https://www.ap.org/about/news-values-and-principles/ (дата звернення: 15.03.2026).
35. Steel J., Firmstone J., Conboy M. et al. Journalism and Ethical Praxis: A Thematic Analysis of Journalism Ethics Across Five European Countries. *Journalism Practice*. 2025. P. 1–18. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2480746 (date of access: 14.03.2026).
36. Ward S. J. A. (Ed.). Handbook of Global Media Ethics. Cham : Springer Verlag, 2021. URL: https://philpapers.org/rec/WARHOG (date of access: 14.03.2026).

Дата першого надходження статті до видання: 25.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

УДК 811.111’37
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.22

Андрій ТРОНЬ
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри англійської філології,
Карпатський національний університет імені Василя Стефаника,
andriy.tron@pnu.edu.ua
ORCID: 0000-0001-7154-7976

Христина КАЩУК
здобувачка вищої освіти кафедри англійської філології,
Карпатський національний університет імені Василя Стефаника,
khrystynakashchuk@gmail.com
ORCID: 0009-0008-6360-0456

МЕТАФОРИЧНЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ КОНЦЕПТУ DEFEAT У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ (НА МАТЕРІАЛІ ПРОМОВ СВІТОВИХ ЛІДЕРІВ СТОСОВНО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ)

У статті досліджено метафоричну репрезентацію концепту DEFEAT у сучасній англійській мові на основі виступів світових лідерів, що стосуються російсько-української війни. Метою дослідження стало виявлення та аналіз ключових метафоричних моделей, через які концепт «поразка» інтерпретується у контексті англомовного політичного дискурсу. Актуальність роботи зумовлена зростаючим інтересом лінгвістики до мовних стратегій у процесі формування реальності під час військових конфліктів, а також недостатнім дослідженням тематики метафоричної репрезентації концепту DEFEAT. Методологія базується на теорії концептуальної метафори, запропонованій Дж. Лакоффом та М. Джонсоном та контекстуальному і лексико-семантичному аналізі. Матеріалом дослідження слугують промови президента США Дж. Байден, генерального секретаря НАТО Є. Столтенберг та голови Єврокомісії У. фон дер Ляєн. У результаті аналізу було визначено шість ключових метафоричних моделей: «поразка – це темрява/ніч», яка реалізується через антитези light/darkness та allies of light/allies of darkness; «поразка – це стратегічна невдача», що відображає образ помилкового розрахунку або недосягнутої мети; «поразка – це кінець шляху»; «поразка це фізичний колапс», вербалізована за допомогою предикатів типу collapse, fracture, divide; «поразка – це супротивник»; «поразка – це тягар», що реалізується через образ жертви як найвищої форми тягаря. У статті доведено, що метафора є не лише художнім засобом, але й ефективним механізмом для осмислення і формування сприйняття поразки в умовах кризового дискурсу. Використання метафор сприяє легітимізації підтримки України, зміцненню суспільної згуртованості демократичних держав та формуванню негативного іміджу агресора як такого, що неминуче зазнає краху.

Ключові слова: *концепт DEFEAT, концептуальна метафора, політичний дискурс, лексико-семантичний аналіз, метафоричні моделі.*

Andrii Tron, Khrystyna Kashchuk. METAPHORICAL REPRESENTATION OF THE CONCEPT DEFEAT IN MODERN ENGLISH (BASED ON WORLD LEADERS' SPEECHES ON RUSSIAN-UKRAINIAN WAR)

This article examines the metaphorical representation of the concept of DEFEAT in contemporary English, based on speeches by world leaders concerning the Russian-Ukrainian war. The aim of the study was to identify and analyse key metaphorical models through which the concept of DEFEAT is interpreted in the context of English-language political discourse. The relevance of this work stems from the growing interest in linguistics regarding linguistic strategies in the process of shaping reality during military conflicts, as well as the lack of research on the topic of the metaphorical representation of the concept of DEFEAT. The methodology is based on the theory of conceptual metaphor proposed by G. Lakoff and M. Johnson, as well as contextual and lexical-semantic analysis. The research materials include speeches by world leaders such as US President Joe Biden, NATO Secretary General Jens Stoltenberg and European Commission President Ursula von der Leyen. The analysis identified six main metaphorical models: ‘defeat is darkness/night’, realised through the antitheses of light/darkness and allies of light/allies of darkness; ‘defeat is strategic failure’, reflecting the image of a miscalculation or an unachieved goal; ‘defeat is the end of the road’; ‘defeat is physical collapse’, verbalised using predicates such as ‘collapse’, ‘fracture’ and ‘divide’; ‘defeat is an adversary’; ‘defeat is a burden’. The article demonstrates that metaphor is not merely a literary device, but also an effective mechanism for understanding and shaping perceptions of defeat within the context of crisis discourse. The use of metaphors contributes to legitimising support for Ukraine, strengthening social cohesion among democratic states, and shaping a negative image of the aggressor as one destined to inevitably collapse.

Key words: *concept DEFEAT, conceptual metaphor, political discourse, lexico-semantic analysis, metaphorical models.*

© Тронь А., Кащук Х., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

Постановка проблеми. Метафора займає ключову позицію серед засобів лінгвістики та виступає важливим інструментом для виявлення глибинних структур мовного світогляду. Дослідники знаходять приклади таких метафор у різних видах дискурсу, починаючи від художніх творів і до текстів медіа чи офіційних політичних промов.

Концепт DEFEAT має аксіологічне навантаження: воно позначає межу між успіхом і невдачею, між суверенітетом і підкоренням, між надією та її втратою. У контексті повномасштабного вторгнення Росії в Україну, яке розпочалося 24 лютого 2022 року, промови світових лідерів стали важливою дискурсивною ареною, де концепт DEFEAT конструюється, переосмислюється та використовується з прагматичною метою.

Аналіз попередніх досліджень та публікацій. Семантичний підхід до аналізу метафори в політичному дискурсі має міцну теоретичну основу. Хоча теорію концептуальної метафори, запропоновану Дж. Лакоффом і М. Джонсоном, зазвичай відносять до когнітивного підходу, її семантичний компонент відіграє не менш важливу роль. Дослідники зазначають, що метафоричне перенесення відбувається на рівні лексичного значення, через проєкцію семантичних ознак сфери-джерела на сферу-ціль [11]. Завдяки цьому механізму лексеми на кшталт darkness, collapse, fracture позначають поразку в англомовному політичному дискурсі: їхні первинні фізичні семи переносяться на абстрактну сферу військових і політичних невдач.

Семантичну структуру таких переносів глибоко досліджувала С. А. Жаботинська, яка розглядає лексичні одиниці як елементи семантичних мереж, що взаємодіють через синонімію, антонімію та метафоричне перенесення [1, с. 9]. В межах її моделі, лексема defeat утворює семантичне поле з одиницями, які включають семи “втрата”, “крах”, “темрява” та “кінець”. Концептуальна структура таких полів була детально опрацьована Н. В. Таценко, яка розділила їх на денотативні (ядерні) та конотативні (периферійні) семи [3, с. 114]. Її підхід виявився ефективним для опису семантичної структури поняття DEFEAT у пропонованому дослідженні.

Проблематика контекстуального семантичного аналізу в публічному мовленні була предметом уваги Н. Ферклафа [10] і Т. ван Дейка [14]. Ці дослідники наголошують на тому, що значення лексичних одиниць у дискурсі не є сталим і доповнюється прагматичними та ідеологічними конотаціями. Механізми семантичної поляризації, які пов'язані з антонімічними парами в риториці, аналізувала А. П. Мартинюк. Вона розглядає процес, коли один з полюсів опозиції (light, liberation) набуває позитивних характеристик, тоді як інший (darkness, captivity) набуває сем поразки та підкорення [2, с. 98]. Також варто зазначити внесок Дж. Чартеріса-Блека, який досліджував перенесення лексичного значення у кризовому дискурсі [6]. Методика Pragglejaz Group MIP забезпечує системний аналіз таких процесів через порівняння контекстуального значення метафор із їхнім базовим словниковим визначенням [12].

Актуальність дослідження визначається недостатнім рівнем дослідження метафоричного представлення концепту DEFEAT в англомовному дискурсі; потребою в систематичному аналізі лінгвістичних стратегій, що застосовуються лідерами демократичних держав для обґрунтування підтримки України; загальною тенденцією в сучасній лінгвістиці до розширення дослідницьких корпусів за рахунок включення актуальних публічних текстів.

Метою статті є виявлення та систематизація концептуальних метафоричних моделей, що вербалізують концепт DEFEAT у промовах світових лідерів у контексті російсько-української війни.

Методи дослідження включають метод аналізу словникових дефініцій для виокремлення номінативного простору концепту DEFEAT; метод контекстуального аналізу, що дозволяє з'ясувати значення мовних одиниць у конкретних ситуаціях; описовий метод для аналізу мовних фактів, що включає етапи збирання емпіричного матеріалу, спостереження, висновків; лексико-семантичний аналіз для визначення семантичної структури концепту; метод когнітивного лінгвістичного аналізу для виявлення семантичних змін та культурних відображень концепту.

Виклад основного матеріалу. На матеріалі таких онлайн-словників, як Oxford English Dictionary, Cambridge Dictionary та Longman Dictionary of Contemporary English, було встановлено ядро, ближню, дальню і крайню периферію концепту DEFEAT. Проаналізуємо детальніше дефініції концепту deafeat. Cambridge Dictionary виначає *defeat* як 1) *‘the fact of losing against someone in a fight or competition, or when someone or something is made to fail;* 2) *‘the action or fact of losing a competition or a war’* [7]. Oxford Dictionary – *‘failure to win or be successful’* [9]. Longman Dictionary – *‘failure*

to win or succeed' [8]. Отже, ядро даного концепту представлено лексемами defeat, loss, failure. Це семантичне ядро зафіксоване в словниках і не залежить від дискурсивного контексту. Ближня периферія включає семантичні елементи, які часто актуалізуються в більшості випадків використання концепту, але при цьому не є обов'язковими. Сюди належать такі значення, як *darkness/night* (темрява, безнадія), *end/termination* (кінець, завершення), *collapse/fall* (фізичний та інституційний крах), *captivity* (позбавлення волі, поневолення) і *surrender* (капітуляція). До дальньої периферії належать компоненти, що представлені лише в певних типах дискурсів. Це *powerlessness* (безсилля), *retreat* (відступ), *dissolution* (розпад інституцій), *shame* (сором як соціальна реакція на поразку), *oblivion* (забуття переможеного суб'єкта). Крайня периферія охоплює значення, що залежать виключно від контексту й трапляються переважно в художніх або публіцистичних текстах: *winter/frost* (застигання, кінець руху), *silence* (мовчання, як символ поразки), *ruins/ashes* (матеріальні залишки), *exile* (вигнання переможеного), *erasure* (стирання суб'єкта).

На метафоричному рівні виокремлено наступні концептуальні метафори:

1. DEFEAT IS DARKNESS/NIGHT. Дж. Байден надзвичайно виразно демонструє цю модель через три елементну конструкцію, яка чітко окреслює концептуальний зміст. *«Stand with us, we will stand with you. Let us move forward with faith and conviction and with an abiding commitment **to be allies** – not **of darkness** but of light, not of oppression but of liberation, not of captivity but, yes, of freedom»* [5]. Ця концепція спирається на архетипний зв'язок темряви й ночі, використовуючи їхні характерні риси – дезорієнтацію, небезпеку, відчай – для осмислення концепту defeat.

Allies of darkness – ключовий концептуальний образ, який символізує поразку демократії, торжество агресора та заперечення свободи. Симетрична тріада: *not of darkness but of light / not of oppression but of liberation / not of captivity but of freedom* створює риторичну градацію, де темрява виступає як метафора поразки, пригнічення і неволі. Варто зазначити, що Дж. Байден розміщує цю антитезу наприкінці своєї промови, посилюючи її вплив за рахунок найбільш акцентованої позиції у тексті.

Та сама модель лежить в основі образу вільних людей, які відмовляються жити в темряві: *«For free people **refuse to live** in a world of hopelessness and darkness»* [5]. Предикат ***refuse to live*** in darkness символізує поразку як свідомий акт капітуляції перед темрявою, протиставляючи цьому рішучий вибір свободи.

2. DEFEAT IS A STRATEGIC FAILURE. Дж. Байден підкреслює цю ж модель, наголошуючи: *«Kyiv **stands** strong. Kyiv **stands** proud. It **stands** tall. And most important, it **stands** free.»* [5]. Презентуючи поразку не як фізичне знищення, а як невдачу у раціональному стратегічному плануванні. Джерелом для цієї моделі є сфера планування та прогнозування, яка характерна для формального дипломатичного дискурсу.

Анафоричне повторення слова *stands* створює композиційний контраст із очікуваним з боку агресора сценарієм руйнування: країна, яка була мішенню для знищення, стоїть. Водночас це *stands* виконує функцію і фізичного, і концептуального предиката, символізуючи структурну стійкість як противагу стратегічній невдачі загарбника.

У. фон дер Ляєн підкреслила модель, *«The Kremlin has **deprived itself** of access to Western economies and innovation systems and made itself dependent on China»* [15], що трактує самоізоляцію агресора як наслідок його власних стратегічних прорахунків.

Особливе значення має дієслово *deprived itself*, адже воно виступає ключовим лексичним маркером. Поразка трактується не як зовнішньо нав'язаний результат, а як наслідок помилкових рішень самого Кремля. Таким чином, стратегічний суб'єкт, що прагнув розширення впливу, натомість опинився у становищі залежності. Ця концепція складає основу даної моделі у її дипломатичному тлумаченні.

3. DEFEAT IS A JOURNEY END. Дж. Байден у своїй промові зазначає: *«Ukraine will **never** be a victory for Russia. **Never»*** [4], що визначає поразку Росії як повне блокування маршруту.

Слово *never*, подвоєне для підсилення, є лексичним маркером закритого шляху. Висловлення набуває перформативного характеру: мовець не лише описує, а й закріплює неможливість руху агресора далі.

У. фон дер Ляєн у своїй промові представляє: *«Ukraine has **driven** Russia **out of** half the territories captured after February 2022. Ukraine has even **pushed** the Russian fleet in the Black Sea **back»*** [16]. Дієслова *driven out* і *pushed back* є прямими лексичними маркерами моделі **DEFEAT IS A JOURNEY END**: агресор, що рухався

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

вперед до поставленої цілі, не лише зупинений, а й спрямований назад – у зворотному напрямку від пункту призначення. Просторова метафора тут є особливо виразною: *out* і *back* кодують поразку як напрямку руху.

4. DEFEAT IS A PHYSICAL COLLAPSE. Президент США Дж. Байден у своїй промові оперує цією моделлю, використовуючи метафору як конструкцію, яка вистояла під зовнішнім тиском: "*He thought NATO would **fracture** and divide. **He was wrong"*** [5]. Модель побудована навколо метафори фізичних структур, які можуть тріскатися, розколюватися або обвалюватися. Хоча ця модель менш поширена у корпусі, вона вирізняється високою образністю та змістовою насиченістю.

Дієслово *fracture* (дати тріщину) представляє НАТО як монолітну структуру, що, за задумом агресора, мала зламатися. Водночас антитеза *fracture / he was wrong* створює центральну концептуальну схему: замість очікуваного руйнування відбувається підтвердження стійкості. У цій інтерпретації поразка агресора означає нездійснення задуму знищення, адже цілісність об'єднання збереглася.

Генеральний секретар НАТО Є. Столтенберг повторює цю концепцію: *«Today, we will make many decisions for an **even stronger** Alliance»* [13].

Використання компаративної форми *even stronger* сигналізує про посилення конструкції внаслідок зовнішнього тиску, попри очікування агресора щодо її розколу. Тож замість передбаченого розпаду НАТО стає більш згуртованим і стійким. Це прямо суперечить намірам агресора, який сподівався на ослаблення чи поразку демократичного Альянсу, але отримав результат, діаметрально протилежний очікуваному.

5. DEFEAT IS AN ADVERSARY. Ця модель втілюється через образ двох протилежних сторін – автократії та демократії, які постають як персоніфіковані антагоністи. *«**Appetites** of the autocrat cannot be appeased. They **must be opposed**. Autocrats only understand one word: **No. No. No**»* [5]. Ця концептуальна метафора ґрунтується на механізмі персоніфікації: поразка уособлюється як живий ворог, якого потрібно здолати чи якому доводиться підкоритися. Такий підхід є одним із найдавніших архетипічних способів осягнення абстрактних явищ через надання їм антропоморфних рис.

Іменник *appetites (апетити)* виступає яскравим засобом персоніфікації, наділяючи агресора рисами хижацької натури – ненаситністю та жагою влади. Поразка агресора пов'язується з єдиною можливою реакцією на цього персоніфікованого ворога – рішучим і активним протистоянням *(must be opposed)*. Повторення *No. No. No.* надає висловлюванню змісту: це вже не просто опис ситуації, а пряма відповідь ворогу, що набуває відчутної емоційної сили.

Ту саму модель Дж. Байден розвиває через концепцію персоніфікованої диктатури, яка зазнає поразки від власної природи. *«President Putin is **confronted with** something today that he didn't think was possible a year ago. The democracies of the world have grown **stronger**, not **weaker**. But the autocrats of the world have grown weaker, not stronger»* [4].

Предикат *confronted with* відображає поразку як зіткнення з реальністю, що постає перед агресором у ролі ворога. Антитеза *stronger/weaker* об'єктивізує два табори супротивників, де один стає слабшим, а інший набирає сили. У цьому контексті поразка є не просто абстрактним явищем, а результатом конкретного конфлікту між двома уособленими силами.

6. DEFEAT IS A BURDEN. Ця метафора реалізується через образ жертви як найвищої форми тягаря: *«**We can never match** the **sacrifice** and the bravery of the Ukrainian people. But we can **stand firmly by their side**»* [15]. Вона базується на тілесно укоріненій образній схемі ваги: поразка або загроза поразки концептуалізується як важкий тягар, що пригнічує, сповільнює рух і позбавляє здатності діяти. Вихідний домен цієї моделі – фізичний досвід несення важкої ноші.

Іменник *sacrifice* є центральним лексичним маркером моделі: він кодує ціну опору поразці як максимально важкий тягар, що несе народ. Предикат *we can never match* водночас визнає непосильність цього тягаря для інших і підкреслює моральний обов'язок підтримки *stand firmly by their side* як єдино можливу відповідь на чужу жертву.

Висновки. Аналіз виступів Дж. Байдена, Є. Столтенберга та У. фон дер Ляєн дозволив виявити шість основних концептуальних метафоричних моделей для вербалізації концепту DEFEAT у сучасному англомовному політичному дискурсі щодо російсько-української війни: «ПОРАЗКА – ЦЕ ТЕМРЯВА/НІЧ», «ПОРАЗКА – ЦЕ СТРАТЕГІЧНА НЕВДАЧА», «ПОРАЗКА – ЦЕ КІНЕЦЬ ШЛЯХУ», «ПОРАЗКА – ЦЕ ФІЗИЧНИЙ КОЛАПС», «ПОРАЗКА – ЦЕ СУПРОТИВНИК» та «ПОРАЗКА – ЦЕ ТЯГАР». Домі-

нуючою моделлю є «ПОРАЗКА – ЦЕ ТЕМРЯВА/НІЧ», що реалізується через пари «темрява/світло» і демонструє найвищу прагматичну ефективність завдяки активації архетипних образних схем.

Дослідження демонструє, що метафоричні конструкти поразки виконують мобілізуючі, легітимізуючі та ідентично утворюючі функції в корпусі: вони подають поразку агресора як неминучу, а підтримку України – як логічно та морально необхідну. Високий ступінь метафоричної узгодженості у промовах різних лідерів вказує на скоординований характер міжнародного наративу.

Перспективні напрямки подальших досліджень включають: порівняльний аналіз метафоричного представлення понять ПЕРЕМОГА та ПОРАЗКА у різних типах дискурсу; діахронічне дослідження трансформації метафоричних моделей у міру зміни перебігу військових операцій; а також контрастивний аналіз англомовного та україномовного концептуальних просторів навколо концепту ПОРАЗКА.

Література:

1. Жаботинська С. А. Мова як знакова система: мережева модель. *Вісник Черкаського університету. Серія: Філологічні науки*. 2013. № 26. С. 3–20.
2. Мартинюк А. П. Когнітивно-дискурсивний напрям дослідження концептів у сучасній лінгвістиці. *Проблеми романо-германської філології*. Ужгород, 2006. С. 92–107.
3. Таценко Н. В. Когнітивна природа концепту та його структурні характеристики. *Наукові записки. Серія «Філологічні науки»*. 2015. № 138. С. 112–118.
4. Biden J. Remarks before the 77th session of the United Nations General Assembly. *US Embassy Italy*. 2022. Sept. 21. URL: usembassy.gov (дата звернення: 21.03.2026).
5. Biden J. Remarks in Warsaw ahead of the one-year anniversary of Russia's invasion of Ukraine. *American Rhetoric*. 2023. Feb. 21. URL: americanrhetoric.com (дата звернення: 21.03.2026).
6. Charteris-Black J. Politicians and rhetoric: The persuasive power of metaphor. Springer, 2011. 384 p.
7. Defeat. *Cambridge Dictionary*. (n.d.). Cambridge University Press. URL: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/defeat (дата звернення: 21.03.2026).
8. Defeat. *Longman Dictionary of Contemporary English*. (n.d.). Pearson. URL: https://www.ldoceonline.com/dictionary/defeat(дата звернення: 21.03.2026).
9. Defeat. *Oxford English Dictionary*. (n.d.). Oxford University Press. URL: https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=defeat (дата звернення: 21.03.2026).
10. Fairclough N. Critical discourse analysis and critical policy studies. *Critical Policy Studies*. 2013. Vol. 7, No. 2. P. 177–197. DOI: https://doi.org/10.1080/19460171.2013.798239
11. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. 2nd ed. University of Chicago Press, 2003. 276 p.
12. Pragglejaz Group. MIP: A method for identifying metaphorically used words in discourse. *Metaphor and Symbol*. 2007. Vol. 22, No. 1. P. 1–39. DOI: https://doi.org/10.1080/10926480709336752
13. Stoltenberg J. Opening remarks at the meeting of the North Atlantic Council at the level of Heads of State and Government with Sweden, Vilnius NATO Summit. *NATO*. 2023. July 11. URL: nato.int (дата звернення: 21.03.2026).
14. van Dijk T. A. Discourse and manipulation. *Discourse & Society*. 2006. Vol. 17, No. 3. P. 359–383. DOI: https://doi.org/10.1177/0957926506060250
15. von der Leyen U. Keynote speech at the EDA Annual Conference 2023: Powering up European Defence. *European Commission*. 2023. Nov. 30. URL: europa.eu (дата звернення: 21.03.2026).
16. von der Leyen U. Speech at the European Parliament Plenary on one year of Russia's invasion and war against Ukraine. *European Commission*. 2023. Feb. 15. URL: europa.eu (дата звернення: 21.03.2026).

Дата першого надходження статті до видання: 24.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

УДК 007:316.776.23:355
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.23

Іван УРМАНЕЦЬ
аспірант кафедри журналістики,
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка,
iurmanets@gmail.com
ORCID: 0009-0004-5442-1350

Олеся МЕДИНСЬКА
кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики,
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка,
medynskao@ukr.net
ORCID: 0000-0002-3769-163X

НАРАТИВНІ МОДЕЛІ ТА МУЛЬТИМЕДІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ІСТОРІЙ ПРО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКУ ВІЙНУ В ОНЛАЙН-МЕДІА

У статті проаналізовано трансформацію сучасного українського медіапростору в умовах повномасштабної війни та обґрунтовано доцільність розгляду воєнного сторителінгу як інструменту формування колективної пам'яті та інформаційної стійкості держави. Особливу увагу приділено функціонуванню онлайн-медіа у контексті гуманоцентричного висвітлення подій, де статистичні дані про бойові дії трансформуються у персоналізовані наративи, що дозволяють зберігати залученість аудиторії та мінімізувати «втому від новин».

Метою статті є теоретичне осмислення та структурно-функціональна класифікація моделей воєнного сторителінгу в сучасному цифровому середовищі на прикладі провідних медіаплатформ. Методологічну основу дослідження становить якісний контент-аналіз та дискурс-аналіз медіатекстів із використанням інтерпретативного підходу, що дозволяє розглядати журналістські матеріали не лише як інформаційні продукти, а як форми соціальної взаємодії, етичного посередництва та психосоціальної підтримки. У роботі застосовано порівняльний метод для виявлення відмінностей між емпатійною, мобілізаційною та архівною стратегіями репрезентації воєнного досвіду.

Емпіричну базу дослідження становить репрезентативна вибірка з 289 матеріалів онлайн-медіа «Hromadske», «Українська правда» та «Суспільне» за період 2022–2025 років. Аналіз охоплює відеорепортажі, інтерактивні лонгріди та мультимедійні проєкти, що документують досвід військових і цивільних осіб. Наукові засади дослідження доповнюють концепції «журналістики травми» та міжнародні стандарти репортування в гарячих точках, що дозволяє зіставити практики вітчизняних медіа з глобальними тенденціями цифрової журналістики.

Наукова новизна статті полягає у виокремленні типологічних моделей воєнного наративу: «медіа як свідок», «інформаційно-аналітичний хаб» та «національний архіваріус», а також у доведенні ефективності кросплатформової адаптації контенту для утримання уваги аудиторії. Обґрунтовано, що залучення декількох медіаплатформ із різними редакційними підходами забезпечує валідацію статистичних даних та дозволяє сформувати цілісну картину медіатизації війни. Доведено, що інтеграція мультимедійних інструментів залучення (інфографіки, відеосвідчень, аудіоцитат) посилює соціальний вплив медіа та сприяє формуванню національної ідентичності через спільне проживання травми.

У висновках наголошено, що робота онлайн-медіа з воєнними історіями є зразком переходу від оперативного інформування до стратегічної комунікації, спрямованої на зміцнення суспільної солідарності. Констатовано, що модель «чистої» прямої мови без надмірної інтерпретації журналістом є найбільш автентичним засобом фіксації воєнної реальності. Перспективи подальших досліджень пов'язані з аналізом еволюції жанрових моделей у довгостроковій перспективі та вивченням впливу мультимедійного сторителінгу на міжнародну підтримку України.

Ключові слова: *воєнний сторителінг, воєнний контент, онлайн-медіа, наративні моделі, мультимедійні інструменти, лонгрід, інфографіка, медіаплатформа, медіа, інформаційний простір.*

Ivan Urmanets, Olesia Medynska. NARRATIVE MODELS AND MULTIMEDIA TOOLS FOR STORIES ABOUT THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR IN ONLINE MEDIA

The article analyzes the transformation of the modern Ukrainian media space under the conditions of full-scale war and substantiates the expediency of considering war storytelling as a tool for forming collective memory and the state's information resilience. Particular attention is paid to the functioning of online media in the context of human-centered event coverage, where statistical data on combat operations are transformed into personalized narratives that allow for maintaining audience engagement and minimizing "news fatigue."

© Урманець І., Мединська О., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

The goal of the article is the theoretical understanding and structural-functional classification of war storytelling models in the modern digital environment, using leading media platforms as examples. The methodological basis of the study is qualitative content analysis and discourse analysis of media texts using an interpretative approach, which allows considering journalistic materials not only as information products but as forms of social interaction, ethical mediation, and psychosocial support. The comparative method is applied in the work to identify differences between empathic, mobilization, and archival strategies for representing the war experience.

The empirical base of the research consists of a representative sample of 289 materials from the online media "Hromadske," "Ukrainska Pravda," and "Suspilne" for the period 2022–2025. The analysis covers video reports, interactive long-reads, and multimedia projects documenting the experiences of military personnel and civilians. The scientific framework of the study is complemented by the concepts of "trauma-informed journalism" and international standards for reporting in hot spots, which allows for comparing the practices of domestic media with global trends in digital journalism.

The scientific novelty of the article lies in the identification of typological models of the war narrative: "media as a witness," "information-analytical hub," and "national archivist," as well as in proving the effectiveness of cross-platform content adaptation for retaining audience attention. It is substantiated that involving several media platforms with different editorial approaches ensures the validation of statistical data and allows for forming a holistic picture of the mediatization of war. It is proven that the integration of multimedia engagement tools (infographics, video testimonies, audio quotes) strengthens the social impact of the media and contributes to the formation of national identity through the shared experience of trauma.

The conclusions emphasize that the work of online media with war stories is an example of the transition from rapid reporting to strategic communication aimed at strengthening social solidarity. It is stated that the model of "pure" direct speech without excessive journalistic interpretation is the most authentic means of recording the reality of war. Prospects for further research are related to the analysis of the evolution of genre models in the long term and the study of the impact of multimedia storytelling on international support for Ukraine.

Key words: *war storytelling, war-related content, online media, narrative models, multimedia tools, longreads, infographics, media platform, media, information space.*

Постановка проблеми. Сучасний український медіапростір функціонує в умовах безпрецедентних викликів, спричинених повномасштабною війною, де інформаційна сфера стала стратегічним полем протистояння. Медіа сьогодні виконують не лише комунікативну, а й безпекову та соціальну функції, безпосередньо впливаючи на формування колективної пам'яті та суспільної стійкості. Проблематика дослідження охоплює перетин журналістики, психології та права. В умовах агресії мова трансформувалася з інструменту опису реальності у засіб мобілізації та зброю. Як зазначається у науковій монографії «Мова і війна» [4], мовні практики часто стають об'єктом лінгвоюридичного аналізу через їх використання у злочинах проти національної безпеки (виправдання агресії, розпалювання ворожнечі). Водночас українська мова набула статусу ключового маркера ідентичності за принципом «свій – чужий», протиставляючи українські цінності російському імперському проєкту.

Особливої ваги набувають онлайн-медіа, які завдяки інтерактивності та емоційним форматам оперативно трансформують воєнну реальність у наративи. Саме цифрові платформи стали основним простором для боротьби з дезінформацією, фіксації воєнних злочинів та документування досвіду військових і цивільних.

Актуальність дослідження зумовлена потребою комплексного аналізу воєнного сторителінгу на прикладі таких провідних медіа, як «Hromadske», «Українська правда» та «Суспільне». Це дозволить визначити роль медійних історій у зміцненні інформаційної безпеки та підтримці національної ідентичності в умовах тривалої агресії.

Аналіз останніх досліджень. У сучасному науковому дискурсі медіа розглядаються не лише як канали передачі інформації, а й як інструменти конструювання смислів, ідентичностей та колективної пам'яті, що особливо інтенсивно проявляється в «гарячих точках» [5]. Важливим напрямом є уточнення термінологічних меж, зокрема розмежування «військової журналістики» (висвітлення діяльності армії) та «воєнної журналістики» як комплексного відображення збройних конфліктів у гуманітарному та культурному вимірах [7]. У межах етичних студій аналізується трансформація стандартів у кризових умовах: науковці переосмислюють концепт нейтральності, доводячи, що в умовах збройної агресії «абсолютна безсторонність» може фактично легітимізувати насильство [8]. Паралельно вивчається технологічна адаптація медіа: еволюція ролі кореспондентів, перехід до мультимедійності, персоналізація контенту та автоматизація виробництва [11; 14].

У цьому контексті воєнні історії в онлайн-медіа постають як результат поєднання технологічних інновацій, жанрової гнучкості та потреб аудиторії. Значний масив наукових праць присвячено наративному виміру інформаційних процесів: глобальним стра-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

тегіям впливу, типології медійних наративів та аналізу російських пропагандистських операцій [2; 3]. Сучасний науковий дискурс акцентує на теорії наративу в цифрових медіа як ключовому механізмі конструювання воєнної реальності [9; 10]. Особливого значення набуває концепція «журналістики травми» (trauma-informed journalism), яка передбачає етичну та психологічну підготовку медіатора до комунікації з постраждалими [12; 18]. Зазначені підходи доповнюються аналізом синтаксичних засобів вираження агресії та незгоди в українському сегменті соцмережі «Фейсбук», як чинника емоційної поляризації суспільства [6].

Медіатизація війни та інформаційно-психологічний вимір конфлікту активно осмислюються в міжнародному контексті протидії гібридній агресії, зокрема в матеріалах EUvsDisinfo [16], які фіксують понад 3946 кейсів дезінформації за тематичним напрямом російсько-української війни. Другий звіт EEAS/EU HYBNET [19] описує механізми протидії FIMI (Foreign Information Manipulation and Interference), тобто іноземним інформаційним маніпуляціям і втручанню, що включають дезінформацію, пропаганду, психологічні операції та інші форми впливу на громадську думку. У міжнародній практиці стандарти репортажів у гарячих точках базуються на принципах безпеки та гуманістичної домінанти, що знаходить відображення у працях українських дослідників медіа [5; 8]. Проте, попри наявність класифікацій воєнних історій, спостерігається дефіцит аналізу конкретних мультимедійних форматів, які використовують провідні медіа для адаптації складних наративів під запити аудиторії [17]. Залишається недостатньо опрацьованим питання конкретних практик сторителінгу в таких онлайн-медіа, як «Hromadske», «Українська правда», «Суспільне» [13; 15; 17], з перетворення досвіду війни на цілісний публічний наратив.

Метою дослідження є структурно-функціональна класифікація матеріалів онлайн-медіа «Hromadske» [17], «Українська правда» [15] та «Суспільне» [13] (репортажі, інтерактивні лонгріди, відеосвідчення), поглиблений аналіз їх комунікативних стратегій. Наукова розвідка спрямована на виявлення особливостей конструювання воєнних історій, а також визначення їхньої ролі у формуванні суспільного розуміння війни, протидії дезінформації та зміцненні інформаційної стійкості держави.

Виклад основного матеріалу. Вибір зазначених медіаплатформ в якості матеріалу дослідження зумовлений їхніми унікальними та взаємодоповнювальними редакційними стратегіями, що дозволяє комплексно проаналізувати український сегмент цифрового сторителінгу. Зокрема, «Hromadske» [17] апелює до відеоформатів та «чистої» прямої мови героїв без надмірної інтерпретації журналістом. Така модель мінімізує суб'єктивність медіатора, дозволяючи аудиторії самостійно проживати досвід героя, що є критично важливим для збереження автентичності та емоційної правди воєнного часу. «Українська правда» [15] є оперативним аналітичним медіа, де воєнний сторителінг інтегрований у загальнополітичний та стратегічний контекст. Комунікативною метою виступає надання фактологічної основи для розуміння перебігу війни та боротьба з ворожими дезінформаційними наративами шляхом експертної верифікації. «Суспільне» [13] реалізує модель «медіаархіву», поєднуючи регіональну розгалуженість із високими стандартами нейтральності. Редакційна стратегія Суспільного мовника спрямована на фіксацію голосів свідків з усіх куточків країни, що забезпечує інклюзивність воєнного наративу та формування цілісної колективної пам'яті.

В основу методології дослідження покладено якісний контент-аналіз та дискурс-аналіз матеріалів онлайн-медіа «Hromadske» [17], «Українська правда» [15] та «Суспільне» [13]. Вибір цих ресурсів зумовлений їхньою репрезентативністю, високим рівнем довіри аудиторії та різними редакційними моделями: від громадського та суспільного мовлення до приватного оперативного медіа.

Дослідження реалізовано у чотири етапи: формування емпіричної бази шляхом відбору публікацій за 2022–2025 рр., що охоплюють ключові теми (бойові дії, досвід цивільних, воєнні злочини, міжнародний контекст); структурно-наративний аналіз через виявлення моделей побудови воєнних історій (героїка, трагедія, свідчення); порівняльний аналіз: зіставлення редакційних стратегій та жанрових пріоритетів; статистична обробка, квантитативний аналіз тематичного розподілу контенту.

Основним етичним викликом дослідження є робота з травматичним контентом. Під час аналізу враховувалися принципи «не нашкодь» щодо героїв публікацій та дотримання журналістами стандартів травмоусвідомленого сторителінгу. Обмеження дослідження зумовлені динамічністю воєнних подій та зміною безпекових протоколів,

що впливає на глибину деталізації певних репортажів.

Аналіз емпіричних даних дозволив виявити специфіку жанрового та тематичного наповнення медіа. На основі контент-аналізу вибірки матеріалів (n=289) за період 2022–2025 рр. було систематизовано дані щодо жанрових та тематичних особливостей сторителінгу. Результати статистичної обробки матеріалів представлено в таблиці 1. Встановлена жанрова специфіка (див. Табл. 1) безпосередньо корелює із комунікативними цілями, які ставить перед собою кожна редакція. Якщо жанрова структура визначає зовнішню форму контенту, то аналіз комунікативних стратегій дозволяє розкрити внутрішнє наповнення воєнних наративів. Зокрема, вибір між емпатійним висвітленням людської трагедії та мобілізаційним акцентом на героїці визначає рівень емоційної валентності матеріалів.

Таблиця 1

Жанрова структура воєнного контенту в онлайн-медіа

Жанрова домінанта	«Hromadske»	«Українська правда»	«Суспільне»
Оперативні новини	18	32	27
Аналітичні статті та огляди	14	21	16
Репортажі з місця подій	22	11	18
Наративні історії / Long-reads	26	14	19
Мультимедійні проєкти	20	7	24
Разом	100	85	104

Отримані дані свідчать про те, що «Hromadske» фокусується на складних наративних формах (сумарно 48 % становлять репортажі та лонгріди), тоді як «Українська правда» виконує функцію головного інформаційного хабу (37 % становлять новини). «Суспільне» демонструє найвищий рівень мультиплатформності через відеоконтент (23 %). Логічним продовженням аналізу жанрової структури є дослідження емоційно-наративного забарвлення матеріалів. У Таблиці 2 систематизовано розподіл цих стратегій, що демонструє вектор впливу кожного медіа на суспільну свідомість. Інтерпретація отриманих даних свідчить про високий показник емпатійної стратегії у «Hromadske» (52 %), підтверджує використання концепції «журналістики травми» [12; 18], спрямованої на глибоке проживання досвіду героя.

Таблиця 2

Розподіл комунікативних стратегій за типом емоційної валентності (у %)

Комунікативна стратегія	«Hromadske»	«Українська правда»	«Суспільне»
Емпатійна (фокус на переживанні травми)	52 %	18 %	35 %
Мобілізаційна (фокус на перемозі та силі)	20 %	42 %	25 %
Інформаційно-когнітивна (факти, аналіз)	15 %	30 %	20 %
Документально-архівна (фіксація злочинів)	13 %	10 %	20 %

«Українська правда» дотримується мобілізаційного та когнітивного підходів, що є релевантним для протидії ворожій дезінформації та підтримки духу спротиву [3; 9]. Реалізація окреслених комунікативних стратегій потребує відповідного інструментарію, який би забезпечував належний рівень довіри та залученості аудиторії. У цифровому середовищі це досягається через використання мультимедійних компонентів, що трансформують класичний текст в інтерактивний досвід. Ефективність обраних стратегій безпосередньо залежить від застосованого мультимедійного інструментарію. Для розуміння того, як саме технічні рішення допомагають втілювати моделі «медіа як свідка» чи «інформаційного хабу», варто розглянути частоту використання специфічних інструментів залучення (Engagement Tools), представлених у Таблиці 3.

Таблиця 3

Використання інструментів залучення (Engagement Tools) у спецпроєктах (середній показник частоти використання елемента в одному матеріалі)

Мультимедійний інструмент	«Hromadske»	«Українська правда»	«Суспільне»
Пряма мова (без авторської редукції)	7.5	2.1	5.4
Візуальні докази (фото/ відео свідків)	6.2	3.8	8.1
Інтерактивні елементи (карти, таймлайни)	1.4	4.5	2.3
Ембедовані аудіоцитати / подкасти	3.8	1.2	2.5

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

Статистика даних підтверджує унікальну модель «Hromadske» через апелювання до «чистої» прямої мови (7.5 позицій на матеріал), що мінімізує суб'єктивність журналіста. Високий показник візуальних доказів у «Суспільного» (8.1) корелює з їхньою стратегією медіа як «цифрового свідка», що забезпечує верифікацію подій для внутрішньої та міжнародної аудиторії [13; 16].

Отримані дані свідчать про суттєві відмінності в редакційних стратегіях: «Hromadske» демонструє найвищий показник у категоріях «Історії» (26) та «Репортажі» (22). Це підтверджує орієнтацію медіа на гуманітарний сторителінг та документування індивідуального досвіду. «Українська правда» фокусується на оперативному інформуванні та експертній оцінці, про що свідчить домінування новин (32) та аналітики (21). «Суспільне» виявляє найбільш збалансовану модель із потужним відеосегментом (24), що зумовлено його статусом мультиплатформного мовника.

Аналіз емпіричного матеріалу дозволяє виділити специфічні моделі сторителінгу, які застосовує кожна з редакцій для конструювання воєнного наративу. На платформі «Hromadske» домінує модель «медіа як свідка», де ключовим інструментом протидії «втомі від новин» стає прийом «олюднення» війни. У межах цієї моделі журналіст виконує роль медіатора між героя та емпатією аудиторії, що забезпечує глибоке емоційне залучення. Практична реалізація цього підходу базується на кросплатформовій адаптації, завдяки якій одна історія трансформується під різні формати залежно від майданчика поширення. Зокрема для ютуб-каналу створюються розгорнуті документальні драми з повільним темпоритмом, тоді як для інстаграма готуються динамічні відео з акцентом на ключову емоцію, а на сайті публікуються глибокі лонгріди з мультимедійними вставками. Натомість «Українська правда» реалізує модель «інформаційно-аналітичного хабу», де сторителінг підпорядковується стратегічному контексту та верифікації подій. Редакція використовує інструменти експертної інтерпретації та інтерактивної візуалізації даних, що дозволяє аудиторії осягнути масштаб воєнних дій через поєднання особистих свідчень із аналізом фронтової ситуації. Модель «Суспільного» характеризується підходом «національного архіваріуса», що базується на широкій мережі регіональних кореспондентів та фіксації голосів свідків з усіх куточків країни. Така модель забезпечує інклюзивність воєнного дискурсу та створює ефект колективної присутності, поєднуючи класичні репортажні стандарти із сучасними цифровими форматами свідчень.

Важливим елементом для аналізованих медіа є візуальна домінанта, оскільки поєднання якісного відеоряду з особистою драмою створює ефект безпосередньої участі та значно підвищує рівень взаємодії порівняно з формалізованим викладом хроніки бойових дій. На відміну від традиційних методів інформування, такий сучасний воєнний сторителінг перетворює індивідуальний досвід війни на цілісний публічний наратив. Це дозволяє не лише фіксувати історичні факти, а й активно формувати національну ідентичність через спільне проживання травми та героїзму. Такий підхід є критично важливим для зміцнення інформаційної безпеки та підтримки соціальної стійкості держави в умовах тривалої збройної агресії РФ проти України.

На відміну від традиційного інформування, сучасний воєнний сторителінг в онлайн-медіа перетворює досвід війни на цілісний публічний наратив. Це дозволяє не лише фіксувати факти, а й формувати національну ідентичність через спільне проживання травми та героїзму, що є критично важливим для інформаційної безпеки та соціальної стійкості країни.

Висновки. Дослідження стратегій воєнного сторителінгу в онлайн-медіа дозволяє підбити підсумки. Сучасний український медіапростір трансформувався від суто оперативного інформування до створення складних наративних моделей, де кожен майданчик виконує свою роль: «Українська правда» забезпечує аналітичну стійкість, «Суспільне» формує інклюзивну регіональну картину подій, а «Hromadske» виступає етичним медіатором людського досвіду. Встановлено, що робота «Hromadske» з воєнними історіями є зразковим прикладом переходу від класичної журналістики новин до глибокого формування колективної пам'яті. Завдяки апелюванню до «чистої» прямої мови героїв та мінімізації авторської інтерпретації, медіа створює простір для безпосереднього проживання травми та героїзму. Це дозволяє аудиторії уникати «втоми від новин», трансформуючи біль окремої людини у спільний національний досвід спротиву.

Інтеграція мультимедійних інструментів, від документальних відеодрам до динамічного адаптивного контенту в соцмережах, дозволяє онлайн-медіа не лише утримувати увагу в умовах надмірного інформаційного потоку, а й здійснювати глибокий соціаль-

ний вплив. Поєднання візуальної домінанти з етичним підходом до сторителінгу перетворює цифрові платформи на потужний засіб конструювання національного наративу. Таким чином, сучасний воєнний сторителінг стає фундаментом інформаційної безпеки держави, забезпечуючи суспільну солідарність та збереження історичної правди в умовах тривалої збройної агресії РФ проти України.

Література:

1. Біловус Л., Шафранський В., Грішин Е., Іванова С. Медіа як простір соціальної взаємодії: журналістика і соціальна робота в соціонімічному вимірі. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*. 2025. № 4 (18). С. 12–20. https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.4.2

2. Вакулич О., Новородовська Л. Російська пропаганда агресії проти України (2014–2021 рр.). *Український інформаційний простір*. 2023. Вип. 1(11). С. 119–132. doi:10.31866/2616-7948.1(11).2023.279610.

3. Ващенко Н. М. Головні наративи сучасної російської пропаганди як впливогенна проблематика в умовах консцієнтальної війни Росії проти України. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2020. Т. 1 (76). С. 180–202. https://doi.org/10.17721/2522-1272.2020.76.15

4. Вийшла друком монографія «Мова і війна: динаміка мовної системи і мовна політика». *Національна академія наук України*. 08.05.2024. URL: https://old.nas.gov.ua/UA/Messages/Pages/View.aspx?MessageID=11304

5. Косюк О. Культура як комунікація у гарячих точках планети : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2025. 316 с.

6. Кулик О., Овсієнко Л., Кардаш Л. Синтаксичні засоби вираження агресії та незгоди в дискурсі українського Facebook. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*. 2025. № 4 (18). С. 84–89. https://journals.maup.com.ua/index.php/philology/article/view/5427

7. Лаврик О. В., Гнатенко С. А. «Військова»/»воєнна» журналістика: особливості потрактування понять у сучасному медіапросторі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Т. 35 (74). Ч. 2. С. 184–188. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.2.2/29

8. Літвінова-Михальонок Т. В., Побідаш І. Л. Трансформація стандартів журналістики в умовах збройних конфліктів: між «журналістикою миру» та «журналістикою війни». *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75). Ч. 2. С. 224–230. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.4.2/35

9. Михайлюк О. Глобальні наративи як механізм стратегічного інформаційного впливу. *Філософія та політологія в контексті сучасної культури*. 2025. Т. 17. № 1. С. 248–257. https://doi.org/10.15421/352532

10. Мицюк М. Типологія та функції сучасних медійних наративів російсько-української війни. *Folia Philologia*. 2024. № 7. С. 30–38. https://doi.org/10.17721/folia.philologica/2024/7/4

11. Нечай М. І. Еволюція ролі спеціальних кореспондентів у зонах конфлікту: від репортажу до мультимедійної журналістики. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75). № 5. Ч. 2. С. 262–268. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.5.2/39

12. Пінчук О. В. Психоедукація для медіа щодо травмоусвідомленої та екологічної журналістики під час війни. *Проблеми політичної психології*. 2025. Т. 17(31). С. 152–166. https://doi.org/10.33120/popp-Vol17-Year2025-200

13. Суспільне Новини. Офіційний сайт. URL: https://suspilne.media

14. Трачук М. А., Андрющенко М. Ю. Тенденції й особливості функціонування онлайн-медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Т. 35 (74). № 4. Ч. 2. С. 212–220. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.4.2/34

15. Українська правда. Офіційний сайт. URL: https://pravda.com.ua

16. DISINFO DATABASE. Disinformation cases database: Ukraine. 2025. URL: https://euvsdisinfo.eu/disinformation-cases/?disinfo_keywords[]=keyword_77110

17. Hromadske. Офіційний сайт. URL: https://hromadske.ua

18. Onufriv S. Peculiarity of Journalistic Communication with People Who Have Experienced Traumatic Events. *Visnyk of the Lviv University. Deries Journalism*. 2025. Issue 57. P. 250–260. URL: https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/13310/13529

19. Report on EEAS Activities to Counter FIMI: Strategic Communications, Task Forces and Information Analysis (STRAT.2). EU HYBNET. 2022. 19 P. URL: https://euhybnet.eu/wp-content/uploads/2023/03/D4.3-2022-Report-on-EEAS-Activities-to-Counter-FIMI.pdf

Дата першого надходження статті до видання: 26.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

УДК 070:37.01:655.4
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.24

Ганна ХОЛОД
кандидат філологічних наук,
професор кафедри політології та журналістики,
Навчально-науковий інститут психології та соціальних наук
ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»,
докторантка,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
kholodanna@ukr.net
ORCID: 0000-0002-2479-9721

СПЕЦИФІКА КОНТЕНТУ Й ОФОРМЛЕННЯ МІНІЖУРНАЛУ «ВАВІЛОНЧИК» («ВАВИЛОНЧИК»)

Стаття розкриває суть одного з редакційних експериментів 90-х років ХХ століття – поєднання різновікових читацьких аудиторій у журналах із кіноконтентом.

Мета статті – з'ясувати специфіку контенту й оформлення мініжурналу «Вавілончик» («Вавилончик»), на основі недоліків та переваг контенту й оформлення вищезазначеного видання сформулювати рекомендації для сучасних видавців.

У статті проаналізовано контент й оформлення мініжурналу «Вавілончик» («Вавилончик»), розрахованого на дитячу аудиторію й розміщеного в журналах «Вавілон», «Вавілон-ХХІ» (трансформована назва – «Вавилон ХХІ»). Авторка приділила увагу антропоморфним засобам моделювання образу мініжурналу, комунікативним прийомам, які використовувала редакція для спілкування з дитячою аудиторією, шрифтовому оформленню фрагментів тексту й назви мініжурналу, специфіці його ілюстративного й інформативного наповнення. У статті також приділено увагу історії функціонування журналів «Вавілон», «Вавілон-ХХІ» (трансформована назва – «Вавилон ХХІ») і підкреслено незмінність редакційної політики щодо друку на їхніх сторінках мініжурналу з дитячим розважальним контентом, який став у 90-х роках ХХ століття унікальним маркетинговим прийомом для залучення більшої читацької аудиторії. У статті зазначено, що мініжурнал «Вавілончик» (трансформована версія – «Вавилончик») сприяв розвитку креативності дітей, виконуючи пізнавальну, комунікаційну, рекламну, стимулювальну, естетичну, розвивальну функції. Проаналізувавши контент видань, авторка також звернула увагу на недоліки застосування редакційного експерименту щодо поєднання контенту, розрахованого на різну вікову аудиторію, і запропонувала рекомендації, адресовані сучасним видавцям.

Ключові слова: *журнал «Вавілон», журнал «Вавілон-ХХІ», журнал «Вавилон ХХІ», мініжурнал «Вавілончик» («Вавилончик»), контент, оформлення.*

Hanna Kholod. SPECIFICITY OF THE CONTENT AND DESIGN OF THE MINI-JOURNAL "BABILONCHIK" ("BABYLONCHIK")

The article reveals the essence of one of the editorial experiments of the 1990s: combining different-age reading audiences in magazines with film content.

The purpose of the article is to identify the specifics of the content and design of the mini-magazine "Babilonchik" ("Babylonchik") and to formulate recommendations for modern publishers based on its strengths and weaknesses.

The article analyses the content and design of the mini-journal "BABILONCHIK" ("BABYLONCHIK"), designed for a children's audience and published in the magazines "BABILON", "BABILON-XXI" (transformed name – "BABYLON XXI"). The author paid attention to the anthropomorphic means of modelling the image of the mini-magazine, the communicative techniques used by the editorial staff to communicate with the children's audience, the font design of the text fragments and the name of the mini-magazine, the specificity of its illustrative and informative content. The article also pays attention to the history of the functioning of the magazines "Babilon", "Babilon-XXI" (transformed name – "Babylon XXI") and emphasizes the invariability of the editorial policy regarding the publication on their pages of a mini-magazine with children's entertainment content, which became a unique marketing technique for attracting a larger readership in the 90s of the twentieth century. The article states that the mini-magazine "Babilonchik" (transformed version – "Babylonchik") contributed to the development of children's creativity, performing cognitive, communicative, advertising, stimulating, aesthetic, and developmental functions. Having analysed the content of the publications, the author also drew attention to the shortcomings of the use of an editorial experiment in combining content designed for different age audiences, and offered recommendations addressed to modern publishers.

Key words: *magazine "Babilon", magazine "Babilon-XXI", magazine "Babylon XXI", mini-magazine "Babilonchik" ("Babylonchik"), content, design.*

© Холод Г., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

Постановка проблеми. 90-ті роки ХХ століття були періодом формування нової української медійної системи. Йому був притаманний пошук нових форм подачі інформації, експерименти з контентом, оформленням видань із метою збільшення читацької аудиторії. Аналіз експериментальних практик 90-х років ХХ століття має не тільки історичну цінність, а й користь для сучасних медіа, які можуть адаптувати експериментальні практики під сучасні реалії, уникаючи помилок своїх попередників.

Одним із проявів редакційних експериментів 90-х років ХХ століття була інтеграція журналів «Вавілон», «Вавілон-ХХІ» (варіативна назва журналу – «Вавилон ХХІ»), орієнтованих на дорослу аудиторію, із мініжурналом «Вавілончик» («Вавилончик»), що містив розважальний контент для дітей. Такий формат поєднання різновікових читацьких аудиторій потребує детального наукового вивчення, що дасть змогу виявити переваги і недоліки редакційного експерименту й сформулювати рекомендації для видавців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Мініжурнал «Вавілончик» («Вавилончик») ще не був об'єктом детального наукового вивчення, хоча Л. Брюховецька та С. Мензелевський приділили увагу журналам, у яких вищезазначений мініжурнал був розміщений.

У своїй статті «Вільне падіння – Вавілони та Вавілончики української кінокритики 1990-х років» [12] С. Мензелевський висвітлив соціально-економічне становище України 90-х років ХХ століття і його вплив на українську культуру. У фокусі дослідницької уваги науковця перебували журнали «Вавілон» та «Вавілон-ХХІ». Зокрема, С. Мензелевський приділив увагу історії виникнення вищезазначених видань і загальній характеристиці контенту. Про «журнальчик у журналі» [4, с. 80] «Вавілончик», що став об'єктом нашого дослідження, С. Мензелевський згадав двічі: у назві своєї статті, а також у контексті залучення дітей до читання («[…] залучати до читання дітей («вавілончик»)» [12]. Енциклопедична стаття «Вавилон ХХІ» [1] Л. Брюховецької, обсяг якої становить 5 рядків, де зазначено інформацію про його тематичне спрямування, початок функціонування, видавця, головного редактора, рубрики, журнал «Вавілон», не містить відомостей про мініжурнал «Вавілончик».

Формулювання мети статті. Мета статті – з'ясувати специфіку контенту й оформлення мініжурналу «Вавілончик» («Вавилончик»), на основі недоліків та переваг контенту й оформлення вищезазначеного видання сформулювати рекомендації для сучасних видавців.

Для досягнення поставленої мети треба виконати такі завдання:

1. У журналах «Вавілон», «Вавілон-ХХІ» (трансформована назва журналу – «Вавилон ХХІ») знайти мініжурнал «Вавілончик» («Вавилончик»).
2. Проаналізувати контент та оформлення мініжурналу «Вавілончик» («Вавилончик»).
3. На основі визначених нами недоліків та переваг контенту й оформлення вищезазначеного видання сформулювати рекомендації для сучасних видавців.

Для досягнення поставленої мети було використано описовий, порівняльний методи, аналіз, синтез, узагальнення.

Виклад основного матеріалу дослідження. «Щомісячний критико-публіцистичний ілюстрований журнал Спілки кінематографістів України» [17, с. 3] «Вавілон» видавався з грудня 1991 року по червень 1992 року. За твердженням С. Мензелевського, виникнення журналу «Вавілон» стало результатом «інституційного конфлікту між керівництвом редакції «Новин кіноекрана» та керівництвом Спілки кінематографістів України (СКУ)» [12].

Видання «Вавілон» одразу позиціонувало себе як кінематографічний журнал [15], підкреслюючи тематику свого контенту записом «все про кіно» [11] на першій сторінці обкладинки журналу. Співробітники журналу, дії яких координував головний редактор Сергій Кичигін (С. Тойма), у своєму зверненні до читачів констатували готовність долати труднощі матеріально-технічного забезпечення друку журналу, сформулювали принципи його функціонування, критерій відбору публікацій, завдання журналу («Тому одне з головних завдань «Вавілона» – поєднання показу досягнень духовної культури українського народу з розповіддю про те, який внесок у цю скарбницю роблять інші народи, що живуть на Україні» [15]), розтлумачили назву журналу (перше пояснення – данина талантові актора Івана Миколайчука, який знявся у фільмі «Вавілон ХХ»).

У № 1 журналу «Вавілон» за 1991 рік було розміщено «Вавілончик» – «журнальчик у журналі» [4, с. 80], який був орієнтований на дитячу аудиторію. Маркерами цього є не тільки звертання до хлопчиків та дівчаток, а й моделювання антропоморфізованого образу мініжурналу завдяки його

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

ототожненню із цільовою аудиторією використанням художніх засобів: порівнянь, епітетів, персоніфікації («“Вавілончик” – як і ви – веселий, завзятий, трохи бешкетливий і найбільше схожий на вас тим, що до нестями любить мультфільми» [4, с. 80]), підкресленню спільності інтересів (любов до мультфільмів), використанням у назві журналу суфікса пестливості, її типографічним оформленням, зокрема використанням декоративного шрифту з грайливими завитками й акцентом на літері «О» із «чубчиком». У № 2 мініжурналу «Вавілончик» за 1992 літера «О» набуває більших антропоморфізованих рис, перетворюючись на обличчя хлопчика.

Для привернення уваги дитячої аудиторії до мініжурналу та встановлення з нею контакту редакція у своєму зверненні до дітей використала такі комунікативні прийоми, як анонсування систематичних подарунків від мініжурналу «Вавілончик», вербалізація перспективи мати самостійно створену книгу («“Вавілончик” у кожному номері подарує вам мультфільм чи комікс, який вам залишиться лише розфарбувати, а наприкінці року скласти усі випуски журнальчика у свою першу книжку» [4, с. 80], констатація відсутності повноцінного функціонування мініжурналу без комунікації із читачами («“Вавілончик” не може жити самостійно без ваших ідей, тем для малюнків, запитань, загалом, без ваших листів, то ж з нетерпінням чекає їх від вас» [4, с. 80]), створення інтриги щодо призів за найцікавіші листи, найменування читачів друзями для зменшення міжособистісної дистанції й створення атмосфери довіри.

Для увиразнення важливої інформації, зокрема оголошення конкурсу «Нові пригоди козаків» на краще оповідання-сценарій для мультфільмів і найкращий малюнок, наявності призового фонду, побажання успіхів, редакція використала більший за розміром шрифт. Двічі використовуючи ілюстрацію, на якій зображено усміхнених козаків із подарунками на п’єдесталі переможців, деталізуючи призовий фонд (подорож, відеокасета з мультфільмами, книги для дітей), пропонуючи розмальовку з мультиплікаційними персонажами, редакція заохочувала дитячу аудиторію до творчості.

Розміщенням у журналі «Вавілон» мініжурналу «Вавілончик» й оголошенням конкурсу для дітей редакція прагнула збільшити читацьку аудиторію, а отже, продаж журналу. Аргументом щодо правильності вищезазначеного твердження є умова участі в конкурсі: відповідно до неї на конверт учасника повинна бути наклеєна марка журналу «Вавілончик». Варто зазначити, що ця умова залишалася незмінною впродовж усього функціонування журналу «Вавілон» (грудень 1991 року – червень 1992 року), журналу «Вавілон-XXI» (липень 1992 року – грудень 1992 року), а також його трансформованої версії – журналу «Вавилон XXI» (до березня 1993 року).

У журналі «Вавілончик» [9], розміщеному в № 2 журналу «Вавілон» за 1992 рік, редакція для конкурсу запропонувала розмальовку, що містила персонажів мультфільму «Безтолковий Вомбат», інформацію про його режисера (Сергій Кушнерьов), художницю (Наталія Чернишова) та невеликий розмальований фрагмент мультфільму. Проаналізувавши використані в розмальовці образи мультиплікаційних персонажів, зокрема чоловіка, який стріляє зі зброї, ми дійшли висновку, що редакції варто було б уникати друку агресивного контенту, оскільки це могло призвести до таких негативних наслідків: формування неправильних моделей поведінки, зменшення емпатії дитини, появи тенденції нормалізації насильства в уявленні дитини, підвищення тривожності й появи фобій тощо.

Для привернення уваги читачів до інформації про наявність призового фонду редакція її оформила заголовними літерами (журнал «Вавілон» № 2 за 1992 рік), курсивом (журнал «Вавілон» № 3 за 1992 рік).

У журналі «Вавілончик» [5], розміщеному в № 3 журналу «Вавілон» за 1992 рік, редакція, крім чергової розмальовки з кольоровим фрагментом, запропонувала дітям написати продовження мультиплікаційного фільму про пригоди Вомбата, пообіцявши надрукувати найкращі сценарії та анонсувавши можливість потенційного співавторства для продовження вищезазначеного мультфільму.

У журналі «Вавілончик» [6], розміщеному в № 4 журналу «Вавілон» за 1992 рік, редакція запропонувала учасникам конкурсу розмальовку з персонажами з мультфільмів Уолта Діснея, урізноманітнила контент розповіддю про біографію і творчість вищезгаданого мультиплікатора, використавши в ній цитату Уолта Діснея, у якій ідеться про цікаву історію появи мишеняти Міккі Мауса, а також надрукувала імена та прізвища учасників конкурсу, які надіслали свої роботи з Києва, Запоріжжя, Одеси, та його переможниці-киянки. На відміну від попередніх номерів, «журнальчик у журналі» [6] «Вавілончик» розширив свої межі, розмістивши

на першій та четвертій сторінках обкладинки мультиплікаційних персонажів Уолта Діснея.

У журналі «Вавілончик» [10], розміщеному в № 5–6 журналу «Вавілон» за 1992 рік, редакція в контексті чергового конкурсу ознайомила дітей з історією виникнення образу Аліси з казок Льюїса Керрола «Аліса в країні чудес», «Аліса в Задзеркаллі» і надала лаконічну інформацію про творця однойменних мультфільмів, фрагменти з яких були використані для розмальовки.

24 серпня 1992 року до друку було підписано «щомісячний критико-публіцистичний ілюстрований журнал про кіно» [16] «Вавілон-XXI». Виникнення журналу «Вавілон-XXI», засновником та видавцем якого стала фірма «Довіра», було зумовлено появою різних поглядів Союзу кінематографістів України та головного редактора журналу «Вавілон» С. Кичигіна на цілі, завдання, структуру видання [14]. С. Кичигін вважав, що тільки орієнтація на масового читача здатна забезпечити тривале функціонування журналу [13]. У зв'язку із цим авторами контенту журналу «Вавілон-XXI», де спочатку С. Кичигін був головним редактором, а потім президентом видання, були переважно журналісти, а не кінокритики.

Незважаючи на те що новий журнал було позиціоновано як щомісячний, виникла тривала перерва перед випуском його наступного номера: його було підписано до друку 23 грудня 1992 року. На нашу думку, однією з причин тривалої перерви була трансформація журналу, зокрема його перетворення на «щомісячний незалежний культурологічний журнал» [18], поява президента видання (С. Кичигін), нового головного редактора журналу (М. Слабошпицький). Фірма «Довіра» виконувала функції видавця, інформації про неї як про засновника журналу у виданні не зазначено.

1993 року трансформація журналу продовжувалася: відбулися невеликі зміни в назві видання (нова назва – «Вавилон XXI»), на відміну від свого попередника (журнал «Вавілон») та дотрансформаційної версії («Вавілон-XXI»), які видавалися українською та російською мовами, журнал «Вавилон XXI» почав друкуватися тільки українською мовою.

Незважаючи на всі трансформаційні процеси, які відбувалися з новим журналом, на його сторінках редакція продовжувала розміщувати мініжурнал із розважальним контентом для дітей.

У мініжурналі «Вавілончик» [7], розміщеному у виданні «Вавілон-XXI» за липень-серпень 1992 року, редакція у зв'язку з тим, що в журналі «Вавілон» для дітей було оголошено конкурс «Намалюй мультфільм!», на який треба було надіслати книжку, створену з розмальовок, продовжила їхнє розміщення в мініжурналі.

У мініжурналі «Вавілончик» за липень-серпень 1992 року дітям було запропоновано розмальовку з мультфільму «Неслухняна мама», яка супроводжувалася інформацією про сюжет мультфільму і його творців. На відміну від журналу «Вавілон», редакція журналу «Вавілон-XXI», намагаючись розширити діапазон спілкування із читачами, виходила за межі комунікації щодо конкурсу, пропозицій, ідей, побажань і просувалася на рівень формування особистісної довіри між «Вавілончиком» і читачами, спонукаючи дітей писати про свої проблеми.

Мініжурнал «Вавілончик» [8], розміщений у журналі «Вавілон-XXI» за вересень-грудень 1992 року, крім розмальовки, де зображено персонажів із мультфільмів Уолта Діснея, запропонував дитячій аудиторії ознайомитися з трьома віршами («Портрет Довженка на стіні», «Перша подорож», «Мультфільми милі мої») школярки Маріанни Сотникової.

З 1993 року назва мініжурналу з дитячим розважальним контентом трохи змінилася – у зв'язку із цим виник «журнальчик у журналі» [2, с. 48] «Вавилончик». Типографічне оформлення назви вже було позбавлено антропоморфізації та емоційності: вона була оформлена шрифтом із засічками.

У мініжурналі «Вавилончик», надрукованому в № 1–2 журналу «Вавилон XXI» за 1993 рік, читачам було запропоновано розміщену на розвороті різнокольорову ілюстрацію з улюбленими мультиплікаційними персонажами, які зібралися в лісовому кінотеатрі, та кіноекраном із черговим творчим завданням для дітей. Відповідно до завдання читачі повинні були уявити кінозірку Вавилончика, намалювати його й надіслати свої малюнки. Редакція обіцяла найкращі малюнки розмістити в наступних номерах журналу.

У мініжурналі «Вавилончик» [2], розміщеному в № 3–4 журналу «Вавилон XXI» за 1993 рік, редакція в тексті звернення до дитячої аудиторії використала назву «Вавілончик». Припускаємо, що така позиція редакції пов'язана з небажанням створювати для дітей психотравмувальну ситуацію, оскільки діти тривалий час листувалися саме з «Вавілончиком» і звикли до нього. Крім розмальовки, на якій зображено персонажів із муль-

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

тфільму «Котик та Півник», у мініжурналі розміщено інформацію про українські мультфільми «Котик і Півник» («автор сценарію і режисер Алла Грачова» [2, с. 48], «Знайда» (режисер – Наталія Марченкова, автор сценарію – Юрій Рогоза), «Заєць в людях» (режисер – Сергій Гізела, автор сценарію – Євген Назаренко), назви яких у тексті було виділено жирним накресленням, оформлено більшим шрифтом, ніж основний текст. Редакція запропонувала дітям переглянути вищезазначені мультфільми виробництва студії «Укранімафільм», створити свої ілюстрації за їхнім сюжетом і надіслати їх своєму другові «Вавілончикові».

Варто зазначити, що в усіх вищепроаналізованих нами журналах кожна розмальовка із зображенням мультиплікаційних персонажів або кадрів із мультфільмів мала кольоровий фрагмент. Він міг бути для дитини підказкою, навчальним прикладом, психологічною підтримкою або стимулом для завершення справи.

На нашу думку, поєднання розмальовок та інших частин мініжурналу з контентом журналів «Вавілон», «Вавілон-ХХІ» (трасформована назва – «Вавилон ХХІ»), призначеним для дорослої аудиторії, є суттєвим недоліком, оскільки діти могли побачити фотографії та малюнки, не розраховані на їхню вікову категорію. Зокрема, ідеться про інтимні сцени з фільмів, оголені та напівоголені тіла акторів. Саме це, на нашу думку, могло суттєво знизити ефективність маркетингового прийому, на який розраховувала редакція.

Висновки. Отже, для розширення читацької аудиторії журналів «Вавілон», «Вавілон-ХХІ» (трансформована назва – «Вавилон ХХІ») редакціями вищезазначених видань було використано, на нашу думку, унікальний маркетинговий прийом – розміщення в межах журналів, розрахованих на дорослу аудиторію, мініжурналу «Вавілончик» (трансформована версія – «Вавилончик») із дитячим розважальним контентом мультиплікаційної тематики. Вищезазначений маркетинговий прийом, використаний у 90-х роках ХХ століття, повинен був давати конкурентну перевагу на ринку періодики з декількох причин: економія сімейних коштів на купівлі окремого дитячого журналу чи розмальовки, створення ефекту новизни та ексклюзивності, комбінування культурного та розважального контенту, розрахованого на різні цільові аудиторії, адже редакція намагалася охопити своєю увагою не тільки дорослу аудиторію, дошкільнят й учнів початкової школи, а й підліткову та юнацьку аудиторію (конкурс «Путівка в кінозірки»).

Мініжурнал «Вавілончик» (трансформована версія – «Вавилончик») став своєрідним майданчиком для розвитку креативних здібностей дітей. Він виконував пізнавальну, комунікаційну, рекламну, стимулювальну, естетичну, розвивальну функції.

Зазначивши в основній частині статті недоліки поєднання дитячого та дорослого контенту, можемо сформулювати для сучасних видавців, які захочуть повторити аналогічний експеримент, декілька рекомендацій:

1. Необхідно добирати контент для дорослої аудиторії, усвідомлюючи, що журнал може потрапити до рук дитини. У зв'язку із цим у журналі, де розміщено мініжурнал для дітей, не повинно бути фотографій з оголеними та напівоголеними тілами, фотографій зі сценами насильства та жорстокості тощо.

2. Для дитячої аудиторії треба добирати контент без негативних моделей поведінки, персонажів зі зброєю та образів зброї в будь-якому вигляді. Перед друком дитячого контенту редакція повинна консультуватися з педагогами та психологами.

3. Мініжурнал для дітей повинен бути в основному виданні автономним, тобто на сторінках мініжурналу не повинно бути контенту для дорослих читачів. Мініжурнал бажано розмістити посередині основного журналу, щоб за потреби в батьків була можливість легко й без пошкоджень основного журналу вилучити мініжурнал.

Література:

1. Вавилон ХХІ / Л. І. Брюховецька. Енциклопедія Сучасної України. редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2005. URL: https://esu.com.ua/article-32802 (дата звернення: 10.03.2026).
2. Вавилончик (журнальчик у журналі). *Вавилон ХХІ*. 1993. № 3–4. С. 48–49.
3. Вавилончик. *Вавилон ХХІ.* 1993. № 1–2. С. 44–45.
4. Вавілончик (журнальчик у журналі). *Вавілон*. 1991. № 1. С. 78–80.
5. Вавілончик (журнальчик у журналі). *Вавілон*. 1992. № 3. С. 48–49.
6. Вавілончик (журнальчик у журналі). *Вавілон*. 1992. № 4. С. 47–49.
7. Вавілончик (журнальчик у журналі). *Вавілон-ХХІ.* 1992. Липень-серпень. С. 48–49.
8. Вавілончик (журнальчик у журналі). *Вавілон-ХХІ*. 1992. Вересень-грудень. 1992. С. 48–49.

9. Вавілончик. *Вавілон*. 1992. № 2. С. 48–49.
10. Вавілончик. *Вавілон*. 1992. № 5–6. С. 48–49.
11. Все про кіно. *Вавілон*. 1992. № 3. 1-ша сторінка обкладинки.
12. Мензелевський С. Вільне падіння – Вавілони та Вавілончики української кінокритики 1990-х років. URL: https://chytomo.com/ekzempliary-xx/xxi/vilne-padinnia-vavilony-ta-vavilonchyky-ukrainskoi-kinokrytyky-1990-kh/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 10.03.2026).
13. Правління фірми «Довіра». Дорогі читачі! *Вавілон-XXI.* 1992. Липень-серпень. С. 3.
14. Секретаріат правління Союзу кінематографістів України. Дорогі читачі! *Вавілон-XXI.* 1992. Липень-серпень. С. 3.
15. Співробітники журналу. Друзі! *Вавілон*. 1991. № 1. С. 3.
16. Щомісячний критико-публіцистичний ілюстрований журнал про кіно. *Вавілон-XXI*. 1992. Липень-серпень. С. 3.
17. Щомісячний критико-публіцистичний ілюстрований журнал Спілки кінематографістів України. *Вавілон*. 1991. № 1. с. 3.
18. Щомісячний незалежний культурологічний журнал. *Вавілон-XXI.* Вересень-грудень. 1992. С. 3.

Дата першого надходження статті до видання: 21.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

УДК 621.396.7(477):[347.942:341.322(470+571)]
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.25

Іван ЦИПЕРДЮК
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю,
Заклад вищої освіти «Університет Короля Данила»,
zdjuk@ukr.net
ORCID: 0000-0003-0940-5066

ПРОЄКТ «ФІЛЬТРАЦІЯ» УКРАЇНСЬКОЇ РЕДАКЦІЇ РАДІО «СВОБОДА»: ДОКУМЕНТУВАННЯ ЗЛОЧИНІВ РОСІЙСЬКИХ ОКУПАНТІВ

Стаття присвячена вивченню роботи українських журналістів щодо документування злочинів російських окупантів, для того щоб у перспективі міжнародне юридичне правосуддя мало вагомі правові підстави ухвалити рішення на користь Української держави та її громадян – жертв воєнної агресії. Метою наукової розвідки є аналіз проєкту «Фільтрація» української служби радіо «Свобода» як унікального зразка послідовної, багаторічної підготовки матеріалів, у яких зафіксовано численні випадки вбивств і катувань цивільного населення та полонених військовослужбовців на тимчасово окупованих Росією територіях Півдня України та в російських тюрмах. Стаття базується на дослідженні матеріалів, репортажів, інтерв'ю журналістів української служби радіо «Свобода» в межах проєкту «Фільтрація». Проєкт «Фільтрація» відрізняється від окремих журналістських розслідувань тим, що матеріали для його поповнення з'являються систематично. Так, із квітня 2022 року до жовтня 2025 в рамках проєкту було підготовлено близько ста публікацій, аудіо та відеоматеріалів. Основну роботу в ньому проводять журналісти редакції «Новини Приазов'я» української служби радіо «Свобода», які стали хронікерами війни, документуючи воєнні злочини через безпосереднє спілкування з потерпілими. Практична цінність дослідження полягає в тому, що проаналізований досвід української служби радіо «Свобода» може стати корисним для вітчизняних медіа як досвід реалізації аналогічних проєктів, що послідовно розкривають систему воєнних злочинів окупантів. У науковій розвідці вперше розглянуто унікальність проєкту «Фільтрація», який за потреби можна використовувати також як фактологічний матеріал для кримінальних проваджень за скоєні злочини проти українського народу та держави.

Ключові слова: *проєкт «Фільтрація», українська редакція радіо «Свобода», журналістське розслідування, документування, воєнні злочини.*

Ivan Tsyperdiuk. THE "FILTRATION" PROJECT OF RFE/RL'S UKRAINIAN SERVICE: DOCUMENTING THE CRIMES OF THE RUSSIAN OCCUPIERS

This article is devoted to the examination of the work of Ukrainian journalists in documenting the crimes of the Russian occupiers so that, in the future, international justice may have solid legal grounds for ruling in favor of the Ukrainian state and its citizens, the victims of military aggression. The aim of this scholarly study is to analyze the "Filtration" project of RFE/RL's Ukrainian Service as a unique example of the consistent production of materials over many years documenting numerous cases of murder and torture of civilians and prisoners of war in the territories of Southern Ukraine temporarily occupied by Russia and in Russian prisons. The article is based on the study of materials, reports, and interviews by journalists of RFE/RL's Ukrainian Service as part of the "Filtration" project. The "Filtration" project differs from individual journalistic investigations in its systematic production of materials. Thus, from April 2022 to October 2025, nearly a hundred publications, audio pieces, and video materials were prepared within the project. The main work on it is carried out by journalists with The News of Azov Region project of RFE/RL's Ukrainian Service, who have become chroniclers of the war by documenting war crimes through direct communication with victims. The study is of practical value because the analyzed experience of RFE/RL's Ukrainian Service may be useful for Ukrainian media as an example of implementing similar projects that consistently expose the system of war crimes committed by the occupiers. This scholarly study is the first to examine the uniqueness of the "Filtration" project, which, if necessary, can also be used as factual material in criminal proceedings for crimes committed against the Ukrainian people and the Ukrainian state.

Key words: *"Filtration" project, RFE/RL's Ukrainian Service, journalistic investigation, documenting, war crimes.*

Постановка проблеми. Війна Росії проти України стала найбільшим за масштабами військовим конфліктом у світі за останні 80 років. Попри величезні втрати особового складу, яких зазнає армія агресора, з українського боку, окрім військових, гинуть десятки тисяч цивільних. Росіяни повністю знищують міста й села на Сході та Півдні України, з початку повномасштабного вторгнення постійно бомбардують цивільну та критичну інфраструктуру Української держави. Особливо активізувалися масовані

© Ципердюк І., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

обстріли й тотальне знищення електро-, газо- та теплопостачання в тривалі, суворі морози зимою 2025–2026 років. Окремою складною проблемою є численні факти жорстоких катувань росіянами українських військових і цивільного населення. У цьому контексті Українська держава скерувала матеріали щодо визнання російських військових злочинів такими, що мають ознаки геноциду, до міжнародного суду ООН, де згодом розпочався розгляд цієї справи.

Для того щоб міжнародне юридичне правосуддя ухвалило рішення на користь України, необхідно формувати вагому доказову базу, ретельно документуючи злочини російських окупантів. Цю роботу в Україні здійснює цілий ряд офіційних структур: офіс Генерального прокурора, СБУ, Національна поліція, ДБР, Мінреінтеграції, численні правозахисні й громадські організації та міжнародні партнери. Також злочини росіян фіксують і розслідують українські журналісти. У зв'язку з цим вивчення всіх аспектів їхньої діяльності є актуальним питанням сучасних наукових студій, зокрема в галузі соціальних комунікацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості документування журналістами воєнних злочинів російської армії на території України, статус медійника як комуніканта та його професійні орієнтири розглядає у своїх наукових публікаціях А. Червінчук [12]. Роботу журналістів зі свідками та жертвами воєнних злочинів, суворе дотримання етичних принципів в оприлюдненні чутливої інформації з'ясовує В. Улибін [11]. Діяльність вітчизняних журналістів під час війни також аналізують Н. Зражевська та В. Заіка [6], акцентуючи увагу на трансформації роботи медійників, де головними стали питання особистої безпеки, дотримання воєнної цензури, боротьби з дезінформацією, а також етичні дилеми у фіксації та оприлюдненні травм і трагедій постраждалих українців. Ці науковці також відзначають, що журналісти зчаста працюють в умовах постійної загрози для життя, їм доводиться балансувати між потребою якомога повніше інформувати суспільство та недопущенням розголошення воєнної таємниці.

Злочини російських окупантів – викрадення дітей, мародерство, численні убивства та катування українських цивільних громадян і військовослужбовців – постійно фіксують та аналізують у своїх наукових роботах вітчизняні історики та юристи. 34 громадські організації України ще на початку повномасштабної війни, 2022 року, створили окрему коаліцію документування воєнних злочинів «Україна. П'ята ранку/Ukraine. Five AM Coalition». Важливим елементом роботи журналістів у цьому напрямку є посібники для журналістів із розслідування та документування воєнних злочинів, з якими можна ознайомитись у вільному доступі в мережі «Інтернет» (напр.: [7; 8] та ін.).

Водночас, існує потреба у висвітленні та науковому аналізі окремих проєктів українських редакцій, головна мета яких – фіксація та документування злочинів російських окупантів. З огляду на сьогодення й історичну перспективу оцінки та відповідальності агресора за розв'язану війну робота вітчизняних журналістів є надзвичайно важливою.

Мета статті – проаналізувати проєкт «Фільтрація» української редакції радіо «Свобода» як зразок послідовної, багаторічної підготовки матеріалів, у яких зафіксовано численні випадки вбивств і катувань цивільного населення та полонених військовослужбовців на тимчасово окупованих Росією територіях Півдня України.

Виклад основного матеріалу. Відразу після повномасштабного вторгнення журналісти різних українських медіа розпочали фіксувати численні злочини, що їх здійснюють російські окупанти. Вони також проводять власні розслідування, під час яких встановлюють імена та прізвища конкретних злочинців, котрі брали чи беруть участь у грабуванні мирного населення, катуванні цивільних і військових, убивствах, що має всі ознаки геноциду українського народу.

Департамент правосуддя Медійної ініціативи за права людини (МІПЛ), проаналізувавши офіційну інформацію, оприлюднену Генеральною прокуратурою України (ГПУ), із 24 лютого 2022 року до кінця вересня 2025 року серед 975 проваджень, за якими вже оголошено підозри, виокремив п'ять найпоширеніших воєнних злочинів, учинених російськими окупантами: незаконне позбавлення волі, затримання й насильницькі зникнення (472), катування та інше жорстоке, нелюдське або принизливе поводження (446), утримання в неналежних умовах у в'язницях чи колоніях (327), убивства цивільних і військовополонених (182), пограбування цивільних (137). А. Рассамахіна, юристка та експертка МІПЛ з міжнародного гуманітарного права, відзначає, що зчаста в більшості підозр ідеться про вчинення кількох злочинів одночасно і, хоча підозрювані належать до різних підрозділів та родів військ, способи катування українців повністю збігаються,

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

навіть питання під час допитів ставляться однакові: «це свідчить про те, що воєнні злочини російських військових в Україні – це не результат дій окремих людей, а принцип роботи всієї армії, що виступає ніби один колективний злочинець» [9].

Підозри, оголошені ГПУ російським військовим, – це лише мізерна частина від загальної кількості злочинів, які вони здійснили та продовжують чинити під час війни.

Величезну роботу зі встановлення імен, фіксування та документування злочинних дій окупантів постійно проводять українські журналісти. Як приклад можна назвати журналістські розслідування редакцій «Слідство. Інфо» (документальний фільм «Він Теж: історії українських чоловіків, скривджених росіянами»), The Kyiv Independent (документальний фільм «Діти для Путіна»), «Ґвара Медіа» (документальний фільм, створений спільно з британськими журналістами, про поховання розстріляних українців біля Ізюма), «Схеми/радіо Свобода» (документальне розслідування «Секретна флешка окупантів»), «Суспільне» (документальний фільм «Щоденник вцілілої») та багато ін.

Власні розслідування проводять також окремі журналісти. Один із найяскравіших прикладів такої роботи – документальний фільм української редакції радіо Свобода «Буча. Яблунська», що отримав нагороду від Асоціації міжнародних мовників (The Association for International Broadcasters) 2025 року в номінації за найкраще розслідування. Це третій фільм про трагедію в Бучі, автором яких є журналіст Д. Джулай.

Українська редакція радіо «Свобода» з 2022 року також розпочала власний проєкт, метою якого є постійний збір інформації та фактів про злочини росіян передовсім на окупованих територіях Півдня України. Назва проєкту – «Фільтрація». Він відрізняється від окремих журналістських розслідувань тим, що матеріали для його поповнення з'являються систематично. Так, до жовтня 2025 року в межах проєкту «Фільтрація» було підготовлено близько ста публікацій, аудіо- та відеоматеріалів. Назва проєкту також не випадкова. Правозахисна організація Human Rights Watch заявила, що Російська Федерація постійно порушує закони війни. Співавторка звіту, підготовленого організацією, де зафіксовано численні злочини російської армії передовсім щодо цивільного населення, старша дослідниця криз та конфліктів Б. Вілле наголошує: «Тисячі українських громадян також піддалися формі обов'язкової, каральної та насильницької перевірки безпеки, яка називається «фільтрацією» [16]. 2022 року, як заявили дослідники Єльського університету на основі аналізу відкритих джерел, лише на території Донецької області росіяни створили 21 фільтраційний табір. США звинуватили Росію в примусовому переміщенні 1,6 млн українців до фільтраційних таборів. Тодішня посол США в ООН Л. Томас-Грінфілд на засіданні Ради Безпеки ООН заявила: «Примусове переміщення або депортація осіб, які перебувають під захистом, з окупованої території на територію окупанта…є військовим злочином» [10].

Для «Фільтрації» матеріали готували переважно журналісти проєкту української редакції радіо «Свобода» – «Новини Приазов'я». 2025 року вони оприлюднили дані, над якими працювали журналісти-розслідувачі з різних вітчизняних і закордонних медіа, згідно з якими росіяни систематично застосовують тортури у 29 місцях утримування українців. 18 із них розміщені в Росії, 11 – на тимчасово окупованих територіях. Загалом там перебувало близько 18 тис. людей. Розслідування було побудовано на 50 інтерв'ю, проведених з тими, хто повернувся з російського полону, а також із родичами тих, хто там ще перебуває. Інформацією поділилися також росіяни, співробітники в'язниць, які звільнилися з роботи через те, що вони бачили. Загалом було зафіксовано 695 окремих форм тортур, які застосовуються до українських в'язнів. Журналісти назвали цей свій спільний проєкт «Вікторія» як данину пам'яті журналістки Вікторії Рощиної, яку було закатовано в російському полоні. Загалом, журналістам стало відомо про 186 місць несвободи, де утримують українських полонених: «Це практично вся територія Росії» [4].

І це лише офіційні місця позбавлення волі, де утримують українців. Як наголошують журналісти, більшість таких в'язниць є тимчасовими. Це підвали житлових або адміністративних будинків, приміщення шкіл і заводів, військові казарми та поліцейські відділки. Тому їхня кількість не піддається жодному підрахунку. Фактично більшість із них – це катівні, де окупанти застосовують жорстокі тортури як до цивільних людей, так і до військовослужбовців.

У проєкті «Фільтрація» журналісти української редакції радіо «Свобода» ретельно документують свідчення українців, які пережили окупацію, ув'язнення, катування. Вони, представники різних соціальних прошарків, свідчать про злочини росіян.

Для прикладу розповідь звичайної маріупольки Олени Абрамової, що мешкала поруч із розбомбленим російською авіацією Драматичним театром, якій вдалося дивом разом з дочкою та онукою вибратися з блокадного міста, уникнувши фільтрації: «ухвалила рішення, що я втратила страх – буде, що буде» [14]. І це одна із «щасливих» історій. Натомість мешканка Херсону Ольга Черняк провела в російському полоні 280 днів і розповіла про нелюдські умови утримання та жорстоких знущань. Після того як її змусили бути свідком катування чоловіка та 19-літнього сина, жінка повністю посивіла [15]. Священник ПЦУ, протоієрей Сергій Чудинович із Херсону, залишився в окупації, був викрадений росіянами і через відмову щодо співпраці підданий жорстоким тортурам [2]. Про жахи перебування в російському полоні також детально розповів перший заступник міського голови Енергодара Іван Самойдюк, що провів у в'язниці 333 дні [13]. Окрім нього, у полоні окупантів перебувають ще десятки представників місцевого самоврядування різних рівнів. Деякі з них загинули в полоні, як міський голова Дніпрорудного Запорізької області Євген Матвєєв, що очолив народний спротив і був закатований. Або ж міський голова Херсону Ігор Колихаєв, якого окупанти викрали в червні 2022 року. З того часу його перебування фіксували в різних тюрмах окупованого Криму та Росії. Його доля дотепер залишається невідомою.

Страшним свідченням жахливих катувань у російських тюрмах і колоніях на окупованій території є також розповіді українських військовослужбовців. Зокрема, розмова із засудженим окупантами до 25 років ув'язнення азовцем Геннадієм Харченком, що брав участь в обороні Маріуполя і один з небагатьох вижив після вибуху у «бараку – 200» в Оленівці, отримавши важкі опіки другого ступеню [1]. Свідчення про нелюдські катування майора морської піхоти Сергія Смирнова, який перебував у полоні з квітня 2022 року до вересня 2024: «Просто б'ють, калічать людей чисто для своєї втіхи» [3].

У переліку документування фактів злочинів окупантів у межах проєкту «Фільтрація» журналісти української редакції радіо «Свобода» також оприлюднили численні свідчення про викрадення і вивезення на територію Росії дітей, катування та розстріли поліцейських, військовослужбовців, цивільного населення, зокрема журналістів, представників влади різних рівнів, підприємців, громадських активістів. Урешті ввесь проєкт «Фільтрація» є одним загальним документом, який за потреби можна використовувати для кримінальних проваджень за скоєні злочини проти українського народу й держави.

На кінець 2025 року, за інформацією Офісу Генерального прокурора, потерпілими від воєнних злочинів в Україні визнано 253 382 особи [5]. Проєкт «Фільтрація» української редакції радіо «Свобода» в цьому контексті – частина масштабної роботи для покарання винуватців злочинів у майбутньому.

Висновки. Дослідження виявило, що робота українських журналістів щодо документування та розслідування воєнних злочинів росіян надзвичайно важлива щодо здійснення справедливого правосуддя для всіх жертв окупантів. Особливе значення у зв'язку з цим має тривалий медійний проєкт «Фільтрація» української редакції радіо «Свобода», що, разом з іншими журналістськими розслідуваннями, не лише розкриває механізми скоєння злочинів, але й послідовно фіксує їх на певній території. Також варто наголосити, що такі масштабні, системні проєкти, як «Фільтрація», є яскравим прикладом складної та послідовної медійної роботи. Вони мають значну суспільну вагу та можуть стати об'єктом вивчення в майбутніх комплексних наукових розвідках як медіадослідників, так і юристів, істориків і психологів.

Література:

1. Бадюк О. Вижив у «бараку-200» в Оленівці. Інтерв'ю з «азовцем» Геннадієм Харченком після російського полону. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/novyny-pryazovya-hennadiy-kharchenko-azovets-vyzhyv-v-olenivtsi-u-poloni-rosiyi/33238554.html (дата звернення: 11.02.2026).

2. Бадюк О. «Роздягнули, поставили на коліна і сказали, що зґвалтують»: священник з Херсону розповів про російську окупацію та полон. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/novyny-pryazov-a-povnyy-tortury-rosiys%CA%B9kykh-okupantiv-interv-yu-svyashchenyk-chudynovych/33048611.html (дата звернення: 11.02.2026).

3. Бадюк О. «Цькують собаками, годують відходами, калічать для втіхи». Свідчення морпіха про полон. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/novyny-pryazovya-svidchennya-morpikha-pro-polon/33203465.html (дата звернення: 12.02.2026).

4. Бадюк О. «695 форм тортур, 186 місць утримання»: розслідувачі дізналися, де катують українських полонених». URL: https://www.radiosvoboda.org/a/novyny-pryazovya-kativni-v-okupatsiyi-novi-fakty-ta-svidchennya/33413544.html (дата звернення: 09.02.2026).

5. Воєнні злочини Російської Федерації проти України: шляхи до справедливого покарання винних – дослідження. URL: https://www.helsinki.org.ua/publications/voienni-zlochyny-rosiyskoi-federatsii-proty-ukrainy-shliakhy-do-spravedlyvoho-pokarannia-vynnykh-doslidzhennia/ (дата звернення: 12.02.2026).

6. Зражевська Н., Заіка В. Як змінилася робота українського журналіста під час війни. URL: https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/262 (дата звернення: 06.02.2026).

7. Посібник для журналістів зі збору та фіксації інформації про міжнародні злочини. URL: https://irrp.org.ua/dokumentuvannya-mizhnarodnyh-zlochyniv-prezentuyemo-posibnyk-dlya-zhurnalistiv/ (дата звернення: 06.02.2026).

8. Посібник журналіста з розслідування воєнних злочинів. URL: https://gijn.org/wp-content/uploads/2023/11/Ukrainian-ebook-War-Crime-Guide_2024_18_03.pdf (дата звернення: 06.02.2026).

9. Расулова О., Рассамахіна А. П'ять найпоширеніших злочинів росіян в Україні – іконографіка МПІЛ. URL: https://mipl.org.ua/pyat-najposhyrenishyh-zlochyniv-rosiyan-v-ukrayini-infografika-mipl/ (дата звернення: 08.02.2026).

10. США і ООН вимагають доступу до російських фільтраційних таборів. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/news-ssha-oon-filtratsiini-tabory/32023837.html (дата звернення: 09.02.2026).

11. Улибін В. Етичні принципи журналістики в оприлюдненні матеріалів про жертв війни. URL: https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/324 (дата звернення: 06.02.2026).

12. Червінчук А. Журналіст в умовах війни: статус комуніканта та професійні орієнтири. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/6_2022/part_2/40.pdf (дата звернення: 06.02.2026).

13. Янковський О. «Тримають і катують в «ямах»: заступник міського голови Енергодару про російський полон». URL: https://www.radiosvoboda.org/a/novyny-pryazovya-enerhodar-rosiyskyy-polon-samoyudyuk/32343605.html (дата звернення: 11.02.2026).

14. «Я просто втратила страх». Історія жительки Маріуполя, якій вдалося виїхати, уникнувши «фільтрації». URL: https://www.radiosvoboda.org/a/novyny-pryazovya-mariupol-filtratsiya/31819428.html (дата звернення: 11.02.2026).

15. «Я чула, як катують мою дитину». Херсонка розповіла про 280 днів російського полону. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/novyny-pryazovya-katuvannya-zhytelka-khersona-pro-rosiyskyy-polon/32639254.html (дата звернення: 11.02.2026).

16. HRW звинувачує Москву в «примусовому вивезенні» українців до Росії. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/hrw-moskva-prymusove-vyvezenni-ukrayintsi/32013806.html (дата звернення: 09.02.2026).

Дата першого надходження статті до видання: 08.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

УДК 81’373.47:311.228
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.26

Наталія ШУЛЬСЬКА
кандидат філологічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
chulska.natalia@eenu.edu.ua
ORCID: 0000-0003-4703-1798

Ліана НАУМЕНКО
кандидат філологічних наук, доцент,
Державний податковий університет,
naumenko.liana@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9335-1229

Олена КАЛИТА
кандидат педагогічних наук, доцент,
Державний податковий університет,
kalita_op@ukr.net
ORCID: 0009-0006-7921-9006

ТИПОВІ АНОРМАТИВИ ПУБЛІЧНОЇ МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ В ЦИФРОВОМУ СВІТІ

У статті здійснено аналіз типових анормативів публічної медіакомунікації в умовах цифровізованого інформаційного простору. Виявлено та систематизовано ключові помилконебезпечні явища на матеріалі сучасного українського телемовлення, а також здійснено аналіз їхніх комунікативних характеристик у контексті змін інформаційної культури. Матеріалом дослідження слугували записи ефірів телемарафону «Єдині новини» та Першого каналу Суспільного за березень 2026 року. У процесі аналізу виявлено, що інтеграція телебачення в цифрове середовище зумовлює не лише розширення каналів комунікації, а й актуалізацію проблеми дотримання базових інформаційних стандартів. Встановлено, що порушення стандарту достовірності часто проявлене у використанні відеоматеріалів з анонімних або ворожих телеграм-каналів без належної перевірки, а також у застосуванні псевдопосилань без конкретизації джерела інформації чи узагальнених формулювань, що не ідентифікують суб’єкта висловлювання. Порушення точності інформації виявляємо в невідповідності між вербальним і візуальним компонентами повідомлення, що ускладнює коректне сприйняття змісту. З’ясовано, що неповнота інформації реалізується через узагальнені або фрагментарні повідомлення, позбавлені необхідного контексту та пояснень, тоді як порушення доступності пов’язане з надмірним використанням спеціалізованої термінології, іншомовних запозичень, абревіатур, незрозумілих широкій авдиторії. Окрему увагу приділено неологізмам і термінам цифрового середовища, які без належного пояснення знижують рівень комунікативної ефективності новинного контенту. Узагальнено, що анормативи публічної медіакомунікації спричинені впливом швидкості поширення інформації, конкуренції за увагу авдиторії та зростанням ролі емоційно-оцінного компоненту. Їхня систематизація дає змогу окреслити основні ризики цифровізованого медіапростору та визначити перспективи підвищення якості інформаційного мовлення через дотримання стандартів достовірності, точності, повноти та доступності.

Ключові слова: *медіакомунікація, цифровий світ, анормативи, телемовлення, інформаційна культура.*

Nataliia Shulska, Liana Naumenko, Olena Kalyta. TYPICAL ANORMATIVES OF PUBLIC MEDIA COMMUNICATION IN THE DIGITAL WORLD

The article presents an analysis of typical anormatives of public media communication in the context of a digitalized information environment. The study identifies and systematizes key anormatives based on contemporary Ukrainian television broadcasting and examines their communicative characteristics within the framework of transformations in information culture. The empirical material comprises recordings of the national telethon “United News” and the First Channel of Suspilne for March 2026, analyzed through the lens of media space digitalization. The findings indicate that the integration of television into the digital environment not only expands communication channels but also intensifies the problem of adhering to fundamental information standards. Violations of the reliability standard are shown to manifest in the use of video materials sourced from anonymous or hostile Telegram channels without proper verification, as well as in the employment of pseudo-references lacking clear source attribution or generalized statements that fail to identify the subject of opinion. Violations of informational accuracy are observed in the inconsistency between verbal and visual components of messages, which complicates the adequate interpretation of content. It is established that information incompleteness is realized through generalized or fragmented messages lacking sufficient context and explanation, while violations of accessibility are associated with the excessive use of

© Шульська Н., Науменко Л., Калита О., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

specialized terminology, foreign borrowings, and abbreviations that are not easily understood by a broad audience. Special attention is given to neologisms and digital-era terminology which, without proper clarification, reduce the communicative effectiveness of news content. It is concluded that anormatives of public media communication are largely driven by the speed of information dissemination, competition for audience attention, and the growing role of the emotional-evaluative component. Their systematization makes it possible to outline the key risks of the digital media environment and to identify prospects for improving the quality of information broadcasting through adherence to standards of reliability, accuracy, completeness, and accessibility.

Key words: *media communication, digital world, anormatives, television broadcasting, information culture.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах стрімкої цифровізації суспільства публічна медіакомунікація зазнає глибоких трансформацій, що охоплюють як технологічні, так і соціокультурні аспекти. Телемовлення, яке традиційно виконувало роль одного з ключових каналів масової комунікації, у сучасному цифровізованому світі суттєво змінюється. Воно функціює в умовах жорсткої конкуренції не лише з новими медіа, а й із соціальними платформами та стримінговими сервісами, що активно формують альтернативні моделі споживання контенту. Цифровізація впливає не тільки на технологічні аспекти виробництва й поширення інформації, а й характер взаємодії з авдиторією, яка дедалі частіше обирає персоналізований, інтерактивний і мобільний формат комунікації.

Це зумовлює зміну стандартів подання інформації, стилістики мовлення та принципів взаємодії з авдиторією. Особливої актуальності набуває проблема інформаційної культури телевізійної комунікації, що передбачає дотримання професійних, етичних і мовних норм у процесі створення та поширення медіаконтенту. У цифровому середовищі, де швидкість часто переважає якість, дедалі частіше спостерігаємо відхилення від усталених норм, проявлені в мовленні, структурі повідомлень та змісті інформації. Це впливає не лише на рівень довіри до медіа, а й на формування суспільної думки, мовної культури та інформаційної безпеки. У зв'язку з цим дослідження особливостей публічної медіакомунікації в цифрову епоху, зокрема аналіз типових анормативів сучасного телемовлення, – важливий напрям наукового пошуку. Попри значну кількість дослідницьких студій у сфері масової комунікації, питання дотримання норм інформаційної культури в сучасному телемовленні залишається недостатньо систематизованим. У цифровому медіапросторі спостерігаємо тенденцію до зниження стандартів якості контенту, виражену в поширенні мовних, стилістичних та інформаційних неточностей. До лінгвоанормативів належать порушення літературних норм, зокрема суржикізація мовлення, калькування, спрощення синтаксичних конструкцій та зниження рівня мовної культури ведучих і журналістів. Інформаційні помилконебезпечні явища охоплюють маніпулятивність подання матеріалу, фрагментарність інформації, сенсаціоналізацію новин, недотримання стандартів достовірності, балансу думок, повноти і точності висвітлення подій, доступності сприйняття інформації. Проблема ускладнена тим, що цифрове середовище стимулює швидке продукування контенту, а це часто відбувається на шкоду його якості. У таких умовах телемовлення частково втрачає свою функцію еталону інформаційної та мовної культури, натомість адаптується до вимог масової авдиторії та алгоритмів цифрових платформ.

Отже, виникає потреба в комплексному аналізі типових анормативів сучасного телемовлення, визначенні їхніх причин і наслідків, а також у пошуку шляхів підвищення рівня інформаційної культури в умовах цифрової трансформації медіапростору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній науковій парадигмі спостерігаємо дослідницький інтерес до проблем культури мовлення в українській телекомунікації, зокрема щодо дотримання мовних норм і професійних стандартів журналістами. Значна частина праць (Х. Білограць і А. Нечипір [1]; Л. Мініч і Д. Кучеренко [8]; О. Дубова і О. Мирінець [3]) зосереджена на виявленні типових мовностилістичних, лексичних та орфоепічних помилок у мовленні телеведучих. Дослідники констатують системність таких порушень, що свідчить не лише про індивідуальні недоліки лінгвопідготовки, а й про загальні проблеми редакційного контролю телеканалів. Окремий напрям становлять дослідження культури мовлення тележурналістів (Н. Михайличенко [7]), де наголошено на важливості мовної компетентності як складника професійної майстерності журналіста та чинника формування довіри авдиторії. У цих працях зауважено, що мовлення журналіста виконує не лише інформативну, а й нормативну функцію, впливаючи на мовні практики суспільства. У контексті сучасних трансформацій медіапростору дослідження (О. Денізджі, М. Сокол, О. Царик [2]; Д. Сизонов [12]) розглядають

комунікативну культуру крізь призму цифровізації та медіатизації. Автори акцентують на зміні форматів комунікації, появі нових каналів поширення інформації та зниженні рівня мовного контролю в цифровому середовищі, що актуалізує проблему збереження лінгвостандартів. Питання трансформації медіаспоживання та розвитку медіа в умовах цифрового суспільства (М. Лисинюк, І. Байда [5]; О. Литвиненко [6]) доповнюють загальну картину, демонструючи, що зміни технологічного характеру безпосередньо впливають на стиль, швидкість і якість мовлення. Зокрема, зростає роль оперативності, що іноді призводить до зниження мовної якості контенту. Важливий сегмент сучасних досліджень присвячений аналізу телемарафону «Єдині новини» (І. Куляс [4]; М. Нагорняк [9]; Н. Шульська та ін. [10; 11]), який став ключовим інформаційним продуктом в умовах суспільно-політичних викликів, зумовлених російсько-українською війною. У цих дослідженнях схарактеризовано як позитивні тенденції уніфікації інформаційного простору, так і наявність порушень, що можуть бути інтерпретовані як прояви анормативності в публічній медіакомунікації.

Водночас аналіз джерельної бази свідчить, що, попри значну кількість праць, переважна їх частина зосереджена на описі мовних помилок або загальних змін медіакомунікації, тоді як проблема типових анормативів публічної медіакомунікації в цифровому світі залишається недостатньо розробленою. У наявних дослідженнях лише частково висвітлено інформаційні анормативи (порушення стандартів точності, балансу, достовірності, повноти інформації), які набувають особливої актуальності в умовах цифрового середовища та зростання ролі оперативного мовлення.

Мета статті – виявити та систематизувати типові анормативи публічної медіакомунікації в умовах цифровізованого інформаційного простору на матеріалі сучасного телемовлення, а також проаналізувати їхні мовні, комунікативні й змістові особливості в контексті трансформацій інформаційної культури та впливу цифрових технологій на виробництво і споживання медіаконтенту.

Матеріалом дослідження слугували записи ефірів телемарафону «Єдині новини» та Першого каналу Суспільного за березень 2026 року. Їх розглянуто крізь призму цифровізації сучасного медіапростору та трансформації форматів телемовлення в умовах конвергенції медіа. У статті застосовано методи контент-аналізу, описовий метод, а також елементи прагмалінгвістичного підходу для інтерпретації комунікативних намірів мовців з урахуванням специфіки цифрового середовища, інтерактивності та мультимедійності сучасної публічної медіакомунікації.

Виклад основного матеріалу. У сучасному цифровізованому медіапросторі публічна комунікація зазнає істотних трансформацій, що зумовлюють не лише зміну форматів подання інформації, а й актуалізацію проблеми дотримання мовних та інформаційних норм. Телемовлення, інтегроване в цифрове середовище, взаємодіє із соціальними платформами й онлайн-сервісами, а також дедалі частіше демонструє відхилення від усталених стандартів достовірності, точності, повноти, доступності інформації. У таких умовах особливої уваги потребує аналіз інформаційних анормативів як проявів порушення норм публічної медіакомунікації, що виникають під впливом швидкості поширення контенту, конкуренції за увагу авдиторії та зростання ролі емоційно-оцінного компонента повідомлень.

Порушення стандарту достовірності в сучасному телемовленні в умовах цифровізації медіапростору виявлені у використанні відеоматеріалів із анонімних або ворожих телеграм-каналів без належної верифікації їхнього походження та змісту, напр. *«мережею шириться відео», «фіксують монітори», «моніторингові канали повідомили», «монітори повідомили», «у місцевих пабліках пишуть»*, *«один з телеграм-каналів повідомляє таке»* («1+1»). Такі практики суперечать базовим принципам журналістики, оскільки джерело інформації залишається невизначеним, а отже, не може бути перевірене на надійність й автентичність. Особливо показові випадки застосування узагальнених, розмитих псевдопосилань на джерела фактичної інформації, які не забезпечують конкретизації суб'єкта повідомлення, напр. *«відзначають західні ЗМІ», «жителі Новоросійська повідомляють», «іранські військові заявили», «наші джерела в дипломатичних колах відгукуються»* («1+1»); «*посадовці заявляють», «твердить місцева влада», «командири кажуть*» (ICTV та СТБ), *«за даними ЗМЦ», «сторони заявляють», «кажуть медики»* («Інтер»). Подібні формулювання створюють ілюзію джерельної обґрунтованості, однак фактично нівелюють відповідальність за точність поданої інформації та унеможливлюють її незалежну перевірку. У контексті цифрового середовища така практика посилюється швидкістю циркуляції контенту та прагненням

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

медіа оперативно реагувати на інформаційні приводи, що нерідко відбувається на шкоду достовірності. У результаті формується інформаційний продукт із зниженим рівнем фактологічної надійності, який негативно впливає на інформаційну культуру авдиторії та підриває довіру до медіа як інституції. Поширений прояв порушення достовірності інформації – використання абстрактних псевдопосилань, які не містять жодної конкретизації джерела інформації: *«наразі відомо», «за останніми даними», «за офіційними даними»* («1+1»); *«наразі в місті відомо», «є дані», «за останньою інформацією»* (ICTV та СТБ), *«я вже почув», «надходили повідомлення», «очікують»* («Інтер»). Такі формулювання виконують радше риторичну, ніж інформативну функцію: вони створюють у реципієнта враження актуальності та перевіреності повідомлення, однак позбавляють його можливості встановити походження даних й оцінити їхню надійність.

Не менш проблематичні й узагальнені розмиті псевдопосилання на авторство суб'єктивних суджень, які не ідентифікують конкретних носіїв думки: *«експерти вбачають», «військові кажуть»*, *«стверджують військові аналітики», «наголошують наші дипломати», «наголошують у Києві»* («1+1»)*; «Вашингтон заявляє», «Київ запевняє», «аналітики кажуть», «представники працедавців наголошують», «за словами медиків», «бійці кажуть», «ворог каже»* (ICTV та СТБ), *«американські військові кажуть», «експерти кажуть»* («Інтер»); «*наголошують американські сенатори і конгресмени, експерти та аналітики», «у Пентагоні кажуть», «європейські дипломати називають», «впевнені у ЄС», «у ЄС запевняють», «демократи кажуть», «зазначають експерти»* («Ми – Україна»). У таких випадках відбувається підміна персоналізованої експертної позиції абстрактною колективною інстанцією, що унеможливлює перевірку компетентності джерела та знижує рівень аргументованості висловлювання.

Порушення інформаційної точності в умовах цифровізації медіапростору виявляємо в невідповідному поєднанні візуального та вербального компонентів повідомлення. У цифровому середовищі, де візуальний контент відіграє домінантну роль і часто сприймається як доказовий, така підміна створює хибний ефект конкретизації та документальності. Глядач інтерпретує зображення як ілюстрацію саме тих подій, про які йдеться в сюжеті, що призводить до викривлення змісту повідомлення. Наприклад, в ефірах на телеканалах «1+1», «Інтер» фронтові зведення та інші бойові й оглядові сюжети ілюстрували випадковими або архівними відеоматеріалами, які не відповідали змісту поданої інформації. Подібна практика зумовлена, з одного боку, високою швидкістю виробництва новинного контенту та потребою постійного візуального супроводу, а з іншого – доступністю великих цифрових архівів відеоматеріалів. Наприклад, на телеканалі «Інтер» порушення точності інформації вбачаємо в ілюстрації розмов із гостями випадковим відео. Інший приклад – подання даних Генштабу зранку 3 березня як інформації за цілу добу, хоча вони стосувалися лише попереднього вечора. Відсутність точності інформації фіксуємо і в некоректному повідомленні про ворожий «Ланцет», який нібито «*в центрі Києва вибухає*», тоді як насправді він був збитий, а на Майдан впали лише його уламки. У сюжеті телеканалу «Ми – Україна» під час повідомлення про зустріч Зеленського з королем Чарльзом демонстрували відео зустрічі Зеленського в аеропорту, яке не відповідало змісту повідомлення.

У контексті цифровізації порушення повноти інформації в телемовленні часто проявлене через узагальнені або неповні повідомлення, які не забезпечують достатньої конкретики та пояснювального контексту для глядачів. Наприклад, в ефірі телеканалу «Інтер» ведучий зовсім не позначив локацію воєнного кореспондента в підводці до його прямого увімкнення, залишаючи авдиторію без необхідного контексту. Бачимо, що цифровізація підсилює цю тенденцію, оскільки швидкість виробництва контенту та інтеграція телемовлення з онлайн-платформами стимулюють скорочення пояснень, а це зменшує інформативну повноту й ускладнює усвідомлене сприйняття повідомлень слухачами.

В умовах цифровізації українське телемовлення репрезентує специфіку доступності інформаційного подання через поєднання традиційних мовних засобів із новими форматами комунікації, однак використання малозрозумілої лексики, складної термінології, абревіатур та іншомовних запозичень, поширених у цифровому середовищі, нерідко ускладнює процес сприйняття. Такі відхилення від мовної норми посилюються в ситуаціях, коли журналісти апелюють до спеціалізованих понять без належного пояснювального супроводу, орієнтуючись на швидкість подання інформації та припускаючи попередню обізнаність слухацької

авдиторії, сформовану під впливом цифрових медіа. Наприклад, в ефірах фіксуємо вживання лексем, незрозумілих частині слухачів: *«на гаслах **ізоляціонізму**»* («1+1»), *«успішними **кейсами**», «йдеться про **хевішоти**, такими **гексакоптерами**», «**топ** уражених цілей», «місцевих **інфлюенсерів**», «збільшили **кілзону**»* (ICTV та СТБ), *ефектне **фаєршоу**», «міжнародний **трек**»* («Ми – Україна); *«вимикаючи **транспондери**», «відбулася **диверсифікація**»* (Перший канал Суспільного).

Негативний вплив на сприйняття інформації чинять неологізми та терміни, тому їхнє використання в новинному мовленні слід обмежувати або супроводжувати поясненням задля забезпечення комунікативної доступності, пор. *«військовий **таймлайн**»* («Інтер»); *«відкрили їх завдяки **фронтлоудингу**»* («1+1»).

Порушення стандарту доступності на телеканалі «Ми – Україна» засвідчено в демонстрації неадаптованих мап із сторінки Генштабу у фейсбуці, що ускладнювало сприйняття інформації, а в сюжетах Першого каналу Суспільного – через демонстрацію скриншотів спільної заяви лідерів Великої Британії, Німеччини та Франції англійською мовою, матеріалів зі сторінки Кличка в телеграмі та неадаптованої до телепоказу інфографіки зі сторінки КМІС. В ефірі телеканалу «1+1» показували скриншот із дрібним англійськомовним текстом із сайту Національного паралімпійського комітету, що ускладнювало його сприйняття. Стандарт доступності було порушено через надто дрібний шрифт титрів, що робило їх важкими для сприйняття глядачами.

До інформаційних помилконебезпечних явищ відносимо фрази або титри з незрозумілими абревіатурами, наприклад: *«оператор БПЛА **РУБПАК**…», «начальник штабу **ДАР ОАБР**…», «дронами та **НРК**», «**МЕА** вивільнить…»* (Перший канал Суспільного), *«сотні кілограм **БК**»* (ICTV та СТБ), *«мова про ракети **РАС-2*** («1+1»). Такі скорочення без належного пояснення ускладнюють сприйняття інформації широкою авдиторією та знижують рівень її доступності. Унаслідок цього виникає комунікативний бар'єр, що може призводити до часткового або неправильного тлумачення змісту повідомлення.

Висновки. У результаті проведеного дослідження встановлено, що цифровізація медіапростору істотно трансформує практики публічної медіакомунікації, зумовлюючи як розширення комунікативних можливостей, так і загострення проблеми дотримання базових інформаційних стандартів. Інтеграція телемовлення в цифрове середовище сприяє зростанню швидкості поширення контенту та конкуренції за увагу авдиторії, що провокує появу помилконебезпечних явищ. Систематизація емпіричного матеріалу дала змогу виокремити ключові групи анормативів, пов'язаних із порушенням достовірності, точності, повноти та доступності інформації. Зокрема, зафіксовано тенденцію до використання неперевірених джерел і псевдопосилань, невідповідності між вербальними й візуальними компонентами повідомлень, фрагментарності подання інформації та ускладнення її сприйняття через надмірну термінологізацію і використання елементів цифрового дискурсу без належного пояснення. Доведено, що зазначені помилки мають комплексний характер і зумовлені не лише технологічними чинниками, а й змінами інформаційної культури, зокрема зростанням ролі емоційно-оцінних елементів у новинному контенті. Це негативно впливає на рівень довіри до медіа та якість суспільного інформування.

Отже, підвищення ефективності публічної медіакомунікації в цифровому середовищі потребує послідовного дотримання професійних стандартів, критичного ставлення до джерел інформації, а також адаптації мовних і комунікативних стратегій до потреб широкої глядацької авдиторії. Перспективи подальших досліджень вбачаємо в розробленні практичних рекомендацій щодо мінімізації анормативів та вдосконалення стандартів медійного мовлення в умовах цифрової трансформації.

Література:

1. Білограць Х., Нечипір А. Мовностилістичні помилки ведучих українських телеканалів. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки*. 2019. Вип. 3. № 910. С. 129–135.

2. Денізджі О., Сокол М., Царик О. Комунікативна культура в мовах цифровізації та медіатизації. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія*. 2023. Вип. 2(7). С. 25–33.

3. Дубова О. А., Мирінець О. А. Орфоепічні помилки в українському мовленні ведучих миколаївських телеканалів. *Гуманітарний вісник НУК*. Миколаїв : Іліон, 2022. Вип. 14. С. 6–8.

4. Куляс І. Моніторинг телемарафону «Єдині новини» за 2022–2026 рр. Детектор медіа : сайт. URL : https://detector.media/authors/274/ (дата звернення: 10.02.2026).

5. Лисинюк М. В., Байда І. В. Трансформація культури медіаспоживання в умовах цифровізації суспільства. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал*. 2024. № 2. С. 14–19.

6. Литвиненко О. Проблеми цифрової трансформації українських корпоративних медіа. *Інтегровані комунікації*. 2024. Вип. 2 (18). С. 94–99.

7. Михайличенко Н. Культура мовлення тележурналістів каналу «UA: Перший» (на прикладі інформаційної програми «Новини»). *Теле- та радіожурналістика*. 2019. Вип. 18. С. 270–275.

8. Мініч Л. С., Кучеренко Д. Ю. Порушення лексичних норм на українських телеканалах як одна з проблем якісного ефірного мовлення. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філологія*. 2019. Вип. 20. С. 211–216.

9. Нагорняк М. До питання про порушення стандартів новинного мовлення у телемарафоні «Єдині новини». *Scientific Notes of Institute of Journalism*. 2024. Т. 1 (84). С. 72–82.

10. Шульська Н. М., Науменко Л. М., Калита О. П. Особливості медіамовлення телемарафону «Єдині новини». *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75). № 1. Ч. 1. С. 96–102.

11. Shulska N., Kostusiak N., Bukina N., Kyryliuk O., Zinchuk R., Afanasieva O., Levchenko T., SadivnychyiV., Baranova S., Medvid O. Peculiarities of “Unified News” Television Broadcasting: (Non) Adherence to Professional Standards, Language and Ethical Norms. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*, 2024. Vol. 14, Issue 1, Spec. Issue XL. P. 82–88.

12. Syzonov D. Медійна комунікація в умовах Digital Age. *Psycholinguistics in a Modern World*. 2021. Vol. 16. P. 269–273.

Дата першого надходження статті до видання: 28.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

UDC 070.4:316.77:159.9
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.27

Natalia PONOMARENKO
Senior Lecturer at the Department of Journalism and Philology, Sumy State University
ORCID: 0000-0001-7857-0976

Maryna SADIVNYCHA
Senior Lecturer at the Department of Journalism and Philology, Sumy State University
ORCID: 0000-0002-3943-7635

Veronika KULHOVA
Higher Education Applicant of the specialty "Journalism", Sumy State University
ORCID: 0009-0007-4638-1506

EDITING TRAUMATICALLY SENSITIVE MEDIA TEXTS: THE ASPECT OF MEDIA TRAUMA LITERACY

The article provides a theoretical justification for the peculiarities of editing trauma-sensitive media texts as a component of media trauma literacy in the context of a war and crisis information environment. The relevance of the study is due to the growing number of materials related to war, violence, loss, forced displacement, and human rights violations, which increases the risks of retraumatization of the subjects of publications and secondary traumatization of the audience. It has been proven that the editorial stage of media text creation is a critically important link in the transformation of individual traumatic experiences into public discourse. It is at this level that decisions are made regarding wording, headlines, structure, visuals, and emphasis, which determine not only the informativeness of the material but also its psychological impact.

In this work, media trauma literacy is defined as an integrative professional quality of a journalist who combines psychological knowledge about the nature of trauma, ethical reflection, and practical skills of safe communication. A structural model of media trauma literacy is proposed, covering five interrelated components: ethical, psychological, communicative, analytical, and editorial-technological. Each of them is considered as a system of professional skills aimed at minimizing harm, avoiding stigmatization, and ensuring a balance between the public's right to information and the protection of human dignity.

The necessity of integrating the principle of "do no harm" into all stages of media production is substantiated.

The necessity of integrating the principle of "do no harm" into all stages of media production – from interview preparation to final publication approval – is justified. The importance of informed consent, the use of neutral language, the labeling of sensitive content, and the restriction of shocking visual materials is emphasized. Particular attention is paid to the problem of secondary traumatic stress among journalists and the need to institutionalize trauma literacy in educational programs and editorial policies. It is concluded that media trauma literacy is a systemic factor in the humanization of journalism and increasing trust in the media in wartime.

Key words: *media trauma literacy, trauma-sensitive editing, retraumatization, journalism ethics, editorial policy.*

Наталія Пономаренко, Марина Садівнича, Вероніка Кульгова. РЕДАГУВАННЯ ТРАВМАТИЧНО ЧУТЛИВИХ МЕДІАТЕКСТІВ: АСПЕКТ МЕДІЙНОЇ ТРАВМОГРАМОТНОСТІ

У статті здійснено теоретичне обґрунтування особливостей редагування травматично чутливих медіатекстів як складника медійної травмограмотності в умовах воєнного та кризового інформаційного середовища. Актуальність дослідження зумовлена зростанням кількості матеріалів, пов'язаних із війною, насильством, втратами, вимушеним переміщенням і порушенням прав людини, що підвищує ризики ретравматизації героїв публікацій і вторинної травматизації аудиторії. Доведено, що редакційний етап створення медіатексту є критично важливою ланкою, на якій відбувається трансформація індивідуального травматичного досвіду в публічний дискурс. Саме на цьому рівні ухвалюються рішення щодо формулювань, заголовків, структури, візуального ряду та акцентів, які визначають не лише інформативність матеріалу, а й його психологічний вплив.

У роботі медійну травмограмотність визначено як інтегративну професійну якість журналіста, що поєднує психологічні знання про природу травми, етичну рефлексію та практичні навички безпечної комунікації. Запропоновано структурну модель медійної травмограмотності, яка охоплює п'ять взаємопов'язаних компонентів: етичний, психологічний, комунікативний, аналітичний та редакційно-технологічний. Кожен із них розглянуто як систему професійних умінь, спрямованих на мінімізацію шкоди, уникнення стигматизації та забезпечення балансу між суспільним правом на інформацію і захистом гідності людини.

Обґрунтовано необхідність інтеграції принципу «не нашкодь» у всі етапи медіавиробництва – від підготовки до інтерв'ю до фінального затвердження публікації. Наголошено на важливості інформованої згоди, використання нейтральної мови, маркування чутливого контенту та обмеження шокових візуальних

© Ponomarenko N., Sadivnycha M., Kulhova V., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

матеріалів. Окрему увагу приділено проблемі вторинного травматичного стресу журналістів і потребі інституціоналізації травмограмотності в освітніх програмах та редакційних політиках. Зроблено висновок, що медійна травмограмотність є системоутворювальним чинником гуманізації журналістики та підвищення довіри до медіа в умовах воєнного часу.

Ключові слова: *медійна травмограмотність, травматично чутливе редагування, ретравматизація, етика журналістики, редакційна політика.*

Statement of the problem. The modern media space is characterised by the constant presence of traumatic topics, in particular, military events, violence, loss, forced displacement, and human rights violations. In such conditions, not only the process of gathering information but also the editorial processing of material, during which key decisions are made regarding wording, emphasis, headlines, visuals, and ways of presenting the story, become particularly important. It is at the editing stage that the transformation of the protagonist's individual experience into a public text takes place, potentially influencing a wide audience.

International standards, in particular the recommendations of the Global Centre for Journalism and Trauma [6], UNESCO [11], and the OSCE [9], emphasize the principle of 'do no harm' and the need to take into account the psychological consequences of media publications. However, in the practice of many editorial offices, the issue of trauma literacy often boils down to the stage of interviewing or communicating with the protagonist, while the editorial and technological level (selection of facts, stylistic editing, visual design) remains outside the scope of systematic consideration.

When editing content, there can be conflicts between ethical requirements and the commercial logic of the media. The desire to increase clickability, emotional expressiveness, or publication speed can encourage the use of sensational language, dramatic headlines, and shocking images. Even when the information is accurate, such decisions can lead to the retraumatisation of the subjects of the material, increased anxiety among the audience, and the formation of stigmatising narratives. This problem is particularly acute in times of war and social crisis, when journalists and editors themselves are under the influence of collective trauma.

The Ukrainian media environment is gradually introducing protocols for sensitive reporting, but there is no comprehensive, theoretically grounded criteria for editing traumatic content as a component of professional competence. Existing research focuses mainly on ethical standards or the psychological impact of the media, while the editorial process as a separate link in the decision-making chain remains insufficiently conceptualised.

Thus, a scientific problem arises: insufficient development of principles and mechanisms for trauma-sensitive editing of media content that would ensure a balance between the public's right to information and the protection of the dignity and psychological safety of the subject and the audience. The question of how to integrate ethical, psychological and technological components into a single system of editorial decisions – from structuring the material to final approval of publication – needs to be addressed.

Thus, the relevance of the study is determined by the growing number of traumatic topics in the media space and the need to rethink the editing process as an area of increased professional responsibility. The formation of the concept of trauma-informed content editing is an important condition for ensuring the humanity, truthfulness and social sustainability of modern journalism.

The study is being conducted as part of the scientific research project "The Concept of Media Trauma Literacy: Forming a Theory of Social Impact and Information Resilience" (0126U001235).

Analysis of recent research and publications. Contemporary scientific discourse surrounding the professional activities of media workers in crisis situations is characterised by a shift in emphasis from purely technological aspects of information gathering to the ethical and psychological components of interaction. The issues of developing media trauma literacy and implementing the principles of trauma-informed journalism are becoming increasingly relevant in the context of the Russian-Ukrainian war, which necessitates the systematisation of existing approaches [2].

Fundamental research into the psychological nature of trauma conducted by J. Herman [7] and B. van der Kolk [12] indicates that traumatic experiences are deeply individual and cannot be ranked in terms of severity. In the media sphere, this translates into a requirement to respect each story without comparing the depth of suffering. V. Stanchyshyn [3] emphasises that the perception of traumatic information in itself can have a traumatic effect, since about 70 % of people in the world have experienced at least one traumatic event, which increases the risk of retraumatisation through media content.

A separate body of research is devoted to the impact of traumatic topics on journalists themselves. The work of specialists at the Dart Centre for Journalism and Trauma [6] and the work of S. Onufriy [8] confirm the existence of the phenomenon of secondary (vicarious) traumatic stress. Journalists, working as intermediaries between the pain of their subjects and the demands of their audience, risk emotional exhaustion and loss of empathy. According to research, up to 28.6 % of media professionals covering conflicts show signs of PTSD, which correlates with the prevalence among the civilian population in combat zones.

The practical aspect of trauma literacy is considered through the prism of sensitive interviewing. T. Troshchynska [4] defines this format as the journalist's agreement to become a safe platform for the subject's version of events. Let us consider the key principles of this format. First, the principle of 'do no harm,' which prioritises the psychological state of the respondent over the speed of obtaining news. Second, the principle of the subject's control over the story, where the respondent has the right to refuse to answer or terminate the conversation at any time. Third, avoiding stigmatisation: refraining from sensationalist language and stereotyping vulnerable groups.

Despite the noticeable dynamics of research in this area, there are several groups of problems that require scientific consideration. In particular, most studies lack a comprehensive approach to analysing the editorial process as a separate, systemic link that determines the quality and consequences of publishing traumatic content. There are also no clear methodological recommendations for integrating psychological knowledge about trauma into editorial practices: most studies are either descriptive in nature or fragmentarily consider certain components (ethical analysis, individual cases). At the same time, insufficient attention has been paid to researching the cognitive, emotional and behavioural effects that editorial decisions can have on the audience, particularly on vulnerable groups of media content consumers.

Thus, an analysis of recent studies and publications indicates significant activity in scientific work on the topics of media trauma, ethics and social responsibility in journalism, but at the same time highlights the existence of scientific gaps related to the systematisation and operational testing of mechanisms for trauma-informed editing of media content. This creates a basis for further theoretical and empirical research aimed at developing a comprehensive concept of a trauma-informed editorial approach.

Task statement. The problem of the study lies in the contradiction between public demand for prompt, emotionally charged coverage of military events and the need to adhere to the principle of 'do no harm' when dealing with traumatic experiences. Information competition, an emphasis on visual dramatisation and the use of shocking details can increase audience attention, but at the same time cause secondary traumatisation, anxiety, helplessness or emotional burnout.

In this context, there is a need for a scientific understanding of media trauma literacy as an integrative quality of a journalist, combining psychological knowledge, ethical considerations and practical skills for safe communication. It is also important to consider the provisions of psychological trauma theory, in particular Judith Herman's [7; 1] conceptual approaches to the social context of traumatic experiences, as well as the ideas of post-traumatic growth proposed by Richard Tedeschi [5; 10] and Lawrence Calhoun [5]. Integrating these into media practice allows us to shift the focus from sensationalism to support, dignity and human agency.

Therefore, the aim of this study is to provide a theoretical justification for media trauma literacy as a factor in the safe creation of media content and to identify its structural components in the professional activities of journalists.

Outline of the main material of the study. Understanding media trauma literacy as a factor in the safe creation of media content requires an interdisciplinary approach that combines the achievements of journalism studies, trauma psychology, communication ethics, and media education. In contemporary international discourse, a similar concept is trauma-informed journalism, developed by specialists at the Dart Centre for Journalism and Trauma [6], which involves taking into account the psychological consequences of trauma when collecting, processing and disseminating information. At the same time, media trauma literacy is a broader concept, as it covers not only journalistic practice, but also the level of perception and interpretation of content by the audience.

Trauma literacy in a media context can be defined as a journalist's ability to understand the nature of psychological trauma, recognize potentially triggering elements in communication, minimize the risks of re-traumatization, and ensure ethical and safe interaction with respondents and audiences. This does not mean avoiding difficult topics, but rather covering them responsibly.

ISSN 2786-5053 (Print), ISSN 2786-5061 (Online)

The theoretical basis for this approach is the concept of psychological trauma developed, in particular, by Judith Herman [7], who emphasizes the importance of a safe social context for discussing traumatic experiences. In the media, this means creating a space of trust, voluntariness, and respect for personal boundaries. It is also important to consider the ideas of post-traumatic growth proposed by Richard Tedeschi [5; 10] and Lawrence Calhoun [5], who argue that traumatic experiences can become a source of new meaning and inner strength. For journalists, this opens up the possibility of shifting the focus from describing suffering to emphasizing the subject's resourcefulness and agency.

To systematize the components of a media professional's readiness to work with vulnerable categories of respondents, a structural model of media trauma literacy was developed (Table 1). The proposed model is based on a comprehensive approach, where trauma literacy is considered not only as an ethical standard, but as a multi-level system of knowledge and practical skills.

The model structure identifies five basic components. The ethical component focuses on unconditional respect for human rights and confidentiality standards, which allows journalists to make decisions without risking harm to the subject. Typical mistakes at this level include publishing the personal data of victims or their images without proper consent.

The psychological component involves a deep understanding of the emotional processes of both the respondent and the journalist. It aims to prevent burnout through self-regulation mechanisms, while ignoring these aspects leads to pressure on the subjects and retraumatization during the interview.

The communicative component determines the quality of sensitive interviewing through building trust and rapport. The model indicates that the use of sensational vocabulary or intrusive questions are critical mistakes that destroy the safe space for communication.

The analytical component is responsible for predicting the social impact of the material. The key skill here is the ability to avoid stigmatizing vulnerable groups, as opposed to falsely exacerbating panic among the audience.

The editorial and technological component covers the stage of direct content production: selection of facts, headlines, and visual material. The use of shocking images without warning triggers or clickbait headlines based on human tragedies is defined as a sign of low technological trauma literacy.

Thus, the presented model demonstrates that every step in media production – from preparation to publication – requires a conscious choice of tools that minimize psychological risks for all participants in communication.

One of the key problems in working with traumatic topics is the risk of retraumatization – the re-experiencing of painful experiences under the influence of reminders, particularly through media content. Retraumatization can occur both in respondents during interviews and in the audience while consuming news.

Common risk factors for retraumatization in the media environment include, first and foremost, overly detailed descriptions of scenes of violence that focus on physical suffering, bodily harm, or the circumstances of death and

Table 1

Structural model of media trauma literacy

Component	Content	Professional skills	Examples of mistakes
Ethical	compliance with standards of confidentiality, security, and human rights	decision-making without harm	Publishing personal data of victims or their photos without consent; ignoring the right to privacy of the subjects.
Psychological	understanding the emotional state of the subject, preventing journalist burnout	self-regulation, resilience	Pressuring the subject for an “exclusive”; ignoring signs of retraumatization during interviews; neglecting one's own emotional exhaustion.
Communicative	building trust, rapport, nonviolent communication	sensitive interviewing	Using derogatory or sensational language; intrusive questions that force the person to relive their pain.
Analytical	predicting the impact on the audience	avoiding stigma and bias	Forming negative stereotypes or stigmatizing vulnerable groups; increasing panic through incorrect emphasis.
Editorial and technological	safe selection of facts, headlines, and visual materials	conscious content production	Using shocking images without warning (triggers); clickbait headlines based on tragedy.

may cause respondents or audiences to relive traumatic events; the display of dead bodies or the actual moments of death, which violates human dignity and turns tragedy into a visual object of consumption; aggressive, clickbait headlines and deliberate dramatization of events, which increase emotional tension and create an atmosphere of fear and hopelessness; lack of necessary context or explanations, which makes the event appear chaotic and uncontrollable, fueling anxiety and a sense of danger; as well as the repeated repetition of shocking images in news feeds and on television, which reinforces traumatic images in the audience's memory and creates the effect of a constant threat. Taken together, these practices can not only cause psychological harm to individuals, but also create a state of collective vulnerability, reducing public resilience and trust in the media as a responsible social institution.

In the digital age, these risks are exacerbated by the algorithmic promotion of emotionally charged content. Clickability and the speed of information dissemination often conflict with the principles of psychological safety. In this way, trauma literacy becomes a tool for balancing public interest and responsibility for the consequences of publishing material.

It is also important to consider the phenomenon of secondary traumatization of the audience. Constant exposure to war-related information can lead to chronic anxiety, helplessness, or emotional numbness. In such situations, journalism must not only inform, but also support a sense of agency and hope.

Safe media content creation involves combining professional standards of accuracy and efficiency with principles of psychological sensitivity. Practical implementation of media trauma literacy requires a systematic and consistent approach to each stage of work on the material–from preparation for the interview to its publication and further dissemination. First and foremost, this involves thorough preparation on the part of the journalist: studying the life and event context in which the respondent finds themselves, clarifying the facts, understanding the sensitivity of the topic, as well as agreeing on the format of the conversation in advance and warning about possible difficult questions so that the person can prepare themselves psychologically or refuse to discuss certain aspects. Equally important is ensuring informed consent, which involves clearly explaining the purpose of the material, how it will be used, the potential audience, the possible risks of publicity, and the right to anonymity or to edit sensitive passages.

The use of neutral, non-dramatic language is also a key principle of trauma literacy: journalists should avoid labels and reducing individuals to the status of "victims" or "survivors," as such vocabulary reinforces trauma as a person's primary identity and deprives them of their agency. At the same time, it is important to shift the focus of the conversation from an exclusive description of pain to the identification of resources and coping strategies–asking questions about support, mutual aid, inner strength, and life guidelines, which allows for a more balanced and humane narrative. The final element is editorial responsibility, which includes labeling sensitive content, warning about possible triggers, consciously limiting shocking images, and refusing to exploit emotions to increase views. Together, these steps form a safe communication framework that minimizes the risk of retraumatization and promotes ethical standards in modern journalism.

In this context, it is appropriate to consider media content as a potentially therapeutic resource. Materials that demonstrate examples of solidarity, mutual support, and recovery can contribute to the formation of collective resilience and trust.

Institutionalizing media trauma literacy involves integrating it into journalism education programs, editorial standards, and the internal policies of media organizations. This means creating a professional culture in which psychological safety is seen as an integral part of content quality.

In the context of martial law in Ukraine, this issue is especially relevant. Journalists are simultaneously witnesses, participants, and communicators of traumatic events, which increases their emotional burden. Therefore, supporting the psychological resilience of media professionals and creating conditions for supervision and professional reflection are necessary prerequisites for safe media production.

Thus, media trauma literacy is not only an individual competence of a journalist, but also a systemic factor in the formation of a responsible information environment. Its implementation contributes to reducing the risks of retraumatization, increasing trust in the media, and establishing humanistic standards in wartime journalism.

Conclusions. Thus, the issue of trauma-informed editing of media content is one of the key issues in today's information environment, marked by the constant presence of military, crisis, and socially traumatic events. The study

confirmed that the editorial stage of content creation is a critically important link where private traumatic experiences are transformed into public discourse. The nature of editorial decisions–the wording of headlines, the selection of facts, the style of the text, the visual design–determines not only the informativeness of the material, but also its psychological impact on the subject and the audience.

Media trauma literacy should be considered an integrative professional quality of a journalist, combining ethical, psychological, communicative, analytical, and editorial-technological components.

The proposed structural model allows for the systematization of professional skills necessary to minimize the risks of retraumatization, stigmatization, and secondary traumatization of the audience. This approach broadens the understanding of editorial work: it is seen not only as technical refinement of the text, but also as a space of heightened ethical responsibility and psychological sensitivity.

Safe media content creation requires a systematic approach: ensuring informed consent, using neutral language, labeling sensitive content, consciously limiting shocking visual material, and supporting the psychological resilience of journalists themselves. In wartime, when media professionals are both witnesses and participants in traumatic events, the problem of secondary traumatic stress becomes particularly relevant.

Trauma literacy should be established not only as an individual competence, but also as an element of editorial policy and professional culture.

The study confirmed the existence of scientific gaps in the conceptualization of the editorial process as an independent system for making decisions about traumatic content. The proposed model creates a theoretical basis for further empirical research aimed at studying the impact of specific editorial strategies on the psychological state of the audience and trust in the media.

Thus, media trauma literacy emerges as a system-forming factor in the humanization of journalism in wartime. Its implementation contributes to reducing the risks of retraumatization, forming collective resilience, increasing professional responsibility, and strengthening public trust in the media as a social institution. Prospects for further research are related to the development of practical tools for assessing the level of trauma literacy of editorial offices, the creation of training modules for journalism programs, and the implementation of interdisciplinary standards for safe media production.

Bibliography:

1. Герман Дж. Психолог*ічна травма та шлях до видужання*. Львів : Видавництво Старого Лева, 2015. 416 с.

2. Пономаренко Н.П. Як працювати з вразливими аудиторіями у сфері медіаграмотності в умовах війни. *Journalism teachers' academy*. 2024. URL: https://www.jta.com.ua/trends/yak-pratsiuvaty-z-vrazlyvymy-audytoriiamy-u-sferi-mediahramotnosti-v-umovakh-viyny/ (дата звернення: 01.02.2026)

3. Станчишин В. *Стіни в моїй голові. Жити з тривожністю і депресією*. Київ : Віхола, 2021. 208 с.

4. Трощинська Т. «Сенситивне інтерв'ю – це згода журналіста стати майданчикомдля версії людини». *Офіційний сайт ЧНУ*. 21 грудня 2019 р. URL: https://cdu.edu.ua/news/tetiana-troshchynska-sensytyvne-interviu-tse-zhoda-zhurnalista-staty-maidanchykom-dlia-versii-liudyny.html (дата звернення: 21.02.2026)

5. Aulov S.S., Triplett K.N., Tedeschi R.G., Calhoun L.G. Posttraumatic growth. In: Friedman HS (Ed.) *Encyclopedia of Mental Health* (3rd ed.). Elsevier, Amsterdam, 2023. 796–800. https://doi.org/10.1016/ B978-0- 323-91497-0.00218-6

6. *Global Center for Journalism and Trauma*. URL: https://gcjt.org/ (дата звернення: 21.02.2026)

7. Herman J.L. *Trauma and Recovery*. New York : Basic Books? 1992. (дата звернення: 21.02.2026)

8. Onufriv S., Abdelhamid O. & Dormolen van S. Communicating without doing harm: a scoping review on media coverage of traumatic events. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2023. Вип. 52–53. P. 327–342.

9. *OSCE*. URL: https://www.osce.org/ (дата звернення: 21.02.2026)

10. Tedeschi R. G., Moore B. A., Greene T. C. Posttraumatic growth as a pathway to wellness for individuals and organizations. *Behav*. Sci. 2025. 15. doi: 10.3390/bs15121653

11. UNESCO. URL: https://www.unesco.org/en (дата звернення: 21.02.2026)

12. Van der Kolk B., Weisaeth L., & Van der Hart O. History of trauma in Psychiatry. In: B.van der Kolk B., A. McFarlane & L. Weisath (Eds.) *Traumatic stress. The effects of overwhelming experience on mind, body and society*. 1996. Pp. 47–74.

Дата першого надходження статті до видання: 21.03.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026

Наукове видання

НАУКОВІ ПРАЦІ МІЖРЕГІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.

ФІЛОЛОГІЯ

Випуск 1 (19), 2026

Засновано 2001 року
Видання виходить 4 рази на рік

Коректор *І. М. Чудеснова*
Комп'ютерне верстання *Н. М. Ковальчук*

Дата розміщення онлайн: 29.05.2026. Дата друку: 05.06.2026.
Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 23,48.
Наклад 100 прим. Замовлення № 0526/414.

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.