

ISSN (Print): 2304-5809  
ISSN (Online): 2313-2167

*Науковий журнал*  
**«МОЛОДИЙ ВЧЕНИЙ»**

№ 9.1 (61.1) вересень 2018 р.

## Редакційна колегія журналу

### Сільськогосподарські науки

Базалій В.В. – д-р с.-г. наук  
Балашова Г.С. – д-р с.-г. наук  
Клименко М.О. – д-р с.-г. наук  
Коковіхін С.В. – д-р с.-г. наук  
Лавриненко Ю.О. – д-р с.-г. наук  
Писаренко П.В. – д-р с.-г. наук

### Біологічні науки

Ходосовцев О.Є. – д-р біол. наук

### Історичні науки

Змерзлий Б.В. – д-р іст. наук

### Економічні науки

Іртищева І.О. – д-р екон. наук  
Шапошников К.С. – д-р екон. наук

### Політичні науки

Наумкіна С.М. – д-р політ. наук  
Яковлев Д.В. – д-р політ. наук

### Педагогічні науки

Козяр М.М. – д-р пед. наук  
Рідей Н.М. – д-р пед. наук  
Федяєва В.Л. – д-р пед. наук  
Шерман М.І. – д-р пед. наук  
Шипота Г.Є. – канд. пед. наук

### Філологічні науки

Шепель Ю.О. – д-р філол. наук

### Філософські науки

Лебедева Н.А. – д-р філос. в галузі культурології

### Юридичні науки

Бернацька Н.І. – канд. юрид. наук  
Стратонов В.М. – д-р юрид. наук

### Технічні науки

Гриценко Д.С. – канд. техн. наук  
Дідур В.А. – д-р техн. наук  
Шайко-Шайковський О.Г. – д-р техн. наук

### Медичні науки

Нетюхайло Л.Г. – д-р мед. наук  
Пекліна Г.П. – д-р мед. наук

### Ветеринарні науки

Морозенко Д.В. – д-р вет. наук

### Мистецтвознавство

Романенкова Ю.В. – д-р мистецт.

### Психологічні науки

Шаванов С.В. – канд. псих. наук

### Соціологічні науки

Шапошникова І.В. – д-р соц. наук

### Географічні науки

Пилипенко І.О. – д-р географ. наук  
Мальчикова Д.С. – д-р географ. наук

## Міжнародна наукова рада

Arkadiusz Adamczyk – Professor, dr hab. in Humanities (Poland)  
Giorgi Kvinikadze – PhD in Geography, Associate Professor (Georgia)  
Janusz Wielki – Professor, dr hab. in Economics, Engineer (Poland)  
Javad Khamisabadi – Professor, PhD in Industrial Management (Iran)  
Inessa Sytnik – Professor, dr hab. in Economics (Poland)  
Вікторова Інна Анатоліївна – доктор медичних наук (Росія)  
Глущенко Олеся Анатоліївна – доктор філологічних наук (Росія)  
Дмитрієв Олександр Миколайович – кандидат історичних наук (Росія)  
Марусенко Ірина Михайлівна – доктор медичних наук (Росія)  
Швецова Вікторія Михайлівна – кандидат філологічних наук (Росія)  
Яригіна Ірина Зотовна – доктор економічних наук (Росія)

Повний бібліографічний опис всіх статей журналу представлено у:  
Національній бібліотеці України імені В.В. Вернадського,  
Науковій електронній бібліотеці Elibrary.ru

Журнал включено до міжнародних каталогів наукових видань і наукометричних баз:  
РИНЦ, ScholarGoogle, CiteFactor, Research Bible, Index Copernicus.  
Index Copernicus (IC™ Value): 4.11 (2013); 5.77 (2014); 43.69 (2015); 56.47 (2016)

Свідоцтво про державну реєстрацію  
друкованого засобу масової інформації – серія КВ № 18987-7777Р від 05.06.2012 р.,  
видане Державною реєстраційною службою України.

## ЗМІСТ

<b>Janiszewski Aleksander</b> Bibliografia Ukrainy i Polski: o co chodzi?.....1	
<b>Баландіна Н.Ф.</b> Масифікація польсько-української пісні «Hej, sokoły!» («Гей, соколи!»)..... 4	
<b>Барчан О.В.</b> Світоглядні засади Василя Гренджі- Донського-публіциста.....9	
<b>Боева Е.В.</b> Специфіка функційної парадигми англїцизмів у сучасному медійному дискурсі.....13	
<b>Болотнікова А.П.</b> Роль категорії ввічливості в текстах засобів масової інформації.....17	
<b>Бондаренко Ю.С.</b> Альтернативна преса Німеччини в контексті соціально-політичних зрушень.....20	
<b>Васильєва А.П.</b> Мова реклами в контексті глобалізації та регіоналізації (на матеріалі хорватських рекламних повідомлень).....24	
<b>Георгієвська В.В.</b> Газета «під вибори»: історія і реальність.....28	
<b>Горіна Ж.Д., Іскова М.А., Одинець М.П.</b> Про віртуальну комунікацію в мережі Instagram.....32	
<b>Гук О.В.</b> Становлення ідентичності жанру есе: методологічний аспект.....35	
<b>Домброван Т.І.</b> Евристичний потенціал лінгвосинергетики у дослідженні соціальних комунікацій.....39	
<b>Зелік О.А.</b> Літературно-критичні виступи Михайла Могилянського на сторінках часопису «Книгар»..... 43	
<b>Ільченко А.М.</b> Особливості формування медіакомпетентності майбутніх політологів в умовах вищої школи.....47	
<b>Ковальчик Р.В.</b> Наполеон і його бачення влади. Наполеонівська пропаганда у державі – сателіти на сході Європи, у польській державі – Варшавському Королівстві ..... 51	
<b>Кравченко С.І.</b> Роль преси в інформаційній діяльності польського прометейського руху .....55	
<b>Кузьма О.Ю.</b> Закарпатські сторінки творчої та громадської діяльності С. Черкасенка...59	
<b>Кучерява О.А.</b> Концептуальний аналіз тексту на заняттях зі студентами філологічних факультетів.....62	
<b>Лешко У.О.</b> Вінницькі новинні портали як форма регіональної інформаційної діяльності.....66	

<b>Лещенко Т.О., Жовнір М.М.</b> Стоматологічний науковий дискурс: питоме українське vs. іншомовне в термінології..... 69	
<b>Лисенко А.І.</b> Книга в епоху візуальної культури.....74	
<b>Лужецька Н.Я.</b> Концепт поступ у політичному дискурсі Івана Франка.....79	
<b>Мелешко В.А.</b> «Мистецьке гроно» – альманах творчої спільноти Гадяцького краю.....83	
<b>Мелешенко О.К.</b> Проблеми психологічних впливів у рекламі..... 87	
<b>Момот Н.М.</b> Еміграційна публіцистика Є. Маланюка: суспільна рефлексія та літературно-критичні коментарі на сторінках «Нотатника».....90	
<b>Ніколашина Т.І.</b> Щотижневик «Хуторянин» як зразок спеціалізованого видання Полтавщини .....94	
<b>Партико З.В.</b> Використання модальних логік у роботі журналіста.....99	
<b>Свалова М.І.</b> Особливості хронотопу в короткій прозі Сергія Осоки (за матеріалами збірки «Нічні купання в серпні»).....103	
<b>Семенко С.В.</b> Викриття лицемірної політики російської інтелігенції щодо українського питання у публіцистиці Олени Пчілки .....108	
<b>Сидоренко Н.М.</b> Періодичні видання Харківської губернії (1889–1917).....112	
<b>Староста О.І.</b> Сатиричні твори В. Самійленка в контексті розвитку української публіцистики кінця ХІХ ст.....116	
<b>Форманова С.В.</b> Інвектива в сучасних інтернет-виданнях.....121	
<b>Форманова С.В., Ленець Є.І.</b> Невербальні засоби вираження комунікації (на матеріалі інтерв'ю з журналістом Майклом Шурем).....125	
<b>Харитоненко О.І.</b> Висвітлення поняття фрейму як засобу інтерпретації та маніпулювання в навчальних курсах медіаграмотності .....128	
<b>Чередник Л.А.</b> Використання прийомів маніпуляції у рекламі.....133	
<b>Шарова Т.М., Шаров С.В.</b> Масові відкриті онлайн курси як можливість підвищення конкурентоспроможності фахівця.....137	
<b>Шебеліст С.В.</b> Методика роботи з темою журналістського твору.....140	
<b>Шевченко О.В., Боднарюк М.В.</b> Порівняльна характеристика стратегій розвитку діяльності зарубіжних університетських бібліотек як центрів комунікації.....144	

**Шрамко Р.Г.**

Функційні особливості предикатів  
з інваріантною семантикою  
«суб'єкт – його внутрішній стан»  
в українському масмедійному дискурсі  
(на матеріалі інтернет-видання  
«Полтавщина») .....149

**Яблонський М.Р.**

Ілюстрований місячник для дітей  
«Соняшник»: організаційний аспект.....153

**Яковлева О.В.**

Символьна мова газети  
(на матеріалі українського суспільно-  
політичного тижневика «Дзеркало тижня»).....157

## CONTENTS

<b>Janiszewski Aleksander</b> Bibliografia Ukrainy i Polski: o co chodzi?.....1	<b>Leshchenko T.O., Zhovnir M.M.</b> Stomatological scientific discourse: native Ukrainian terms vs. terms-internationalism.....69
<b>Balandina N.F.</b> Promotion of the Polish-Ukrainian song «Hej, sokoły!».....4	<b>Lysenko L.I.</b> Book in the epoch of visual culture.....74
<b>Barchan O.V.</b> Paradigms of Vasyly Grendza-Donskyy, the publicist.....9	<b>Luzhetska N.Ya.</b> Concept <i>progress</i> in the political discourse of Ivan Franko.....79
<b>Boyeva E.V.</b> Specifics of the functional paragement of Anglicisms in the modern media discourse.....13	<b>Meleshko V.A.</b> “Art bunch” – the almanac of Hadiach region creative community.....83
<b>Bolotnikova A.P.</b> The role of the presence standard in texts of mass media.....17	<b>Meleshchenko O.K.</b> The problems of psychological effects in advertising.....87
<b>Bondarenko Yu.S.</b> Alternative press of Germany in the context of social and political shifts.....20	<b>Momot N.M.</b> Emigration publicisticsof E. Malaniuk: public reflection and literary-critical comments on the pages of "Notatnyk".....90
<b>Vasylyeva L.P.</b> The language of advertising in the context of globalization and regionalization (based on Croatian advertising messages).....24	<b>Nikolashyna T.I.</b> Weekly magazine "Chutorianyn" as an example of a specialized edition of Poltava.....94
<b>Georgiievaska V.V.</b> Newspaper for elections: history and reality.....28	<b>Partyko Z.V.</b> Use of modal logic in the journalist’s work.....99
<b>Gorina Zh.D., Iskova M.A., Odinets M.P.</b> About virtual communication on Instagram.....32	<b>Svalova M.I.</b> Specificity of the chronotope in the short prose of Serhii Osoka (on the materials of collection “Night Swimming in August”).....103
<b>Guk O.V.</b> The formation of the essay identity: methodological aspect.....35	<b>Semenko S.V.</b> Revelation of the hypocritical policy of Russian intelligentsia on the Ukrainian issue in Olena Pchilka’s publicism.....108
<b>Dombrovan T.I.</b> Heuristic potency of linguistic synergetics for mass media study.....39	<b>Sydorenko N.M.</b> Periodicals of Kharkiv region (1989–1917).....112
<b>Zelik O.A.</b> Literary-critical performances of Mykhailo Mohylanskyi in the “Book-Seller” periodical pages.....43	<b>Starosta O.I.</b> Satiric works by Volodymyr Samiilenko in the context of Ukrainian journalism development, the end of the XIXth century.....116
<b>Ilchenko A.M.</b> Formation of the media competence of future political scientists in higher educational establishments.....47	<b>Formanova S.V.</b> Invective in modern internet issues.....121
<b>Kowalchuk R.W.</b> Napoleon and his vision of power. Napoleonic propaganda in a satellite formation in the east of Europe in the state of Poles in the Duchy of Warsaw.....51	<b>Formanova S.V., Lenets E.I.</b> Non-verbal means of communicating (based on an interview with journalist Michael Schur).....125
<b>Kravchenko S.I.</b> The role of the press in the information activities of the Polish Promethean movement.....55	<b>Kharytonenko O.I.</b> Lighting the concept of frame as means of interpretation and manipulation in the process of media education.....128
<b>Kuzma O.Y.</b> Transcarpathian pages of creative and public activity of S. Cherkasenko.....59	<b>Cherednyk L.A.</b> Using receptions manipulations in advertising.....133
<b>Kucheruava O.A.</b> Concept text analysis is on the lessons with philological faculty students.....62	<b>Sharova T.M., Sharov S.V.</b> Open mass online courses as possibility of rising the competitiveness of the specialist.....137
<b>Leshko U.O.</b> News portals ofwinnitsaas a form of regional informational activity.....66	<b>Shebelist S.V.</b> Methods of working with the topic of a piece of journalism.....140
	<b>Shevchenko E.V., Bodnaruyuk M.V.</b> Comparative characteristics of strategies development of external activities university libraries as a communication center.....144

<b>Shramko R.Hr.</b> Functional peculiarities of the predicates with «subject – his inner state» invariant semantics in the Ukrainian mass-media discourse (on the base of «Poltavshchyna» internet edition).....149	<b>Yablonskyy M.R.</b> Illustrated monthly magazine for children «Soniashnyk» («Sunflower»): organizational aspect.....153
	<b>Yakovleva O.V.</b> (on the material of the Ukrainian weeklysocio- political newspaper «Mirror of the Week»).....157

UDC 01(477)+01(438)

**BIBLIOGRAFIA UKRAINY I POLSKI: O CO CHODZI?****Janiszewski Aleksander**Edytorstwa i redagowania Politechniki Kijowskiej,  
Kijów (Ukraina)

W artykule chodzi o ukształtowaniu spisów bibliograficznych (spisów literatury) w publikacjach naukowych (w czasopiśmie i książkach) Ukrainy i Polski. Akcentuje się uwaga, że w Polsce z jakichś przyczyn prawie w żadnym czasopiśmie naukowym i żadnym wydawnictwie nie dotrzymują się norm Międzynarodowego standaryzowanego opisu bibliograficznego (ISBD), co bardzo komplikuje pracę ze źródłami polskimi naukowcom zagranicznym, w szczególności ukraińskim. Chodzi o tym, że ułożenie spisów literatury wykorzystanej w monografiach, artykułach, dysertacjach zgodnie z regułami ISBD służy dodatkowym filtrem przeciwko takiego haniebnego zjawiska w środowisku naukowym, jak plagiat.

**Kluczowe słowa:** bibliografia, spis literatury, ISBD, Polska, Ukraina, monografia, artykuł, dysertacja, plagiat.

W czasach globalizacji, zjednoczenia kultur, wymiany doświadczeniem naukowym jako jednostki jakiegoś wielkiego obszaru wiedzy szczególnego znaczenia nabywa jednoznaczność przeczytania informacji źródłowej w pracy lub książce monograficznej. Chodzi o jednolitej interpretacji Międzynarodowego standaryzowanego opisu bibliograficznego (ISBD) u filologów różnych krajów, a mianowicie Polski a Ukrainy.

ISBD (*International Standard Bibliographic Description*) albo Międzynarodowe standaryzowane opisanie bibliograficzne jest zbiorem przepisów opisanie źródeł w pracach naukowych, ułożonym przez Federację międzynarodową stowarzyszeń bibliotecznym (IFLA) dla opisanie szerokiego widma materiałów bibliotecznym. Podsumowane wydanie ISBD ukazało się drukiem w 2007 roku. Celem ISBD jest zaprezentowanie ujednostajnionej formy opisanie bibliograficznych, które mogą być wykorzystane dla wymiany na poziomie międzynarodowym. To wszystko pozwoli IFLA podtrzymać program wszechstronnej kontroli bibliograficznej za pracami naukowymi [8].

Jednak jeżeli porywnać ukształtowanie bibliograficzne w publikacjach naukowych Ukrainy i Polski, to można zakonkludować, że rozumienie a interpretacja norm i żądań ISBD w nich są całkowicie różnymi. Przy czym co jest paradoksalnym: w kraju, który już ile lat jest dopiero sąsiadem Unii Europejskiej, sąsiadem ponętnego dyskursu cywilizacyjnego, sąsiadem, niestety, nie swojej matrycy kulturalnej, usiłują, można powiedzieć, gorliwie pilnować rekomendacje ISBD. Każdy dział naukowy placówki akademickiej, każda katedra na uniwersytecie, każde poważne wydawnictwo uważają za dobry ton kształtować spisy literatury w pracach co wydają (chodzi o, przede wszystkim, pracach naukowych) za wzorcami ISBD.

A w kraju, który jest choć i młodym, jednak pełnowartościowym członkiem Unii, który żyje za jej ustawami, dyskurs naukowo-wydawniczy który jest więcej rozbudowany, żądania ISBD, można zakonkludować, pozostają na marginesie uwagi jak naukowcy-autoryw, tak i wydawcy ich książek. Taka różnica w podejściach do ukształtowania aparatu informacyjnego w pracach naukowych jest swoistym markierem «swy-oby» przy interpretacji modusu kultury akademickiej pogranicza polsko-ukraińskiego, albo, jeżeli mywić globalniej, pogranicza wewnątrznoślowiańskiego.

Jak konkretnie oddziaływa taki markier przy napisaniu artykułów, monografii, innych materia-

łów? Oddziaływa tak, że naukowcu, który formował się jak osobistość, jak indywiduum w kontynuumie wariacyjności dotrzymania warunków dokumentów normatywnych, bez wykonania jakich jego praca nie mogła być przyjęta do żadnej redakcji, żadnego wydawnictwa, żadnej Rady naukowej u siebie w kraju i nie tylko przypada terminowo uczyć się temu, czemu, za rachunkiem hamburskim, uczyć się i nie potrzebno. Chodzi o kierowanym chaosie używania znaków tak zwanej interpunkcji zaleconej, strukturze zapisu, dziedzinie opisu. Nawet jeżeli rozpatrywać źródło nie jak pozycję spisu literatury, a jak odsyłacz (co spotyka się dość często), to i w nim musi być taki komplet składników bibliograficznych, który zabezpieczy poszukiwanie obiektu odnośnika, a głównie – jego **identyfikację** [1].

Po co IFLA trzeba realizować kontrolę bibliograficzną i dlaczego każdemu naukowcu należy naśladować reguły i rekomendacje ISBD? Tutaj można wspomnieć wypowiedź znakomitego pisarza współczesności Umberto Eko: «Normy opisu bibliograficznego stanowią sobą, można powiedzieć, urodę etykiety naukowej. Ich pilnowanie ukazuje na nawyknięcie do nauki, a ich przestąpienie uwydatnia parweniusza i nieuka i często rzuca haniebną cień na pracę, zdawałoby się, przyzwoitą na pierwszy rzut oka» [2]. Ona najbardziej charakteryzuje cele i zadanie ułożenia unormowanych spisów literatury. Co więcej, dokładne pilnowanie moresu w ukształtowaniu aparatu informacyjno-bibliograficznego prac i wydań naukowych jest, choć i nieistotnym, lecz dodatkowym filtrem przeciwko takiego haniebnego zjawiska w nauce jak plagiat.

Na Ukrainie w 2009 roku stał się krzyżący ewenement, kiedy praca podana na habilitację i pomyślnie obroniona okazała się, co się nazywa, bezbożnie przepisana u całego szeregu wybitnych uczonych rosyjskich. Ubiegająca się o habilitację prosto przełożyła ich pracy (monografie, artykuły, dysertacje) na język ukraiński i postawiła swoje nazwisko. Fakultet filologiczny Uniwersytetu Donieckiego był bardzo zadowolony, że pierwsza na Ukrainie obrona pracy habilitacyjnej z nauki komunikacji socjalne odbyła się właśnie u jego pracownika (i nie jest ważnym dla jego kierownictwa jak się to stało), a urażonym Rosjanom nic się nie pozostało jak nazwać tę historię «Sprawą Artamonowej» (za gorzką ironią ubiegająca się o stopień miała taką same nazwisko, jak i protagonistki jednoimiennej powieści Maksyma Gorzkiego).

My tutaj nie będziemy przystawać na szczegółach tych dziejów. O nich wiele napisano w ukraiń-

skim i rosyjskim segmentach Internetu [3; 4]. (Kto zacieka się tą historią można dać odpowiednie odsyłacze a pomyć w tłumaczeniu.) Powiemy jedynie, że na Uniwersytecie Donieckim, jak i całkiem w tym obwodzie, bardzo wolnie traktują normy etyki naukowej i morali w zachowaniu w ogóle. (O czym można i usłyszeć teraz w nowinach.)

Dla nas tutaj jest ciekawym inne: w spisach literatury i «dysertacji», i «monografiach», ktryra do niej pisze się, opis wszystkich źrydeł (będziemy uważać ich wykorzystanymi (?)) jest ułożony absolutnie chaotycznie, z brakiem systemu i bezładnie, żeby niesposyb było identyfikować a potem i znaleźć książkę, czasopismo, internet-źrydło ta inne. Taką konkluzję było wyciągnięto ludźmi, ktryre przybrowali zwrycić uwagę społeczności do takiej «obrony» (niestety, bezowocne).

Kiedy spis literatury w prace naukowej jest ułożony za regułami ISBD, ktryre, jak było wyżej wymieniono, wszyscy naukowcy muszą znać, – więcej możliwości skontrolować prawdziwość Wiedzy, co powinna zasadać się, jak wiadomo, na zdobyczach poprzednikyw. Kiedy opracowana, naprzykład, książka jest opisana zrozumiałym dla wszystkich standardowym językiem symbolyw, koniec końcem jest powyd zadać dodatkowe pytanie po materiałach (o ile znasz co to jest albo o co chodzi, z czym masz do czynienia) jeszcze na «dalekich podejściach» do opublikowania: na etapach omywienia, dyskusji, opiniowania. Inaczej mywiąć, czym więcej u publiczności naukowej środkiw i metod (wśryd nich i czysto technicznych) postawić, unaocznic i sprawdzić kwestię o nowości pracy autora tym lepiej dla Wiedzy w znaczeniu filozoficznym tego słowa [5].

Teraz o książkach polskich. Od razu autor tego referatu chce powiedzieć, że nie będzie iść o jakiejś krytyce personalnej autoryw niżej wymienionych monografii i zbioru lub o dyskusjach (jeżeli takie są) wokół ich książek. Ze swoim statutem, jak mywią na Ukrainie, do cudzego klasztoru nie chodzą. Chce się rywnieź zauważyć, że **nie chodzi** i o informacji naukowej, ktryra w tych książkach jest. Co więcej, powiemy, że ją podano bardzo kwalitatywnie i jakościowo po wszystkich kryteriach. Chodzi jedynie o aparacie bibliograficznym, do ukształtowania ktryrego, możliwie, autorzy i nie mieli stosunku. Monografie i zbioru artykuływ wzięto z tych, ktryrymi autor referatu korzystał się w ciągu bieżącego roku w ramach prowadzenia badań naukowych. To są: monografia Marcina Pietrzaka «Krytyka literacka wobec pokolenia «Współczesności»» [10], monografia Jarosława Ławskiego «Marie romantykwy» [9], monografia Ewy Ihnatowicz «Proza Kraszewskiego. Codziennosc» [6] i zbioru artykuływ «Intermedialność w kulturze końca XX wieku» za redakcją Andrzeja Gwoździa i Sławy Krzemień-Ojaka [7].

U Marcina Pietrzaka bibliografię w książce podano jak odnośniki. Zgodnie z ISBD, odnośniki porządkują się inną normą międzynarodową: ISO 690. Wymieniony standard pozwala nieco odstępować od rekomendacji ISBD, lecz z warunkiem, że źrydło musi być jednoznacznie zidentyfikowane i poszukiwanie jego zabezpieczone.

Jeżeli wziąć, na przykład, odnośnik na s. 95 monografii, można zauważyć, że jest odsyłacz na pracę J. Łukasiewicza «Pejzaż wewnętrzny Swena Czachorowskiego». Jednak żadnych symbolnych znakyw, ktryre wskazywałyby na rodzaj źrydła (książ-

ka, czasopismo, zbioru), kształt źrydła (artykuł czy rozdział), chronotop źrydła (miejsce i rok wydania), objętość źrydła (ilość stronic) nie ma. Jeżeli czytelnik monografii zachce zapoznać się z pracą Łukasiewicza, to on za takim zapisem **nie zmoże** zorientować się, co to za praca, co szukać w bibliotece lub w Internecie, co to za wydanie drukowane. Ten sam obraz można spostrzec i na innych stronicach, na przykład, s. 137. Odnośnik mywi, że autor korzystał się pracą J. Kwiatkowskiego «O krytyce literackiej Kazimierza Wyki», wiadoma także stronica – 425. Jednak wyżej wymienione pytania pozostają bez odpowiedzi. Niekiedy można ujrzeć tytuły wydań periodycznych, jednak znyw taki akcentowania, że to są periodyki, numeryw stronic artykuływ czy rozdziaływ (jeżeli to jest książka) nie ma.

«Marie romantykwy». Biblia dla tych, kto zajmuje się romantyzmem polskim, niezastąpiony pomocnik badaczyw «szkoły ukraińskiej» romantyzmu polskiego. Jednak... Na odmianę od Pietrzaka w końcu monografii jest spis bibliograficzny. Na spisy bibliograficzne żądania ISBD szerzą się bezapelacyjnie. Lecz wszystkie pozycje spisu są przytoczone bez tytuływ wydawnictw, bez zaznaczenia stronic, ilości tomyw w wielotomowych wydaniach, bez interpunkcji zaleconej ta innych drobnostkowych pierwiastkwy. Identyfikować takie źrydła czytelnikowi dla dalszego wyszukiwania jest kłopotliwie.

U Ewy Ihnatowicz w «Prozie Kraszewskiego» rywnieź, podobnie do Pietrzaka, podano odnośniki. Co komplikuje korzystanie bibliografią – tak to rozpowszechniona implikacja właśnie opisu bibliograficznego w tekst odnośnika, wśryd ktryrego odsyłanie do źrydła gubi się. Osobnych odsyłaczyw jak samodzielnych zapisyw w monografii nie duzo. Lecz one składają się albo wyłącznie z nazwisk autoryw i tytuływ ich wydań ze stronicami cytatyw (na przykład, s. 146: «J.I. Kraszewski, *Rodzeństwo*, t. 1, s. 26»; s. 150: «E. Orzeszkowa, *Babunia*, s.115»), albo z niestandardyzowanych zapisyw (na przykład, na ss. 177, 250, 251 są niewłaściwe użycia nawiasyw kwadratowych). Wydawnictwa, rodzaj, ogólna ilość stronic – brak.

I nareszcie zbioru artykuływ «Intermedialność w kulturze końca XX wieku». Tutaj w porywnaniu z wymienionymi monografiami całkowita anarchia: stronicy są – stronic nie ma; numeryw czasopism są – numeryw czasopism nie ma; miejsca wydań są – miejsc wydań nie ma. Co prawda, wszędzie są lata wydania, lecz niewiadomo dlaczego w nawiasach kwadratowych i po nazwiskach autoryw. Nowym są odsyłacze na Internet. Jednak one stanowią przepisane wiersze brauzera, ściślej mywiąć reżym dostępu. Żadnych charakterystyk internet-materiaływ nie mieszczą.

Jeżeli uogólnić obraz bibliograficzny scharakteryzowanych monografii i zbioru, to można powiedzieć, że mimo różnaitości form zapisyw, pewny systemat w ich zastosowaniu przeziiera się, choć i bardzo słaby. Z punktu widzenia ISBD taki systemat można zatytułować jako kierowany chaos, o czym już chodziło się wyżej.

Żeby unaocznic żądania ISBD do zapisyw bibliograficznych, zrobimy opisy książek, ktryre oglądaliśmy.

#### Na książkę w całości:

Pietrzak M. Krytyka literacka wobec pokolenia «Współczesności»: monografia / Marcin Pietrzak. – Warszawa: In-t badań literackich: Fundacja Akad. Humanistyczna, 2007. – 260 s.



**Na rozdział książki:**

*Ławski J.* Dziedzictwo–Przełom–Krytyka. Kobiety i literatura u progu epoki romantycznej / Jarosław Ławski // Marie romantykwy : monografia / Jarosław Ławski ; rec. prof. dr hab. Maria Kalinowska (UMK), prof. dr hab. Włodzimierz Szturc (UJ). – Białystok: In-t filologii polskiej UB, 2003. – Rozd. I. – S. 13-43.

**Na odnośnik w książce:**

*Kraszewski J.I.* Z dziennika starego dziada. – S. 395. – Przytocz. za: Ihnatowicz E. Proza Kraszewskiego. Codziennosc : monografia / Ewa Ihnatowicz. – Warszawa: Wydział polonistyki UW, 2011. – S. 63.

**Na artykuł w zbiorze:**

*Godzic W.* Na marginesie metafor sieci / Wiesław Godzic // Intermedialność w kulturze końca XX wieku : zb. pr. nauk. / pod red. A. Gwoździa, S. Krzemień-Ojaka. – Białystok: Trans Humana, 1998. – S. 27-39. – Bibliogr.: s. 39. – (Kultura i przyszłość).

Koncepcje ISBD pozwalają robić opis identyfikacyjny również i internet-źródła, które bardzo rozmaite i niekiedy zagmatwane.

Jak wpływa, naukowcom pogranicza polsko-ukraińskiego, które kształtują swoje prace zgodnie z regułami ISBD (jeszcze raz przypomnimy, że to jest oficjalny dokument międzynarodowy), może być trudno prowadzić wspólne badania z kolegami z Polski na etapach reasumowań, sprawozdań, prosto publikacji przez różnicę w paradygmatach identyfikacyjnych baz źródłowych. Dlatego autor tego referatu (artykułu) apeluje do opinii naukowej Polski rozpocząć współpracę z tego problemu, żeby podejścia do ukształtowania aparatu informacyjno-bibliograficznego w pracach polsko-ukraińskich można było oznaczyć nie «swyj-obcy», a «swyj-swj». Do tegoż polskim kolegom to będzie korzystnie przy publikacjach w czasopiśmie zagranicznych, w szczególności ukraińskich. Autor gotów udzielać pomoc i teoretyczną, i praktyczną wszystkim, kto jej zapagnie.

**Literatura:**

1. Калинина Г.П. Новый ГОСТ на составление библиографических ссылок / Г.П. Калинина // Библиография. – 2008. – № 6. – С. 3-11.
2. Протопопова Е.Э. Как составить библиографическое описание рекламного продукта / Е.Э. Протопопова // Библиография. – 2011. – № 4. – С. 19-25. – Эпиграф.
3. Сеницына С. Дело Артамоновой. О проблеме плагиата в науке на одном конкретном примере [Электронный ресурс] / Светлана Сеницына // www.relga.ru : науч.-культурол. интернет-журн. / Южный федер. ун-т. – Наука и техника : загол. гл. меню. – 2011. – № 2, 15 янв. – html-файл (19.01.2015).
4. Сеницына С.Л. Плагиат Артамоновой: за гранью безумного или просто скверный анекдот? / С.Л. Сеницына // Частный корреспондент : интернет-газ. – Общество ; С. 37 : загол. гл. меню. – 2011. – 13 окт., 1255 (UTC +3:00). – URL: www.chaskor.ru (21.01.2015).
5. Янішевський О. Нові правила в оформленні списків використаної літератури: драматизм впровадження чи початок правового нігілізму у видавничій галузі? [Текст] / Олександр Янішевський // Вісн. Кн. палати. – 2008. – № 5. – С. 9-11.
6. Ihnatowicz E. Proza Kraszewskiego. Codziennosc : monografia / Ewa Ihnatowicz. – Warszawa: Wydział polonistyki UW, 2011. – 346 s.
7. Intermedialność w kulturze końca XX wieku : zb. pr. nauk. / pod red. A. Gwoździa, S. Krzemień-Ojaka. – Białystok: Trans Humana, 1998. – 312 s. – (Kultura i przyszłość).
8. ISBD: International Standard Bibliographic Description : consolidated ed. / ISBD Review Group, Standing Committee of the IFLA Cataloguing Section. – [s. l.] : De Gruyter Saur, 2007. – 325 s.
9. Ławski J. Marie romantykwy : monografia / Jarosław Ławski ; rec. prof. dr hab. Maria Kalinowska (UMK), prof. dr hab. Włodzimierz Szturc (UJ). – Białystok: In-t filologii polskiej UB, 2003. – 764 s.
10. Pietrzak M. Krytyka literacka wobec pokolenia «Współczesności» : monografia / Marcin Pietrzak. – Warszawa: In-t badań literackich : Fundacja Akad. Humanistyczna, 2007. – 260 s.

**Анотація**

У статті йдеться про оформлення бібліографічних списків (списків літератури) у наукових публікаціях (в журналах і книгах) України та Польщі. Акцентується увага, що у Польщі з якихось причин майже у кожному науковому часописі і в жодному видавництві не дотримуються норм Міжнародного стандартного бібліографічного опису (ISBD), що дуже ускладнює роботу з польськими джерелами закордонним науковцям, особливо українським. Йдеться про те, що укладання списків використаної літератури у монографіях, статтях, дисертаціях відповідно до правил ISBD слугує додатковим фільтром проти такого ганебного явища в науковому середовищі, як плагиат.

**Ключові слова:** бібліографія, список літератури, ISBD, Польща, Україна, монографія, стаття, дисертація, плагиат.

**Summary**

This article enlightens the ways of bibliography arrangements in scientific, journalistic and book publications in Ukraine and Poland. It emphasizes that Polish scientific periodicals don't follow the basics of the international standards of bibliographic description (ISBD) which greatly complexifies the work with Polish scientific sources for the foreign scientists, Ukrainian scientists in particular. It is pointed out that making lists of used literature in monographs, articles and dissertations according to the basics of ISBD provides the additional filter for the common problem in the scientific sphere as plagiarism.

**Keywords:** bibliography, literature (source) list, ISBD, Poland, Ukraine, monograph, article, dissertation, plagiarism.

УДК 784.71(438+477)=161.1

## МАСИФІКАЦІЯ ПОЛЬСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ПІСНІ «HEJ, SOKOŁY!» («ГЕЙ, СОКОЛИ!»)

Баландіна Н.Ф.

Полтавський національний педагогічний університет  
імені В.Г. Короленка

Досліджено процес масифікації польсько-української пісні «Hej, sokoły!», імовірно написаної Томашем Падуурою в середині XIX ст. У хронологічній послідовності виділено кілька хвиль зростання популярності: під час польсько-більшовицької війни (1919–1920), на зламі XX–XXI ст. після виходу стрічки «Вогнем і мечем» – екранізації однойменного роману Г. Сенкевича (1999), на Майдані 2013–2014 рр., із виходом словацько-українського фільму «Межа» (2017). Описано видозміни, які відбувалися з піснею в різних національних аудиторіях у зіткненні з масовою культурою і масовими комунікаціями. Звернено увагу на її сприйняття сучасниками, зокрема, як на старі смисли нашаровувалися нові, залежні від різних контекстів – суспільних, просторових і часових.

**Ключові слова:** польсько-українська пісня «Hej, sokoły!», Томаш Падура, масова культура, масифікація, чинники масифікації.

**Постановка проблеми.** Пісенна культура, хоч і живе за своїми внутрішніми законами, не позбавлена зовнішніх впливів, серед яких позитивну роль відіграють масові комунікації. На позитивному ефекті масифікації варто наголосити, оскільки ознака «масовий / масова / масове» щодо виявів культури деінде отримує негативні конотації, оскільки пов'язується з невиваженістю смаку й невисокою освіченістю реципієнтів, короткотривалим життям, індустрією розваг і комерціалізацією. Із цим не завжди можна погодитися, бо окремі пісні можуть бути і високохудожніми, і глибоко національними; вони долають відстані та час і так само, як прояви елітарної культури, підживлюють своєю енергією, надихають на нові ідеї. До однієї з таких пісень належить «Hej, sokoły!».

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Прийнято вважати, що автором пісні є польсько-український поет і композитор Томаш (Тиміш, Тимко) Падура, хоча в засобах масової інформації її часто представляють як польську або українську народну пісню. На авторство Т. Падури вказує кілька джерел, наприклад в «Енциклопедія історії України» зазначено, що Падура Тимко (Padurra Tomasz (Tymko) (21.12.1801–20.09.1871) – поет, представник польського романтичного українофільства та шляхетського козакофільства першої половини XIX ст. Автор численних козацьких дум та пісень, написаних українською мовою за допомогою латинської абетки. Разом з поміщиком В. Ржевуським створив у Саврані своєрідну «школу лірників», вихованці якої поширювали по Україні козакофільський репертуар поета [4], чим хотіли відродити гордість за минувшину, коли козаки і шляхта спільно протистояли ворогам, і залучити до польського повстання 1830–1831 рр. проти Російської імперії українське селянство.

На творчість Т. Падури відразу відгукнулися його земляки, насамперед поляки-кресов'яки – С. Гоцинський, М. Грабовський, К. Яблонський, Т. Свецький, З. Фіш, В. Поль, Ф. Равіта-Гавронський, В. Пшиборовський, К. Вільд, Й. Жупанський, М. Дубецький та ін. Оцінка доробку поета була неоднозначною, а іноді й діаметрально про-

тилежною. Вітчизняне падурознавство бере свій початок із третього десятиліття XX ст. з появою наукових розвідок В. Гнатюка. Тимко Падура, на думку вченого, заслуговує на увагу як своїм літературним впливом, так і ідеологічною роллю, яку він відігравав в історичному та культурному процесі Правобережної України [2]. Цю своєрідну настанову В. Гнатюка згодом реалізували у своїх розвідках С. Щурат, вивчаючи зв'язки Т. Падури з декабристами [14], Р. Кирчів – роль українського фольклору у творчості поета [7], В. Єршов – внесок в українську школу польського романтизму [5]. Масштабність та неординарність постаті Т. Падури – поляка, який першим став на захист українства, почав писати українською мовою, розкрито також у статтях Р. Радішевського [11], В. Радовського [12] та ін. Аналізуючи творчість барда, дослідники зверталися до суспільно значимих пісень, насамперед «Рухавки» (чи «Пісні козацької») і «Лірника», рефлексія ж на пісню «Hej, sokoły!» в науковому дискурсі практично відсутня, за винятком окремих абзаців у контексті вивчення дотичних проблем (Див, напр.: [8; 10]). На відміну від «Рухавки» і «Лірника», тепер невідомих широкому загалу, «Hej, sokoły!» пододала час і відстань і стала однією з найулюбленіших у Польщі, її залюбки співають в Україні, як символ єдності культур виконують на польсько-українських імпрезах. Напередодні чемпіонату Європи з футболу 2012 р. навіть пролунала пропозиція, аби пісня стала футбольним гімном обох країн. Пісня сповнює патріотизмом обидва народи, але в Польщі «вона значно вища за рангом, ніж в Україні. Після гімну державного і церковного та лицарської пісні «Богородице Діво», званої вже в 13 ст. як перший Державний Гімн Польщі, пісня «Гей соколи» десь поряд» [10].

**Мета статті** – вивчення процесу масифікації польсько-української пісні «Hej, sokoły!» («Гей, соколи!») у хронологічній послідовності.

**Виклад основного матеріалу.** Твір полюбився слухачам і виконавцям вже з часу написання – середини XIX ст. Його фабула передає життєву сцену далекої минувшини: козак у великій зажурі покидає рідну Україну, прощається з коханою дівчиною і передчуває, що назавжди.

При цьому відчувається фаталізм почуттів, глибокий і сильний, хоча й не до кінця усвідомлений.

Відстежується кілька хвиль зростання популярності пісні: під час війни поляків і більшовиків (1919–1920); після виходу фільму «Вогнем і мечем» – екранізації однойменного роману Г. Сенкевича (1999); з появою на екранах словацько-українського фільму «Межа» (2017). Звучала вона й під час Революції гідності 2013–2014 рр. на київському Майдані. Сьогодні її чути у виконанні Марилі Родович, Северина Краєвського, Кшистофа Кравчука (Польща); Волинського народного хору, гурту «Пікардійська терція», Володимира Вермінського, Олега Скрипки (Україна); багатьох фольк- і поп-виконавців з України, Польщі, Білорусі, Словаччини, Чехії, США. Пісня стала багатомовною – вона перекладена українською, білоруською, словацькою, чеською і англійською мовами. Закономірно виникає питання, у чому ж причини її популярності і чи ці причини для кожного етапу існування однакові.

У пошуках відповіді необхідно розглянути пісню не як продукт творчості поета, пов'язаний із тогочасними його інтенціями та контекстами (Див. про це детальніше: [1]), а як явище динамічне, яке з часом поповнюється новими смислами та по-своєму інтерпретується слухачами та виконавцями. Масовий характер сучасного сприйняття і відтворення пісні особливо важливий. Судячи зі сплесків популярності, спостерігається здатність твору пристосовуватися до змін соціокультурного середовища і відповідним чином змінювати свої характеристики, що дозволяє віднести твір до тих пісень, які, за Ю.С. Дружкіним, є чуттєвим індикатором процесів, що відбуваються в культурі і суспільстві. Вони – як «лакмусовий папірець» з тією лише різницею, що не просто «змінює колір», а виявляє якийсь складний малюнок, шифрує вплив сил, які діють на нього ззовні [3, с. 64]. Проблема полягає в їх розшифруванні в історико-фактологічному і світоглядному аспектах.

Як уже зазначалося, на початку ХХ ст. «Ней, соколу!» стає улюбленою піснею польських патріотів – учасників польсько-радянської війни 1919–1920 рр. між Польською республікою й Українською Народною Республікою, з одного боку, і РСФРР та Українською Соціалістичною Радянською Республікою, з другого. Польща, відродившись у 1918 р. як незалежна держава, намагалася послабити більшовицьку Росію, щоб вирішити проблему посилення своїх східних кордонів. Польські політики, хоча й мали розбіжності в поглядах щодо статусу східних територій (так званих кресів – Литви, Білорусі та України) у складі нової держави, виступали за їх повернення під польський контроль. Чільне місце в реалізації своїх планів вони відводили українцям. Саме тому перед початком наступу Війська Польського на Схід було укладено з С. Петлюрою угоду про спільну боротьбу з більшовиками.

Боротьба за оновлені кордони Речі Посполитої супроводжувалася надзвичайним виявом патріотизму, народ керувався гаслом «Спочатку Польща, а потім подивимося яка». У часи патріотичного підйому, революцій, військового лихоліття пісня завжди була чинником, що об'єднував людей. На піку популярності серед відомих пісень виявилися

«Марш Домбровського», більш знаний за межами Польщі як «Jeszcze Polska nie zginęła», і романтична балада «Ней, соколу!». Якщо перша – це прямий заклик до бою за батьківщину, то друга апелює до романтичного образу України. І вплив цієї пісні на патріотичні почуття був не менш ефективний, ніж «Марш Домбровського».

Відслідковуючи шлях Війська Польського дорогою на Київ наприкінці 1919 р., пісня пройшла через Новоград-Волинський, Кам'янець-Подільський, Проскурів (нині м. Хмельницький) та Старокостянтинів, а 1920 р. – через Бердичів, Житомир, Коростень та Козятин. І хоча в анналах історії не згадується шлях через с. Махновку, де Т. Падура провів останні роки життя і де він був похований, можна припустити, що вояки, проймаючись ідеями барда, співали «Ней, соколу!» і там, оскільки цей населений пункт знаходиться саме між Бердичевом і Козятином.

Не можна не зауважити й певні метаморфози із жанровою специфікою: пісня із романтичної балади, застільної перетворюється на воєнну. Не останню роль у цій трансформації відіграє і сповнений сили заклик «Ней, соколу!». І яким би не було ставлення до польсько-українських взаємин тих часів, навряд чи можна заперечувати емоційний вплив, який справляла пісня і на поляків, і на українців, які виборювали свою незалежність, хоч і боротьба за Україну велася з дещо різних суспільно-політичних платформ.

Принагідно зазначимо, що у 2011 р. вийшов фільм польського режисера Єжи Гоффмана про польсько-радянську війну «Варшавська битва. 1920». Музику написав Кшесимір Дембські, але «Ней, соколу!», попри популярність у ті роки, не звучить. Імовірно, композитор не захотів повертатися до мелодії, оскільки ще в 1999 р. її запропоновано в якості саундтреку для іншого історичного фільму того самого режисера – «Вогнем і мечем». В основу епопеї ліг однойменний роман Генрика Сенкевича (1883–1884) про боротьбу Речі Посполитої проти війська Запорозького часів Богдана Хмельницького.

Із виходом роману Г. Сенкевича українська тема знову повертається в польську літературу. Цей період умовно називають українською школою польського неоромантизму [15, с. 22], яка продовжила українську школу польського романтизму першої половини ХІХ ст., об'єднавши Томаша Падуру і Генрика Сенкевича. Звернення останнього до польсько-українських відносин не випадкове. Юліуш Сенкевич, внук письменника, згадує: Генрик Сенкевич «завжди цікавився зв'язками з Україною, її літературою, письменством загалом. Як відомо, коли писав згадану повість, то широко використовував писемні джерела ХVІІ століття, зокрема рукописи, листи, тогочасні описи українських степів та козацького життя. Між іншими джерелами слід назвати українські літописи, зокрема Самійла Величка (згадаймо «Історію Русів» чи праці Пантелеймона Куліша)» [6]. Трилогія «Вогнем і мечем», «Потоп», «Пан Володійовський» зробила Г. Сенкевича знаменитим, а його романи пережили небачену на той час кількість видань. Як вважають критики, однією з причин такої популярності було те, що польський читач побачив у трилогії втрачену «батьківщину, материзну, вітчизну» [13].

Слід підкреслити, що образ утраченої батьківщини єднає не тільки обидві творчі особистості – Т. Падуру та Г. Сенкевича, а й їхні знакові твори – роман «Вогнем і мечем» і «Hej, sokoły!».

Відомо, що українські і польські стосунки висвітлено в романі неоднозначно. Тенденційність автора можна пояснити оцінками, які подавала польська історіографія і пов'язувала національно-визвольну боротьбу в Україні під проводом Богдана Хмельницького з чинником послаблення і поділу колись могутньої Речі Посполитої. На час написання роману письменнику було 37 років. У своїх поглядах він еволюціонував і вже в 57-літньому віці сповідував максимум гуманістичного патріотизму: «Від Вітчизни до народу», а не «Для Вітчизни проти людяності» [6].

Є. Гоффман наче продовжує ідеї «пізнього» Сенкевича-гуманіста і вчить не ненависті, а взаєморозумінню і прощенью. Мабуть, саме гуманістична ідея прислужилася в тому, що в європейському кінопрокаті фільм «Вогнем і мечем» змагався навіть із таким гігантом, як «Титанік». Ніхто не припускав, що фільм, зроблений у Східній Європі, що розповідає про два слов'янські народи, викличе такий інтерес. Чималий вплив справили образи Скшетуського, з польського боку, і Хмельницького та Богуна, з українського. На роль Богдана Хмельницького було запрошено Богдана Ступку, а Богуна – Олександра Домогарова, що вважається одним із найбільш вдало продуманих ходів режисера. Гра цих акторів настільки виявилася високомайстерною, що історичні постаті Хмельницького і Богуна, які до цього сприймалися польською публікою, м'яко кажучи, неоднозначно, зазнали переосмислення. Особливо неочікувано виявилася рефлексія на Богуна, в образі якого глядачі побачили чоловічий ідеал. Здається, що ідеалізації Богуна посприяв ще й саундтрек пісні «Hej, sokoły!» і зокрема надзвичайно виразна сцена, коли Богун, звільнившись з полону, сідає на коня і скаче в широкий український степ, буквально як у пісні: *Hej, tam gdzie z nad czarnej wody / Wsiada na koni kozak młody. У мультимедійному просторі фільму відбувається взаємодія різних семіотичних кодів, саундтрек пісні «Hej, sokoły!» настільки самодостатній і семантично наповнений, що здається окремою сценою, яка посилює драматичний розвиток сюжету.*

Позитивна реакція польських глядачів на українських героїв не випадкова; імовірно, Є. Гоффман відчував, що глядач на несвідомому рівні тяжіє до упокорення ворожих національних синдромів і загоєння нанесених травм. Режисер по-своєму інтерпретує криваві події часів Хмельниччини, що є свідченням художнього переосмислення історичних подій як процесу суб'єктивного, продовженням власної історії життя, ще з дитинства пов'язаної з Україною.

Музичний супровід сцен здійснюється з використанням 27 саундтреків, з-поміж яких «Hej, sokoły!» звучить у різній інтерпретації двічі, одна з них – у фіналі. Мелодія відносить телеглядача не стільки до часів Хмельниччини, скільки до знакового місця подій – вже не романтичної, а буремної України, яка відстоює власну історію. Внесок Генрика Сенкевича, Томаша Падури і Єжи Гоффмана у фільм можна розглядати як спосіб висвіт-

лення польсько-українських стосунків, причому це історія неофіційна і в кожного індивідуальна.

Із виходом стрічки «Вогнем і мечем» розпочався сплеск масифікації й комерціалізації пісні. Проте в історії пісні як феномену масової культури був період нівелювання комерційного складника, коли вона неодноразово лунала на київському Майдані в листопаді 2013 – лютому 2014 рр. перед багатотисячною аудиторією. Разом з іншими піснями, наприклад «Ой, у лузі червона калина», вона виявилася співзвучною романтиці Майдану. Люди під впливом пісень об'єднувалися, торжествували, розчулювалися. Дослідники, наголошуючи на значній єднальній й мотивувальній ролі музики, відзначають, що «іншим видам мистецтва потрібно більше часу для того, щоб відрефлексувати події, ніж музикантам» [9, с. 176].

Пісні не тільки стирають рубежі між різними соціальними, віковими і демографічними групами, а й країнами. «Hej, sokoły!» також розширила ареал свого звучання, завдячуючи словацько-українському кримінальному трилеру «Межа» (2017) словацького режисера Петера Беб'яка. Сусідні український і словацький народи завжди зберігали тісні історичні зв'язки – економічні, культурні, політичні, але це був перший приклад співпраці на ниві кіномистецтва. В основу фільму покладено гостросюжетну історію про оборудки контрабандистів з обох боків кордону, які відбувалися під прикриттям поліції. «Межа» стала найкасовішим словацьким фільмом за всю історію словацького кіно.

Динамізм сюжету, гостре протиставлення життєвих позицій з обох боків кордону вимагали й відповідного музичного супроводу. З ідеєю створення спеціальної пісні для фільму звернулися до керівника групи ІМТ Smile Івана Таслера, який скористався «Соколами», децю аранжувавши, причому у фільмі представлено відразу три версії аранжування. Таким чином, падурівська мелодія виявилася співзвучною смакам сценаристів і музикантів, а згодом кіноглядачів і слухачів.

Назву пісні залишили оригінальною, але слова замінено. Автор тексту Владьо Пухал осучаснив зміст, максимально пов'язавши з ідеєю фільму – необхідністю пам'ятати про межу відповідальності за скоєне перед власною совістю. Художнім уособленням совісті показав соколів, які з висоти свого польоту бачать життєві перипетії людей. Особливу роль в акцентуації образу відіграє рефрен «Hej, hej, hej sokoły, z výšky hľadia na to všetko, čo nás bolí». На відміну від слів Т. Падури, у пісні звучать виразні патріотичні нотки: *V dobrom aj v zlom budeš moja, / rany tie sa s tebou zhoja. / Keď je slnko, keď je zima, / ty si moja domovina.*

Словацькі мас-медіа спочатку подавали пісню як кавер-версію народної польсько-української пісні. Її одомашненню й масифікації у Словаччині, а згодом і в Чехії посприяв не тільки новий текст, а й виразне фольклорне аранжування: у ній звучали скрипки, гітари й сопілки. Нетрадиційне поєднання сучасних і народних інструментів і майстерне виконання Ондрея Кандрача приваблювало величезну кількість слухачів. у Словаччині пісня стала мегахітом літа – осені 2017 р. Офіційний відеокліп пісні за короткий час після виходу фільму досяг понад два мільйони переглядів.

На сьогоднішній день кількість переглядів на Ютубі нараховує майже 8 мільйонів. (<https://www.youtube.com/watch?v=R34LYNQDPmM>). Пісня так полюбилася слухачам, що, прозвучавши напередодні початку нового навчального року, аматорами відразу було створено пародію «Hej, do školy!» («Гей, до школи!») ([https://www.youtube.com/watch?v=Tz\\_SxxWkicg](https://www.youtube.com/watch?v=Tz_SxxWkicg)). Згодом група IMT Smile створює однойменний альбом.

Можливо, пісня припала до душі ще й тому, що вона дещо співзвучна відомій мелодії «Hej, Slovaci!», написаній у 1834 р. словаком Само Томашеком. Припускаємо, що про неї не міг не знати і Т. Падура, оскільки відомо, що до написання своїх «Соколів» він відвідав Прагу у 1848 р. як учасник Слов'янського конгресу ідеологів панславизму. Згодом «Hej, Slovaci!» була взята за основу гімну «Hej, Slovane!», який зазвучав багатьма слов'янськими мовами. Можливо, саме пісня «Hej, Slovaci!» і надихнула барда написати свій твір. Таке припущення дозволяє певною мірою замкнути словацько-польсько-український коловорот цієї пісенної історії.

Чималий дар відчуття потенціалу пісні спонукав групу IMT Smile до увиразнення міжкультурного колориту, і зроблено це було завдяки вкрапленню куплету українською мовою: *Гей, десь там, де чорні води, / сів на коня козак молодий. / Плаче молода дівчина, / їде козак з України.* Тобто, кардинально осучаснивши пісню, не забуто про історичну вкоріненість, про пов'язаність минувшини із сьогоденням і тяглість життєвих проблем. Доля пісні «Hej, sokoły!» демонструє, як можна, не поступаючись минулим і не втративши культурної цінності, успішно вийти на сучасний масмедійний ринок.

Глибоке враження від фільму і пісні надихнуло українського виконавця і композитора Олега Скрипку створити кавер-версію. Допускаємо, що її створення було ініційоване продюсером з українського боку А. Єрмаком, який був невдоволений прокатом стрічки в Україні. Лідер групи «ВВ» підійшов до проекту творчо, додавши в музичну тканину багатоголосся баяну і дещо

змінивши слова. У цьому плані виконавчу майстерність О. Скрипки можна порівняти з умілою грою актора, а його мистецтво з театром, де відбувається інтерпретація смислу.

У численних інтерв'ю О. Скрипка висловлює сподівання, що пісня отримає нове дихання як в нашій країні, так і за кордоном. Співак намагається на свій розсуд пояснити історію пісні, говорить про глибоке коріння, яке сягає начебто часів Польсько-Литовського князівства, коли словаки, українці і білоруси перебували в одній державі. Ці думки в різних інтерпретаціях почали генеруватися ЗМІ, а пісня стала трактуватися вже як народна словацько-українсько-польська. Щоправда, в окремих коментарях лунали голоси незгоди: «Автор цієї «народної пісні» Томаш Падура похований у селі Махнівка (Комсомольське) Козятинського району Вінницької області. І давно вона ще СЛОВАЦЬКА?!?!»

Наведені факти показують, яких видозмін зазнала пісня в зіткненні з масовою культурою і масовими комунікаціями. ЗМІ оперативно передаючи твори масової культури адресатові, тим самим відчужують їх в автора, сприяють анонімності і породжують нові міфи.

**Висновки і пропозиції.** Таким чином, під впливом засобів масової комунікації відбувається масифікація пісні «Hej, sokoły!», а оскільки вона перегукується багатьма мовами, ще й інтернаціоналізація. Спочатку романтична балада, застільна пісня упродовж свого тривалого життя звучала і як воєнна, і революційна, і патріотична, поступово відбувалася її культурна гомогенізація, у ході якої осучаснювалося інтонування, а на старі смисли на шарувувалися нові, залежні від національних контекстів – суспільних, просторових і часових.

Як варіант у майбутньому можна проаналізувати рефлексію на пісню, зокрема її інтерпретацію масовим слухачем. Сказане справедливе для вивчення пісні, що поширюється не тільки традиційними засобами масової комунікації, а й посередництвом нових медіа, які докорінно змінюють структуру масово-комунікативних процесів і функції учасників масової комунікації.

## Список літератури:

1. Баландіна Н. Пісня як комунікативне явище // Актуальні проблеми журналістики в контексті сучасних соціальних комунікацій: збірник наукових праць : за матеріалами кафедральних семінарів. / за ред. Н.Ф. Баландіної. Полтава: ПНПУ імені В.Г. Короленка, 2018. № 4. С. 5-27.
2. Гнатюк В. Тимко Падура в українському історично-культурному процесі / «Українська школа» в польському романтизмі / За ред. Сергія Ткачова. Тернопіль: Підручники і посібники, 2002. С. 113-126.
3. Дружкін Ю.С. Песня как социокультурный феномен // Обсерватория культуры. 2010. № 3. С. 63-66. URL: <http://www.yuri-druzhkin.narod.ru>.
4. Енциклопедія історії України (ЕІУ): у 10 т. / Редкол.: В.А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. К.: В-во «Наукова думка», 2011. Т. 8. Па-Прик. 520 с.: іл.
5. Ершов В. Польська література Волині доби романтизму: генологія мемуаристичності. Житомир: Полісся, 2008. 624 с.
6. Зимомря М. Якщо вогнем і мечем, то без світла / День, 29 квітня 2004 г. URL: <http://incognita.day.kiev.ua/yakshho-vognem-i-mechem-to-bez-svitla.html>.
7. Кирчів Р. Український фольклор у польській літературі (період романтизму). К.: Наукова думка, 1971. 275 с.
8. Кралоук П. Парадокси українсько-польських культурних стосунків: образи князів Вишневецьких у польській та українській літературах // Україна: культурна спадщина, національна свідомість, державність. Scripta manent. Ювілейний збірник на пошану Богдана Якимовича / НАН України, Ін-т українознав. ім. І. Крип'якевича. Л.: Інститут українознавства, 2012. Вип. 21. С. 468-474.
9. Мусієнко Н. Мистецтво Майдану: Дослідження з соціокультурної антропології // Міст: Мистецтво, історія, сучасність, теорія. 2014. Вип. 10. С. 155-192.
10. Наконечний Р. Тисячолітня пісня і забута історія // Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації. 2011. № 4. URL: <http://social-science.com.ua/article/620>.

11. Радишевський Р. Томаш Падура – польсько-український поет // Волинь-Житомирщина. Історико-філологічний збірник з регіональних проблем. 2012. Вип. 23. С. 5-17.
12. Радовський В. Тимко Падура: «Легковажністю є тикати фальш в історію!» чого вартує один рядок барда з Махновки // Волинь-Житомирщина: Історико-філологічний збірник з регіональних проблем. На пошану професора Володимира Олеговича Єршова. 2016. Вип. 27. С. 32-41.
13. Черненко М.М. Наш общий Гоффман, или Стори поверх истории // Искусство кино. 2000. № 4. URL: <http://chernenko.org/469.shtml>.
14. Щурат С.В. Про зв'язки Т. Падури з декабристами // Український історичний журнал. К., 1968. № 11. С. 83-84.
15. Jedynak S. «Szkola ukraińska» w polskim romantyzmie / «Українська школа» в польському романтизмі / За ред. Сергія Ткачова. Тернопіль: Підручники і посібники, 2002. С. 13-21.

### **Баландина Н.Ф.**

Полтавський національний педагогічний університет  
імені В.Г. Короленко

## **МАССИФИКАЦИЯ ПОЛЬСКО-УКРАИНСКОЙ ПЕСНИ «HEJ, SOKOŁY!» («ГЕЙ, СОКОЛЫ!»)**

### **Аннотация**

Исследован процесс массификации польско-украинской песни «Hej, sokoły», по всей вероятности написанной Томашем Падурой в середине XIX в. В хронологической последовательности выделено несколько волн ее популярности: во время польско-большевистской войны (1919–1920), на рубеже XX–XXI ст., с выходом фильма «Огнем и мечом» – экранизации одноименного романа Г. Сенкевича (1999), на Майдане 2013–2014 гг., с выходом словацко-украинского фильма «Предел» (2017). Описаны видоизменения, которые происходили с песней в различных национальных аудиториях в столкновении с массовой культурой и массовыми коммуникациями. Обращается внимание на ее восприятие современниками, в частности, как на старые смыслы наслаивались новые, зависящие от различных контекстов – общественных, пространственных и временных.

**Ключевые слова:** польско-украинская песня «Hej, sokoły», Томаш Падура, массовая культура, массификация, факторы массификации.

### **Balandina N.F.**

Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University

## **PROMOTION OF THE POLISH-UKRAINIAN SONG «HEJ, SOKOŁY!»**

### **Summary**

The article has studied the process of the promotion of the Polish-Ukrainian song «Hej, sokoły!» presumably written by Tomasz Padurra in the middle of the 19th century. In the chronological sequence the author specifies several waves of increased popularity: during the Polish-Bolshevik war (1919–1920), at the turn of the 20<sup>th</sup> and the 21<sup>st</sup> centuries after the release of the film *Ogniem i mieczem* (*With Fire and Sword*) a screen version of the eponymous novel by Henryk Sienkiewicz, on the *Maidan* of 2013–2014, after the release of the Slovak-Ukrainian film *Boundary* (2017). The paper describes modifications that the song undergoes in different national contexts and during the collision with mass culture and mass communication. The author draws attention to the reception of the song by the contemporaries, and, in particular, to the new meanings being superimposed on the old ones. Those new meanings depend on various social, spatial, and temporal contexts.

**Keywords:** Polish-Ukrainian song «Hej, sokoły!», Tomasz Padurra, mass culture, promotion, factors of promotion.

УДК 070(09)

## СВІТОГЛЯДНІ ЗАСАДИ ВАСИЛЯ ГРЕНДЖІ-ДОНСЬКОГО-ПУБЛІЦИСТА

Барчан О.В.

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Досліджено еволюцію світогляду Василя Гренджі-Донського від патріотизму до соборницького й державницького мислення, відображену в його публіцистичній творчості. Звернено увагу на його діяльність у журналі «Наша земля», спрямовану на виховання національної свідомості українців. Розглянуто питання соборницького й державницького світогляду, відображеного в публікаціях газет «Українське слово», «Свобода» та «Нова свобода» та ін. З'ясовано дискусійні питання стосовно його прорадянських та прокомуністичних поглядів у різні періоди життя. Проаналізовано ідейно-світоглядні ідеали періоду еміграції.

**Ключові слова:** Гренджа-Донський, світогляд, еволюція, публіцистика, ідея, національна свідомість, еміграція, соборність, державність.

**Постановка проблеми.** Василь Гренджа-Донський – основоположник української поезії, засновник першого україномовного журналу «Наша земля», редактор та співробітник багатьох періодичних видань на Закарпатті, ініціатор створення першої в краї Спілки письменників і журналістів (1935 р.) та пресовий референт Українського Національного Об'єднання – єдиної партії українців Закарпаття часів боротьби за державність. У період окупації Карпатської України в 1939 році був заарештований угорським гортіівським режимом. Після звільнення з концтабору нелегально перебрався до Словаччини, де продовжував національно-патріотичну діяльність на сторінках преси («Гардіста», «Правда», «Дзвіночок», «Піонерська газета», «Дружно вперед», «Нове життя», «Дукля», «Свобода», «Америка», «Вільне слово»), працював на радіо тощо. За межами Батьківщини прожив до останніх своїх днів – 25 листопада 1974 року.

Дослідження світоглядної еволюції Василя Гренджі-Донського – один із важливих аспектів розуміння його як публіциста, журналіста, видавця, громадського діяча Закарпаття. Порушену проблему неможливо розглядати без урахування усіх суспільно-історичних обставин, у яких жив і творив митець у різні періоди життя. Ідейно-світоглядна еволюція Гренджі-Донського-публіциста протягом 20-30-х років ХХ століття пройшла складний шлях від широкого патріотизму до соборницького та державницького мислення. Самовизначення особи стосовно її місця у світі та регулювання взаємовідносин із ним, що складає поняття «світогляд», відбувається під впливом різних чинників. Це й становить проблему нашого дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Тема ідейно-світоглядних позицій В. Гренджі-Донського частково ставала предметом уваги дослідників: З. Гренджі-Донської [6], Б. Романенчука [9], О. Мишанича [8], М. Вегеша та Л. Горват [5], В. Барчан [1], О. Барчан [4] тощо. Так, О. Мишанич вказав на значення Гренджі-Донського в суспільно-культурному житті краю та на його ідейні хитання в кінці 30-х років, що стало предметом уваги тогочасної критики. Тому, на думку дослідника, необхідно „...об'єктивно підійти до всього зробленого письменником, належно оцінити його внесок в український літературний процес, вказувати на те, що він зробив, а не на те, чого не зробив і не міг зробити” [12, с. 513].

Аспекту етнічного самовизначення Гренджі-Донського торкається дослідник І.Сенько і доводить, що публіцист упродовж свого життя стояв на виключно проукраїнських позиціях, почувався українцем, боровся за збереження української національної свідомості, хоч і перебував в умовах чужомовного, іншонаціонального середовища: спочатку угорського, пізніше чеськословацького [10, с. 44]. Частково світоглядні орієнтири Гренджі-Донського розглянуто в наших працях [4; 3; 2]. Оскільки світогляд – це «система принципів, знань, ідеалів, цінностей, надій, вірувань, поглядів на сенс і мету життя, які визначають діяльність індивіда або соціальної групи та органічно включаються у людські вчинки і норми поведінки» [13, с. 569], питання світоглядних засад людини з активною громадянською позицією, письменника, публіциста, журналіста оприявлена в його творчій діяльності, зокрема журналістиці та публіцистиці, і потребує більш ґрунтовного розгляду.

**Виділення раніше не вирішених частин загальної проблеми.** Проблема еволюції національних, політичних світоглядних засад В. Гренджі-Донського не була предметом окремої уваги науковців. Публіцистика автора, що є об'єктом цього дослідження, дає уявлення про його ідейно-світоглядні орієнтири й діяльну позицію в тогочасну історичну добу за особливих політичних обставин та життєвих умов, зокрема й в еміграції.

**Формулювання цілей статті.** Метою дослідження є розгляд формування та розвитку світоглядних засад В. Гренджі-Донського в різні періоди його життя. Розуміння ним суспільно-історичних процесів, характерних для Закарпаття 20-30-х рр. ХХ ст., зокрема національних та державницьких, самоідентифікації та самовираження у сфері громадської діяльності й творчості.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Формування й розвиток світогляду відбувається під впливом різних чинників. Одним із них є родина. Ранні роки життя Василя Гренджі сформували його чітку українську ментальність. Він виріс в українській сім'ї, в середовищі, багатому на культурні традиції. Про виховний вплив родини писав: «...Свою мудрість і життєвий досвід батьки передавали своїм синам, онукам, матері своїм донькам» [11, с. 394].

Національну зорієнтованість отримав В. Гренджа-Донський і від патріотично налаштованих

учителів у молодшій школі. Мовну, етнічну, релігійну самоозначуваність формували також твори української класики, які діставав із Галичини. Вплив угорської літератури і деякі спроби віршування угорською мовою, нещасливий шлюб з угоркою лише посилили усвідомлення своєї національної приналежності, що вплинуло на долю майбутнього українського письменника й публіциста. Щоб ствердити свою єдність з усім українським народом, він додає до свого прізвища ще одне, красномовне – Донський. Водночас проукраїнська світоглядна позиція не подобалася певним політичним силам, які намагалися у вигляді різних звинувачень його дискредитувати.

Показовим прикладом щодо цього є його дискусія з Й. Камінським у 1923 році. Як вже зазначалося в наших дослідженнях, В. Гренджу-Донського було звинувачено у співпраці з чехословацькими спецслужбами, пізніше в участі в більшовицькій червоній армії тощо [4, с. 163]. Публіцист виступив із полемічною статтею «Панові д-ру Камінському» на сторінках «Руської ниви» (ч. 4 за 1923 р.) і «Свободи» (ч. 23 за 1923 р.). У ній він, захищаючись, затаврував Й. Камінського як зрадника народу [4, с. 163]. Немає підстав і в твердженні Пола Р. Магочі, розтиражованому в емігрантській пресі, щодо Гренджі-Донського як «люяльного мадяра» в період 1915-1918 рр. Обурившись із цього приводу, донька публіциста Зірка висловила протест і автору такої заяви, і керівникам Українського дослідницького закладу в Гарвардському університеті, співробітником якого він був [4, с. 20].

Фактом є те, що В. Гренджа-Донський у 20–30-х рр. свідомо став на позиції борця за національні інтереси, доводив це своєю активною діяльністю. Важливими аргументами на користь такого твердження є і той факт, що В. Гренджа-Донський незабаром першим серед закарпатських поетів надрукував збірку віршів українською літературною мовою, першим перейшов на сучасний правопис, видавав перший україномовний часопис «Наша земля». Видання резонансне, високо оцінене сучасниками та дослідниками. За ним читач бачив постать свідомого патріота і діяча. Незважаючи на це, вихід журналу спричинив широку дискусію щодо прокомуністичних чи радянфільських поглядів редактора. В. Гренджу-Донського звинуватила соціал-демократична партія в уміщеній у газеті «Вперед» статті «На службі в комуні», про що згадує сам журналіст. У своїй відповіді він заперечив своє служіння комуні й повідомив, що служить народові, що «Наша земля» – не комуністичний орган, а незалежний безпартійний журнал, що боронить інтереси «цілого українського працюючого народу в ЧСР без огляду на партійну чи релігійну приналежність». І далі: «Неправдою є, що комуністи є моїми товаришами, але правдою є, що я ніколи не був і не є, а в своїх переконаннях не дійшов я навіть до соціалістів, а є в першу чергу українцем...» [7].

А. Штефан, відомий діяч Карпатської України, вважав місячник «Наша земля» радикально-соціалістичним і націоналістичним, а Гренджа-Донський, котрий висловлював прихильність до Радянської України й українізації, був обдурений, як М. Грушевський, Крушельницькі «та ба-

гато інших з української еміграції...» [14, с. 48-49]. Б. Романенчук, високо оцінюючи діяльність В. Гренджі-Донського, теж вважав, що журнал «стояв засадничо на національно-соборницьких позиціях» [9, с. XI].

Щодо контактів із комуністами у питанні творчої діяльності, то їх можна припустити, адже одна з поетичних збірок автора вийшла у Харкові в 1928 році. Пояснення цього полягає в тому, що частина інтелігенції щиро вірила в «українізацію» (в усякому разі, до суду над СВУ, а тим більше до голодомору). Не виключено, що й В. Гренджа-Донський теж вірив. У своїх публікаціях він досить часто вживав термін «українізація», застосовуючи його до місцевих умов і маючи на увазі «національне виховання». Зрештою, радянфільство в умовах тогочасного Закарпаття, у певному сенсі теж було способом боротьби з денационалізацією і з «русинством».

З іншого боку, конфлікт з опонентами, на нашу думку, безумовно, посприяв політичному визначенню, швидшому формуванню політичного світогляду публіциста. Для національно-патріотичного виховання українців Підкарпатської Русі В. Гренджа-Донський активно використовував журнал «Наша земля», де закликав їх до об'єднання, невтомно наголошував на необхідності захищати свої права. В умовах активного національного відродження в краї та становлення Карпатської України в кінці 20-х років це був один із етапів поступу до державницької ідеї, до державності. Закриття «свого» журналу – «Нашої землі» – стало болісною втратою для В. Гренджі-Донського. Усвідомлюючи його роль, у подальшому він завжди боровся за створення українського видання.

Усі друковані органи, в яких працював В. Гренджа-Донський, відіграли важливу роль у пробудженні, становленні і вихованні національної свідомості закарпатських українців 20–30-х рр. ХХ ст., їх консолідації. Він створив у грудні 1935 року краю Спілку письменників та журналістів, став її секретарем. Організація почала видавати літературний журнал «Слово» як додаток до газети «Українське слово» (позапартійний суспільно-політичний часопис, що виходив за редакцією М. Брацайка). Його гаслом було: «Пора вже, щоб щезло українофільство, москвофільство, а щоб усі пізнали, що ми є один український нарід».

В. Гренджа-Донський редагував «Слово», водночас дописуючи до «Українського слова». Журналістський доробок В. Гренджі-Донського на сторінках «Українського слова» кількісно значно більший, ніж у «Нашій землі», і більш зрілий, він не дає підстав сумніватися у характері політичних поглядів автора і напрямі їх еволюції. Тематична палітра публікацій майже не зазнала змін. Соціальні, культурницькі теми були основними. А також звіти і статті з конгресів і з'їздів українських учителів, жінок, молоді, з всепросвіт'янського з'їзду, з просвіт'янських зборів, численні публікації, спрямовані проти москвофільського руху. В усіх публікаціях В. Гренджі-Донського на сторінках «Українського слова» звучить ідея соборності. Водночас у статті «Конгрес народної молоді Підкарпаття» публіцист проводить і державницьку ідею. «Армія молодих борців стоїть



наготові! – твердить він. Народ, що має армію національно – свідомої молоді, доб'ється нарешті до своєї Волі, до своєї національно – господарської незалежності» («Свобода» за 11 і 17 липня 1929 року). У цій статті В. Гренджа-Донський ще раз задекларував свою відданість ідеї соборності, заявивши, що закарпатські українці – це частина великого українського народу, що живе за Карпатами, та висловив упевненість у необхідності власної держави. Водночас ідея державності потужно проступає в його публікаціях у період будівництва Карпатської України. З 15 червня 1938 р. «Свободу» було перейменовано на «Нову Свободу» і нове видання стало щоденною газетою, в якій В. Гренджа-Донський стає активним автором. 18 січня 1939 р. було засновано єдину політичну партію закарпатських українців – Українське національне об'єднання. «Нова Свобода» стає офіційним органом УНО, а В. Гренджа-Донський – головним редактором. Одночасно він редагує й «Урядовий вістник» (1938–1939).

Публікації В. Гренджі-Донського цього періоду – гострі, закличні, емоційні. Він пише про завдання «Карпатської Січі» перед виборами («Карпатська Січ і вибори» у ч. 17 «Нової Свободи» за 1939 р.), різко й безкомпромісно оцінює політичних противників – чеських шовіністів, мадяронів, русофілів («Впали маски» у ч. 18 «Нової свободи» за 1939 р.). Вимагає унеможливити доступ ворожих газет, заповнених текстами проти українства за часів Карпатської України. («Унеможливіть доступ ворожих газет» у ч. 19 «Нової Свободи» за 1939 р.) [4, с. 58–60].

Діяльність В. Гренджі-Донського цього періоду відбивала його націоналістичні погляди. У своїх текстах, уміщених і в «Українському слові», і в «Новій свободі» він не вагався називати себе українцем, націоналістом. Відкрито заявляв, що «господарями в нашій країні є ми, українці», що суголосно з однією з головних тез українських націоналістів – «Україна для українців» [4, с. 56].

Після поразки Карпатської України В. Гренджа-Донський опиняється в концтаборі, проходить крізь пекло угорських тортур, долає кордон зі Словаччиною та стає емігрантом. У подальшому навіть за умов різних переслідувань та дискримінації у Чехословаччині намагається продовжувати свою боротьбу. Спочатку це була підготовка бюлетня антиугорського спрямування, в якому описувалася антигуманна поведінка окупантів рідної йому Карпатської України. Доля цього часопису досі невідома. Пізніше В. Гренджа-Донський безкоштовно веде україномовну програму на Братиславському радіо, співпрацює зі словацькою газетою «Гардіста», де розміщує матеріали про українські національні звичаї, українські літературні твори тощо. Обидва ЗМІ з 1940 року активно провадять антирадянську пропаганду на догоду Німеччині та її союзникам, зокрема й Угорщині, яка активно господарювала на Закарпатті. Це суперечило ідейно-світоглядній позиції В. Гренджі-Донського, котрий у той час сконцентрувався на порятунку рідної української землі. Водночас СРСР був єдиною країною, що висловила протест проти окупації Карпатської України і розмістила на кордоні з нею свою армію. В цих історичних обставинах публіцист як мешканець і громадянин Чехосло-

ваччини займає прорадянську прокомуністичну позицію. Він відмовляється від роботи в газеті «Гардіста», що критикує комуністів, від антирадянської агітації на радіо. Натомість разом із друзями-українцями готує лист-меморандум до Міністерства закордонних справ СРСР про визволення радянськими військами українського Закарпаття.

Особливе піднесення приніс В. Гренджі-Донському 1945 рік, коли радянські війська звільняють Словаччину. Він вступає до Комуністичної партії Словаччини та починає працювати в газеті КПС «Правда». Цю ідеологічно-політичну позицію В. Гренджа-Донський займав недовго. Як відомо, у 1945 році радянські спецслужби заарештували й замордували в тюрмі Августина Волошина – президента Карпатської України. З цього часу на території Чехословаччини починається переслідування т.зв. «українських буржуазних націоналістів», до яких долучили й Гренджу-Донського. Цьому сприяли як українські письменники-емігранти, так і власне радянські спецслужби, які проводили з журналістом численні таємні допити, про які згадують деякі друзі публіциста. Членство у КПС і врятувало його від фізичного знищення [3, с. 357].

У 1947 році В. Гренджа-Донський стає ініціатором створення журналу для дітей «Дзвіночок», що починає виходити в Пряшеві українською та російською мовами. З 1953 року в Братиславі за його настирливих потуг – часопис «Піонерська газета». В обох публіцист активно розміщував матеріали українською мовою для дітей просвітницько-педагогічного характеру, боровся за українське спрямування преси. Він публікує свої матеріали також в інших україномовних виданнях Чехословаччини: «Дружно вперед», «Нове життя», «Дукля». Відомо, що у 1970–80-х роках кілька його публікацій вийшли друком в українських часописах США («Свобода», «Америка») та Канади («Вільне слово»). В умовах переслідувань, цькування така національно-просвітницька діяльність українця-емігранта на території іншої держави була вагомим і неоціненним.

У середині ХХ століття деякі дослідники – М. Мольнар у Чехословаччині, О. Мишанич в радянській Україні – у матеріалах з нагоди 65-річчя публіциста зауважували його світоглядні зміни. О. Мишанич, зокрема, акцентував на відході від революційного (очевидно, національного – О.Б.) руху на початку 30-х років та серйозних помилках ідейного плану (стаття «В боротьбі за волю» у ч. 2 «Дуклі» за 1962 р.), стверджував комуністичні симпатії Гренджі-Донського. На нашу думку, це було зумовлено швидше бажанням підтримати митця й публіциста і повернути його в літературу для повнокровного творчого і духовного життя, наскільки це було можливо в тих умовах. Частково реабілітація публіциста відбулася в 1960-х роках, під час так званої «хрущовської відлиги», його повертають у літературу, друкують художні твори. Однак названі дослідники, добре знаючи творчий доробок, життєві перипетії, характер і погляди В.Гренджі-Донського, не сумнівалися в незмінності сформованого і виявленого в його життєтворчості світогляду.

**Висновки з цього дослідження і перспективи.** У підсумку зазначимо, що процес формування

національного, політичного світогляду В. Гренджі-Донського – це закономірний і в той же час складний шлях від здорового патріотизму, національної самоідентифікації, до соборницького і до державницького світогляду в часи будівництва Карпатської України. Світоглядні пріоритети Гренджі-Донського, оприявлені у його портреті як суспільно-політичного діяча, чітко викристалізовані в журналістській діяльності, публікаціях, спрямованих на виховання та згуртування національно-свідомих українців на Закарпатті у 20–30-х рр., залучення їх до активного громадсько-політичного життя, змагань проти чехізаторської політики уряду Чехословаччини, руйнів-

ної діяльності москвофілів та русинофілів краю, угорської окупаційної політики в різні історичні часи. Незмінними залишалися світоглядні принципи Гренджі-Донського і в період еміграції. Своєю діяльністю він сприяв збереженню українцями національної ідентичності в умовах проживання поза межами етнічної Батьківщини. Певна корекція світогляду відбувалася під впливом комуністичної ідеології, однак вона не змінила його виразно національних, державницьких доміант.

Поглиблення цього аспекту дослідження вбачаємо у комплексному вивченні публіцистичної та художньої творчості митця, аналізі його щоденників, спогадів, епістолярію.

## Список літератури:

1. Барчан В. Поетична творчість Василя Гренджі-Донського. – Ужгород: Ліра, 2004. – 152 с.
2. Барчан В., Барчан О. Ідея державності та соборності в публіцистиці В. Гренджі-Донського // Національна періодика початку ХХ століття: розвиток і реалізація української ідеї державотворення: Матеріали міжнародної наукової конференції. Київ, 8-9 грудня 2006 р. // Київський національний ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т журналістики / За ред. Н.М. Сидоренко. – К., 2006. – С. 76-77.
3. Барчан О. Журналістська діяльність Василя Гренджі-Донського періоду еміграції // Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку: Матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції (12-13 жовтня 2016 р.) [наук. ред. В.М. Каленич]. – Вінниця, 2016. – С. 351-358.
4. Барчан О.В. Публіцистика Василя Гренджі-Донського 20-30-рр. ХХ століття: Монографія / О.В. Барчан. – Ужгород: Поліграфцентр «Ліра», 2017. – 200 с.
5. Вегеш М., Горват Л. Громадсько-політична і культурно-освітня діяльність В. Гренджі-Донського (1897–1974). – Ужгород: ТОВ «Колір Прінт», 2000. – 106 с.
6. Гренджа-Донська З. «Ми є лишень короткі епізоди...»: Життя і творчість Василя Гренджі-Донського. – Ужгород: Срібна земля, 1993. – 82 с.
7. Гренджа-Донський В. До хвального редакційного комітету журналу «Наша земля» в Ужгороді // Наша земля. – 1928. – Ч. 12. – 2 січня (1929).
8. Мишанич О. Василь Гренджа-Донський (1897–1974) [Передмова] // Гренджа-Донський В. Твори. – Ужгород: Карпати, 1991. – С. 5–21.
9. Романенчук Б. Василь Гренджа-Донський (23.04.1897–25.11.1974) [Передмова] // Твори Василя Гренджі-Донського. – Видання Карпатського Союзу, Інк. Відділ у Вашингтоні, Д.К., 1981. – Т. І: Шляхом терновим. Поезії. – С. XI–XXVI.
10. Сенько І. Формування етнічної ментальності В. Гренджі-Донського до виходу у світ збірок «Квіти з терном» та «Золоті ключі» // Тези доповідей та повідомлень Першої наукової конференції, присвяченої життю і діяльності видатного поета і культурно-громадського діяча Василя Степановича Гренджі-Донського (1897–1974) (16 грудня 1994 року, м. Ужгород). – Ужгород, 1995. – С. 44-47.
11. Твори Василя Гренджі-Донського. – Видання Карпатського Союзу, Інк. Відділ у Вашингтоні, Д.К., 1989. – Т. ІХ: Публіцистика. – 502 с.
12. Твори Василя Гренджі-Донського. – Видання Карпатського Союзу, Інк. Відділ у Вашингтоні, Д.К., 1990. – Т. ХІ: Похорон поета. Огляд творчості поета. – 596 с.
13. Філософський енциклопедичний словник, 2002. – Київ, С. 568-569.
14. Штефан А. Василь Гренджа-Донський (1897–1974) // Твори Василя Гренджі-Донського. – Видання Карпатського Союзу, Інк. Відділ у Вашингтоні, Д.К., 1981. – Т. ХІ. Похорон поета. Огляд творчості поета. – С. 45-55.

**Барчан О.В.**

ГВУЗ «Ужгородський національний університет»

## МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВАСИЛИЯ ГРЕНДЖИ-ДОНСКОГО-ПУБЛИЦИСТА

### Аннотация

Исследовано эволюцию мировоззрения Василия Гренджи-Донского от патриотизма до соборного и государственного мышления, отраженную в его публицистическом творчестве. Обращено внимание на его деятельность в журнале «Наша земля», направленную на воспитание национального сознания украинцев. Рассмотрены вопросы соборного и государственного мировоззрения, отраженного в публикациях газет «Українське слово», «Свобода» и «Нова свобода» и др. Исследованы дискуссионные вопросы относительно его просоветских и прокоммунистических взглядов в разные периоды жизни. Проанализированы идейно-мировоззренческие идеалы периода эмиграции.

**Ключевые слова:** Гренджа-Донской, мировоззрение, эволюция, публицистика, идея, национальное сознание, эмиграция, соборность, государственность.

**Barchan O.V.**

Uzhgorod National University

## PARADIGMS OF VASYLY GRENDZA-DONSKYY, THE PUBLICIST

### Summary

The article examines the evolution of Vasyly Grendza-Donskyi worldview: from patriotism to national unity and nationhood mentality, reflected in his publicistic oeuvre. Special emphasis is concentrated on his authorship in periodical «Наша земля» focused on cultivation of Ukrainians' national consciousness. The problem of national unity and nationhood worldview, represented in publications of such journals as «Українське слово», «Свобода» and «Нова свобода» etc., is considered as well. The controversial points regarding his pro-Soviet and pro-communist attitudes within different periods of his life are cleared up. The conceptually worldview ideals of emigration period are analyzed.

**Keywords:** Grendza-Donskyi, worldview, evolution, publicism, concept, national consciousness, emigration, national unity, nationhood.

УДК 811.161.2'373.46

## СПЕЦИФІКА ФУНКЦІЙНОЇ ПАРАДИГМИ АНГЛІЦИЗМІВ У СУЧАСНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

**Боева Е.В.**

ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет  
імені К.Д. Ушинського»

У статті проаналізовано особливості функціонування запозичень з англійської мови у сучасних українських засобах масової інформації та з'ясовано прагматистичний потенціал даної лексики у структурі медійного дискурсу. Доведено, що репертуар оцінних засобів публіцистики винятково багатий та різноманітний і важливу роль у ньому відіграють англіцизми. Зроблено висновок щодо переваги іншомовних вкраплень над іншими видами англомовних запозичень в рекламному дискурсі.

**Ключові слова:** англіцизми, іншомовні слова, засоби масової інформації, тематичні групи англіцизмів, іншомовні вкраплення.

В останні десятиріччя ми можемо спостерігати значні зміни в лексичному складі української мови. Словниковий склад, як відомо, є найрухливішою, найпроникливішою сферою мови. Зміни в суспільному розвитку неминуче спричиняють зміни у словнику. Значні трансформації соціуму на території всього пострадянського простору у кінці ХХ – початку ХХІ ст. стали основою для розвитку активних процесів в українській мові новітнього періоду, в результаті дії яких з'явилася величезна кількість нових явищ на всіх рівнях мовної системи. На початку ХХІ століття питання статусу, перспектив та напрямів розвитку української мови, зокрема її лексичного складу, постійно перебувають у полі зору вітчизняних лінгвістів. Як відомо, українська мова на межі століть стає активним акцептором лексичних одиниць з англійської мови, а процес запозичення набуває масового характеру. Англіцизми проникають в усі комунікативні сфери життя. Їхня експансія знаходить цілком закономірне відображення й у структурі публіцистичного стилю, який став об'єктом нашого дослідження. Дослідження іншомовної лексики, яка використовується в сучасних українських засобах масової інформації допоможе реально визначити масштаби і наслідки впливу запозичень не тільки на мову ЗМІ, а й на українську мову

в цілому. Цим фактором посилюється актуальність представленої розвідки, яка певною мірою пов'язана з необхідністю комплексного розгляду новітньої іншомовної лексики, що віддзеркалює не тільки новий етап у розвитку сучасної української мови, але й сучасні процеси суспільного життя її носіїв. Зазначимо, що англіцизми у медійному дискурсі номінують реалії сучасної молодіжної культури і тому, безумовно, варті серйозного детального аналізу.

Проблеми функціонування англійських запозичень у сучасній українській мові присвятили свої роботи такі вчені, як Б. Ажнюк, В. Аристова, П. Бех, М. Вакуленко, В. Гончаренко, В. Горобець, Б. Задорожний, М. Каранська, Л. Кислюк, Т. Кияк, В. Коломієць, О. Різниченко, О. Сербенська, О. Стишов, І. Фаріон, Ю. Шевельов та інші. Як відомо, запозичення як елемент мовної системи характеризується співвідношенням з тією чи іншою стадією відповідного процесу. У нашій статті запозичення визначається як іншомовна одиниця будь-якого ступеня засвоєння, що має додаткові визначення: засвоєне запозичення, запозичення-варваризм, запозичення-іншомовне вкраплення.

**Об'єктом** дослідження є мовлення публіцистичних текстів із залученням словників сучасної української мови. У роботі ми уналежнюємо рекламне мовлення до зразків публіцистичного

стилю, і тому досліджуємо тексти сучасної реклами, в яких фігурують англіцизми. **Предметом** дослідження є прагматистичний потенціал найновітніших англіцизмів у структурі сучасного медійного дискурсу, його структура, зміст і роль у створенні сучасної мовної картини світу.

**Метою** роботи є визначення місця і ролі запозичень англійського походження в мові української реклами, у мові преси, з'ясування особливостей функціонування англіцизмів в публіцистичному дискурсі, здійснення лексично-системного аналізу іншомовної лексики.

Значна увага до мови сучасної преси обумовлена насамперед важливою роллю засобів масової інформації у сучасному суспільстві. Як відомо, преса завжди була одним із засобів ознайомлення широкого загалу читачів з подіями, що відбуваються у світі, сприяла пізнанню навколишньої дійсності. Мова преси звернена до масової різнорівної аудиторії, тому форми її повинні бути соціально значущі, характеризуватися доступністю, інформативністю, дієвістю для різних соціальних категорій та груп. Основними рисами мови сучасної преси є логічна чіткість синтаксичних конструкцій, ретельно продумане вживання слів, використання різних виразних та зображальних засобів. У публіцистичному стилі на перший план виходить проблема оцінності. В інших функціональних стилях вона не має такого значення та такої гостроти, як в публіцистиці. Дослідник публіцистичного мовлення Д.Е. Розенталь наголошує: «Використання мовних засобів у газетному мовленні визначається багато в чому їх соціально-оцінними якостями та можливостями з точки зору ефективного та цілеспрямованого впливу на масову аудиторію» [3, с. 8]. Тому не випадково репертуар оцінних засобів публіцистики винятково багатий та різноманітний. Окрім власне оцінної лексики, в публіцистичному мовленні у функції оцінки використовуються різноманітні лексичні розряди: розмовно-просторічна лексика, архаїзми, спеціальна лексика і, звичайно, запозичення з інших мов, а особливо англіцизми. З одного боку, використання англіцизмів – явище цілком зрозуміле. Запозичується реалія, а разом з нею і відповідна лексика. На сьогодні такими видами діяльності є не тільки економічна (*маркетинг, менеджмент, моніторинг, трейдинг тощо*) «...*маркетинг* є функцією менеджменту – зрозуміти бажання і потреби клієнтів» [7, № 31, с. 5], але й політичні реалії, державний устрій, організація судової влади (*спікер, лобі, істеблїшмент, рейтинг тощо*). Разом з тим трапляється велика кількість слів, які мають точний український еквівалент, та використання іншомовних слів на їх місці можна розглядати як данину моди, що формує мовні смаки: *моніторинг (контроль), легітимність (законність), легалізувати (узаконювати), гелікоптер (гвинтокрил)* тощо. Але журналісти все ж такі віддають перевагу запозиченням часто для того, щоб зробити газетний текст більш сучасним, не відстати від моди. На думку Л.В. Супрун, явище моди у мові є однією з найхарактерніших рис сучасного публіцистичного стилю [4].

У сучасному публіцистичному мовленні яскраво простежується мода на вживання слів іншомовного походження, причому тих, відповід-

них яких існують у нашій мові й активно використовуються мовцями. Наприклад, українські слова *промова, вистава, посольство (посол), повідомлення, образ* замінюються англіцизмами *спіч, перфоменс, амбасада (амбасадор), меседж, імідж*. «*«Фронтвумен» відразу узяла ініціативу в свої професійні руки і попередила, що наступного року буде телеверсія «Книги року», і всі гості повинні будуть відповідати «дресс-коду»* [7, № 28, с. 9]. Надмірне вживання у публіцистичному мовленні таких та інших слів призводить до втрати ним своєї самотутньої образності і неповторності. Часом невиправдане використання слів іншомовного походження, сліпе наслідування мовлення інших осіб спричиняє логічні помилки, неточності у мовленні, тавтологію. «*Основні меседжі звернення Писарчука звучать досить привабливо для галицького вуха*» [6, № 8, с. 3]; «*Термін «катастрофа» в цьому контексті видається абсолютно лайтовим*» [6, № 8, с. 11].

Особливості функціонування мови у сфері журналістики визначають багато чинників. Наприклад, поліфункціональність преси вимагає від мови гнучкості, масовість – універсальності, постійна динаміка розвитку суспільства – оновлення. Тому можна стверджувати, що форма повідомлення, яку читає не лише дістає, а й активно сприймає через газету, є складним актом мовної комунікації, що дозволяє розглядати мову періодичного видання як явище, в якому відбуваються важливі динамічні процеси у зв'язку з її функцією бути засобом спілкування в умовах дальшої демократизації суспільства і піднесення рівня культури, в умовах усунення негативних явищ у багатьох сферах суспільного життя. Слід зазначити, що «мова газети» – поняття багатогранне, оскільки на шпальтах газети присутні всі стилі літературної мови: інформаційна хроніка витримана у діловому стилі, урядові постанови, дипломатичні документи і т. д. – в офіційно-документальному, численні статті про науково-технічні досягнення, статистично-економічні огляди тощо відповідають вимогам наукового стилю. Деяким жанрам властива найбільше публіцистичність (пропагандистські матеріали), в інших «змішаних» жанрах поєднуються риси публіцистичного і літературно-художнього стилів (нарис, фейлетон), а ще в інших переважають ознаки усного розмовного мовлення (інтерв'ю, репортаж) тощо. Отже, і використання запозичень у кожному з жанрів буде мати свої особливості, свої відповідні тематичні групи запозиченої лексики та свою мету її використання. Для більш повного дослідження мови періодичних видань та виявлення функціонування англіцизмів у ній, за джерела ми беремо українські видання різної проблемно-тематичної спрямованості, що користуються популярністю серед читачів: суспільно-політичні («День», «Україна молода», «Дзеркало тижня»); літературно-мистецькі («Книжничок Review», «ШО!»).

У суспільно-політичних виданнях англіцизмів тематичних груп «Економіка» (*рейтинг, іпотечне кредитування, медіа-експерт, дивіденди, імпорт, експорт, тендер, інвестиції, рецесія, дефляція, інтернет-трейдинг, ребрендинг, ліміт*) та «Політика» (*фракція, спікер, спікерство, прес-конференція, регламент, проект, дефолт*).

Іншомовні вкраплення представлені лише назвами компаній, фірм та корпорацій як українських, так і зарубіжних: «Компанія *Interpide Limited*, яка належить Віктору Пінчуку, вперше перейшла межу дефолту» [6, № 8, с. 2]; «У рамках підготовки в Лондоні створили компанію з управління активами *East One LLC Standard & Poor's*» [5, № 34, с. 12]. Основними особливостями функціонування запозиченої лексики у виданнях суспільно-політичної проблематики є порівняно помірне їх вживання, використовуються в основному вже вироблений термінологічний апарат понять економіки, міжнародної торгівлі, політики, але бувають й винятки, та у деяких реченнях англіцизми все ж таки «перемагають» питому лексику: «Часи **Тендерної** палати показали, що оскарження може легко використовуватися для **тендерного рейдерства**» [6, № 5, с. 4]; «Дані всіх **екзит-полів** докладно висвітлювали **інтернет-ЗМІ**» [5, № 34, с. 18].

На відміну від суспільно-політичних видань, у виданнях літературно-мистецької проблематики спостерігаємо інтенсивне вживання усіх видів запозиченої лексики. «Книжник Review» – єдиний в Україні журнал про книги і книжковий ринок, розрахований на обізнаний круг читачів, визначається як серйозне авторитетне видання. Вже у самій назві журналу ми бачимо вплив моди у мові. Використання іншомовного вкраплення англійського походження (review – огляд) говорить про наслідування американської традиції при називанні видання (популярні американські видання – Review of Politics, Culture Review тощо). При аналізі лексики даного журналу нами зафіксовані такі особливості: використання більшою мірою англіцизмів тематичних груп «Кіно» (*фентезі, фентезійний фільм, екшн, трилер тощо*), «Література» (*бестселер, міні-рецензія, букер, Інтернет-бук тощо*), «Реклама» (*бренд, піар, промоушн, маркетингові технології, бігборд тощо*); назви різноманітних видавництв, номінації гуртків обов'язково містять у собі іншомовний елемент та використовуються як у транслітерованому варіанті, так і в нетранслітерованому: «Зате щиро радує появу на обкладинці щорічної збірки **«Український best»** репродукції з картини Сергія Пояркова» [7, № 39, с. 21]; для привернення уваги читача заголовки статей дуже часто містять у собі іншомовні вкраплення чи запозичення: «**«День» як моніторинг української дійсності**» [7, № 31, 2]; «Присудження Нобелівської премії – це та ж **PR-акція**» [7, № 31, с. 5]; «**Умовно-брендовий рефлекс**» [7, № 28, с. 9]; «**Критика PR-Реклама**» [7, № 28, с. 17].

Ще одне видання літературно-мистецької проблематики, яке ми обрали для аналізу, – журнал «ШО!». Головна його відмінність від інших подібних йому видань – це те, що він орієнтований на молодість, а отже, можемо говорити про такі особливості запозиченої лексики, як перенасичення мови варваризмами та іншомовними вкрапленнями: «**Nofuture** – це не про панків, це про нас з вами – принаймні, так нам звидусіль втокмачують» [9, № 3, с. 24]; «...українські **AtmAsfera, MadHeadsXL, Юркеш, Esthetic Education, Вопли Відоплясова, американський TheKlezmatic, французький SpeedCaravan**» [9, № 5, с. 14]; незважаючи на літературну, музичну та мистецьку направ-

леність, часте вживання запозичень тематичної групи «Комп'ютерні технології» (*Wi-Fi технологія, PLAY, інтегрований плагін, сканувати, rip-проги, веб-сторінки, принт-версія, інтернет-формат, інтернет-сервер тощо*); використання незасвоєних українською мовою англіцизмів у процесі творенні нових слів, в основному способом слово- та основоскладання: «**Денс-позірка Леді Гага**» [9, № 4, с. 27]; «**Ми не горді й можемо виступати безкоштовно на фолк-сцені**» [9, № 2, с. 24].

Для сприйняття запозичень мають значення такі характеристики носіїв мови, як вік, рівень освіти, професія. Уживаючи у своєму мовленні лексеми інших мов, журналісти мало звертають увагу на реальну потребу «позичати» слово, на його здатність освоюватися, на його словотвірну мобільність, забувають чи не найважливіше – запозичені слова не повинні гальмувати розвиток природних можливостей національної мови, вживання запозичень повинно бути виваженим і вмотивованим. Термін «іншомовне вкраплення» використовується для позначення тих слів, словосполучень, речень, які в українських текстах передаються засобами мови-джерела. В ролі синоніма до терміну іншомовне вкраплення деякі вчені використовують вираз «іносистемнемовне явище» [2, с. 7]. Можна виокремити такі групи іншомовних вкраплень: номінації компаній, фірм, корпорацій, а також назви їх продукції: *Armani, Nina Ricci, Arber, Dior, Ford Transit, Max Factor, Maybellin, Avon, Sony Ericsson, Colorme, Procter&Gamble, Nestle, Coca-Cola*. Використання оригінальних назв такого типу пояснюється інтернаціоналізацією (міжнародним рівнем) відповідних брендів; найменування теле- і радіопрограм, періодичних видань, різноманітних конкурсів. Залучення вкраплень у цьому випадку пов'язано із провідними екстралінгвальними чинниками: демократизацією суспільства, «відкритістю» кордонів, що призводить до розширення огляду іноземної періодики, активізації міжкультурних відносин. Це такі назви: *ICTV, Nationalgeography, Euro News, Kiss FM, Em One News, Just Married, Cool, Cool Girl, New York Times, Hello*; номінації рекорд-компаній, музичних груп, їх композицій, продуктів кінематографа: *sound, relax, underground, easylistening, Beatles, Queen, Aerosmith, Evanesence, post-production, Record Company Ukraine*. Використання їх зумовлено розповсюдженням західної кіно- та музичної культури, прилученням українськомовних діячів указаних галузей до міжнародної термінології; іншомовні вкраплення, що відбивають реалії повсякденного життя: *handmade, free, change, travel, mix, exchange*. Функціонування номінацій такого типу пов'язане з початковим етапом засвоєння лексичних запозичень, із реалізацією прагматичних функцій, із «модою» на вживання іншомовної лексики; гібридні номінації, складовою частиною яких є іншомовні вкраплення та активізація яких пов'язана з необмеженим залученням іншомовних лексем у сучасний період: *internet-кафе, vхid-free, java-гра, night-клуб* тощо.

Наше дослідження дозволяє зробити висновок щодо переваги іншомовних вкраплень над іншими видами англословних запозичень в рекламних текстах. «Вони стимулюють креативні здібності носія мови, що запозичує, спонукаючи

його до семантизації незнайомих слів та виразів, і можуть служити експлікаторамимовної картини світу носіїв мови-приймача» [2, с. 14]. При сприйнятті іншомовних вкраплень збільшується зацікавленість споживача. Іноді англіцизми у мові реклами використовуються навмисно, для створення інтригуючого чи навіть гумористичного ефекту. Нетранслітерованість англословного вкраплення пояснюється передусім прагненням показати належність до цивілізованого світу. Це і пояснює постійне звертання до вкраплень в назвах магазинів, фірм, організацій. Наприклад: «**FoxMart** – мережа низьких цін»; «**StrongJane** – краціий фітнес-клуб у місті»; «**McDonalds** – я це люблю!». Англіцизми, що наявні в рекламі, поперше, виконують номінативну функцію, даючи назви тим явищам та предметам, яких немає в нашій дійсності, по-друге, вони мають прагматичні функції, а саме: скорочення рекламного тексту (компресувальна функція), привертання уваги споживача до певної послуги чи товару (атракативна функція). Останнім часом у нас з'явилася велика кількість англійських слів, що передаються засобами латинського алфавіту та нерідко реалізують декоративну функцію. Наприклад: «**Все тут. TUTodessa. ua.** – швидкісний Інтернет», «**МАХІ**мально вигідні ціни. Мережа магазинів побутової техніки «**Домотехніка**». Вони є творчим та яскравим засобом у рекламі, у ЗМІ та у сфері товарів та послуг. Так, наприклад, назва компанії з надання послуг мобільного

зв'язку та Інтернету – *Bestcardservice* (Найкращий картковий сервіс) не стільки інформативна, скільки прагматична. Вони асоціюються в українського споживача з послугами найвищої якості. На думку дослідниці Л.Г. Копревої, одним з видів іноземних вкраплень може вважатися «трансплантація, яка часто використовується у стилістичних, прагматичних, та частково, декоративних цілях» [1, с. 11]. Вона пропонує виокремлювати такі рівні трансплантації: 1) висловлювання, фрагмент фрази; 2) фраза; 3) словосформи; 4) морфеми; 5) літери. Ми поділили зібрані приклади за цією класифікацією: 1) англословні вкраплення, що являють собою зв'язний текст, який складається з декількох речень: *GASKeep it* (Тримай це); *Nokia. Connecting people* (Поєднає людей); *Kaiser. Powerinaction* (Сила в русі); 2) трансплантація цілої англійської фрази спостерігається дуже рідко: *Weworkhard* (Ми наполегливо працюємо); *Discovermore*. (Побач більше) («Camel»); 3) англословні вкраплення на рівні речення в публіцистиці, які забезпечують емпатичний ефект. Наприклад: «*Ви можете радикально вдосконалити своє тіло! EasysAPER – це сім тренажерів в одному! EasysAPER. Justtryit* (Тільки спробуй)».

Безперечно, рекламні тексти виконують спонукальну функцію: зайти та купити, але саме англословні вкраплення в рекламі – це ті елементи, які мають зацікавити споживача та дозволяють рекламному повідомленню виконати своє призначення.

## Список літератури:

1. Копрева Л.Г. Иноязычные вкрапления в региональной пресс-рекламе / Л.Г. Копрева // Русский язык и литература в школе. – 2000. – № 7. – С. 8-14.
2. Листова Ю.Т. Отбор и употребление иноязычных вкраплений в русской литературной речи / Ю.Т. Листова. – Воронеж: изд-во Воронежского университета, 2003. – 142 с.
3. Розенталь Д.Э. Язык рекламных текстов / Д.Э. Розенталь, Н.Н. Кохтев. – М.: Высшая школа, 1981. – 127 с.
4. Супрун Л.В. Сучасне мовлення ЗМІ: зони ризику / Л.В. Супрун // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальная коммуникация». – 2008. – № 1. – С. 154-159.
5. День. – 2017. – № 34.
6. Дзеркало тижня. – 2016. – № 4, 5, 8.
7. Книжник Review. – 2016. – № 28, 31, 39, 42.
8. Україна молода. – 2017. – № 30, 39, 40.
9. Шо! – 2016. – № 2, 3, 4, 5.

**Боева Э.В.**

ГУ «Южноукраинский национальный педагогический университет имени К.Д. Ушинского»

## СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ПАРАДИГМЫ АНГЛИЦИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

### Аннотация

В статье проанализированы особенности функционирования заимствований из английского языка в современных украинских средствах массовой информации и выяснено прагматилистический потенциал данной лексики в структуре медийного дискурса. Доказано, что репертуар оценочных средств публицистики исключительно богатый и разнообразный и важную роль в нем играют англицизмы. Сделан вывод о преимуществах иностранных вкраплений над другими видами англоязычных заимствований в рекламном дискурсе.

**Ключевые слова:** англицизмы, иноязычные слова, средства массовой информации, тематические группы англицизмов, иноязычные вкрапления.

**Boyeva E.V.**

South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushynsky

## SPECIFICS OF THE FUNCTIONAL PARAGEMENT OF ANGLICISMS IN THE MODERN MEDIA DISCOURSE

### Summary

The article analyzes peculiarities of the functioning of borrowing from the English language in the modern Ukrainian mass media and finds out the pragmatic stylistic potential of this vocabulary in the structure of media discourse. It is proved that the repertoire of evaluative means of journalism is exceptionally rich and diverse and Anglicisms play an important role in them. The conclusion is drawn about the dominance of foreign language impregnations over other types of English-language borrowings in the advertising discourse.

**Keywords:** anglicisms, foreign language words, mass media, thematic groups of anglicisms, foreign language impregnations.

УДК 81'276.16-07

## РОЛЬ КАТЕГОРІЇ ВВІЧЛИВОСТІ В ТЕКСТАХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

**Болотнікова А.П.**

Полтавський національний технічний університет  
імені Юрія Кондратюка

Досліджено роль категорії ввічливості в контексті проблеми ефективності мовної комунікації, зокрема на прикладі текстів засобів масової інформації, з'ясовано умови успішного спілкування під час інтерв'ю, описано ефективність діяльності журналіста при правильному використанні конкретних засобів вираження ввічливості та проаналізовано особливості вживання звертань як найважливішого засобу налагодження комунікативних взаємин журналіста і його адресата.

**Ключові слова:** увічливість, стратегії ввічливості, позитивна ввічливість, негативна ввічливість, соціальна дистанція, комунікативна компетентність, засоби масової інформації.

Зацікавлення мовною особливістю текстів засобів масової комунікації на початку ХХІ століття викликало прагнення до розуміння й пояснення механізмів інтеракції медійників, яка перебуває під впливом установлених норм. У зв'язку із цим увагу дослідників привертає низка питань, пов'язаних із проблемами успішності журналістського тексту: виокремленням мінімальних одиниць, правил їхнього вживання та притаманних їм категорій [1; 2; 4; 5; 7; 8; 9; 10]. Зокрема, А.Д. Белова запропонувала максими успішного інтерв'ю:

1. *Максими раціональності:* дотримуйся логічного, послідовного висловлення аргументів, експліцитного вираження логічного зв'язку; наводь докази по суті; будь інформативним; зменшуй кількість аргументів, використовуй тільки вагомні та вилучи другорядні; уникай неправдивих покликань; нівелюй емоцій.

2. *Максими такту:* визнай за партнером право на контраргументацію; обері відповідний інтелектуальний ключ; не перенось аргументацію з предмета обговорення на особистості; дотримуйся етикету.

3. *Максими переконливості:* говори впевнено; уникай двозначності; підсилюй вербальну аргументацію невербальними засобами (голос, інтонація, жестикуляція)» [2, с. 109-110].

Загальновідомо, що культура спілкування є показником комунікативної компетентності

журналіста й фактором формування його іміджу. Успіх медійника залежить від уміння налагоджувати доброзичливі взаємини з іншими за допомогою вербальних, зокрема формул увічливості, і невербальних засобів комунікації. У процесі інтеракції журналіст виконує подвійну роль: є реальним мовцем й у той же час висловлює суспільну думку, а його комунікативний партнер звертається до безпосереднього учасника розмови й одночасно до масового реципієнта. Тому в кожному інтерв'ю присутній третій співрозмовник – читач, глядач або слухач.

**Мета статті** – з'ясувати умови успішного спілкування під час інтерв'ю, дослідити ефективність діяльності журналіста при правильному використанні конкретних засобів вираження ввічливості та проаналізувати особливості вживання звертань як найважливішого засобу налагодження комунікативних взаємин журналіста і його адресата.

За переконливими спостереженнями Т.В. Ларіної, категорії ввічливості виступає тим системоутворювальним фактором комунікації, що регулює комунікативну поведінку співрозмовників та здійснює вплив на вибір вербальної й невербальної комунікації [6, с. 23]. Спроба впливу на адресата змушує журналістів замислюватися над важливістю налагодження з ним доброзичливих взаємин. Тому важливо з'ясувати, як і за допомогою яких засобів журналіст може досягти бажаного

результату. У висловленні, адресованому співрозмовникові або аудиторії, він здатний передавати різні відтінки такого ставлення: від підкресленої поваги до демонстративної неповаги.

Увічливість знаходить відображення в мові на всіх рівнях і має специфічний характер. Тому важливо з'ясувати, чи може журналіст впливати на свого співрозмовника щодо тієї чи тієї події передовсім за допомогою мовних засобів. У багатьох наукових дослідженнях із питань міжособистісної комунікації автори послуговуються ідеями й методами, що вперше були запропоновані американським дослідником Ірвінгом Гофманом, який увів поняття «лику» – найважливішої соціальної цінності [12].

Один із способів збереження лику – це міжособистісні ритуали [interpersonal rituals] (за І. Гофманом). Він виділяє два типи ритуалів:

*Презентаційні ритуали [presentational rituals]* – це ті акти, завдяки яким мовець дає зрозуміти адресатові, як він його сприймає.

*Ритуали уникнення [avoidance rituals]* – це такі форми вираження шанобливого ставлення, за допомогою яких адресант може дистанціюватися від співрозмовника.

У процесі різноманітних інтерв'ю використовують різні мовні засоби задля майстерного балансу цих двох аспектів поняття «лику», що часто викликає маскування мовних актів. Так, провокаційне питання, адресоване комунікативному партнеру, може загрожувати його лику. Тому мовець вдається до тактики пом'якшення, зменшення категоричності за допомогою різноманітних мітигаторів (*Чи не могли б Ви пояснити... Коли Ваша ласка, то якби Ви прокоментували... А чи не можна поцікавитися Вашою думкою щодо... тощо*) та інтенсифікаторів (*будь ласка, прошу тощо*).

Покликаючись на гофманівське поняття «лику», автори найвідомішої з лінгвістичної роботи, що стала класичною, П. Браун і С. Левінсон [11] розробляють теорію лінгвістичної увічливості. Дослідники наголошують на вмінні використовувати в процесі комунікації правильні стратегії. На їхню думку, лик – це образ, який кожен член суспільства має про себе в своїх же уявленнях. У процесі спілкування комуніканти зацікавлені в збереженні як свого лику, так і лику адресата, оскільки це, на думку Т.В. Ларіної, не мета комунікації, а умова, без виконання якої неможливе успішне спілкування [6]. Стратегії увічливості реалізовані специфічними поведінковими сценаріями. Ініціюючи спілкування, журналіст спочатку намагається зменшити дистанцію, яка розділяє його із співрозмовником (стратегії позитивної увічливості). Потім для вияву поваги, він може вдаватися до стратегій дистанціювання. Отже, увічливість – це постійний баланс двох протилежних стратегій: з одного боку, демонстрування солідарності, із другого – збереження дистанції.

Дистанція, репрезентуючи модус мислення й поведінки медійника, є своєрідним структуральним культурно-специфічним принципом комунікації [3, с. 32]. Дистанція в її метафоричному розумінні пояснює стосунки людей із погляду кохання, дружби, поваги (чи її відсутність), стриманості, зарозумілості тощо. Інтимне коло спілкування пояснюють фізичною дистан-

цією між комунікантами. Емоційно близьку відстань оцінюють позитивно (*близький друг, бути разом, разом і назавжди*), а далеку, відповідно, негативно (*далекий знайомий, далекий родич*). Можна говорити й про певну межу інтимності, пересікання якої свідчить про порушення дистанції (*сунути носа не у свої справи, причепився як реп'ях*). В офіційних взаємостосунках, навпаки, близьку фізичну відстань оцінюють негативно (*безпосередність, брак поваги*), а далеку – позитивно (*зберігати дистанцію*).

Соціальна дистанція, концептуалізована завдяки поняттю горизонталі й вертикалі, маркує статусну різницю. Ця ознака є відносно стабільною – журналіст оцінює її на основі перцепції соціального статусу комунікативного партнера, обираючи власну позицію як вихідний пункт. Психологічна дистанція – це горизонтальна відстань, яка вказує на рівень близькості, знайомства, інтимності. Вона – динамічна, оскільки має тенденцію до змінюваності внутрішніх станів мовця. Ці два поняття взаємопов'язані, але демонструють різні аспекти інтеракції. Отже, дистанція – це двовекторне поняття, комунікативні партнери можуть оцінити негативно через брак інтимності, приязні, щирості між співрозмовниками («свої») і позитивно, якщо воно означає повагу до комунікантів («чужі»). У текстах ЗМІ часто спостерігається зменшення дистанції. Журналіст висловлюється від власного імені, демонструє особисті почуття, об'єднуючи себе з адресатом в групу однодумців, що породжує особливе відчуття близькості, довіри з боку телеглядача, радіослухача або читача (*Якщо ми разом уявимо таку ситуацію... Абсолютно погоджуюся з Вами, шановний (шановна)... Ми можемо змінити це на свою користь... тощо*).

На думку академіка В.Г. Костомарова, «для всіх мас-медійних текстів актуальна задача «утримання аудиторії», причому аудиторії масової. Найпростіший спосіб захопити її увагу – бути настирливим, постійно присутнім і суспільно важливим, поєднувати важливе й веселе, постійно впливати на розум і почуття, не обмежуючись при цьому ні визначеною тематико-змістовною сферою, ні вузькою сферою спілкування» [5, с. 78].

Автор журналістського тексту неодмінно повинен урахувати фактор адресата. Читач, глядач, слухач у журналістиці – це дзеркало, у якому відбивається автор. Моделюючи образ читача, слухача автор моделює або коригує, трансформує і свій власний образ, ставлячи себе на місце адресата. Для цього він використовує як лексичні засоби (формули увічливості), так і граматичні індикатори (вокатив, займенники *ти – Ви*, умовний спосіб, непрямі питання тощо) вираження увічливості. Існування формул увічливості, з одного боку, полегшує породження текстів ЗМІ, але з другого – позбавляє їх індивідуальності, часто вони є лише сигналом знання комунікативними партнерами культурних конвенцій. Уживання ж граматичних індикаторів вираження увічливості детерміноване параметрами ситуації спілкування: *хто говорить, кому, з якою метою, як саме, за яких умов та з яким ефектом?* Релевантною для аналізу функціонування мовних знаків є соціобіологічна характеристика комунікантів, вербалізація поведінкових стратегій і тактик.



Грамматичні засоби не тільки обарвлюють мовлення ввічливістю, а й є виразниками інтенцій адресанта – домогтися ефективного спілкування в межах відповідної конситуації.

«Рівень близькості з читачем – найважливіша якість автора-публіциста. Для читача дуже важливо знати, що автор – один із багатьох, такий же як він. Це значно посилює переконливість публіцистичного тексту, його потенціал впливу» [10, с. 27]. Одне із завдань автора журналістського тексту – наблизити і зацікавити адресата. Одним із засобів, що дозволяють досягти цього, є апеляція до адресата. Найчастіше в ролі звертань з оцінно-характеризаційною функцією уживають *шановний, дорогий*, які демонструють вплив емоційного стану журналіста, його почуттів і думок, на адресата, що викликає певний прагматичний ефект. В окремих випадках вокатив надає звертання інтимності, зближує інтерактантів, загострює їхню увагу: *Сердечно спасибі Вам, брате-товаришу*. Журналіст вокативом прагне змобілізувати увагу співрозмовника: *Апелюю до Вас: зверніть увагу*. Звертання репрезентує не тільки адресата, а й конкретну інтенцію медійника, яку мовою семантичних примітивів умовно можна сформулювати так: *Я – Вас – тут – зараз – маю мотив і мету – увічливо кличу – щоб установити контакт – у ввічливій тональності (відповідно до комунікативної ситуації, соціальних ролей і статусу, взаємостосунків)*. Вокатив корелює зі здатністю «керувати» комунікативним процесом, що характеризує його вживання як прагматичну стратегію впливу на інтелектуальну, вольову та емоційну сфери адресата, яка полягає в зменшенні дистанції [3, с. 68].

Аналізуючи особливості спілкування мас-медійному контенті з погляду функціонування

різних мовних засобів з переліку ситуативно-семантичних груп мовного етикету І. Н. Пахомова зазначає, що «із розширенням усної публіцистики, журналістське спілкування стає більш імпровізованим, розкутим і емоційним. Спостерігається своєрідна діалогізація інформаційного життя суспільства. Публіцистичні тексти письмової форми стають все більш «розмовними», емоційними і експресивними» [7, с. 7], а тому й часто медійники застосовують стратегії позитивної ввічливості: будьте уважні до адресата, його інтересів, бажань, потреб; збільшуйте інтерес, схвалення, симпатію до співрозмовника; демонструйте зацікавлення; підтверджуйте спільні погляди, думки, знання, емпатію; шукайте згоди; підтримуйте взаєморозуміння; залучайте комунікативного партнера до взаємодії; використовуйте маркери внутрішньогрупової належності; звертайтеся на ім'я; жартуйте тощо.

Отже, часто журналісти свідомо вдаються до стратегій позитивної ввічливості з метою налагодження довірливих, іноді навіть приязних неформальних взаємин з адресатом, а також привернення уваги аудиторії. Для цього вони використовують відповідні мовні засоби: звертання на ім'я, уживання займенників *ми, наш* тощо. Сучасна журналістика характеризується зростанням особистісного начала, інтерв'юєр переймає на себе роль співрозмовника, а не лише ставить стандартні запитання. Це пояснює зменшення дистанції між мовцем і адресатом, забезпечити «установку на довірливий діалог». Тому перспективним видається виокремлення стратегій і тактик позитивної й негативної ввічливості та мовних засобів їхньої реалізації в медійному контенті.

## Список літератури:

1. Безугла Л.Р. Лінгвопрагматика дискримінації у публіцистичному дискурсі : [монографія]. Харків: ФОП Лисенко І.Б., 2013. 182 с.
2. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации (на материале современного английского языка) : дисс. ... д. филол. н. : 10.02.04. К., 1998. 443 с.
3. Болотнікова А.П. Грамматичні індикатори вираження категорії ввічливості : дис. ... к-та філол. наук : 10.02.01. Запоріжжя, 2018. 257 с.
4. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь). М.: Флинта: Наука, 2008. 264 с.
5. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдения над речевой практикой масс медиа. Издание третье, испр. и доп. Спб., 1999. 320 с.
6. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. Москва: Рукописные памятники Древ. Руси, 2009. 512 с.
7. Пахомова И.Н. Новые явления в русском речевом этикете: на материале средств массовой информации : дисс. ... канд. фил. наук. М., 2008. 170 с.
8. Ротон Н. Структурно-функціональні особливості текстів засобів масової комунікації. Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах. № 36. Київ. 2017. С. 56-61.
9. Солганик Г.Я. О языке и стиле газеты. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М.: Изд-во МГУ, 2003. С. 261-268.
10. Солганик Г.Я. Язык современной публицистики : сб. статей. 2-е изд, испр. М., 2007. 232 с.
11. Brown P., Levison S. Politeness : Some Universals in Language. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1987. 345 p.
12. Goffman E. Interaction ritual : Essays on face to face behavior. New York: Doubleday, 1967. 280 p.

**Болотникова А.П.**

Полтавский национальный технический университет  
имени Юрия Кондратюка

## РОЛЬ КАТЕГОРИИ ВЕЖЛИВОСТИ В ТЕКСТАХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

### Аннотация

Исследована роль категории вежливости в контексте проблемы эффективности речевой коммуникации, в частности на примере текстов средств массовой информации, выяснены условия успешного общения во время проведения интервью, описана эффективность деятельности журналиста при правильном использовании конкретных средств выражения вежливости и проанализированы особенности употребления обращений как важнейшего средства налаживания коммуникативных отношений журналиста и его адресата.

**Ключевые слова:** вежливость, стратегии вежливости, позитивная вежливость, негативная вежливость, социальная дистанция, коммуникативная компетентность, средства массовой информации.

**Bolotnikova A.P.**

Poltava Yuri Kondratyuk National Technical University

## THE ROLE OF THE PRESENCE STANDARD IN TEXTS OF MASS MEDIA

### Summary

The role of the politeness category in the context of the problem of the effectiveness of speech communication was studied, in particular, on the example of mass media texts, the conditions for successful communication during interviews were clarified, the effectiveness of the journalist's activity with the correct use of specific means of expressing courtesy, and the specific features of using appeals as the most important means establishing communication relations between the journalist and his addressee.

**Keywords:** politeness, politeness strategies, positive politeness, negative politeness, social distance, communicative competence, mass media.

УДК 007:304:070.13(430)(09)

## АЛЬТЕРНАТИВНА ПРЕСА НІМЕЧЧИНИ В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ЗРУШЕНЬ

**Бондаренко Ю.С.**

Сумський державний університет

Розглядаються історичні події, які призвели до загострення політичного клімату в Німеччині, що сприяло виникненню якісно нового сегмента сучасних ЗМІ – альтернативної преси. Наголошується на тому, що поява вищезазначеного різновиду мас-медіа у Німеччині пов'язана з активізацією студентських рухів. Саме вони пропагували повну свободу думок та звільнення від соціальних обмежень, шукали альтернативу тодішній медіа-системі. З'ясовано, що альтернативна преса поступово, зі зміною редакційної політики, перетворилась з радикальної – видань протесту «лівих» – на традиційну щоденну, яка є популярною до сьогодні.  
**Ключові слова:** альтернативна преса, контргромадськість, медіа-система, редакційна політика, студентський рух.

**Постановка проблеми.** Кожна країна має оригінальну національну медіа-систему, зумовлену суспільно-політичним устроєм, особливостями культурно-історичного розвитку та ментальністю. У рамках цієї системи формуються її типологічні моделі мас-медіа. Так, наприклад, унікальність національної медіа-системи, зокрема типологічної, Німеччини полягає у функціонуванні такого особливого сегмента засобів масової інформації, як альтернативна преса.

На жаль, в українському журналістичкознавстві вищезазначена проблема залишається

малодослідженою. Відтак є потреба дослідити альтернативну пресу Німеччини, що дозволить в подальшому екстраполювати результати на український мас-медійний ринок.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Актуальних аспектів типології та визначення альтернативної преси торкалися такі німецькі вчені, як В. Бейвель, Х. Бромбах, Н. Бютефюр, К. Вайхлер, Б. Кесмаєр, П. Локк, К. Нітц, К. Ойрих, Х. Пюрер, Б. Хюттнер, К. Штамм, О. Ярен ін.

Українські вчені присвятили дослідженню преси Німеччини низку наукових робіт. О.М. Бі-

лоус досліджував сучасну аналітичну пресу Німеччини; В.В. Мальцева вивчала економічну проблематику на сторінках преси ФРН; О.О. Беляков розглядав екологічні проблеми на сторінках провідних газет Німеччини; А.В. Капуш, А.В. Маяковська, Т.В. Пешкова, А.А. Тютенко досліджували лінгвістичні аспекти німецької публіцистики. Водночас альтернативна преса Німеччини є новою та недостатньо дослідженою проблемою для українського журналістикознавства.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Альтернативні медіа перебувають в колі актуальних наукових проблем сучасної науки про соціальні комунікації. Видання такого типу розглядаються як у структурі різних мас-медійних систем, так і окремо. Розгляд зародження альтернативної преси Німеччини в контексті соціально-політичних зрушень в українському журналістикознавстві є новим. Це питання ще не розглядалося у теорії соціально-комунікаційних досліджень.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є з'ясувати соціально-політичні зрушення у Німеччині, які призвели до виникнення якісно нового сегменту ЗМІ альтернативної преси.

**Виклад основного матеріалу.** Альтернативна преса – це друковані засоби масової інформації, які мають здебільшого некомерційний характер, сформовані за принципом кооперативних редакційних колективів та продукують контент для суспільних формацій, що підтримують різні громадські ініціативи, мають маргінальні, часто протилежні від загальноприйнятих у суспільстві точки зору й не можуть висловити їх на загальній арені традиційних медіа.

У 50-х – на початку 60-х років ХХ століття позитивний стан розвитку ринкової економіки Німеччини (у західній її частині) сприяв поверненню усіх верств населення, яке пережило Другу світову війну, до нормального рівня життя. Слід підкреслити, що соціально-політичне задоволення в суспільстві в цей час стало високим. Проте період розвою тривав недовго.

Початок 60-х років ХХ століття був позначений сповільненням економіки, яке було зумовлене певними негативними політичними процесами. Навіть відставка в 1963 році першого канцлера Західної Німеччини К. Аденауера та прихід на посаду федерального канцлера Л. Ерхарда не принесли результатів, економічний занепад продовжувався.

Як і в Америці, Британії, Голландії через нестабільну ситуацію в суспільстві з'являються молодіжні провокаційні рухи, так і в Німеччині виникають студентські, а пізніше – інші альтернативні рухи, основою яких було прагнення стати політичною опозицією.

Оскільки протестні рухи в Німеччині започаткувала молодь, то цей період називають часом «конфліктів поколінь». Одним із каталізаторів студентських зрушень було несприйняття молодим німецьким поколінням проникнення в суспільно-політичний устрій країни націонал-соціалістичних ідей. Серед найрозповсюдженіших протестних лозунгів була критика тих мас населення, які вважалися співучасниками фашизму. Поняття «антифашизм» та «антикапіталізм» стали сприйматися як синоніми до «студентського руху». Мова йшла не про ті фашистські теорії, які ставили на перше місце необхідність антикапіталістичного бунту, а про

необхідність упередженого мислення та морально-звільнення від нав'язаних ідеологій.

Бурхливі виступи молоді також були зумовлені рішеннями влади у відновленні воєнного потенціалу держави. Такі дії лякали молоде покоління, яке знало не з чуток, що таке війна. Зокрема протестанти виступали проти ядерного озброєння. Осуд та критику в молодого покоління німців викликала побудова стіни між Західною та Східною частинами Німеччини. Молодь, яка виховувалася на демократичних принципах, не могла сприйняти такої жорсткої форми дискримінації.

Важливу роль у політичному житті Німеччини того часу відіграла Соціалістична німецька студентська асоціація. У 1959 році вона відмежувалася від Соціал-демократичної партії Німеччини (СДПН), яку активно підтримувала, та утворила позапарламентську коаліцію. Причиною відходу стало об'єднання СДПН із Християнсько-демократичним союзом (ХДС) та Християнсько-соціалістичним союзом (ХСС) у велику коаліцію: «Студентство виступало за збереження колишніх політичних позицій СДПН, а з її вступом до нового уряду, прийшло до висновку, що коаліція сприятиме проведенню альтернативної політики, посилює формування нових тенденцій у ФРН та її політика стане передумовою до прийняття надзвичайних законів» [1, с. 114].

Вищезазначене студентське об'єднання розробляло нові підходи до традиційних марксистських ідей та критикує соціальний аспект капіталістичної економічної системи. Студенти пропагують ідеї класиків соціалізму, зокрема К. Маркса, та критичну теорію франкфуртської школи, представниками якої були М. Горкгаймер, Т. Адорно та ін. [2, с. 55].

Студентський рух у Німеччині радикалізувався після вбивства студента Б. Онезорга. Це сталося 2 червня 1967 року під час демонстрації, на якій молодь висловила невдоволення щодо візиту іранського шаха [3, с. 682]. Смерть студента, застреленого поліцейським, спричинила величезну хвилю протестів та зіткнень із правоохоронцями.

У вересні 1967 року на делегованій конференції Соціалістичної німецької студентської асоціації – як відповідна реакція на неналежне висвітлення в ЗМІ студентського руху протесту – була ухвалена «Резолюція боротьби проти маніпулювання свідомістю й на підтримку демократизації громадськості», де йшлося про створення іншої форми громадськості в контексті соціальних рухів.

Результатом боротьби студентів стала поява нових законів «великої коаліції» [4, с. 97]. Закони, що були ухвалені у травні 1968 року, передбачали, зокрема, обмеження таємних поштових і телефонних переговорів, застосування збройних сил для подолання внутрішніх заколотів та контролю над суспільством, надавали можливість федеральному уряду взяти на себе владу у випадку оборони. «Ліві» бачили в нових законах загрозу для демократії. Відтак до і після ухвалення законів виникають серйозні студентські демонстрації та марші протесту [4, с. 97].

Однією з важливих вимог студентського руху була реформа німецької вищої школи. За двадцять попередніх років влада усю увагу зосередила на розвитку економіки й не приділяла належної уваги університетам. Вищі навчальні заклади занепадали, навчальні аудиторії були переповнені. Влада на таку вимогу відреагувала половинчати реформами. Наприклад, обмежила прийом студентів

та зменшила навчальний час (Numerus Clausus), що фактично не поліпшило ситуацію. Студенти такі реформи називали провокацією [3, с. 683].

Зокрема протести спрямовувалися проти діяльності медіаконцерну «Axel Springer AG» («Аксель Шпрингер СЕ»). У своїх газетах «Die Welt» («Ді Вельт»), «Bild» («Більд») вищезазначена компанія підбурювала суспільство гаслами типу: «Зупинити терор «лівих» у світі!» [2, с. 74]. Боротьба з «Axel Springer AG» («Аксель Шпрингер СЕ») стала центром студентської акції протестів. Її цілями була ліквідація монополії, захист від державних посягань, внутрішня свобода преси та права на медіамовлення. Це була перша в історії масштабна й агресивно налаштована акція проти маніпулювання думкою. Програма акції включала в себе боротьбу за основні права на свободу інформації та заклик до формування «практично-критичної» громадськості: «Питання створення просвітницької контргромадськості полягає у необхідності здолати диктатуру маніпуляторів» [5, с. 34].

Отже, як бачимо, невдоволення діяльністю влади поступово переросло в невдоволення діяльністю мас-медіа, зокрема у висвітленні ними політичної тематики.

На початку 70-х років ХХ століття політична еліта почала впроваджувати реформи й була готова йти на компроміс із громадськістю. Відтак відбувається розпад позапарламентської опозиції, а в 1970 році формально розпадається й Соціалістична німецька студентська асоціація. Частина колишніх членів руху або повністю відійшла від політики, або вступила в різні політичні партії.

Серед другої групи був один із засновників німецької ліворадикальної терористичної організації «Фракція Червоної Армії» А. Баадер, який намагався продовжити боротьбу з урядом. У квітні 1968 року він разом із співниками заклали бомбу в універмазі Франкфурта. Саме цю подію називають «спалахом» тероризму «лівих» у Західній Німеччині [6, с. 225]. Тоді А. Баадера засудили до трьох років позбавлення волі. У 1970 році, за три місяці до можливого звільнення, він утік із в'язниці. Під час втечі один охоронець загинув. І знову в Німеччині поновилися соціальні рухи.

1977 рік вважається у ФРН роком тероризму. Атаки «Фракції Червоної Армії» сягають рекордного рівня, страх у суспільстві перед тероризмом зростає. Федеральний уряд ухвалює жорсткі анти-терористичні закони, наприклад, заборону адвокатів для ув'язнених (оскільки, як вважають «ліві», адвокати є недемократичними й антиліберальними). У. Бакес та Е. Йессе зазначають, що «Фракції Червоної Армії» вдалося привернути увагу громадськості, але найголовнішої мети – здійснити державний переворот – вони не досягли. [6, с. 234].

Терористична діяльність «Фракції Червоної Армії» вплинула на негативне ставлення до «лівих». У державі оголосили пошук терористів «Фракції Червоної Армії», наклали заборону на новини про них та контакти з ними. Не останню роль у формуванні негативного ставлення до «лівих» відігравали мас-медіа, які інформували лише про те, що дозволяв штаб у Бонні.

У надрах студентських протестів зароджується так звана політично-анархічна преса – Gegenpresse (контрпреса). Із 1973 по 1975 роки зростає роль нових соціальних рухів, а разом

із тим набирає обертів і якісно новий тип медіа – альтернативна преса. Вона відрізняється від традиційної за змістом і формою, співробітники альтернативної преси бачать свою роль не лише в інформуванні, а й в формуванні громадської думки, об'єднанні політичних діячів з метою впливу на суспільство.

Політична ізоляція Лівих радикалів і Лівих лібералів сприяла їхньому об'єднанню в 1977 році. Вони потребували лівого рупора ідей, ліву щоденну газету, де б висловлювали свої політичні погляди. Відтак «ліві» почали обговорювати проєкт створення щоденної газети «Die Tageszeitung» («Ді Тагесцайтунг») – першого альтернативного друкованого видання [7].

Отже, вищезазначені події спонукали «лівих» до пошуків альтернативних мас-медіа, які б культивували повну свободу думок та звільнення від соціальних обмежень. Центральним питанням стала розробка стратегії впливу на свідомість громадян. Розпочинається дискусія щодо шляхів та механізмів поширення ідей у суспільстві, визначається роль медіа в цьому процесі [8, с. 534].

Студентські рухи вплинули на посилення громадської думки. В. Флігер визначає суспільні рухи як об'єднання різних протестів, спрямованих проти буржуазної культури [2, с. 57]. До громадських рухів дослідник відніс й альтернативні рухи, які в свою чергу поділив на рухи громадських ініціатив, рухи за екологію та антиядерні рухи, жіночі та молодіжні рухи, рухи сільських комун тощо [2, с. 57]. Цей поділ на різноманітні течії вказує на децентралізований та недогматичний, незаангажований, відкритий характер альтернативних рухів. Їх основними вимогами стали автономна форма життя та праці, анархічний стиль керування в політиці, а завданням організаторів рухів було «говорити з народом, а не про народ» [5, с. 191].

Альтернативний екологічний рух базувався на недовірі та протесті проти науково-технічного прогресу. Лідери цієї течії М. Хоркхаймер і Т. Адорно були переконані, що аксіома «людина господарює над природою завдяки техніці» неправильна. Екологічний рух був спрямований проти системи великих технологій, які спричиняють хиже ставлення людини до природи. Основними положеннями екологічної економії, на думку представників екологічного руху, є використання невеликих за розміром, доступних для огляду та контролю елементів у техніці, заохочення таких технологій, використання яких є сумісним із природою, не шкодять їй, а заощаджують її ресурси.

Інша велика течія альтернативних рухів – це рух за свободу, який виступав проти використання атомної зброї у ФРН. До його складу ввійшли представники Християнсько-демократичної партії, які мали за мету вплинути, перш за все, на соціально-демократичну та суспільну сфери.

Рух жінок боровся за рівність прав та можливість участі жіночого населення в суспільному та політичному житті країни.

До альтернативних рухів належали рухи молодіжних центрів та представників земельних комун, емансипаційний рух представників суспільних меншин, рух «нових лівих». Ці прояви альтернативних рухів спрямовувалися на подолання ієрархічних принципів діяльності влади. Виробництво, на їх думку, має бути націлене на

цінність та користь виготовлених продуктів і відповідати екологічним вимогам, робочий процес на виробництвах повинен бути організований антибюрократично та демократично тощо.

Імідж будь-яких рухів, їхніх лідерів формують ЗМІ. Представники таких організацій змушені були звертатися до медіа, щоб якомога швидше поширити свої ідеї серед суспільства. Усе це стало благодатним ґрунтом для створення альтернативної преси.

**Висновки і пропозиції.** Ідеї студентського повстання продовжилися в нових суспільних рухах, а їх контекст, у свою чергу, зумовив появу альтернативної преси, яка презентувала нову модель комунікації, покликану широко

й об'єктивно висвітлювати події, що приховували традиційні ЗМІ. Альтернативні рухи зайняли певну нішу в історії Німеччини та зробили свій важливий внесок у розвиток суспільства, альтернативної культури, альтернативної преси.

Перспектива наукових досліджень цієї проблематики полягає у вивченні нових етапів трансформації такого якісно нового сегменту преси як альтернативна преса, а також її стратегій розвитку на українському масмедійному ринку, оскільки вона викликає все більшу довіру населення порівняно з традиційною пресою, і може стати складовою ефективного механізму контролю українського суспільства за владними структурами як на місцевому, так і національному рівні.

## Список літератури:

1. Гусева Н. Вплив повоєнних реалій ФРН на розвиток студентського протестного руху 60-х років ХХ ст. // Вісник КНТЕУ. 2010. № 3. С. 107-126.
2. Flieger W. Die TAZ. Vom Alternativblatt zur linken Tageszeitung. München: Ölschläger, 1992. S. 338.
3. Wiggershaus R. Die Frankfurter Schule. Geschichte, Theoretische Entwicklung, Politische Bedeutung. München: FISCHER digiBook, 1986. 800 s.
4. Baier L. Die Früchte der Revolte. Über die Veränderung der politischen Kultur durch die Studentenbewegung. Berlin: K. Wagenbach, 1988. 153 s.
5. Oy G. Die Gemeinschaft der Lüge. Medien- und Öffentlichkeitskritik sozialer Bewegungen in der Bundesrepublik. Münster: Westfälisches Dampfboot Verlag, 2001. 292 s.
6. Backes U., Jesse E. Politischer Extremismus in der Bundesrepublik Deutschland, Band II: Analyse. Köln: Wissenschaft und Politik, 1989. 380 s.
7. Taz-Verlagsdarstellung. URL: <https://www.taz.de/Archiv/!p4311/>.
8. Neumann F. Handbuch politischer Theorien und Ideologien. Reinbek: UTB, Stuttgart, 1977. 561 s.

**Бондаренко Ю.С.**

Сумской государственной университет

## АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ПРЕССА ГЕРМАНИИ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ СДВИГОВ

### Аннотация

Рассматриваются исторические события, которые привели к обострению политического климата в Германии, что способствовало возникновению качественно нового сегмента современных СМИ – альтернативной прессы. Подчеркивается, что появление вышеупомянутого вида СМИ в Германии связано с активизацией студенческих движений. Именно они пропагандировали полную свободу мнений и освобождение от социальных ограничений, искали альтернативу медиа-системе того времени. Установлено, что альтернативная пресса постепенно, с изменением редакционной политики, превратилась из радикальной – изданий протеста «левых» – на традиционную ежедневную, которая является популярной и сегодня.

**Ключевые слова:** альтернативная пресса, контробщественность, медиа-система, редакционная политика, студенческое движение.

**Bondarenko Yu.S.**

Sumy State University

## ALTERNATIVE PRESS OF GERMANY IN THE CONTEXT OF SOCIAL AND POLITICAL SHIFTS

### Summary

In this article the historical events are considered, that led to the aggravation of the political climate in Germany, which contributed to a qualitatively new segment of modern media – the alternative media. It is noted that the occurrence of this kind of mass media in Germany is associated with activation of student movements. They advocated complete freedom of thought and liberation from social constraints and searched for an alternative to the media system of that time. It was found out that gradually the alternative newspapers, with the change of editorial policy, has turned out from the radical press – the press of protest of the "Left party" – into the traditional daily newspaper that is popular till nowadays.

**Keywords:** alternative press, counter-community, editorial policy, media system, student movement.

УДК811.163.42'271-2:659.1(497.5)"201"

## МОВА РЕКЛАМИ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ (НА МАТЕРІАЛІ ХОРВАТСЬКИХ РЕКЛАМНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ)

Васильєва Л.П.

Львівський національний університет імені Івана Франка

У статті досліджується мова реклами у контексті глобалізації та регіоналізації. Поставлено питання, як реклама, виразне явище глобалізаційних процесів, зберігає регіональний характер. Аналіз проведено на матеріалі хорватської реклами останніх років. Представлено особливості рекламних повідомлень. Особливу увагу звернено на вживання усталених висловів.

**Ключові слова:** глобалізація, регіоналізація, реклама, особливості реклами, хорватська мова, усталені вислови.

**Постановка проблеми.** Слово глобалізація сьогодні перебуває серед найчастотніших лексичних одиниць, за останні 30 років ми посплугуємося ним у багатоманітних контекстах. І хоча її більшість вважає новітнім поняттям, комплекс явищ, який ця назва переважно позначає, сягає давнини. У ті часи теж відбувалося взаємопроникнення культур, чому, крім воєн, сприяло встановлення міжрегіональних торговельних контактів, обмін ідеями та поглядами щодо різних явищ та понять, поширення певних концепцій, які більшою чи меншою мірою сприяли розвитку суспільства.

Глобалізацію передусім пов'язують з господарською діяльністю [4] і лише потім – з культурою. Головну функцію в появі і розвитку процесів глобалізації у наші дні відіграє інформація, передусім швидкість її розповсюдження [1]. Суспільствознавці по-різному трактують переваги глобалізації. Одні вважають її здобутком поширення найсучасніших явищ та продуктів через експансію західної, інші розуміють під цим поняттям встановлення однорідності в суспільному і культурному житті [6]. Польський соціолог З. Бауман наводить такі історичні етапи глобалізації: 1) часи Римської імперії, коли мігрували народи, і римські шляхи набули вирішального значення; тоді світ організувала ідея рах Romana; 2) середина XIX ст. – 1914 р. (початок Першої світової війни), коли почала розвиватися торгівля, що призвело до збагачення європейських держав, передусім Англії (рах Anglia) та Франції (рах Francia), цей процес зупинила Перша світова війна; 3) після Другої світової війни розпочався інтенсивний розвиток транспорту, соціальних мереж та технологій, що зумовило швидкі темпи поширення інформації. Ці процеси до 90-х рр. XX ст., на думку науковця, проходили майже без участі так званого Східного блоку, тобто мали там пасивний характер, через певну ізоляцію Сходу від Заходу [1].

Під Східними блоком маємо на увазі певну абстрактну незахідну економіку чи культуру. Така модель світу відповідає класичній концепції діалогу ми/ вони. І хоча специфікою світової економічної й культурної ситуації в наш час є зближення народів усієї земної кулі з метою уможливлення контактів культур, розв'язання глобальних інтересів та викликів подальшому існуванню людства, які в різних середовищах можна вирішити лише спільними зусиллями, до сьогодні повністю ще не подолано бар'єр між

західною і незахідною культурами. І все ж, ці виклики стають головним чинником зближення народів, вказуючи на спільні проблеми і даючи поштовх для об'єднання.

У цей час розвиток цивілізації відбувається під агресивним впливом технологічних змін, за ними йдуть економічні, соціальні й політичні зміни. Якщо на ранніх етапах глобалізації поширювалася головню писемна й усна інформація, то на її етапі сьогоdnішньому, як бачимо, дедалі швидше і інтенсивніше за посередництва телебачення та Інтернету поширюється зорова інформація. Вона по суті набула форми дистанційного спілкування, коли інформатор та реципієнт розділені простором, а подекуди й часовим виміром.

Оскільки процеси глобалізації, як ми зазначили вище, характерні і для економіки, і для культури, включаючи релігію, на їх перетині існує низка явищ, причиною появи яких стали економічні чинники. Функціонують вони, проте, як виразні явища в мові та культурі. Туди належить реклама. У цій статті маємо на меті звернути увагу на те, як уподібнена цивілізаційна модель у західній культурі (Західна Європа і США) знаходить своє вираження в рекламних трендах і характерних їх рисах у Хорватії, в одному з незахідних регіонів сучасної Європи. Як матеріал для дослідження використовуємо хорватську рекламу останніх п'яти років. Звернемо увагу на деякі її мовні особливості.

Важливою особливістю реклами як одного з численних моментів глобалізації загалом у так званих незахідних країнах передусім є те, що своїм бурхливим розвитком вона передусім завдячує переорієнтації ідеологічно орієнтованого суспільства на споживацьки орієнтоване. Для хорватської реклами, зокрема, характерне те, що в ній глобалізаційні явища корелюють з протилежними процесами, з так званою регіоналізацією хорватського соціуму, підкреслено, з комерційною метою. Це явище останніми роками в цілому стає дедалі менш виразним, ним менше цікавляться науковці. Першість у рекламі, безсумнівно, належить моделі західної культури, але вплив регіоналізації в певних сегментах реклами як елементу культури конкретного соціуму, все ж, варто зазначити. Ці явища помітні, зокрема, в мові хорватської реклами, де натрапляємо на регіональні (національні) мовні особливості.

Хорватська дослідниця С.Л. Удієр твердить, що мова реклами повинна передусім відповідати динамічним вимогам ринку, через що рекла-

ма та її мова часто зазнають змін [9]. Відомо, що мова рекламних повідомлень є носієм майстерно вибудованої системи вправного маніпулювання, вона акцентує лише на тій інформації, яка може спонукати індивіда до покупки [2, с. 68]. На думку польської дослідниці М. Ціхонської, спільною рисою всіх сучасних рекламних повідомлень є структура реклами, а також, що те особливе (регіональне: – Л.В.) зазвичай у ній пристосоване до національної культури реципієнтів [3, с. 152]. З метою регіоналізації реклами на мовному рівні використовують усталені вислови, прислів'я, крилаті назви, прецедентні імена, уривки з відомих у конкретному соціумі літературних творів, пісні, цитати з відомих там фільмів, а також інші елементи інтертекстуальності. Так глобальні особливості реклами переплітають у ній з національними.

Сучасна наукова рекламознавча література виокремлює кілька рекламних трюків, які нерозривно пов'язані у тому числі з її мовними особливостями: реклама – картина уявного світу; реклама – продаж снів; реклама – один із найагресивніших жанрів сучасної комунікації, а також вже згаданий вище постулат, що реклама – глобальне явище. Це цілком виправдане її ринковою та маркетинговою метою [8, с. 38–45]. Отож, розглянемо, як ці явища реалізують мовними засобами в хорватській рекламі.

У сфері реклами і бренгу за останні десять-п'ятнадцять років помітне місце посів Інтернет. Він став не тільки важливим каналом для комунікації, але й новим засобом масової інформації для представників маркетингових та рекламних структур. Придатний він і для виконання різноманітних трансакцій, роботи дистриб'юторів тощо. Саме це вирізняє його серед інших ЗМІ, які переважно використовують лише традиційні форми реклами. Користувач отримує через Інтернет детальну інформацію про товар, замовляє його сам, без посередника, сплачує його вартість. До слова, на хорватських сайтах, які займаються продажем автомобілів, 2017 р. стартував сервіс, який уможливив купівлю авто і його безпосередню доставку клієнтові без особистих контактів продавця і покупця. Інтернет пропонує не лише текстову інформацію та зображення товару, як у друкованих ЗМІ, аудіо та відеороликах на радіо чи телебаченні, а уможливляє інтерактивність. З кожним днем удосконалюється форма Інтернет реклами, і на сьогодні на хорватських сайтах маємо різні типи рекламних повідомлень: *pop-ups*, *banner ads* (спливаючі вікна, банерні оголошення) з анімацією, *pop-unders* (поп-Unders), оголошення *e-zine* (e-zine), логотипи спонсорів, *advertorials* (*advertising+editorial*), *advertainment* (*advertising+entertainment*), *interstitials* (реклама (реклама + редакційна справа), реклама (реклама + розваги), проміжні оголошення) та інші. Одним з популярних серед них є *pop-ups*, достатньо ефективна його нова версія, так званий *pop-unders*. Інформацію з цієї реклами читаємо під відкритою сторінкою, нею можна послуговуватися й тоді, коли цю сторінку закриваємо. Для зазначених англійських назв хорватські науковці ще запропонують відповідні загальноприйняті хорватські еквіваленти.

Мовні особливості цих рекламних повідомлень мають певні особливості, але здебільшого в них

використовують попередньо відомі засоби. Звернемо увагу на деякі:

– використання форм запитання („Šta se dobije kada pomešate robote i sladoled? Ako sudimo po ovoj reklami, *noćna mora*.” (<http://rs.n1info.com/a316480/Lifestyle/Lifestyle/Neobicna-reklama-za-sladoled.html>);

– реклама як коротке текстове повідомлення, яке містить головну інформацію про виріб: „To je ta, to je prava“ (про каву Jacobs Monarch) (<http://www.matica.hr/vijenac/546/kava-kaopoziv-na-pricanje-24134/>). Як приклад ми обрали відкрите повідомлення, яке не обов'язково стосується конкретного рекламованого виробу (у нас – кави Jacobs Monarch), а може стати придатним для реклами інших товарів;

– використання умовних речень: *Kada pomislimo da je najbolji za ljetne praznike i svu prtljagu, sjetimo se zime i shvatimo, #RenaultSCENIC najbolji je za tvoju #obitelj 365 dana u godini!* (<https://mobile.twitter.com/hashtag/obitelj?src=hash>);

– форми імперативу у рекламі: *Ledeni Cheescape je odličan odabir za slatki trenutak u danu kada se želite počastiti nečim finim ili kad želite razveseliti svoje najmilije – samo se prepustite i uživajte!*; *Jednostavno se prepustite, ne preostaje vam ništa drugo!* (<http://www.ledo.hr/>); *Pretvorite svoj Touareg "R-Line" u pravi magnet za poglede: s dizajnerskim paketom "Black Style" vanjski ćete dizajn svojeg vozila upotpuniti još većom izražajnošću* (<https://www.volkswagen.hr/touareg>);

– використання повторів: *Voda koja drži priču! Kala dolazi iz netaknute i čiste prirode Kalnika, bogatog šumama i prirodnim izvorima pitke vode. Sadrži najbolje što je kalnička priroda stvorila – jedinstven okus osvježenja i zdravlja jer je čista izvorska voda potpuno prirodnog sastava, a zahvaljujući visokoj već potvrđenoj kvaliteti slobodno je možemo nazvati – vodom koja drži priču!* (<https://www.aquakori.hr/>);

– реклама у формі повідомлення: *Ova velika imena auto industrije svoje su reklame snimali na Pagu; Mercedes, BMW, Ford, Honda...https://www.otokpag.hr/udarne-vijesti/ova-velika-imena-auto-industrije-svoje-su-reklame-snimali-na-pagu-mercedes-bmw-ford-honda/*; „Hrvatska treba ljude koji vjeruju u sebe“ (реклама банку ERSTE) (<http://hr.n1info.com/a261184/Vijesti/Je-li-Erste-banka-izbacila-gej-par-iz-reklame-Evo-sto-oni-kazu.html>); *Od 1. travnja, kada je AutoZubak Neostar prvi u Hrvatskoj započeo online prodaju automobila, do danas je tim potpuno novim kanalom prodano prvih stotinu vozila. „Očekujemo nastavak rasta prodaje jer dnevno našu internetsku stranicu Neostar.hr posjeti do deset tisuća jedinostvenih korisnika. Nemamo tako veliku "fizičku" trgovinu koja ima toliko posjeta u više godina pa ćemo nastaviti raditi na digitalnoj transformaciji poslovanja“ – kaže Dimitrije Trbović, predsjednik Uprave AutoZubaka.* (<https://autostart.24sata.hr/novosti/u-hrvatskoj-kupljeno-prvih-stotinu-automobila-putem-interneta-4256>);

– використання хештеку: „Avangardija modni favoriti sezone: top 3 aksesoara za svaku #fashion-girl <...> Mi znamo da nijedan outfit nije potpun bez onog „final touch“, a koji dolazi upravo u obliku #fashion aksesoara zbog kojih bivaš primjećena gdje god se pojaviš. <...> Ipak, za oko nam je

posebno „zapao“ ovaj #statement Doca ranac koji savršeno kombinira boje, materijale i printove po principu – mix&match!” ([http://www.afzarhiv.org/items/browse?collection=8&sort\\_field=added&sort\\_dir=a&page=2&output=omeka-xml](http://www.afzarhiv.org/items/browse?collection=8&sort_field=added&sort_dir=a&page=2&output=omeka-xml));

– специфічна лексика, зокрема суперлативи: „Najjeftiniji na auto tržištu: Jeftino, jeftinije, najjeftinije“ <https://www.jutarnji.hr/autoklub/aktualno/ovako-izgleda-reklama-od-30-sekundi-vrijedna-5-milijuna-dolara/5599287/>

– прецедентні імена, у тому числі торгові знаки: „Najomiljeniji i najdugovječniji Ledo sladoled osvaja srca svih ljubitelja sladoleda već na prvi liz. Jednostavnost okusa Snjeguljice garancija je užitka sa svakim lizom ovog ukusnog sladoleda...“ (<http://www.ledo.hr>). Реклама містить відому в Хорватії назву торгової марки *Ledo*, а також ім'я відомої героїні казок Г.К. Андерсена – Білосніжки (*Snjeguljica*);

– усталені вислови та їх модифікації, на яких зупинимось дещо детальніше. Саме вони є здебільшого поєднанням глобального та регіонального. Фразеологізми, прислів'я, крилаті вислови/речення завдяки їхній образності та експресивності творцям реклами нескладно включити до коротких текстів, щоб реклама набула бажаного ефекту. Для цього часом вдаються до різних форм мовної гри, яка передбачає використання двох типів зазначених одиниць: 1) семантичні перетворення; 2) структурні та семантичні перетворення.

У семантичних перетвореннях у зв'язок вступає актуалізована глибинна структура усталеного вислову і семантично актуалізуються десемантизовані її компоненти та цілісне значення. Ось приклад реклами рідини для гігієни носа, який представляє цю модифікацію: *Kad vam je rin nos svega* (базовий усталений вислів *rin je nos koga, čega komu* має значенням „достатньо кого/чого кому“).

Структурно-семантичне перетворення передбачає зміну ще звичної форми усталеного вислову. Відбуваються модифікації на різних рівнях: зміна лексичного складу, структури, граматичної форми окремої складової, додавання слова або скорочення основної форми вислову. Таким чином, відбувається деструктуралізація порівняно незмінного корпусу усталеного вислову. Проте він і далі зберігає відчутний зв'язок з первісною формою і залишається впізнаваним. У рекламі мобільного оператора Tele 2 „Piši kući: jeftino je!“ [5] відразу пізнаємо висловлювання *piši kući, proralo je* зі значенням „не варто чогось очікувати“, а ефект від реклами з модифікованим висловом полягає в досягненні повної зміни конотації та смислу. Усталений вислів *ne drži vodu* (базове значення: „непереконливий аргумент“), наявний у рекламі природної джерельної води „Kala“ і газованої мінеральної води „Kalnička“: „Stigle su Kala i Kalnička – voda koja drži pricu!“ (<https://www.24sata.hr/stigle-su-kala-i-kalnička-voda-koja-drzi-pricu-266154>) відображає зміну відношень між підметом і присудком. Вислів „Swift dlaku mijenja, čud ne“ (<http://www.paluba.info/smf/index.php?action=printpage;topic=14498.0>) присвячено рекламі нової моделі автомобіля. У свідомості реципієнта з'являється асоціація з прислів'ям *Vuk dlaku mijenja, ali čud nikada* (букв. „Вовк може поміняти шерсть, але

сутність – ніколи“), чим підкреслюється незмінна висока якість усіх моделей виробника. Вислів *putevi u Rim* у перетвореній формі використано в рекламі релігійного заходу: „Jedinstveno svi putevi vode Mariju Bistricu na BIKE hodočašće „4 KAPELICE““ (<https://sjeverni.info/jedinstveno-svi-putevi-vode-u-mariju-bistricu-na-bike-hodocasce-4-kapelice>). Принагідно зазначимо, що останній тип реклами, релігійну рекламу, можемо вважати особливим хорватським регіональним явищем. На такий тип повідомлень ще натрапляємо хіба в польському соціумі [3, с. 149].

Наведені вище особливості, становлять поєднання глобального і регіонального. Регіональне часто корелює з глобальним у використанні прецедентних імен, у тому числі назв торгових марок (хорватська торгова марка *LEDO*, героїня казки Г.К. Андерсена *Snjeguljica*), у вживанні усталених висловів та їх модифікацій (наведені вище приклади повідомлень).

Дані аналізу мови реклами свідчать, що остання не тільки пропонує певний продукт/послугу через наявну в ній інформацію, але може бути квазіінформаційною або навіть містити дезінформацію. До такого типу повідомлень належать оголошення, зокрема, про дешеві автомобілі (за надто доступною ціною). Зазвичай така реклама не містить чіткої інформації про дійсні цінові якості автомобіля, оскільки нижня її частина, часто невеликий за обсягом текст, написаний дрібними літерами, зазначає, що до ціни не включено сум, які відраховуються на митний збір, податки тощо [7, с. 35]. Ось кілька газет такого типу: „*Kupnjom ovih automobila izgubit ćete najmanje novca*“; *Ovako izgleda reklama od 30 sekundi vrijedna 5 milijuna dolara!*“ (<https://www.jutarnji.hr/autoklub/aktualno/ovako-izgleda-reklama-od-30-sekundi-vrijedna-5-milijuna-dolara/5599287/>). Для реклами автомобілів теж часто послуговуються усталеними висловами. Наприклад, у рекламі автомобіля марки Škoda: „Škoda ima akciju „*Udica je bačena!* 4 modela po 93.000kn“ u kojoj za 970 kn mjesečno prodaju 4 modela Škode“ її творці використали усталений вислів *udica je bačena* (<http://hr.rec.automobili.narkive.com/txT71qRJ/skoda-udica-je-bacena-za-naivne>). Усталений вислів *baciti/bacati udicu komu* зазнав десемантизації, а його основне значення „намагатись хитрістю переманити когось на свій бік“ у цьому контексті має значення „спіймати добру пропозицію, оскільки вудочку для цього вже закинуто“.

Улюблений для хорватського споживача молочний крем-сир Дукатела у рекламі представлено усталеним висловом „*Dukatela dobra kao kruh*“ (<https://vdocuments.site/ja-trgovac-magazin-travanj-2014.html>). Відомий у хорватському соціумі вислів з трьох складових частин *dobar kao kruh* із значенням „добрий, добродушний, з добрим серцем“, буквально „добрий як хліб“ зазнав часткової десемантизації через зміну однієї складової використанням форми жіночого роду. Для споживачів цієї реклами цілком зрозумілий натяк на високі смакові властивості та відмінну якість.

Таким чином, у хорватській рекламі, яка фактично є дітищем світових глобалізаційних процесів, уміло поєднується глобальне з регіональними з метою наблизити рекламований продукт



до споживача. Глобальним часто є сам рекламований продукт, виробником якого здебільшого є престижні міжнародні корпорації. У рекламі цей продукт зазвичай представляють значно кращим від звичного, раніше відомого споживачам подібного виробу, а мовні засоби для цього черпають на тлі регіональному. Для цього придатні різні засоби, особливо дієвими з них є установлені вислови, які служать метакомунікативними сигналами, визначаючи природу повідомлення

і додаючи йому когерентності. Їх використовують також для збільшення емоційної мотивації споживача.

**Висновки і пропозиції.** У перспективі плануємо дослідити питання, чому рекламне повідомлення подекуди замість того, щоб допомогти споживачеві знайти необхідний йому продукт, навпаки, викликає негативне ставлення до нього, втомлює споживача, втрачаючи при цьому перелокативний ефект.

### Список літератури:

1. Bauman Z. Globalizacja czyli komu globalizacja, a komu lokalizacja / Z. Bauman // Studia Socjologiczne, 3/146. – 1997. – S. 53-69.
2. Bjelobrk V. Kojemu funkcionalnom stilu pripadaju reklame / V. Bjelobrk // Vol. 3. No. 3. – Zagreb, 2009. – S. 67-73.
3. Cichońska M. Je li reklama globalni fenomen? / M. Cichońska // Jezik & mediji. Zagreb-Split: Hrvatsko društvo za primijenjenu Lingvistiku, 2006. – S. 147-153.
4. Encyklopedia Gazety Wyborczej. Warszawa Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005. – 800 s.
5. Jutarnji list. – 19. prosinac 2015, br. 18.
6. Oxford Dictionary. – Oxford University Press, 1998. – 2088 p.
7. Stolac D. Atributi u reklamama / D. Stolac // IV. Međunarodni kroatistički znanstveni skup, knjiga 4, Pečuh: Hrvatski znanstveni zavod, 2000. – S. 35-40.
8. Stolac D., Vlastelić A. Jezik reklama / D. Stolac, A. Vlastelić. – Rijeka: Hrvatska sveučilišna naklada, 2014. – S. 38-45. – 240 s.
9. Udier S.L. O jeziku reklame // Jezik i mediji-jedan jezik: više svjetova (zbornik), ur. J. Granić. – Zagreb-Split: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, 2006. – S. 711-721.

#### Васильева Л.П.

Львовский национальный университет имени Ивана Франко

### ЯЗЫК РЕКЛАМЫ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И РЕГИОНАЛИЗАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ХОРВАТСКИХ РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЙ)

#### Аннотация

В статье исследуется язык рекламы в контексте глобализации и регионализации. Поставлен вопрос, каким образом реклама как выразительное явление глобализации, сохраняет в определенной степени региональный характер. Анализ проводится на материале хорватской рекламы последних лет. Представлены особенности рекламных сообщений. Особое внимание уделено употреблению устойчивых выражений.

**Ключевые слова:** глобализация, регионализация, реклама, особенности рекламы, хорватский язык, устойчивые выражения.

#### Vasylyeva L.P.

Ivan Franko National University of Lviv

### THE LANGUAGE OF ADVERTISING IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION AND REGIONALIZATION (BASED ON CROATIAN ADVERTISING MESSAGES)

#### Summary

In this paper we consider the language of advertising in the context of globalization and regionalization. The question is to what extent advertising, as a global phenomenon, reflects its regional character. The analysis has been carried out on Croatian advertisements in recent years. The features of advertising messages are presented. The focus is on the use of idioms.

**Keywords:** globalization, regionalization, advertising, features of advertising messages, Croatian language, idioms.

## ГАЗЕТА «ПІД ВИБОРИ»: ІСТОРІЯ І РЕАЛЬНІСТЬ

Георгієвська В.В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

У статті з'ясовуються традиції передвиборної агітації в партійній пресі України ХХ–ХХІ століття, враховуючи історичний досвід періодики Харківської та Херсонської губерній і також сьогоденні реалії функціонування партійної преси напередодні парламентських виборів 2014 р. Об'єктом дослідження стали газети двох обраних губерній (зокрема «Голос села», «Революционное слово», «Валковская речь», «Лебединский вестник», «Голос рабочих», «Солдат и рабочий» та ін.), а також спецвипуски та інформаційні бюлетені 2014 р. («Боротьба», «Вісник Яроша», «Європейська газета»).

**Ключові слова:** політична партія, партійна газета, вибори, публікації, агітація.

**Постановка проблеми.** Як і сьогодні, на початку ХХІ ст., так і сто років тому, партійна періодика великою мірою дбала про освіту, виховання й поведінку свого електорату. «Преса під вибори», проведення інформаційно-пропагандистських кампаній (від стислого списку кандидатів та їхньої біографії на одну-дві сторінки до нинішніх спеціальних номерів, присвячених окремим постатям) були і залишаються загальною нормою функціонування партійних часописів. Тому часто на першій сторінці таких видань трапляються не тільки визначальні для життєдіяльності гасла («Пролетарі всіх країн (країв), єдняйтеся!», «Українці всієї України, єдняйтеся», «В боротьбі ти здобудеш право своє» – до образних закликів: «Велика хвиля настала!», «Т. Шевченко: Не вмирає душа наша, не вмирає воля», «Розкуйтеся, братайтеся!» та ін.), а й прагматичні настанови «Голосуйте за список №...». Змінюються виборчі технології, поліпшується поліграфічна якість продукції, трансформуються медійні канали, розширюються пропагандистські засоби, збільшуються фінансові спроможності, але залишається традиція оприлюднення в ЗМІ агітаційних матеріалів, зокрема і здійснення прямої агітації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Досить детально більшовицьку пресу України в 1917–1918 рр. проаналізував член-кореспондент НАН України В. Солдатенко, який в своєму історико-бібліографічному огляді [1] здійснив детальну характеристику тематики зазначеної періодики (як органів РСДРП, РСДРП(б), Рад робітничих і селянських депутатів та ін.) всіх регіонів України. Панорамно представив картину партійної періодики російський науковець Є. Ахмадулін, який всебічно вивчав пресу лібералів та консерваторів у контексті Російської імперії початку ХХ ст., згадуючи й ті видання, що функціонували в Києві, Харкові, Одесі та інших містах півдня [2]. Український контекст діяльності національних партій (УСДРП та УПСР) початку ХХ ст. висвітлено в монографії О. Висоцького [6], але дослідник практично не опирається на публікації партійної преси.

Про харківські кадетські видання та їхнє ставлення до революції 1905 р. й обговорення проблем виборчого права писала О. Малютіна [3; 4], наголошуючи на діяльності місцевих кадетів напередодні виборів до Державної думи. Багатий фактичний матеріал, як зазначила здобувачка Н. Бондар

в авторефераті кандидатської дисертації, містили періодичні видання 1917–1921 рр. у з'ясування політичних платформ українських партій на Харківщині; тут згадано часописи УПСР, УСДРП, УКП(б) та ін. («Робітник», «Слово», «Пролетарська правда», «Червоний прапор» тощо).

Солідно працюю можна вважати навчальний посібник О. Мукомели, який намагався проаналізувати дискусійні питання, що виникали на шпальтах партійної (чи прихильної до тих чи інших партій) преси; в його книзі згадано більшовицькі та меншовицькі газети, низку часописів УСДРП, УПСР та інших видань, яким були близькі соціал-демократичні ідеї [5]. Зокрема автор згадує ряд газет 1918 р. («Голос робітника», «Правда», «Рабочая борьба», «Робітничая газета»), що вступили в полеміку про Українські установчі збори, адже Україна на той час була самостійною народною республікою [5, с. 115].

Сьогоднішні науковці лише пунктирно поєднують практику виборів, агітаційно-пропагандистські технології та партійну пресу, хоча масова виборча комунікація не залишається поза увагою [7, с. 119–196].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Наявність широкого історико-журналістського наукового матеріалу про періодичні видання, що виходили на території України на початку ХХ ст., та діяльність відповідних партій, не зачіпає питань функціонування спеціальних газет, що створювалися «під вибори» (загальнодержавного чи місцевого масштабу). А це питання потребує вивчення та порівняння з сучасними практиками мас-медійного дискурсу.

**Мета статті** – з'ясувати традиції передвиборної агітації в партійній пресі України ХХ–ХХІ століття, враховуючи історичний досвід періодики Харківської та Херсонської губерній (без Харкова та Одеси), а також сьогоденні реалії функціонування партійної преси напередодні парламентських виборів 2014 р. Об'єктом дослідження стала низка газет двох обраних губерній (зокрема «Голос села», «Революционное слово», «Валковская речь», «Лебединский вестник», «Голос рабочих», «Солдат и рабочий» та ін.), а також спецвипуски та інформаційні бюлетені 2014 р. («Боротьба», «Вісник Яроша», «Європейська газета»).

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В історії української журналістики початку ХХ ст., особливо інтенсивно в період 1917 р., коли партійна преса посідала окрему нішу в агітаційно-

пропагандистській боротьбі за владу, з'являється окрема група передвиборчої періодики. Сюди належать: «Виборчий листок до городської думи» (Харків, 1917), «В последний час!» (Харків, 1917), «Валковская речь» (Валки Харківської губ., 1917), «Еврей-избиратель» (Полтава, 1917), «Еврейский социалист» (Вінниця, 1917), «Земля и воля: предвыборный листок» (Харків, 1917), «Народная свобода» (Харків, 1917), «Наш голос» (Харків, 1917), «Наш голос» (Богодухів, 1917) та ін. За цими спеціалізованими виданнями стоять такі партії, як: Українська соціал-демократична робітничка партія (УСДРП), Партія народної свободи (ПНС), Партія соціалістів-революціонерів (ПСР), Українська партія соціалістів-революціонерів (УПСР), єврейська партія «Ідиш фолкспартей», Об'єднана єврейська соціалістична робітничка партія, Російська соціал-демократична робітничка партія (РСДРП) та ін.

У Харкові та губернії найактивніше працювала преса ПНС. У Херсонській губернії не існувало спеціальних передвиборних видань, але агітаційно-пропагандистський вплив РСДРП у виборчих процесах 1917 р. був значним.

Так, єдина україномовна газета Харківської губернії «Голос села» (орган Охтирської групи УПСР, 1917) вважала за необхідне не тільки роз'яснювати своїм читачам шляхи розвитку України (автономія), значення двовладдя в Росії (розробка конституційних проектів Тимчасовим урядом і положення про вибори Всеросійських Установчих зборів), а й підтримувати інтереси селян, пропагувати гасло «Земля і воля!», закликаючи записуватись до УПСР, щоб «послати в Установчі збори тих людей, котрі проведуть необхідні закони» (1917. № 1).

Соціалістичний двотижневик, орган Куп'янського повітового громадського комітету «Голос народа» подавав списки кандидатів Рад селянських, робітничих і солдатських депутатів, а також ПСР і соціал-демократів по виборах в Куп'янське повітове земство. Друкувалися звернення, звіти про засідання, «Журнали» засідань Рад, подано чимало матеріалів про політичне становище та вибори («Як вибирати в волосну думу», «До світла» В. Волинського, «Що значать національні вибори» (редакційна стаття), «Жінка і вибори в волосне земство» П. Паська тощо).

Редакція тижневика «Известия Валковского уездного общественного комитета» хоча й була позапартійною, але «симпатизувала» при виборах депутатів до волосного земства по Валківському виборчому округу «трудовій групі селян» (1917. № 15). Опубліковано було список із 10 осіб, більшість із яких належала до хліборобів, селян, ремісників. Щоденна газета «Лебединские известия» при виборах гласних до Лебединської міської думи пропонувала списки № 1 або № 3 (1917. № 42-52, 69-71). Соціалістична газета «Революционное слово» (Богодухів, 1917) була прихильна до УПСР.

Партійної дисципліни дотримувалися адепти ПНС. Як передвиборне видання двома номерами вийшла в світ газета «Валковская речь», оприлюднюючи біографії своїх партійних кандидатів до Установчих зборів, призначених на 12-14 листопада 1917 р. І якщо в № 1 більше подавалося інформації про порядок виборів, їх суть і значення, то в № 2 були присутні конкретні імена: М. Соболева, професора

Харківського університету; Г. Линтварьова, гласного Сумського повітового земства; М. Ковалевського, гласного Харківської міської думи; Д. Максименко, редактора згаданої газети та ін.

Подібну пропаганду здійснював орган ПНС, громадська й політична газета «Лебединский вестник». Основною подією тут були вибори до міської думи, читачам редакція подавала списки № 5 (7 осіб) і № 7 (37 осіб). Серед кандидатів у депутати був і редактор газети – І. Астахов, викладач гімназії, колишній народний учитель, один із засновників міської громадської бібліотеки.

Ідеї створення Демократичної республіки відповідно до програми ПНС, порятунку батьківщини, солідарності, зменшення «класового тертя й ворожнечі» були провідними для співробітників щоденної сумської газети «Народная свобода». Редакція пропонувала списки кандидатів в гласні від ПНС до Сумської міської думи. В традиціях цієї партії тут були висуванці від журналістського колективу, члени Харківського губерньського комітету ПНС – колишній та діючий редактори: М. Панов, члена Окружного суду; та І. Вернер, інспектор гімназії, помічник голови комітету з заснування Сумського народного університету (список № 4). Подібні агітаційні функції здійснювала щоденна прогресивна газета «Сумской вестник» (до редакційного бюро входили члени ПНС, зокрема це стосується № 215-236 за 1917 р.).

Орган Куп'янського комітету ПНС, політична, громадська й літературна газета «Свободное слово» випустила в світ спеціальний номер (без дати, дес. наприкінці жовтня 1917 р.) – «Экстренные телеграммы «Свободного слова», де під заголовком визначалися основні партійні принципи: захист честі, гідності, єдності, цілісності й незалежності Росії; дотримання закону й законності; припинення багатовладдя і смути в державі. Детально пояснювалися правила голосування на виборах до Установчих зборів. Своїм однодумцям редакція пропонувала список № 6, наголошуючи на ставленні до опозиції: «не можна голосувати за список № 3, більшовиків», «не можна голосувати і за список № 5» – соціалістів. Ще одне спеціальне видання ПНС під назвою «Наш голос» (Богодухів, 1917) було присвячено виключно питанням виборів до Установчих зборів (список № 6, передова стаття про діяльність ПНС та інших партій, кореспонденції «За кого голосувати?» Ів. Азбукіна та «Наші кандидати» В. Татарінова).

Деяко інші партійні пріоритети встановлювалися на півдні, зокрема в Херсонській губернії (якщо не враховувати Одесу) переважав вплив РСДРП, а також налагоджувався шлях до створення партійних блоків. Це зауважив і доцент О. Мукомела: «На ситуацію в революційній Україні впливала ще одна пропагандистська сила – російські соціал-революціонери, які відрізнялися від українських своїм нерозумінням національного питання і небажанням його розв'язувати, їхня революція обмежувалися лише соціально-політичними проблемами...» [5, с. 72].

Нелегальні часописи в основному пропагували свою ідеологію та подавали агітаційні заклики. Наприклад, газета «Борьба» (Миколаїв, 1908) намагалася залучити до своїх лав нових борців, яких партія поведе в «царство соціалізму» (1908. № 2). Редакція «Голосу рабочих» (Єлисаветград,

1905) оприлюднила «найближчі вимоги»: «Геть самодержавство! Хай живуть Всенародні Установчі збори! Хай живе наша подальша боротьба з буржуазією! Хай живе соціалізм!» (1905. № 1).

Народна газета «Свободный крестьянин» (Херсон, 1917) не була в прямому значенні партійною, хоча в надзаголовку використала девіз ПСР «В боротьбі здобудеш ти право своє!», а на своїх сторінках містила публікації про вибори до Установчих зборів. До цієї теми послідовно зверталася щоденна херсонська газета «Солдат и рабочий», обговорюючи питання пропорційної системи виборів, всенародного голосування, підготовки до виборів у міську думу, рівноправності жінок у виборчих процесах і т.д. Так, № 149 за 1917 р. вийшов із великим оголошенням на першій шпальті: «Товариші й громадяни! Сьогодні останній день виборів депутатів в Установчі збори. Віддавайте свої голоси тільки за соціалістичні списки!». До вибраних належали партії та блоки: список № 4 – губерньська рада селянських депутатів, ПСР та Об'єднана єврейська соціалістична робітничка партія; № 6 – Єврейська соціалістична демократична робітничка партія «Поалей-Ціон»; № 7 – РСДРП (об'єднана) і «Бунд»; № 8 – УСДРП; № 9 – РСДРП(б). Про вибори в районні думи, актуальні партійні завдання, роль робітничої преси в передвиборній кампанії та мобілізації партії писала елисаветградська газета «Социалдемократ» як орган РСДРП у 1917 р.

Положення про вибори в Установчі збори опублікували «Известия Херсонского губернского комитета спокойствия и безопасности» (Херсон, 1917). Газета демократичних організацій м. Олешки та Дніпровського повіту «Жизнь народа» (Олешки, 1917) подала кілька матеріалів, приурочених місцевим виборам («До міських виборів» і фейлетон «Передвиборні настанови» Суругового), останні ж номери вийшли під гаслом «Хай живе демократична республіка! Вся влада Установчим зборам! Хай панує мир і братерство народів!».

Свій внесок у передвиборну агітацію внесла і газета «Известия Елисаветградского Совета рабочих и солдатских депутатов» (Елисаветград, 1917). Це не було суто партійне видання, але в кількох номерах надруковано такі звернення: «Кожен член соціалістичної партії в нашому місті повинен стати передплатником «Известий». Кожен член соціалістичної партії повинен організувати колективну передплату на «Известия». Тут опубліковано кілька статей про політичну ситуацію в Думі, здійснено огляди партійного життя, подано такі актуальні матеріали, як «Парламент і влада», «Мобілізація революції», «Влада демократії» Астрова, «Професійні спілки та економічна боротьба» Б. Завадовського, «Імперіалісти і соціалісти на майбутній карті Європи» М.Р., «Соціалізм на фронті» Р. Ростова, «Що читати? (До виборів в Установчі збори)» Б.З. та ін.

Редакція стежила не тільки за подіями в країні, а й у своєму місті, тому серйозно поставилася до виборів у міську думу 1917 р. Зі сторінок елисаветградських «Известий» послідовно звучав заклик голосувати за список № 1 – соціалістичного блоку. Інше агітаційне оголошення мало ширшу інформацію: «Товариші! Наближається день виборів у міську думу. Готуйтеся до виборів, всі ідіть за отриманням виборчих карток, записок і конвертів! Всі ідіть до урн! Жоден голос не повинен

пропасти!» (1917. № 41). Згодом читачі отримали ще одне роз'яснення: «Товариші! Чимало з вас зайняті на фабриках і заводах і не можуть особисто з'явитися за виборчими картками. Пам'ятайте, що голова сім'ї може отримати виборчі картки для всієї сім'ї. Необхідно лише пред'явити домову книгу або паспорт. Поспішайте всі за картками! Виконайте свій громадянський обов'язок! Покажіть, що ви свідомо ставитеся до виборів! Запам'ятайте: список № 1 Соціалістичного блоку» (1917. № 43).

Подібну агітаційно-пропагандистську діяльність перед виборами різних рівнів можна простежити в різних виданнях на початку ХХ ст..

Сьогодні політтехнологи використовують широку мережу як друкованих форм матеріалів виборчої кампанії (листівки, плакати, афіші, брошури, буклети), а також зовнішньої реклами. Хоча листівки, бюлетені, вкладиші не є новими й активно використовувалися ще на початку ХХ ст. Розглянемо форми подання інформації під час позачергових виборів народних депутатів України 26 жовтня 2014 р. На жаль, більшість партійних газет, що виходять напередодні виборів, нехтують загальними правилами видавничого бізнесу: не реєструються офіційно, не вказують вихідні дані (дати виходу в світ), не мають редколегії; деяку обов'язкову інформацію подають дуже дрібним шрифтом, сірим кольором, часто в «несподіваних місцях» (наприклад, збоку). Так, у Державному реєстрі друкованих ЗМІ та інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності (<http://dzmi.informjust.ua/home/index>) не вдалося знайти дані про вісник «Боротьба», газету «Візитка Яроша» (така газета зареєстрована в Дніпропетровську 27.07.2015 р.) та «Європейську газету», які тут аналізуються.

Так, вісник Радикальної партії «Боротьба» не подає рік виходу в світ, але за контекстом можна реконструювати події – 2014 р. У віснику № 4 (тираж 10 тис. пр.) основним героєм виступає Олег Ляшко (6 фото), який фігурує у двох основних публікаціях: інтерв'ю «Ідемо у ВР по Списку гідності» (с. 1, 4) та виступ лідера партії під назвою «Україна 2014. Повстали, захистимо, відродимо!» (розворот с. 2-3), де викладено «план боротьби за свободу на процвітання України». Один із спецвипусків газети «Боротьба» подає основну програму партії на чотирьох сторінках (формат А4): «Ляшко: «Завдання № 1 – захист соціальних прав громадян» (у випуску 8 фото О. Ляшка з виборцями). Ще один спецвипуск пропонує на першій шпальті промовисту назву «25 жовтня – рубікон для України», а також звернення О. Ляшка до громадян (с. 1-2).

У газеті «Візитка Яроша» (21 жовтня 2014 р., Дніпропетровська область, тираж – 50 тис. пр.) подано знімок кандидата в камуфляжі, гасло «Я обираю Яроша!» та 10 аргументів «за» (нове обличчя, захисник, чесний, досвідчений, патріот, відповідальний, миротворець, земляк, державник, справедливий) із поясненнями. Тут же звернення «Я прийшов, щоб ви перемогли!». На третій сторінці – характеристики В. Яроша (Міністра освіти України, Голови служби безпеки України, Голови Української всевітньої координаційної ради), на четвертій – нарис «Дмитро Ярош – лідер нової доби».

«Європейська газета» (друкований орган Європейської партії України), що з'явилася у квітні 2014 р., основні теми діяльності розгорнула навколо свого лідера М. Катеринчука таким чином: у ретро-

спективі (розворот про важкий рік Європейської партії у 2013–2014), про роботу на Майдані (с. 4), план дій (с. 5), інтерв'ю з головою партії (с. 6), виступ політехнолога С. Гайдая (с. 7) та «Урок для України» (с. 8). Отже, на с. 1-6 був презентований безпосередньо лідер партії М. Катеринчук. Подібний контент трапляється у багатьох сучасних газетах, чие основне призначення – агітація напередодні виборів за конкретні списки та конкретні кандидатури.

**Висновки і перспективи.** Таким чином, партійна преса значною мірою зацікавлена напередодні виборів (загальнодержавного чи місцевого рівня, парламентських чи локальних) у просуванні політичної платформи та ідеологічних настанов своєї діяльності. Як правило, «обличчям партії» виступає її лідер та його основні характеристики. Якщо раніше комунікація обмежувалася знайомством

з короткою біографією кандидата чи кандидатів, їхніми невеликими за обсягом зверненнями і роз'ясненнями, інколи – статтями з партійної тематики, використанням певної символіки, то сьогодні активно використовуються розлогі виступи, редакційні та проблемні статті, кореспонденції, звіти, інтерв'ю, нарис, відповідні фотожанри (фоторепортаж, фото зарисовка і т.д.), політичні дебати тощо. Різноманіття форм друкованих матеріалів і жанрів у сучасній партійній пресі до виборів значно ширший, аніж на початку ХХ ст.

Як у руслі історії партійної преси, так і нинішніх партійних ЗМІ лишаються питання, що не здобули в науці скрупульозного вивчення. Газета «під вибори», комунікація у передвиборних перегонах лишаються актуальними темами для журналістикознавців.

## Список літератури:

1. Солдатенко В.Ф. Большевицкая пресса Украины в 1917–1918 гг.: историко-библиограф. обзор. Киев: Изд-во при Киев. гос. ун-те ИО «Вища школа», 1979. 207 с.
2. Ахмадулин Е.В. Пресса политических партий России начала XX века: издания либералов. Ростов н/Д: Изд-во ОАО Россиздат, 2001. 176 с.; Ахмадулин Е.В. Пресса политических партий России начала XX века: издания консерваторов. Ростов н/Д: Изд-во ЗАО «Книга», 2001. 132 с.
3. Мукомела О. На зламі віків: українська журналістика на поч. ХХ ст.: навч. посіб. Київ: Грамота, 2010. 240 с.
4. Малютіна О.К. Харківські кадетські періодичні видання про виборче право й ставлення партії до участі у виборах до Державної Думи // Вісник ХДАК. Серія: соціальні комунікації. 2010. Вип. 30. С. 194–201; Малютіна О.К. Харківські кадетські періодичні видання про революцію (1905 р.) та революційне насильство // Вісник ХДАК. Серія: соціальні комунікації. 2010. Вип. 29. С. 136–144.
5. Бондар Н.О. Діяльність українських партій на Харківщині в роки революції та громадянської війни (1917–1921 рр.): автореф. дис. ... канд. іст. н. / Харківський нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2008. 24 с.
6. Висоцький О.Ю. Українські національні партії початку ХХ століття: соціалістичний сегмент (УСДРП та УПСР) у компаративістському вивченні). Дніпропетровськ, 2001. 160 с.
7. Шведа Ю. Політичні партії у виборах: теорія і практика виборчої кампанії: навч.-метод. посіб. Київ: Знання, 2012. 373 с.

**Георгиевская В.В.**

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

## ГАЗЕТА «ПОД ВЫБОРЫ»: ИСТОРИЯ И РЕАЛЬНОСТЬ

### Аннотация

В статье рассматриваются традиции предвыборной агитации в партийной прессе Украины XX–XXI ст. с учетом исторического опыта публикаций в периодике Харьковской и Херсонской губерний и современных реалий функционирования партийной прессы накануне парламентских выборов 2014 г. Объектом исследования избраны газеты двух губерний (в частности «Голос села», «Революционное слово», «Валковская речь», «Лебединский вестник», «Голос рабочих», «Солдат и рабочий» и др.), а также спецвыпуски и информационные бюллетени 2014 г. («Борьба», «Вісник Яроша», «Європейська газета»).

**Ключевые слова:** политическая партия, партийная газета, выборы, публикации, агитация.

**Georgiievskia V.V.**

Taras Shevchenko National University of Kyiv

## NEWSPAPER FOR ELECTIONS: HISTORY AND REALITY

### Summary

The article deals with the history of the pre-election agitation of the party of Ukraine in the XX century – the twenty-first century. The historic experience is based on the fact that it is based on analyses of the newspapers in Kharkiv and Kherson provinces, as well as the practice of modern partisan press in the eve of parliamentelections in 2014. The two selected regions became a search object, such as "Holos-sela / The Voice of the Village", "Revolutsionnojeslovo / Revolutionary Word", "Valkovskaiarech / Speech of Valky", "Lebedynskyj vestnik / Bulletin of Lebedyn", "Holos rabochih / The Voice of workers", "Soldatirabochyj / Soldier and Worker", etc.), special issues and newsletters in 2014 ("Borotba / The struggle", "Visnyk Yarosha / Newsletter of Yarosh", "Yevropejska gazeta / European newspaper").

**Keywords:** political party, party newspaper, elections, publication, agitation.

## ПРО ВІРТУАЛЬНУ КОМУНІКАЦІЮ В МЕРЕЖІ INSTAGRAM

Горіна Ж.Д., Іскова М.А., Одинець М.П.

Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»

У статті розглянуто особливості комунікації в соціальній мережі Instagram у сегменті, призначеному для організації спілкування між індивідуальними користувачами. Висунуто припущення, що головними прикметними рисами розглядуваної віртуальної комунікації є самопрезентація мовної особистості, інтегрування візуальних образів зі словесними з різним ступенем їх домінування.

**Ключові слова:** Інтернет-комунікація, соціальні мережі, Instagram, блогінг, хештег.

**Постановка проблеми.** Сьогодні цілком очевидним є факт інтеграції інтернет – ЗМІ й соціальних мереж, оскільки і ті й інші поєднані такими специфічними ознаками, як мультимедійність, інтерактивність і властивості гіпертексту. У цій своїй єдності вони визначають унікальність мережевих ЗМК як нових медіа в середовищі так званих традиційних.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасній лінгвістиці чітко окреслилася галузь «медіалінгвістика», яка позиціонує себе як новий напрям, що стрімко розвивається, привертаючи дедалі більшу увагу дослідників (Г. Бакулев, А. Белл, О. Горошко, Т. Добросклонська, Н. Кузьміна, М. Маклюен, Г. Почепцов, Н. Чичеріна, М. Яцимирська). Природно, що найбільш сприятливим й очевидним матеріалом для досліджень слугує Інтернет, який завдяки різноманітності виконуваних функцій, становить не лише засіб масової інформації, але й засіб масової комунікації, еру якій започаткували інтернет – ЗМІ та соціальні мережі. Завдяки інтернет-комунікації, як особливій формі віртуальної взаємодії, здійснюється безпосередній та опосередкований контакт індивідуума з соціумом, обмін інформацією, усталення контактів і, як слушно зауважує В.Б. Кашкін, «правильніше за внутрішньою формою терміна говорити про те, що ми просто прагнемо поділитися думками, розділити з кимось свої почуття [2, с. 1].

На сьогодні простежуємо істотний вплив на соціальні процеси такого типу комунікації, як масова. Це почасти можна пояснити задоволенням інформаційних потреб різних верств населення, орієнтацією на цільову аудиторію, розширенням інтерактивних можливостей завдяки функційним особливостям всесвітньої мережі. На відміну від інших типів комунікації, масова пронизує всі сфери життя людини, вирізняється своєю гнучкістю та швидким процесом адаптації до нових умов. «Якщо ми розглянемо всі типи комунікації у вигляді піраміди, то масова комунікація є її вершиною, де перехрещуються й інтегруються інтереси та очікування всіх індивідумів – членів різноманітних соціальних структур» [3, с. 126]. Утім, мережева комунікація як масова – а її можливо втлумачити як таку за наявності значної кількості реципієнтів, які отримують повідомлення (френди, фоловери, друзі друзів) – відрізняється специфічною метою від звичайної масової комунікації: передовсім прикладом самопрезентації мовної особистості у вигляді такого собі селфі-тексту.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Інтернет-комунікацію відрізняє поліадресатність, доступність самовираження, наявність налагодженого зворотного зв'язку, швидкість передавання й надходження інформації, регулярність її оновлення, у зв'язку з чим дослідження комунікації в Інтернеті, зокрема її віртуальної модифікації в соціальних мережах, згодом може виокремитися в особливий науковий напрям в аналізі феномену мовної особистості, зокрема особливостей її комунікативної поведінки в соціальних мережах.

**Мета статті:** дослідити особливості комунікації в мережі Instagram.

**Виклад основного матеріалу.** На перших етапах своєї появи соціальні мережі, на нашу думку, виступали переважно як джерело інформації, напр., Twitter – додаткове джерело інформаційних приводів або злободенних тем, Facebook – для пошуку експерта з будь-якої теми, Однокласники.ru і ВКонтакте – для виходу на потрібних ньюсмейкерів через їхнє оточення і под. Ресурс Instagram на початку свого існування переважно виконував функції додатку для розміщення світлин, про що, зокрема, зазначає Ден Фроммер у праці «Here'sHowToUseInstagram»: «Instagram – соціальна мережа, основою якої є обмін світлинами, що дозволяє користувачам розміщувати фото, використовувати різноманітні фільтри, а також поширювати їх на сторінках інших сервісів» [5]. Але згодом він видозмінився відповідно до нових соціально-комунікативних запитів й ефективний зворотний зв'язок було досягнуто тим, що інформація про уподобані світлини стала відкритою для підписників (фоловерів) уподобаної сторінки. Так, серед особливостей досліджуваного сервісу нашу увагу привернули такі:

1. Можливість у процесі редагування світлини надання розгорнутого повідомлення, що, зрештою, спричинило появу блогінгу як діалогової форми спілкування:

1.1. Відкрите коментування із залученням масової аудиторії. Наприклад, для відповіді іншому користувачеві достатньо лише обрати символ «@» із зазначенням його нікнейму («відповісти@iren\_muza»).

1.2. «Історії» («stories»), що передбачають додавання актуальної на часі інформації у форматі світлин та відео із подальшим редагуванням (переважно із залученням тексту – підписів, пояснень, приписів, звертань).

1.3. Прямі трансляції не лише від користувачів, а й організацій, установ, корпоративних

об'єднань. Зокрема, всесвітньо відома наукова спільнота NASA перебуває в безперервному відкритому доступі для фоловерів, зацікавлених останніми науковими відкриттями.

2. Хештеги як ефективний спосіб просування нової продукції для продажу, здійснення маркетингових операцій, анонсів масових заходів або тематичного структурування інформації особистих блогів за рубриками. Як зазначає А.П. Атягіна: «Завдяки хештегам можливо донести інформацію до людей, які не є в списку ваших читачів (фоловерів), до засобів масової інформації» [1, с. 292].

3. Зв'язок за допомогою повідомлень у приватному режимі (direct).

4. Наявність рекомендацій для користувача відповідно до кола його уподобань, інтересів, хобі, оскільки алгоритм соціальної мережі фіксує переглянуті сторінки та світлини і пропонує тематично схожу інформацію.

5. Інтеграція з іншими сервісами (зокрема, мережею Facebook).

Блогінг у мережі Instagram набув неабиякої популярності саме завдяки можливості подавати розгорнуті описи до світлин без обмежень у використанні символів (як, скажімо, в мережі Twitter). Особливістю блогосфери є не лише інформативна функція текстової частини, а й вплив на погляди, емоційно-чуттєвий світ адресата повідомлень. Особисті блоги та публічні акаунти, як елементи масової комунікації, містять також оцінку інформацію, адже «масова комунікація, потлумачена як один із різновидів спілкування, є передовсім соціально зумовленим явищем з основною функцією впливу через смислову й оцінку інформацію» [3, с. 126].

Повідомлення (пост) має доволі усталену структуру. Фото, зроблене частіше телефоном, є обов'язковим для розміщення із можливістю додавання опису до нього. Утім, на сьогодні простежуємо і тенденцію до збільшення текстової частини, її перевагу над іконічною у сфері блогінгу. Іконічний компонент (фото, розділові знаки, символи, смайлики, що відображають емоції та настрої) здебільшого реалізує атрактивну функцію, тоді як роль вербальних компонентів стає першорядною.



229 вподобань

stary\_lev Книгарня-кав'ярня Старого Лева у Дніпрі святкує День народження 🎉🎂🍰

Дописувач, формулюючи тему висловлювання, враховує інтереси користувачів, фіксує її за допомогою так званих хештегів як ключових слів посту,

що автоматично вводить це повідомлення до єдиного корпусу інформації, пов'язаної із хештегом:

**Olena grubchak** надихаюсь людьми 🙌, які саме мене приваблюють люди?! в першу чергу – це сміливі, в плані самовираження, в плані не ставлення себе в рамки, люди яким начхати на думку оточуючих, які перевертають своє життя з ніг на голову 🤪 люди, які коли їм чогось хочеться, вони беруть і роблять це, не думаючи, а як я виглядатиму зі сторони «!) Я часто заздрю вам, бо я не завжди така. Коротше, я від вас в кайфі 🤪.

**#ленканемирущафся #eyes #girl #people #kicks #sun #tatoogirl**

Посилання ж на інші аканти свідчать про наявність зворотного віртуального зв'язку в мережі, залучення інших активних учасників до дискусії, обговорення нагальної проблеми або для обміну ідеями. Напр:

**svyatbojko** Хей, друзі, я тут балакаю з **@sashaalexaa** та **@blogmayster** і вони мені радять створити навігацію по профілю, як у всіх «нормальних» блогерів 🤪. Як ви думаєте, варто це зробити? Щоб були рубрики про стосунки, про заклади, про вечірки, тренування, харчування і т.д.? Завтра напишу продовження історії нашого з Любашею знайомства і давайте придумуємо хештег наших стосунків 😊. За фото вдячний **@mary23land** 🙌

Публічна сторінка (паблік) в мережі функціонує не лише для вираження поглядів або настроїв конкретної особи, що за жанром нагадують сторінки із особистого щоденника автора, основна мета пабліку – максимально швидко донести інформацію до підписників, що іноді підпорядковано комерційним цілям. Профіль, зорієнтований на масову аудиторію, пропонує послуги груп людей, корпоративних організацій, компаній, рекламуючи їхню продукцію. У такому випадку можливо стає віртуальна взаємодія комунікант – конкретна організація й оперативна і своєчасна відповідь на звертання та запитання від споживача. Так, відомі українські видавництва «Старий лев» (**@stary\_lev**) та А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА (**@ababahalamaga**) з активним хештегом **#Repost** розміщують на офіційних сторінках своїх спільнот відгуки від читачів щодо якості книг, ілюстративного матеріалу та змісту художніх творів: **ababahalamaha #Repost @maple\_flame\_of\_silence**

Маю частя бути однією із найперших власниць неймовірної «Антології молодій українській поезії III тисячоліття» від **@ababahalamaha** 📖🙌

Ба більше – в цій антології серед 74 поетичних добірок на 467 сторінці можна знайти і мої вірші 🤪. Величезна подяка упорядникам Мирославу Лаяку та Івану Малковичу, адже ця книга – свідчення неабиякої сміливості та результат колосальної роботи 🙌.

Отже, простежуємо ефективний віртуальний зв'язок, що позитивно впливає на рейтинг продажу, створює необхідний імідж того чи того бренду, адже той, хто постить, неодмінно отримує лайки на знак схвалення.

Важливою складовою ефективною комунікації в мережі Instagram є інтеракція, а феномен «Liketime» на часі проведення масових розіграшів та лотерей є одним із найбільш виразних прикладів її репрезентації. Його специфіка по-

лягає в безпосередній взаємодії власників двох сторінок із формулюванням цілей для кожної зі сторінок. Наприклад, уподобати світліну, стати підписником тієї чи тої сторінки, тобто організувати виконання адресантом повідомлення узгоджених і цілеспрямованих дій для досягнення комунікативної мети: **lia\_aidaaLiketime**♥ *Перший в житті*🌱. Умови прості:

1. Бути підписаним на мене та лайкнути цей пост♥ 2. Написати в коментарях, щось типу «хочу лайки» чи поставити улюблений смайл, взаємна підписка👉 3. Та виконати умови попереднього учасника👍

У випадку цікавого блогера або організації йдеться про популяризацію профілю, залучення нових користувачів, стосовно адресанта – отримання знижок, взаємореклами або вираш продуктів, товарів, послуг, творчого замовлення. Часто, апелюючи до інтересів масової аудиторії, автори повідомлень здебільшого пропонують їй матеріальну винагороду:

**lastanislavska** *Нарешті #Станіславська\_дарує, і в першому гіві можна виграти новесенькі, оригінальніAirPods👉 Я б собі їх забрала, але подарую комусь з своїх підписників👍 Правила, щоб виграти ці красунчики дуже прості: 1. Підписка на мій профіль @lastanislavska. 2. Відмітити в коментарях двох! реальних! друзів один раз (не потрібно відмічати тих, кого ви не знаєте, будь ласка!) 3. Лайк за це фото♥ Розіграш закінчиться, коли нас з вами буде 215 тисяч! Режим «Азарт» включено👉 Розповідайте друзям!*

Беззаперечною перевагою мережі Instagram є миттєве інформування користувачів про актуальні події (запрошення на відкриття нових публічних об'єктів, майданчиків, анонси на відвідування концертів і виставок, зустрічі з відомими особистостями): **melovin\_official** *Вже незабаром улюблений та містичний #Львів 15 червня (клуб Malevich – 20:00). Цікаво, а наскільки готовий зустрічати нас Львів? Ви зі мною?👉*

Однією з потенційних можливостей забезпечення активної віртуальної взаємодії між користувачами відзначимо і функцію відкритого коментування, що дозволяє висловити свою думку з теми повідомлення або розширити обговорюване тематичне поле, доповнити його корисними коментарями. Здебільшого емоційне наповнення текстової частини підтверджує думку В.П. Конецької про те, що «в жанрі «коментоване повідомлення» стиль вирізняється експресивністю, оскільки поряд із логіко-аналітичною аргументацією містить й елементи образного й емоційного мовлення» [3, с. 143]:

**oksana\_saranchuk** *Куди їдете? )) в останній момент все резервуємо і складаємо маршрут👍*  
**lia\_aidaa @oksanasaranchuk** *то маленький секрет) ближче до дати скажу👍❤️*

*Ой, то точно не про мене, я б здуріла, я дуже переживаю👍❤️*

**oksana\_saranchuk@lia\_aidaa** *це напевно, Венеція🌸🌸*

**katelling** *Люблю планувати, але виходить спонтанно все одно👍👍*

Водночас хештеги окреслюють тематику профілів, сприяючи залученню нових користувачів. Наприклад, хештеги #inspiration, #music вказують на інтерес блогера до подорожей, музики, демонструють його здібності і компетентність. Відповідно до вищезначеного кола зацікавлень, аудиторія зі схожими смаками, рівнем інтелекту долучається до перегляду новин цієї сторінки-публіку. Правильний вибір хештегів так чи інакше індивідуалізує профіль (#odynetsmaryka, #сашинфеминизм, #старийлев, #nemo\_soda, #lickona), полегшує процес пошуку нових повідомлень та перегляд архівованої інформації.

Сумуючи викладене зазначимо, що віртуальне спілкування в соціальних мережах стало невід'ємною складовою повсякденного життя, що, у свою чергу, зумовило швидку адаптацію сервісів до нових комунікативних потреб, постійне розширення їх функційних можливостей. Мережа Instagram, що починала своє існування як додаток для світлин, сьогодні є прикладом популярної та успішної платформи як для особистого блогінгу, так і для публічної й комерційної діяльності. З-поміж особливостей та переваг комунікації в цій соціальній мережі виокремимо сприятливі умови для роботи із текстовою частиною повідомлень (відсутність обмеження кількості символів, зручне відкрите коментування), що згодом зумовило тенденцію до заміщення іконічної частини вербальною, поширення інтерактивних способів взаємодії користувачів (наявність хештегів для стислого структурування інформації й можливості розставити в повідомлюваному потрібні акценти та залучення масової аудиторії, приватний обмін повідомленнями, інтеграція з іншими відомими мережами). Активна участь користувачів у мережі Instagram стала підставою для появи конкурсів, лотерей, взаємного парування акаунтів, феномену «liketime».

Такимчином, соціальна мережа Instagram як засіб масової комунікації і просування інформації або тої чи тої теми в тренди містить значний потенціал для подальшого наукового аналізу, зокрема в аспекті лінгвістики мовленнєвого впливу та сучасної теорії аргументації.

## Список літератури:

1. Атягина А.П. Особенности коммуникации в Твиттере // Речевая коммуникация в современной России: материалы III Международной конференции (Омск, 27-30 июня 2013 г.): в 2 т. Т. 1 / под ред. О.С. Иссерс. – Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2013. – С. 285-293.
2. Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации: краткий курс. – М.: АСТ Восток-Запад, 2007. – 256 с.
3. Конецкая В.П. Социология коммуникации: учебник. – М.: Междунар. ун-т бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
4. Петрова Е.И. Интернет – СМИ и социальные сети: этапы конвергенции // Коммуникативные исследования. – 2014. – № 2. – С. 128-133.
5. Dan Frommer. Here's how to use Instagram [URL]: <http://www.businessinsider.com/instagram-2010-11?IR=T>.



**Горина Ж.Д., Искова М.А., Одинец М.П.**

Государственное учреждение «Южноукраинский национальный педагогический университет имени К.Д. Ушинского»

## О ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СЕТИ INSTAGRAM

### Аннотация

В статье описаны особенности коммуникации в социальной сети Instagram в сегменте, предназначенном для организации общения между индивидуальными пользователями. Высказано предположение, что основными отличительными чертами рассматриваемой виртуальной коммуникации являются самопрезентация языковой личности, интеграция визуальных образов со словесными в разной степени их доминирования.

**Ключевые слова:** Интернет-коммуникация, социальные сети, Instagram, блоггинг, хэштеги.

**Gorina Zh.D., Iskova M.A., Odinets M.P.**

South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushinsky

## ABOUT VIRTUAL COMMUNICATION ON INSTAGRAM

### Summary

This article explains characteristics of communication on social networking service Instagram in the part for communication between individual users. The authors believe that the main features of the considered virtual communication area self-presentation of the linguistic personality, the integration of a word and visual images with the different level of domination each of elements.

**Keywords:** Internet communications, Instagram, social network, blogs, hashtags.

УДК 82.09–029:8:82–4

## СТАНОВЛЕННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ ЖАНРУ ЕСЕ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

**Гук О.В.**

Південноукраїнський національний педагогічний університет  
імені К.Д. Ушинського

В роботі досліджуються теоретичні питання становлення ідентичності жанру есе в методологічному аспекті.

**Ключові слова:** есей, есеїстичне мислення, жанрова дифузія, есеїстичний стиль письма.

**Постановка проблеми.** У загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.

Есе належить до найбільш дискусійних жанрів сучасної генології, незважаючи на той факт, що прагматичністю жанру більшість дослідників вважають саме античну літературу та філософію. На часі необхідність вирішення наступних наукових та практичних завдань: 1) обґрунтування жанрової гнучкості, «неканонічності», здатності до трансформацій есе; 2) дослідження етапів становлення та розвитку цього жанру в різних літературознавчих наукових системах.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій,** в яких започатковано розв'язання даної проблеми, на які посилається автор.

Жанр есе досліджувався як європейськими, так й українськими науковцями Г. Лукачем, В. Беньяміном, Т. Адорно, А.Дж. Бутримом, К. де Обалдіа, Р. Скоулзом, К. Клаусом, Р. Ничем, Л. Кореновською, Г. Швець, Ю. Бурляй, О. Баган, С. Русаковим, Н. Мирошкіною, М. Епштейном, Ю. Осадчою та ін.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми,** яким присвячується стаття.

Сюжетна стратегія статті розкривається в намаганні зібрати і проаналізувати найсуттєвіші риси жанру есе, аби диференціювати аналітичний інструментарій для дослідження творчого доробку непересічних письменниць О. Забужко та Є. Кононенко, які творять нову українську прозу.

**Формулювання цілей статті** (постановка завдання) полягає в ідентифікації жанру есе в діахронічному контексті європейських та вітчизняних літературознавчих концепцій.

**Виклад основного матеріалу дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

Традиційно основоположником жанру називають французького філософа та письменника, автора популярного філософсько-моралістичного трактату «Досліди» Мішеля Монтеня. Саме цей його твір, як вважає професор Мадридського університету Л.Г. Кайда, переконливо можна назвати психологічно замальовкою народження жанру. Головна характеристика «зупиненої миті» – повна невідомість, що за дитя

має з'явитись на світ. У допитливий мозок проникають хвилі вражень, думок і сумнівів. Розум кипить, із зіткнення думок народжується індивідуальне осмислення проблеми «я і світ». Так з'являється есе, за своєю власною моделлю, в довільному та незапрограмованому композиційно-мовному варіанті, коли більшість звичних деталей знаходять нове для себе зчеплення [8, с. 7]. Цікавий факт: один твір породив цілий жанр, який постійно розвивається вже протягом віків [5, с. 335]. Відома англійська письменниця, літературний критик В. Вулф в есе «Монтень» так визначає головну рису героя свого есе, «автора» жанру – прагнення бути самим собою [15, с. 187].

Як відомо, французьке слово «есе» (essai) походить від латинського *exagium*, що означає «зважувати», інакше «перевіряти», «випробувати» (можна помітити семантичну близькість до слова «екзамен»). Цим словом позначають прозові публіцистичні твори середнього обсягу з різною авторською позицією.

Історично есе формується в руслі жанрів з підвищеною рефлексією і особливим значенням авторської оцінки [7]. Від античності і до нашого часу можна навести сотні блискучих зразків есеїстичного жанру в літературі Заходу і Сходу, відродження і бароко, модерну і постмодерну. Сьогодні маємо цілий ряд нових наукових концептуальних підходів, спрямованих на обґрунтування цього досить цікавого, глибокого і неоднозначного літературного феномену: кризь «оптику» формально-структурних (Мирошкіна Н., Логвиненко Л., Балаклицький М., Швець Г.), філософсько-екзистенційних (Осадча Ю., Квіт С., Зацепін К., Епштейн М.), антропологічно-культурологічних (Вайнштейн О., Гарнашинська Л., Табачковський В.), рецептивно-естетичних (Шуть В., Чернявська Л., Ізер В.) та інших методологічних моделей.

У статті «Теоретичні аспекти жанру есею» С. Шебеліст звертає увагу на той факт, що критичне осмислення есею започаткували німецькі теоретики [16, с. 50]. Передусім слід згадати працю Г. Лукача («Про природу та форму есею. Лист до Лео Поппера»), де подається таке розуміння жанру: якщо поезія, себто сфера літератури вигадки, породжена одвічним людським прагненням зупинити мить життя в усій чуттєвій повноті, то така ж фундаментальна потреба в поглибленому аналізі безпосереднього досвіду задовольняється жанром есею [23, с. 18]; для В. Беньяміна есей – засіб порятунку конкретних людських почуттів і вражень із-під уламків зруйнованої системи, засіб почути кризь потужні урагани історії поодинокий людський голос [16, с. 50]. Для Т. Адорно есе є «художнім жанром, який відображає процес зародження думки, котра поки що не розвинулась у логічно завершене ціле» [17, с. 152].

На відміну від німецьких теоретиків, для яких есей став ідеальним пізнавальним жанром, французькі структуралісти та постструктуралісти розглядали його у контексті «утопії мови» (Р. Барт), що лише переконливо підтвердило філософський постулат про неможливість об'єктивності, цілісності, системності тощо. ... Ріднить обидва підходи філософська переконаність у неможливості абсолюту. Ось чому внутрішній плюралізм і міждисциплінарний характер зробили есей улюбленим жанром французь-

ких теоретиків [16, с. 51]. Новаторські концепції французьких науковців викладені в збірці «Есеї про есей. Нове визначення жанру», за редакцією А.Дж. Бутрима [20]; у праці «Дух есеїзму. Література, сучасна критика й есей» К. де Обалдіа [18]; у вступному розділі до монографії Г. Гуда «Я, що відпливає. Нове відкриття есею» тощо. Останній, зокрема, вважає есе одночасно і формою пізнання, і жанром літератури. Г. Гуд висловлює переконання у тому, що, протиставляючи будь-яким відомим сьогодні принципам наукового пізнання, есей не впорядковує реальність із формально-логічних позицій, а самою своєю структурою створює нову реальність [21].

Виходячи з етимології французького слова «essai» (спроба, намагання, експеримент), сучасне американське літературознавство вважає есей прозовим твором, в якому автор робить спробу викласти важливі ідеї, описати досвід, передати інформацію, проаналізувати питання тощо [19, с. 10]. Американські літературні довідники дають загальну характеристику есею як короткого обміркування теми або короткого літературного твору на окрему тему. Попри те, що есей зазвичай має порівняно незначний обсяг, він може бути презентованим у вигляді формального трактату або роману [16, с. 51].

У свій час англійські критики Р. Скоулз і К. Клаус виокремили есей як самостійний рід літератури поряд із традиційними епосом, лірикою та драмою («Елементи есею», 1969). Це сталося внаслідок недиференційованого підходу до самого есею та есеїзму як способу художнього мислення, що пронизує всю сучасну культуру. Р. Скоулз і К. Клаус запропонували п'ять основних форм есею: оповідання, п'єса, поема, драматичний монолог та власне есей [24], але їх концепція «есею без берегів» не зазнала популярності й поширення в гуманітарній практиці.

Чим ближче було до кінця ХХ століття, тим більш очевидним ставало те, що чужорідні осадки у структурі даного жанру не обов'язково мають походити з резервуару літературних форм. З'являлися теоретичні трактати у вигляді дорожніх щоденників (Леві-Стросс), ідеологічна дискусія в історіографічній формі (Едвард Саїд), епістемологічні дослідження, структуровані подібно до політичного трактату (Пауль Фабрабенд)... (Geertz, 1996, 215).

Відомий польський дослідник Ришард Нич йде далі, назвавши даний «хаос форм» прозовим текстовим колажем. У широкому розумінні колаж – це назва художньої техніки укладання твору мистецтва з різномірних готових елементів, вибраних головню з двох сфер – мистецтва і дійсності, і поєднаних в особливий спосіб, який зберігає їхню окремішність та кантрастність ознак і разом з тим свідчить про існування свідомої організації цього складного, неоднорідного художнього цілого [11, с. 266].

В свою чергу, польська дослідниця Л. Кореновська констатує, що в літературі (українській і світовій) початку ХХІ ст. помітні нові тенденції, які завдяки історичним, соціально-побутовим, політичним впливам торкнулися як літературних жанрів, тематики, розширюючи їх межі, так і самої архітекτονіки художнього тексту. У конструкції одного твору можемо зустріти «мікс» різних

жанрів: мемуари, автобіографію, сповідальність, детективно-кримінальні аспекти, інтертекстуальність, фрагменти із преси чи телебачення тощо. Яскравим прикладом можуть слугувати твори Ю. Андруховича, О. Забужко, Ю. Покальчука та багатьох інших талановитих сучасних українських митців художнього слова [9, с. 88].

Слід наголосити на тому, що вітчизняними ученими вже чітко окреслено вектори досліджень щодо генези жанру українського есею. Дослідниця Г. Швець пропонує «переглянути традиційну точку зору на історію української есеїстики», зокрема, «не обмежуватися ХІХ ст.» і звернути увагу на середньовіччя [14, с. 13]. Авторка також наполягає на релігійних коренях есеїстики, вбачаючи їх у проповідницькій бароковій прозі І. Галятовського, Л. Барановича, А. Радзивилівського, Д. Туптала, С. Яворського, з її біблійною герменевтикою і постійним варіюванням інваріантного смислу.

Окремі спостереження Г. Швець щодо жанрової диференціації есею розширюють наші уявлення про сферу функціонування жанру в українській літературі: «історію розвитку жанру есе на вітчизняному ґрунті можна прослідкувати від формування окремих рис у бароковій релігійній прозі через щоденникову (Т. Шевченко), художньо-публіцистичну (Марко Вовчок), літературно-критичну (І. Франко) есеїстичну прозу ХІХ століття до повноцінного функціонування жанру в рефлексивних за характером і пристрасних за оцінками писаннях вісниківців» [14, с. 14].

У свою чергу Ю. Бурляй уважав родоначальником української есеїстики Г. Сковороду: за «манерою викладу ці твори набувають ознак есеїстських: це вільний, емоційно наснажений і образний виклад якоїсь проблеми» [4, с. 131]. О. Баган убаває наявність певних есеїстичних рис у жанрово-стильовій системі літератури ХІХ ст.: «в українській літературі есеїстичність присутня вже в деяких щоденникових записах, нарисах письменників ХІХ ст. (Шевченко, Нечуй-Левицький, Франко)» [1, с. 70].

Щодо питання розвитку українського есею в середині ХХ ст., то вченими вже виокремлена й досліджуються еміграційна есеїстика, яка зберігає вітчизняні традиції, та есеїстика метрополії, яка існувала у вигляді публіцистичних статей і нарисів П. Тичини, М. Рильського, О. Гончара, Д. Павличка.

Дослідниця Н. Мирошкіна в роботі «Українська есеїстика: теоретичні розвідки» вірно зауважує, що цей жанр тривалий час перебував на маргінесах наукових досліджень з ідеологічних причин та дії так званих «радянських імперативів» щодо письменства і, головне, відсутності загальної теорії цього жанрового феномену як у світовому, так і в українському літературознавстві й журналістикознавстві, яка регламентувала б його належну теоретичну рефлексію [10].

На розквіт української есеїстики останнього десятиріччя та його причини вказує М. Балаклицький: «Переломний характер епохи, постійні драматичні зміни соціально-філософських підвалів життя вимагали індивідуального осмислення, царинною якого і стала есеїстика». ... Дослідник робить спробу розділити весь корпус сучасних есеїв на наукову есеїстику (М. Рябчук,

Я. Грицак, Г. Грабович, Н. Зборовська, Ю. Канигін), есеїстику на межі публіцистики й красномовства (В. Неборак, В. Медвідь, Ю. Андрухович, К. Москалець, О. Забужко, Є. Баран, Т. Гаврилів, Т. Прохасько, Р. Семків, І. Андрусак, І. Бондар-Терещенко, О. Бойченко) та есеїстичні публікації (Ю. Винничук, С. Жадан, Іздрик, О. Ірванець, Ю. Покальчук, О. Ульяненко, О. Шкляр, В. Цибулько, А. Бондарь, І. Ципердук та ін.). Водночас М. Балаклицький неодноразово зазначає, що українська типологія есею «переважно дає зразки змішаних жанрових утворень» [2, с. 24].

Слід зауважити, що найґрунтовніше теоретичні аспекти жанру есе як специфічного синтетичного, художньо-філософського способу мислення розглянуто в дослідженнях відомого російського філософа, культуролога і літературознавця М. Епштейна. В монографії «Парадокси новизни: Про літературний розвиток ХІХ–ХХ століть» дослідник підкреслює, що незважаючи на чотириохсотлітню історію розвитку жанру, він і до сьогодні залишається однією з найменш теоретично вивчених галузей словесності. Інтенсивно оновлюючись і видозмінюючись від автора до автора, есеїстика «невпинно опирається» якомога чіткішому визначенню своєї специфіки, виступаючи радше як певна наджанрова система, що вбирає в себе найрізноманітніші філософські, історичні, критичні, біографічні, автобіографічні, публіцистичні, моральні, науково-популярні твори. ... Ця «невизначеність», «невловимість», на думку дослідника, входить у саму природу есе і зумовлюється тією світоспоглядальною установкою, яка примушує даний жанр постійно переростати свої жанрові межі. В глибині есе закладена певна концепція людини, яка й надає зв'язної єдності всім тим зовнішнім ознакам жанру, які традиційно перераховуються в енциклопедіях і словниках: невеликий обсяг, конкретна тема і підкреслено суб'єктивна її трактовка, вільна композиція, схильність до парадоксів, орієнтація на розмовну мову і т.д. [5, с. 334].

На відміну від жанрової домінанти роману, що є творінням замкнутої в собі, вигаданої реальності, есеїзація долає ці рамки художньої умовності, ліквідує романізацію реальності, переводить її у нескінченний потік текстуальності. Письменники відмовляються від художньої вигадки; їх уже не приваблює художня умовність (вигадкування історій персонажів), вони виводять мовлення у простір сучасності, тобто у простір свого читача. Митець таким чином прагне відкритися сучасності, тобто частково подолати себе, власну одержимість міфологізмом [6, с. 256–257].

Іншими словами, цілісність та системність жанру зумовлюється авторитетною постаттю автора, цей факт дає можливість говорити про антропологічну складову жанру, адже антропологічна методологія полісутнісна, вона репрезентує полісутнісне Я людини, відкритість цієї людини перед темпоральним модусом буття (вертикаль минуле/сучасне/майбутнє) та оперує в просторі аксіологічної ієрархії [13, с. 61].

На думку дослідниці Ю. Осадчої, есеїстичне письмо як основний принцип еґо-белетристичних або «я»-доцентрових текстів поширювалося в період, коли класичний реалістичний роман «бальзаківського типу» і романічне письмо як його

художній принцип вичерпали свої можливості й не могли більше охопити й пояснити явища реальної дійсності та складний внутрішній світ модерної людини з її «надчуттєвою» свідомістю. Посилення тенденції ескапізму, загострення конфлікту та опозиційності Я-інший, акцентуація на внутрішньому житті окремого індивіда вимагали від письменників пошуку і нових форм, і нового змісту. Карколомні зміни у традиційному світосприйнятті та осмисленні людського буття, а також форм їхнього відтворення в мистецтві наприкінці XIX – на початку XX ст. засвідчує есеїстичне письмо [12, с. 33].

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальшого розвитку в цьому напрямку.**

Отже, досвід дослідження жанру есе дає підстави для висновків: есе – це багатогранне, складне жанрове утворення, в природі якого заковані найрізноманітніші чинники пізнання. Консолідує полісугнісну природу цього жанру певна концепція людини, яка надає зв'язності усім зовнішнім ознакам жанру. Огляд науково-теоретичних концепцій дозволяє стверджувати,

що ключовими моментами дефініції есе постають есеїстичне мислення як специфічна форма пізнання дійсності (Г. Гуд, Р. Скоулз, К. Клаус, М. Епштейн та інші), жанрова дифузія як тенденція до колажності (міждисциплінарності) (Р. Сендика, Р. Нич, Л. Кореновська та інші), есеїстичний стиль письма, для якого характерна образність, емоційність, експресивність, інтертекстуальність тощо (Ю. Бурляй, О. Баган та інші). Перспективи подальшого розвитку теорії жанру – в дослідженні есеїстичного мислення окремих авторів. Цікавий матеріал знаходимо, наприклад, у творчому доробку сучасних авторів Оксани Забужко романи «Польові дослідження з українського сексу», «Музей покинутих секретів», психологічна повість «Казка про калинову сопілку», виразно есеїстичні твори «Хроніки від Фортінбраса», «З мапи книг і людей», «І знову я влізаю в танк» та Євгенії Кононенко збірки есе «Героїні та герої», «У черзі за святою водою», фрагменти «творчої» автобіографії «Без мужика», які відзначаються характерним есеїстичним мисленням.

## Список літератури:

1. Баган О. Есей та есеїзм / О. Баган // Українські проблеми. – 1995. – Частина 1. – 215 с.
2. Балаклицький М.А. Есе як художньо-публіцистичний жанр. Методичні матеріали для студентів зі спеціальності «Журналістика» / М.А. Балаклицький. – Х.: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2007. – 74 с.
3. Беньямін В. Мистецький твір у добу своєї технічної відтворюваності. Вибране / В. Беньямін. – Львів: Літопис, 2002. – С. 53-97.
4. Бурляй Ю.С. Основи літературно-художньої критики / Ю.С. Бурляй. – К.: Вища школа, 1985. – 224 с.
5. Епштейн М.Н. На перекрестке образа и понятия. (Эссеизм в культуре нового времени) / М.Н. Эпштейн // Парадоксы новизны: О литературном развитии XIX–XX веков. – М.: Советский писатель, 1988. – С. 334-380.
6. Эпштейн М.Н. Между мифом и реальностью / М.Н. Эпштейн // Парадоксы новизны: О литературном развитии XIX–XX веков. – М.: Советский писатель. – 1988. – С. 256-257.
7. Зацепин К.А. Эссе: от философии к литературе. [Электронный ресурс] / К.А. Зацепин. – Режим доступа к статье: <http://www.magazines.russ.ru/nlo/2010/104/za17-pr.html>.
8. Кайда Л.Г. Эссе: стилистический портрет / Л.Г. Кайда. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 184 с.
9. Кореновська Л. Бриколаж як архітектоніка художнього тексту («Любаска мого чоловіка» Надії Ковалик) / Л. Кореновська // Слово і час: науково-теоретичний журнал. – 2013. – № 1. – С. 83-89.
10. Мирошкіна Н.В. Українська есеїстика: теоретичні розвідки. [Електронний ресурс] / Н.В. Мирошкіна. – Режим доступу до статті: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php>.
11. Нич Р. Місце колажу в історії художніх форм XX століття / Р. Нич // Світ тексту: постструктуралізм і літературознавство. – Львів: Літопис, 2007. – С. 256-266.
12. Осадча Ю. Есеїстичне та романічне письмо як способи «мислити» літературу / Ю. Осадча // Слово і час. – 2006. – № 2. – С. 29-38.
13. Тарнашинська Л. Сюжет Доби: дискурс шістдесятництва в українській літературі XX століття / Л. Тарнашинська. – К.: Академперіодика, 2013. – 678 с.
14. Швець Г.Д. Есеїстика Василя Барки: жанрова специфіка та проблематика: дис. ... к. філол. н.:10.01.01 / Швець Ганна Дмитрівна. – К., 2006. – 232 с.
15. Шутяк Л. Світоглядна есеїстика Вірджинії Вулф / Л. Шутяк // Вісник Львівського університету. – Серія: Журналістика. – 2009. – Вип. 32. – С. 183-189.
16. Шебеліст С.В. Теоретичні аспекти жанру есею / С.В. Шебеліст // Слово і час. – 2007. – № 11. – С. 48-56.
17. Adorno T. The Essay as Form / T. Adorno. – New German Critique. – Vol. 3. – 1984. – 171 p.
18. De Obaldia C. The Essayistic Spirit : Literature, Modern Criticism, and the Essay / De Obaldia C. – Oxford, 1995. – 340 p.
19. Encyclopedia Americana. – New York, 1990. – V. 10.
20. Essays on the Essay. Redefining the Genre / Ed. by Alexander J. Butrim. – Athens, 1989. – 430 p.
21. Good G. The Observing Self. Rediscovering the Essay / G. Good. – London: Routledge, 1988. – 174 p.
22. Jauss Hans R. Theorie der Gattungen und Literatur des Mittelalters / R. Hans Jauss. – Heidelberg, 1973. – 510 p.
23. Lukacs G. «The Nature and Form of the Essay. A Letter to Leo Popper». Soul and Form / G. Lukacs. – Cambridge: The MIT Press, 1978. – P. 1-18.
24. Scholes R., Klaus C. Elements of the Essay / Scholes R., Klaus C. – New York, 1969. – 600 p.

**Гук О.В.**

Южноукраинский национальный педагогический университет имени К.Д. Ушинского

## СТАНОВЛЕНИЕ ИДЕНТИЧНОСТИ ЖАНРА ЭССЕ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

### Аннотация

В работе исследуются теоретические вопросы становления идентичности жанра эссе в методологическом аспекте.

**Ключевые слова:** эссе, эссеистическое мышление, жанровая диффузия, эссеистический стиль письма.

**Guk O.V.**

South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushynsky

## THE FORMATION OF THE ESSAY IDENTITY: METHODOLOGICAL ASPECT

### Summary

The research work investigates the theoretical issues of the formation of the essay identity in methodological aspect.

**Keywords:** essay, essay thinking, genre diffusion, essay writing style.

УДК 81'16

## ЕВРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЛІНГВОСИНЕРГЕТИКИ У ДОСЛІДЖЕННІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

**Домброван Т.І.**

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Мета статті – ознайомити дослідників у сфері масових комунікацій з основними категоріями лінгвосинергетики і запропонувати новий погляд на об'єкт дослідження, а саме у міждисциплінарному ракурсі. Актуальність такого підходу підсилюється необхідністю епістемологічного оновлення науки про мову як синергетичну систему, а також обумовлюється кардинальними зрушеннями в науковій картині світу, викликаними відкриттями ХХ ст., які уможливили сприйняття навколишнього світу як динамічної, перманентно мінливої надскладної системи, що самоорганізується. Методологічно стаття базується на принципах і категоріях синергетики, а також на розумінні комунікації як синергетичного процесу. Обґрунтовано тезу про те, що мова є синергетичною системою. Окреслено можливі перспективи дослідження мови ЗМІ у новому, синергетичному ракурсі.

**Ключові слова:** синергетика, лінгвосинергетика, синергетичні системи, соціальні комунікації, журналістика.

**Постановка проблеми.** Кінець ХХ ст. позначився виникненням і стрімким розвитком синергетики – теорії самоорганізації складних нерівноважних систем різної онтології. Синергетику слід розглядати як наступний щабель у розвитку системних досліджень, оскільки саме синергетика увела до наукового обігу поняття відкритої мінливої системи, здатної до самоорганізації. Вона поглиблює загальну теорію систем, історично першим варіантом якої є тектологія О.О. Богданова, а також кібернетику як науку про управління та зв'язок (Н. Вінер), теорію катастроф (Р. Том), теорію дисипативних структур (І.Р. Пригожин), теорію динамічного хаосу, теорію фазових переходів, теорію біфуркацій, теорію хвильових процесів та ін. Синергетика пропонує новий, еволюційний погляд на світ, суть якого полягає в цілісному, холистичному сприй-

нятті світобудови, в якому все – живе і неживе – тісно взаємопов'язано і знаходиться в безперервному процесі зміни і розвитку.

Синергетика переміщує увагу зі стану гомеостазу і зосереджується на перехідних фазах саморегульованої відкритої системи. Іншими словами, синергетика – це новий етап у розвитку теорії систем, спрямований на розкриття природи мінливості, виявлення механізмів переходу системи в якісно новий стан, «розпакування» поняття «діалектичного стрибка» в еволюційному розвитку системи.

У центрі уваги синергетики знаходяться складні відкриті динамічні системи, предметом дослідження виступають закономірності виникнення, самоорганізації та функціонування цих систем у перехідних режимах. Категорійний апарат синергетики включає такі поняття, як

нелінійність, нерівноважність, порядок, хаос, біфуркація, флуктуація, атрактор, фрактал, самоорганізація складних систем та деякі інші.

Перші кроки нова теорія зробила у так званих точних науках – математиці, хімії, фізиці, біології. Згодом методологія синергетики набула поширення у гуманітарній сфері, що ознаменувалося появою цілої низки міждисциплінарних напрямів і маргінальних дисциплін (лінгвосинергетика, фрактальна психологія, історична синергетика, синергетична педагогіка тощо) [3]. Із окремої теорії синергетики розвинулася у наукову парадигму, віддзеркалюючи основну характерну рису сучасного наукового мислення – прагнення до інтегративності методологій та трансдисциплінарності дослідницької діяльності.

Використання синергетичного підходу виявилось плідним і для лінгвістики [5]. Одним із перспективних напрямів міждисциплінарного дослідження різних аспектів функціонування мови стала лінгвістична синергетика, або лінгвосинергетика. Саме міждисциплінарність постає виявом методологічного принципу експансіонізму, який полягає у «прагненні розширити галузі лінгвістичних досліджень, появи виходів до інших наук, активному використанні доробку культурології, біології, соціології, антропології, етнології, психології, нейронаук тощо» [12, с. 11].

Як міждисциплінарний напрям у дослідженні мовної системи та її функціонування у різних сферах людської діяльності, лінгвосинергетика відкриває новий ракурс дослідження людської мови: стає можливим розглядати мову як складну відкриту нелінійну еволюційну систему, що функціонує за рахунок взаємодії власних підсистем і взаємної детермінованості інших зовнішніх систем середовища (етносу, його культури, свідомості, соціуму), перебуває у стані більшої чи меншої рівноваги і має регуляторні механізми, які забезпечують динаміку, самоорганізацію та збереження цієї системи [14, с. 34].

Об'єктом дослідження лінгвосинергетики виступають як мова, так і мовлення і мовленнєва діяльність, що вивчаються як складноорганізовані, синергетичні системи. Наші спостереження [3–5] над сучасним розвитком лінгвосинергетики свідчать, що наразі найактивніше розробляються окремі проблеми синергетики тексту (К.І. Белоусов, О.І. Глазунова, І.Ю. Моїсеєва, Г.Г. Москальчук) і дискурсу (М.Ф. Алефіренко, О.Ю. Муратова, Л.С. Піхтовнікова, Є.В. Пономаренко), менш розроблені проблеми синергетики перекладу (Л.В. Кушніна, М.С. Дорофєєва), синергетики мовленнєвих девіацій (В.Е. Пашковський, В.Р. Піотровська, Р.Г. Піотровський), ідіолекту (О.О. Семенець), словотвору (С.М. Єнікєєва), історії мовних змін (Т.І. Домброван). Застосування принципів синергетики у лінгвістиці обумовлено самою природою мови як відкритої динамічної системи, що розвивається, різноманітним її функціям і властивостям.

**Мета цієї статті** – ознайомити дослідників у сфері масових комунікацій з основними категоріями лінгвосинергетики і запропонувати новий погляд на об'єкт дослідження, а саме з міждисциплінарного ракурсу. Сьогодні вчені згодні в тому, що майбутнє – за міждисциплінарними напрямками у науці, оскільки «крос-фертилізація

різних дисциплін створює новий інтелектуальний простір» [7, с. 133]. **Актуальність** такого підходу підсилюється необхідністю епістемологічного оновлення науки про мову як синергетичну систему, а також обумовлюється кардинальними зрушеннями в науковій картині світу, викликаними відкриттями ХХ ст., які уможливили сприйняття навколишнього світу як динамічної, перманентно мінливої надскладної системи, що самоорганізується.

**Викладення основних результатів дослідження.** Перш за все, обґрунтуємо тезу про те, що мова є синергетичною системою. Потім намітимо можливі перспективи дослідження мови ЗМІ у синергетичному ракурсі.

Мова як синергетична система. Синергетичними називаються складні, відкриті, динамічні, нелінійні, нерівноважні, адаптивні системи універсуму, що самоорганізуються і розвиваються. Людська мова так само є синергетичною системою, оскільки має всі зазначені характеристики.

Складність мовної системи не викликає сумнівів. Мова являє собою ієрархічно організовану мегасистему, компоненти якої когерентно пов'язані на всіх структурних рівнях. Складність будь-якої системи визначається не стільки існуванням певної (як правило, великої) кількості різноманітних компонентів, скільки наявністю різноманітних зв'язків і взаємодій між компонентами всередині системи, а також здатністю останніх встановлювати нові (парадигматичні, синтагматичні та ін.) відносини з іншими компонентами, «вбудовуватися» в готові і / або змінювати існуючі та / або створювати нові «контакти». Тим самим складність системи зумовлює її динамічність.

Мова перебуває в стані динаміки, піддаючись впливу як внутрішніх, так і зовнішніх чинників зміни і розвитку. Мовні рівні, внаслідок неоднакових з точки зору темпу змін складників їх підсистем, виявляють різну чутливість і стійкість до зовнішніх впливів, здатних (або нездатних) привести систему до нестійкого стану і викликати якісні зміни окремих компонентів, частин або всієї системи в цілому.

Для збереження життєздатності і функціональності система повинна бути не тільки рухливою, динамічною, але й гнучкою, адаптивною, тобто здатною підлаштуватися під мінливі зовнішні умови, вносити відповідні корективи в свою внутрішню структуру і діяльність, шукати нові можливості гармонійного (рівноважного) існування в зміненому середовищі. Динамічність, гнучкість, адаптивність системи, а також різноманітність зв'язків між компонентами системи – все це входить до поняття складності.

Складність системи, крім динамічності й адаптивності, також передбачає її відкритість як здатність обмінюватися з зовнішнім середовищем інформацією, енергією та / або речовиною. Давно помічено, що в світі все взаємопов'язано і що предмети і явища можуть розглядатися як окремо існуючі тільки умовно і лише на певному етапі вивчення, бо все суще інтегрується в єдину мережу взаємозв'язків і взаємодій.

Відкритість конкретної мовної системи проявляється, перш за все, в її взаємодії з соціумом, а також з іншими мовними системами та культурами. У мові, головним чином в лексиконі, відо-

бражаються досягнення людини в області науки і техніки. Стрімко зростає вплив на словниковий склад мови засобів масової інформації та мережі Інтернет. Міжмовні контакти, у свою чергу, з неминучістю приводять до різного роду запозичень. В умовах багатонаціонального соціуму і глобальних міграцій населення мова не може не змінюватися. Але тільки до певної міри. Система завжди прагне до самозбереження і виживання. А для цього вона повинна бути відповідним чином організована. Користуючись сучасною термінологією, можна стверджувати, що з метою збереження форми організації системи припустимі лише незначні флуктуації – відхилення в динаміці її компонентів, що не порушують загального порядку, а зберігають притаманний тим чи іншим компонентам системи ступінь субординації.

У разі ж сильних флуктуацій в самій системі в цілому або в її окремих частинах може виникнути стан збурення, що приводить до порушення нестійкої рівноваги і порядку, тобто до хаосу, до критичного стану системи, здатному викликати її якісно нову поведінку. Роль синхронізаторів поведінки системних елементів виконують параметри порядку – константи системи, що визначають «координати» і конфігурацію станів даної системи в даний момент (період) часу і «працюють» на збереження її функціональності.

Параметри порядку скеровують систему через точки біфуркації (тобто зони розгалуження, вибору можливих варіантів розвитку) до найбільш упорядкованих станів – атракторів, що сприяє (нехай навіть тимчасовій) гармонізації стану даної системи. У мові роль параметрів виконують різні граматичні категорії, при цьому з плином часу і як наслідок відкритості мовної системи параметри можуть змінюватися (пор., наприклад, параметр порядку слів в давньоанглійській мові і в сучасній англійській мові).

Визначення мови як синергетичної мегасистеми слід доповнити ще одним поняттям – нелінійність, що викриває ідею багатоваріантності, альтернативності шляхів еволюції, а також її незворотності. Нелінійність мовної мегасистеми проявляється в залежності властивостей і функціонування даної системи від «поведінки» кожного з її елементів. Наявність елементів з так званими ступенями свободи, які виступають основною причиною непередбачуваності подальшої поведінки даних елементів, ускладнює прогнозування поведінки системи в цілому.

Отже, людську мову можна визначити як відкрити, динамічну, нелінійну, нерівноважну мегасистему, що складається з безлічі складноорганізованих, різновікових систем і підсистем, що ко-еволюціонують в різному темпі і керуються певними параметрами порядку з метою збереження стабільності і функціональності системи в цілому.

Мова як засіб масової комунікації. Вище були розглянуті характеристики мови як синергетичної системи. Зараз зупинимося на функційному навантаженні мови в сучасному суспільстві і можливих перспективах дослідження суспільної комунікації в площині еволюційно-синергетичної парадигми.

Відомо, що мова виконує низку функцій, одна з яких – обслуговувати спілкування людей, служити засобом оформлення, збереження і передачі інформації у часі і просторі.

У сучасному суспільстві комунікативні процеси відбуваються у системі кількох координат. Можливо виділити міжперсональну комунікацію (людини з людиною) і надперсональну комунікацію (адресантом виступають широкі маси людей), комунікацію вербальними і невербальними (наприклад, візуальними) засобами та ін. Саме вербальна комунікація є основним різновидом спілкування у суспільстві. Вона виконує широкий спектр функцій, як-то: фатична, інформативна, персуазивна, пропагандувальна, агітаційна, розважальна тощо. Інформація, якою обмінюються члени суспільства, також є гетерогенною та складноструктурованою і включає науково-технічну, економічну, соціально-політичну, ідеологічну та інші види [детальніше див.: 1; 2; 6; 8; 10; 11; 13]. Єдиного визначення інформації не існує, і це стає зрозумілим з огляду на складність аналізованого поняття. Інформація – це не тільки конкретне знання про предмет спілкування, але й *інтерпретація* певних уявлень про нього. Остання відкриває можливість для фактично необмеженої свободи оперування фактами для досягнення поставлених (не завжди благородних) цілей.

Сучасні процеси світової інтеграції, відомі як глобалізаційні процеси, змінюють формати спілкування і вносять суттєві корективи у засоби оформлення (кодування) та передачі інформації реципієнтові. До того ж процес комунікації є багатовекторним. Нові технологічні можливості вже створили низку мережевих об'єднань у інтернет-просторі, що уможливило перехід до полілогу у віртуальних спільнотах. Дослідження інтернет-комунікації з позицій синергетики дозволить представити процес спілкування у новому ракурсі, переосмислити природу і форми комунікації у категоріях самоорганізації, відкритості та мінливості, порядку і хаосу, фазових переходів тощо.

Сьогодні очевидним є стрімке зростання ролі журналістики, яка із допоміжної у тоталітарному суспільстві стає «самодостатньою, самостійною галуззю духовного й матеріального виробництва» [9, с. 56] у демократичному, постіндустріальному суспільстві. Журналістика визначається як «соціальний інститут, створений з метою забезпечення всебічного й об'єктивного інформування всіх суб'єктів суспільного життя про соціальну дійсність, що необхідне для оптимального функціонування всіх інших соціальних інститутів і суспільства в цілому як саморегульованої (тобто синергетичної – Т.Д.) системи» [там само, с. 39]. Важливим є представлення сучасної журналістики як «складної системи органів масової інформації, що дедалі ускладнюється», при тому «поява нових елементів у ній пов'язана не тільки з простим збільшенням кількості одиниць, але й зміною якісного стану системи в цілому» [там само, с. 84]. Замічено, що розвиток журналістики відбувається дуже стрімко: «Журналістика сьогодні вже не та, що була вчора, а завтра вона стане не такою, як сьогодні. Її розвиток відбувається такими швидкими темпами, що теорія не встигає осмислювати всі особливості її нинішнього стану» [там само, с. 84]. Зазначене повною мірою свідчить про синергетичні властивості цієї системи (нелінійність розвитку, відкритість, адаптивність, динамічність тощо), а, отже, про можливість застосування синергетичної методології для її подальшого вивчення.

Окремим науковим напрямом студій в історії науки може стати виділення і дослідження етапів формування журналістики в різних регіонах України та в інших країнах світу, стрімке набуття нею міждисциплінарного характеру (що вже виводить дослідження журналістики у синергетичну площину!), виникнення журналістської освіти та нових спеціалізацій. Вважаємо перспективним висвітлення історії становлення журналістики (в тому числі і регіональної) як синергетичного процесу, на який чинять опір чисельні зовнішні та внутрішні фактори різної онтології.

І ще один із багатьох можливих векторів подальших наукових досліджень із залученням синергетичної методології. Високодинамічна інформаційна епоха сучасності не лише відкрила широкий доступ до різного роду інформації, але й принесла з собою нові типи протистояння – так звані кібервійни та мережні війни. Для останніх характерна кластерна (мережна) форма організації, відсутність лідера, високий ступінь гнучкості і здатність до самоорганізації для спільних, так званих ройових атак [див.: 6; 13].

Отже, актуальності набуває дослідження різновидів інформаційної війни – війни, що спрямована на розкиткування стабільності тих чи тих систем (економічних, фінансових, політичних тощо) шляхом впливу на їхні керівні параметри, формування нових атракторів і скеровування цих систем на «потрібну» траєкторію.

**Висновки.** Журналістика взагалі і ЗМІ зокрема значним чином впливають на суспільно-історичні процеси, чим відіграють важливу роль у суспільстві. Нові обрії у дослідженні історії становлення журналістської професії, умов зародження і розвитку регіональної журналістики, особливостей побудови текстів ЗМІ тощо відкриває синергетика як теорія самоорганізації складних систем. З цих позицій уможлиблюється інтерпретація журналістського процесу як синергетичного – відкритого, динамічного, нелінійного, нерівноважного, здатного до самоорганізації і саморегулювання. Залучення категорій синергетики висвітить об'єкт дослідження у новому ракурсі та сприятиме отриманню додаткового знання про аналізоване явище.

## Список літератури:

1. Владимиров В.М. Основы журналистики в понятиях и комментариях. Луганск: Изд-во ВУГУ, 1998.
2. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 1999.
3. Домброван Т.И. Язык в контексте синергетики: Монография. Одесса: КП ОГТ, 2013.
4. Домброван Т.И. Развитие языка как информационной синергетической системы / Т.И. Домброван // Лингвистика XXI столетия: нові дослідження і перспективи / НАН України, Центр наукових досліджень і викладання іноз. мов; редкол.: А.Д. Белова (голов. ред.) та ін. – К., 2012. – С. 83-90.
5. Домброван Т.И. Что дает синергетика науке о языке? / Т.И. Домброван // Язык и культура. Научный интернет журнал Центра исследования лингвокультурологии и переводоведения Философского фак-та Прешовского ун-та, г. Прешов, Словакия. Jazyk a kultura. Číslo 12/2012. Режим доступа: [http://www.ff.unipo.sk/jak/rus/actualnecislo\\_r.html](http://www.ff.unipo.sk/jak/rus/actualnecislo_r.html).
6. Квіт С.М. Масові комунікації. К.: ВД «Києво-Могилянська академія», 2008.
7. Князева Е.Н., Курдюмов С.П. Основания синергетики: Человек, конструирующий себя и свое будущее. М.: КД «ЛИБРОКОМ», 2011.
8. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М.: «Аспект Пресс», 2002.
9. Михайлин І.Л. Основы журналистики. Київ: Центр учбової літератури, 2011.
10. Москаленко А.З. Теорія журналістики. К.: Експрес-Об'ява, 1998.
11. Нечаєва Н.В. Історія української журналістики : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015.
12. Пименова М.В., Кондратьева О.Н. Концептуальные исследования. Введение. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011.
13. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації / Г.Г. Почепцов; 2-е вид., доп. К.: Вид. центр «Київський університет», 1999.
14. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава: Довкілля-К, 2008.

**Домброван Т.И.**

Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова

## ЭВРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЛИНГВОСИНЕРГЕТИКИ В ИССЛЕДОВАНИИ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

### Аннотация

Цель статьи – познакомить исследователей в сфере массовой коммуникации с основными категориями лингвосинергетики и предложить новый взгляд на объект исследования, а именно с позиций междисциплинарности. Актуальность такого подхода усиливается необходимостью эпистемологического обновления науки о языке как синергетической системе и обуславливается кардинальными смещениями в научной картине мира, вызванными открытиями XX в., которые способствовали восприятию окружающего мира как динамичной, перманентно изменчивой, сложной, самоорганизующейся системы. Методологически статья базируется на принципах и категориях синергетики, а также на понимании коммуникации как синергетического процесса. Обоснован тезис о том, что язык является синергетической системой. Очерчены возможные перспективы исследования языка СМИ в новом, синергетическом ракурсе.

**Ключевые слова:** синергетика, лингвосинергетика, синергетические системы, социальные коммуникации, журналистика.



**Dombrovan T.I.**

Odessa I.I. Mechnikov National University

## HEURISTIC POTENCY OF LINGUISTIC SYNERGETICS FOR MASS MEDIA STUDY

### Summary

The purpose of the article is to acquaint those studying mass-media communication with main categories of linguistic synergetics and to propose a new view of the object of analysis, namely a synergetic approach. This also calls for an epistemic renewal of the study of language as a synergetic system, caused by cardinal shifts in a scientific perception of the world as a dynamic, permanently changing, self-organizing complex megasystem. Methodologically, the article is based on principles and categories of synergetics and interprets communication as a synergetic process. The author proves that language is a synergetic system and outlines vectors of further investigation of regional journalism, as well as mass-media language in a new, synergetic paradigm.

**Keywords:** synergetics, linguistic synergetics, synergetic systems, social communication, journalism.

УДК 821.09(477)(092)

## ЛІТЕРАТУРНО-КРИТИЧНІ ВИСТУПИ МИХАЙЛА МОГИЛЯНСЬКОГО НА СТОРІНКАХ ЧАСОПISУ «КНИГАР»

**Зелік О.А.**

Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г. Короленка

У статті аналізуються літературно-критичні праці М. Могілянського, опубліковані на сторінках часопису «Книгар». Зосереджується увага на жанрових особливостях матеріалів, уміщених на сторінках журналу. У роботі досліджується вплив часопису «Книгар» на становлення літературної критики в Україні. Актуальність дослідження обумовлюється потребою вивчення ціннісних орієнтирів та критеріїв оцінки, якими послуговувався у творчій практиці Михайло Могілянський. Простежено, як естетична концепція автора відображалася у його критичних текстах.

**Ключові слова:** літературна критика, літературно-мистецька періодика, огляд, рецензія, естетична концепція.

**Постановка проблеми.** Михайло Могілянський (1873–1942) – самобутня постать в історії української культури кінця XIX – початку XX століття. Митець залишив по собі обсяжний літературний, публіцистичний, літературознавчий і літературно-критичний спадок. На жаль, праці вченого, розпорошені у періодичних виданнях, лише спорадично долучаються до характеристики й аналізу суспільно-політичного і мистецького життя країни окресленого періоду.

Журнал «Книгар» на початку XX століття займав помітне місце у популяризації літератури і української книжки. Дослідники неодноразово наголошували, що часопис надавав можливість висловити свою позицію представникам різних літературних угруповань та естетичних таборів. На думку Лесі Демської-Будзуляк, естетична програма часопису мала витоки ще в ранньому українському модернізмі; на ідейному рівні – це була пропаганда європейського дискурсу, філософії індивідуалізму, свободи творчості, емансипації від Росії; на естетичному – сповідували культ краси, схильність до психологізму [3].

У літературознавстві утвердилася думка, що навколо «Книгара» гуртувалися майбутні неокласики. Аналіз історичних, історико-літературних, критичних, мемуарних, епістолярних дже-

рел засвідчує тривалу співпрацю та спільність поглядів на шляхи розвитку української літератури М. Могілянського і неокласиків. Письменника зазвичай називають «симпатиком групи» (Н. Полонська-Василенко), «неокласиком другої хвилі» (Р. Корогодський), «членом вільної академії» (В. Скуратівський) і т.ін. У журналі «Книгар» Могілянський друкує рецензії на наукову і художню літературу, літературознавчі статті.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Часопис «Книгар» перебуває у колі наукових інтересів українських журналістико- та літературознавців. Так, Т. Гринівський досліджував часопис «Книгар» як осередок вивчення видавничої справи в Україні періоду визвольних змагань (1917–1920 рр.); у контексті становлення українського книжкового руху «Книгар» вивчали Т. Ківшар, С. Петров, В. Чорній, М. Тимошок та ін.; Н. Матвієнко, І. Савченко зосередили увагу на часописі у контексті історіографії книговидавництва в Україні революційної доби; Л. Рева досліджував часопис «Книгар» як зразок літературно-художньої періодики. Т. Гундорова, С. Павличко, Л. Демська-Будзуляк, М. Стріха розглядали вплив часопису на формування української літературної критики. Сучасні дослідники звертають увагу на репрезентацію індивідуальних нарати-

вів, естетичних платформ і способів реагування на тогочасні суспільно-історичні і мистецькі події представників української інтелектуальної та політичної еліти. Наприклад, С. Іваницька досліджувала публікації Сергія Єфремова на сторінках аналізованого часопису.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Публікації Михайла Могилянского у часописі «Книгар» не були предметом самостійного дослідження. Кость Копержинський наголошував, що дослідження літературної критики «допомагає поставити дане літературне з'явище та й письменника на соціальний ґрунт. Мало ознайомитися з самими літературними пам'ятниками – важливо знати, як розуміли той чи інший твір за різних обставин соціального життя» [4, с. 31]. Вважаємо, що системне дослідження наукової, публіцистичної і літературно-критичної спадщини Могилянского сприяє розумінню українського літературного процесу початку ХХ століття і дослідженню історії української журналістики.

**Мета нашого дослідження** – проаналізувати публікації Михайла Могилянского у часописі «Книгар», охарактеризувати жанрові особливості публікацій, простежити ідейно-естетичну концепцію автора.

**Виклад основного матеріалу.** Перший український бібліографічний часопис «Книгар» виходив у Києві з вересня 1917 р. по березень 1920 р. За цей час «Книгар» зажив славу одного з найвизначніших літературно-мистецьких видань. Програмні цілі часопису були визначені у першому числі: «Виявляється справді пекуча потреба в спеціальному періодичному органі, який би займався виключно справами видавництва, був би спокійним і безстороннім літописом нашого письменства і давав би змогу кожному, кому близькі інтереси нашої літературної творчості, бути в курсі цієї справи» [1, с. 1].

Першим редактором часопису був В. Королів-Старий (1917–1919, ч. 1–18), а потім – М. Зеров (1919–1920, ч. 19–31). Михайло Могилянский опублікував у «Книгарі» некролог з приводу смерті М. Євшана, рецензії на белетристичні писання А. Кримського, оповідання С. Васильченка, брошуру Петра Стебницького «Рік Вернігори», дослідження Д. Дорошенка «П.О. Куліш, його життя і літературно-громадська діяльність» та ін., а також представив наукову студію «Григорій Сковорода в українській літературі».

«В історії народів бувають такі критичні періоди, коли «старе» хитається в усіх своїх підвалинах, «нове» не несе нормального поступу ідеалів, вироблених віками народного життя, але погрожує їм цілковитою руїною, повною загибеллю. Думка кращих синів народу в такі часи тривожно, нервово шукає рятунку», – такими роздумами Михайло Могилянский розпочинає свою статтю, присвячену Григорію Савичу Сковороді [7, с. 5]. Відомо, що постать українського філософа стала однією із центральних у літературно-критичному дискурсі доби модернізму. Саме у філософії творці нової естетики намагалися відшукати проєкцію ідей, задумів, цілей, настроїв і почуттів, які формували світогляд і шукання сучасної людини.

Літературознавство початку ХХ століття зацікавлювало увагу на творенні елітарної культури

та необхідності виходу вітчизняного мистецтва на європейський контекст із збереженням національно-культурної своєрідності. А оскільки «європейський світ був породжений з ідеї розуму, тобто з духу філософії» [14, с. 476], то і українські митці відчували необхідність віднайти в національній успадкованій системі цінностей ті риси, що єднали вітчизняне письменство зі світовим. Спільних джерел шукали насамперед в літературі, ставлячи перед собою мету «великі твори розгадати і відповідним способом показати світові» (Л. Білецький).

Етико-філософське осмислення ідей Сковороди українськими модерністами почали осмислюватися в 20-х роках ХХ століття. На цей час Могилянский на запрошення ВУАН уже повернувся до Києва і став активним учасником культурно-мистецького життя міста. У «київський період» учений особливо зблизився з «неокласиками», які «прагнули відновити ідеали високої «книжності», властиві для староукраїнського письменства» [2, с. 16], відродити традицію елітарного світогляду Г. Сковороди.

Серед «неокласичного кола» найбільше уваги науковому дослідженню постаті Сковороди приділяв В. Петров. Цікавим є той факт, що робота Могилянского вийшла друком у тому ж числі «Книгаря», що і перша стаття Петрова («Література про Сковороду») із циклу праць, присвяченого мандрівному філософові.

Дослідження літературознавця має два вектори: особливості філософського світогляду Сковороди та рецепція його духовного досвіду національною культурною традицією. Науковець наголошує, що ставить перед собою завдання літературознавчі: не досліджувати філософію мислителя, а простежити вплив та розвиток її ідей у творах українського художнього слова.

Філософія Сковороди стала для України «самостійною творчою концепцією, що її значення переходить за рамки його часу» [15, с. 302]. В оцінці Могилянского Сковорода і його ідеї стали своєрідним символом української культури, тому увагу вчений зосереджує головню на рецепції поглядів мислителя в літературній творчості інших митців. Вплив світовідчуття і світорозуміння давньоукраїнського мислителя на формування світогляду окремих митців і всієї української літератури ілюструє прикладами творчості Шевченка і Квітки, Котляревського і Гулака-Артемовського, Марка Вовчка і Леоніда Глібова, і «вже у зовсім сучасного художника Коцюбинського».

Т. Гундорова вважає, що Могилянському вдалося довести, що «після Сковороди відбулася зміна всієї ідеологічної парадигми українства» [2, с. 97]. «Великий вплив мандрівного філософа позначається на всьому розвитку нової української літератури» – наголошує дослідник [7, с. 14]. Літературознавець дошукувався розуміння і оперування смислами сквородинівського вчення у літературних творах, наголошував, що ці ідеї знову і знову вступають у потік культури. Такий підхід надавав ідеям українського філософа статусу культурологічної теорії.

Заслужують на увагу рецензії науковця на літературознавчі і наукові дослідження. Так, у поле зору М. Могилянского потрапили дослідження «Куліш, його життя й літературно-про-

мадська діяльність» Д. Дорошенка (№ 11, 1918), «Рік Вернигори» П. Стебницького (№ 22, 1919), «Боротьба і порозуміння між релігією та природничими науками» А. Пфанкухе (№ 28, 1919).

Михайло Михайлович стежив за виходом у світ науково-критичної літератури про Пантелеймона Куліша, перевидань його творів. Учений, рецензуючи, не лише представляв науковий твір, а й осмислював і оцінював його в контексті сучасного наукового знання. Дослідження Д. Дорошенка ученого приваблює як «майстерно змальований портрет велетня українського відродження» [11, с. 657]. Високо оцінюючи рецензовану працю, Могиланський «найбільшою вартістю розвідки» вважає «спокійний, цілком об'єктивний тон, позбавлений полеміки з хибами й помилками, яких на довгому шляху літературно-громадської діяльності Куліша було не мало», проте закидає колезі «свідоме ухиляння від заглибини в психологічне вивчення своєї теми» [11, с. 657]. Загалом дана рецензія носить інформативний, презентаційний характер, покликана ознайомити з «однією з найцікавіших книжечок, що з'явилися на нашому книжковому ринку в останні часи» [11, с. 657].

«Не часто доводиться читати такі глибоко-змістовні речі, та ще й написані з таким натхненним переконанням», – так починає аналіз виданої окремою брошурою статті П. Стебницького, яка до цього друкувалася на сторінках «ЛНВ» [12, с. 1465]. Могиланський відзначає не лише майстерну літературознавчу інтерпретацію «глибокого й темного твору» польського поета С. Виспенського «Wesele», а й зауважує уміння П. Стебницького розгорнути широку перспективу для українських національних завдань. Ця публікація досить стисла, і має характер рецензії-анотації.

Михайло Могиланський дуже серйозно ставився до наукової літератури, тому рецензія на дослідження доктора філософії Пфанкухе має критичний характер. На думку вченого, філософ у своїй роботі подекуди лише ставить питання, не розробляючи їх, пропонує читачеві аналіз, який не можна визнати вичерпним, тяжіє до схематичного викладу [10].

Погляди Михайла Могиланського на функції і завдання літературної критики найповніше відображені у статті-некролозі пам'яті М. Євшана (№ 28, 1919 р.). Учений глибоко шанував талан і науковий хист колеги, тому висловлював щирий сум з приводу перерваного «багатонадійного життя». Могиланський оцінював естетичну парадигму критика як таку, що підпорядковувала красі усі завдання мистецтва.

Дослідник відзначав, що Євшан поставив собі за мету «оборону прапора мистецтва», з «властивою йому завзятістю ніс прапор творчості культури», обстоюючи ідеал «неминучої потреби іншої естетичної культури для творчості, культури, яка б вивела нас знов на свіже повітря, дала нам знов

здоров'я душі» [8, с. 1951]. Дослідник відзначав у Євшана безмежну щирість та привабливе невпинне горінням вічно шукаючого шляхетного духу, природний художній смак, совісне студювання наукових дисциплін та невпинну працю, натхненну шуканням правди. Могиланський наголошує, що Євшан обстоював тезу естетичного дієвого мистецтва, і з висоти цього ідеалу оцінював явища української літератури. Імпонувала вченому і здатність критика об'єктивно оцінювати явища літератури: «з сучасних авторів Євшан дуже високо ставив Кобилянську, але те не перешкоджало йому критично ставитись до її творчості», «Євшан виявив тонке і глибоке критичне розуміння Кобилянської як художника» [8, с. 1952]. Та найбільшою заслугою критика, на думку Могиланського, є сформований ним літературно-критичний метод, який застосовувався до оцінки літературних творів.

Проте оцінка творчої спадщини критика не завжди компліментарна. Закидає учений М. Євшанові подекуди односторонність й певну простолінійність; непотрібний войовничо-полемічний тон; брак історичної перспективи в історико-літературних працях.

Цікавими з точки зору аналізу літературних творів є рецензії М. Могиланського на художні твори А. Кримського і С. Васильченка, розміщені в № 28 «Книгаря» за грудень 1919 р. Якщо оповідання С. Васильченка критик характеризує як такі, що «виблискують усіма кращими прикметами художнього таланту автора: запашною, барвистою, музичною мовою, умінням маленький кавалок звичайної дійсності піднести до глибоко зворушуючого змісту, перетворивши його в горні своєрідної ніжної мрійності й оригінального світопочуття» [9, с. 1924], то «Бейрутські оповідання» А. Кримського називає позбавленими сили художніх узагальнень, зауважує, що «щира правда спостережень не відбивається на художньо-упевнюючій силі його писань» [5, с. 1924], а авторові закидає фотографічну, а не мистецьку фіксацію, що не здатна перетворитися на художнє узагальнення.

**Висновки і пропозиції.** Аналіз публікацій М. Могиланського на сторінках часопису «Книгар» дозволяє стверджувати, що у творчій практиці вченого відбувається зрощення наукової та публіцистичної критики. У літературно-критичних статтях Могиланського домінує естетична оцінка творів, науковий метод Могиланського – культурно-історичний, базований на увазі до літературних фактів, їхніх зумовленостей та зв'язків. Рецензії на наукові і літературно-художні твори розкривають бачення Могиланським стратегічних цілей українського літературознавства початку ХХ століття. Потребує подальшого вивчення співпраця М. Могиланського із періодичними виданнями різних типів, а також аналіз того, як теоретико-літературні розмисли вченого корелюють із його творчою практикою.

## Список літератури:

1. Вступ // Книгар. – 1917. – Ч. 1 (вересень). – С. 1-5.
2. Гундорова Т. Проявлення слова. Дискурсія раннього українського модернізму / Тамара Гундорова. – К.: Часопис «Критика», 2009. – 447 с.
3. Демська-Будзуляк Л. Методологічні особливості літературної критики в Україні 10–20-х років ХХ століття / Леся Демська-Будзуляк // Studia Methodologica : [науковий збірник] / гол. Р. Гром'як. – Тернопіль: ТНПУ, 2011. – Вип. 33. – С. 22-28.

4. Копержинський К. Українське наукове літературознавство за останнє десятиліття. 1917–1927 / Кость Копержинський. – К., 1929. – 34 с.
5. Могілянський М. Белетристичні писання А. Кримського / Михайло Могілянський // Книгар. – 1919. – № 28. – С. 1923–1925.
6. Могілянський М. Відповіді на Анкету Академії Наук УРСР, Постійної комісії для складання біографічного словника діячів України / Мих. Могілянський // Відділ рукописів Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. – X, 5807, 3 стор.
7. Могілянський М. Григорій Сковорода в українській літературі / М.М. Могілянський // Книгар. – 1920. – № 1–3. – С. 5–14.
8. Могілянський М.М. Євшан (Федюшка) (некролог) // Книгар. – 1919. – № 28. – С. 1951–1952.
9. Могілянський М. С. Васильченко. Оповідання. Куди вітер віє, Дві казки // Книгар. – 1919. – № 28. – С. 1925–1926.
10. Могілянський М. А. Пфанкухе. Боротьба і порозуміння між релігією та природничими науками // Книгар. – 1919. – число 28. – С. 1944 – 1945.
11. Могілянський М. Дорошенко Д. П.О. Куліш, його життя й літературно-громадська діяльність // Книгар. – 1918. – № 11. – С. 657.
12. Могілянський М. Петро Стебницький (Петро Смуток). Рік Вернігори // Книгар. – 1919. – № 22. – С. 1465.
13. Могілянський М. Чернетка автобіографічного нарису / Мих. Могілянський // Відділ рукописів Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. – Ф. 131, № 2(11).
14. Попович М. Модерн і постмодерн: філософія і політика / Мирослав Попович // Дух і Літера. – 2002. – № 9–10. – С. 467–490.
15. Чижевський Д. Історія української літератури (від початків до доби реалізму) / Дмитро Чижевський. – Тернопіль, 1994. – 480 с.

### **Зелик О.А.**

Полтавський національний педагогічний університет  
імені В.Г. Короленко

## **ЛИТЕРАТУРНО-КРИТИЧЕСКИЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ МИХАИЛА МОГИЛЯНСКОГО НА СТРАНИЦАХ ЖУРНАЛА «КНИГАР»**

### **Аннотация**

В статье анализируются литературно-критические труды М. Могиланского, опубликованные на страницах журнала «Книгар». Сосредотачивается внимание на жанровых особенностях материалов, помещенных на страницах журнала. В работе исследуется влияние журнала «Книгар» на становление литературной критики в Украине. Актуальность исследования определяется необходимостью изучения ценностных ориентиров и критериев оценки, которыми пользовался в творческой практике Михаил Могиланский. Прослежено, как эстетическая концепция автора отображалась в его критических текстах. **Ключевые слова:** литературная критика, литературно-художественная периодика, обзор, рецензия, эстетическая концепция.

### **Zelik O.A.**

Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University

## **LITERARY-CRITICAL PERFORMANCES OF MYKHAILO MOHYLANSKYI IN THE “BOOK-SELLER” PERIODICAL PAGES**

### **Summary**

The article embraces the thorough analysis of Mykhailo Mohylanskyi literary-critical studies, published in the “Book-seller” periodical pages. Crucial attention is paid to genre peculiarities of materials, embodied in the latter. The fact the “Book-seller” periodical influenced the Ukrainian literary critique was logically ascertained. The actuality of the research is mainly based on the necessity of the disquisition of value reference points’ as well as evaluation criteria, used in the Mykhailo Mohylanskyi practical experience. The peculiarities the author’s aesthetic conception has reflected in his critical texts were under the deep examination.

**Keywords:** literary critique, literary-artistic periodicals, review, opinion, aesthetic conception.

УДК 378:070-047.22:32-027.21

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ПОЛІТОЛОГІВ В УМОВАХ ВИЩОЇ ШКОЛИ

Гльченко А.М.

Полтавська державна аграрна академія

В статті розкриваються поняття «медіаосвіта», «медіаграмотність», «медіакомпетентність», «медіакомпетентність майбутнього політолога». Висвітлюється вплив мас-медіа на сучасну політичну сферу суспільства. Ідеться про доцільність впровадження медіаосвіти як невід'ємної складової професійної підготовки бакалаврів політології. Описуються особливості формування медіакомпетентності фахівців політології в умовах вищої школи. Пропонується, для формування їх медіакомпетентності, вивчення навчальної дисципліни «Мас-медіа та політика». Визначаються знання та вміння, якими повинні опанувати здобувачі вищої освіти спеціальності «Політологія» для підтримки відповідного рівня майбутньої професійної діяльності.

**Ключові слова:** політолог, вища школа, медіаосвіта, медіаграмотність, медіакомпетентність, критичне мислення.

**Постановка проблеми.** Сучасні тенденції реформування, модернізації вищої освіти для її розвитку й удосконалення, визначаються європейськими вимогами та зумовлюють перехід від традиційної репродуктивної моделі навчання у вищій школі до розвиваючої конструктивної моделі, націленої на результат – формування гармонійної особистості, здатної до вільного орієнтування в суспільстві, самореалізації, самовираження, самостійного прийняття правильних, морально-відповідальних рішень як у професійній діяльності, так і житті загалом. Тому, наразі спостерігається стратегічна переорієнтація освітньої діяльності, спрямована на формування у здобувачів вищої освіти фахових і загальних компетентностей. Особливе місце серед цих компетентностей надається медіакомпетентності, оскільки кожна особистість у сучасному світі має бути підготовлена до вмілого й безпечно користування інформаційно-комунікаційними технологіями та системами мас-медіа, що стрімко розвиваються і мають значний вплив на соціалізацію, освіту, виховання молодого покоління.

Медіаосвіта є головним пріоритетом освітньої політики в Україні, визначається чинниками соціально-політичного та економічного характеру, а саме: стрімкими змінами в українській і світовій економіці, реорганізацією системи вітчизняного виробництва; реформуванням української системи освіти згідно вимог європейського освітнього простору; протидією сучасній інформаційній агресії [3]. Відповідно, Національною академією педагогічних наук України рекомендовано започаткувати шкільну, позашкільну медіаосвіту, впровадити медіаосвіту в процес підготовки здобувачів вищої освіти. Отже, медіаосвіта є невід'ємною складовою професійної підготовки й бакалаврів політології, а питання формування у них медіакомпетентності набуває актуальності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні аспекти медіаосвіти та методологічні засади формування медіакомпетентності особистості досліджують вітчизняні й зарубіжні науковці та практики: О. Волошенюк, І. Доніна, В. Іванов, А. Іщенко, А. Єрмоленко, М. Кузьміна, В. Кульчинська, Г. Майборода, В. Манту-

ленко, М. Матвійчук, Л. Найдюнова, Г. Онкович, Дж. Поттер, В. Протопопова, А. Сулім, І. Фатєєва, А. Федоров, інші. Ними визначено поняття медіакомпетентності як особистісне утворення, що включає в себе знання про медіа, уміння і навички їх практичного застосування, досвід використання в різних сферах діяльності; розроблена класифікація показників медіакомпетентності особистості; висвітлені умови розвитку медіаграмотності та медіакультури [6].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Аналіз науково-методичної літератури показав, що дослідження з питань використання різноманітних медіа (супутникове й цифрове ТБ, відео, кіно, комп'ютерний та стільниковий зв'язок, Інтернет, графіка, музика, радіо тощо) проводилися науковцями в навчально-виховному процесі загальноосвітніх навчальних закладів і вищої школи, а питання необхідності формування медіакомпетентності висвітлювалися, в основному, в процесі підготовки сучасних педагогів. Медіаосвіта майбутніх політологів і питання формування у них медіакомпетентності розкриті науковцями недостатньо, що й зумовило вибір теми дослідження.

**Формулювання цілей статті** (постановка завдання). Головною метою цієї роботи є висвітлення особливостей формування медіакомпетентності, як рівня медіакультури та необхідної складової професійної підготовки бакалаврів політології в умовах вищої школи.

Відповідно до мети було визначено наступні завдання: здійснити аналіз теоретико-методологічної і науково-педагогічної літератури з обраної проблеми; висвітлити поняття медіаосвіти та медіакомпетентності; визначити основні принципи формування медіакомпетентності та її компоненти, що мають бути сформовані у здобувачів вищої освіти спеціальності «Політологія».

**Виклад основного матеріалу дослідження.** 21 квітня 2016 року Президією Національної академії педагогічних наук України, для формування медіаграмотності і медіакультури населення, була схвалена нова редакція Концепції впровадження медіаосвіти в Україні. У Концепції висвітлені основні терміни, мета, завдання, форми і принципи медіаосвіти, пріоритетні на-

прями її розвитку, етапи та умови реалізації вихідних положень, що були розроблені з врахуванням завдань, визначених у документах ЮНЕСКО: Паризькій програмі-рекомендації з медіаосвіти ЮНЕСКО (2007 р.), Феській декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності (2011 р.), Паризькій декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху (2014 р.) та резолюції Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрової інформації (2008 р.) [2]. Основна мета Концепції – сприяння розбудові ефективної системи медіаосвіти, що має стати фундаментом гуманітарної безпеки нашої держави, об'єднання громадянського суспільства, формування медіаінформаційної грамотності, медіакомпетентності, медіакультури громадян [5].

Нині у науковій літературі існує чимало визначень поняття «медіаосвіта», «медіаграмотність», «медіакомпетентність». В Українському педагогічному словнику С. Гончаренка медіаосвіта пояснюється як «напрямок у педагогіці, представники якого виступають за вивчення школярами закономірностей масової комунікації (преси, телебачення, радіо, кіно тощо)» [1, с. 203], з метою підготовки молодого покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, сприймання й розуміння медіаінформації, усвідомлення наслідків її впливу на особистість [1, с.203]. У Концепції впровадження медіаосвіти в Україні зазначається, що «медіаосвіта – це частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно-опосередковане спілкування, Інтернет, мобільна телефонія) медіа, з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій» [5]. Медіаосвіту як діяльнісний процес розвитку і саморозвитку особистості, спираючись на засоби масової інформації, їх матеріали, визначає Г. Онкович [8, с. 80]. Науковець зауважує, що впровадження професійно-орієнтованої медіаосвіти, надання здобувачам вищої освіти знань з медіаінформаційної грамотності дозволяє належним чином сформувати медіакомпетентність для підтримки відповідного рівня майбутньої професійної діяльності [8, с. 83].

Отже, саме завдяки медіаосвіті формується медіакультура особистості, що включає в себе медіаграмотність та медіакомпетентність. Як зазначається в Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, медіаграмотність – це «уміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, успішно здобувати необхідну інформацію, свідомо сприймати і критично тлумачити її, розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують» [5, с. 4]. Медіакомпетентність – це уміння ефективно взаємодіяти з медіапростором, правильно розуміти, оцінювати інформацію, аналізувати, передавати її іншим, дотримуючись медіакультурних цінностей, уподобань і стандартів [5, с. 4].

Мас-медіа здійснюють значний вплив на сучасну політичну сферу суспільства: політичний стан, ідеологію, рівень політичної культури, освіченості тощо, і є сполучною ланкою між політичними акторами і громадянами держави. Засоби масової інформації, що є значущими в політико-комунікативному просторі, мають прямий вплив на політичну поведінку громадськості та виконують функції: інформаційну, комунікативну, контрольну, регулятивну, рекламно-довідкову, ідеологічну, функцію формування громадської думки [9]. Важливим є те, щоб медіаінформація про політичні процеси та події висвітлювалися ЗМІ об'єктивно, цілісно, не намагаючись змінити думку адресата комунікації. Тоді кожен громадянин зможе, проаналізувавши політичні факти, прийти до власних висновків, сприяючи тим самим активному розвитку демократії у країні.

Проводити системний аналіз, оцінку суспільно-політичних подій, підвищувати політичну грамотність політичних діячів і інших громадян держави, формувати уявлення про політичні цінності та норми у суспільстві, використовуючи засоби мас-медіа, є завданнями політолога як громадського експерта, вченого чи спеціаліста в галузі практики політичного життя. Тому, формування медіакомпетентності у здобувачів вищої освіти спеціальності «Політологія» є важливою складовою їхньої професійної підготовки.

Медіакомпетентність майбутнього політолога – це інтегративна особистісно-професійна якість фахівця політології, що визначає його здатність діяти в системі «політична реальність – політолог – медіа – суспільство», відповідно до засвоєних медіазнань та умінь, що сприяє продуктивній професійній діяльності.

Однією з вагомих особливостей процесу формування медіакомпетентності майбутніх політологів є впровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес. В Полтавській державній аграрній академії, з метою засвоєння бакалаврами політології базових норм, функцій та інструментів мас-медіа в сучасному суспільстві та політичному житті, передбачено вивчення вибіркової професійного спрямування навчальної дисципліни «Мас-медіа та політика». Предметом вивчення даної дисципліни є: закони, методи, технології та сфери функціонування політичних комунікацій у сучасному світі та Україні.

Основними завданнями навчальної дисципліни «Мас-медіа та політика» визначені: розкриття проблематики та наукового інструментарію сучасних мас-медіа, показу різнобічного впливу на важливі аспекти політичних явищ; з'ясування місця й ролі мас-медіа в сучасному політичному просторі, їхнього впливу на перебіг політичного процесу загалом та на демократизацію українського суспільства.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми навчальної дисципліни «Мас-медіа та політика» у бакалаврів політології мають бути сформовані: 1) знання: основних понять, принципів та методів функціонування ЗМІ, провідних моделей та сучасних технологій політичної комунікації, законодавчого поля діяльності українських та зарубіжних мас-медіа, циркуля-

ції суспільно-політичної інформації; 2) вміння: розуміти і аналізувати складні процеси функціонування мас-медіа у суспільстві, вести моніторинг різних джерел (телерадіоновин, друкованих ЗМІ, інтернет-видань тощо), здійснювати політологічний аналіз подій, що відбуваються в країні й поза її межами та складати прогнози розвитку подальших подій і політичної ситуації, розробляти програми для проведення аналізу політичної дійсності (анкетування, інтерв'ю, соціологічні опитування тощо).

Формування медіакомпетентності майбутніх політологів визначається специфікою соціально-політичної діяльності, тому має базуватися на наступних принципах:

1) особистісного соціально-психологічного підходу (врахування вікових, індивідуальних і соціально-психологічних особливостей особистості, її медіа-уподобання, рівень сформованості медіа- та політичної культури);

2) перманентного оновлення змісту (врахування постійного розвитку інформаційних технологій, змін у системі мас-медіа, використання актуальних інформаційних прецедентів, поточних політичних новин, сучасних комплексних медіафеноменів тощо);

3) пріоритету морально-етичних цінностей (захист суспільної моралі і людської гідності, протистояння жорстокості й різним формам насильства, агресії, утвердження загальнолюдських цінностей, формування політичної свідомості, ціннісне ставлення особистості до суспільства і держави, до людей, природи, мистецтва, праці та самої себе);

4) пошанування національних традицій (врахування національної та етнологічної специфіки медіапотреб, розвиток національної культури, зростання престижності україномовного спілкування);

5) патріотизму (формування і зміцнення національної ідентичності, консолідації суспільства, свідомої громадянської патріотичної позиції особистості);

6) формування громадянської спрямованості особистості, її видів: космополітичну, патріотичну, націоналістичну та шовіністичну;

7) продуктивної мотивації (поєднання творчого сприймання медіа з розвитком здатності створювати власну медіапродукцію з метою її подальшого використання в спільноті) [5; 7, с. 27].

Наступною особливістю формування медіакомпетентності майбутніх політологів є взаємодія з медіатекстами, розвиток уміння критично їх аналізувати, вміло використовувати. Тому, в процесі фахової підготовки бакалаврів політології доцільно розвивати уміння, виділені відомим американським медіапедагогом С.Дж. Береном, проаналізовані А. Федоровим, а саме: 1) здатність і готовність сприймати і розуміти зміст медіатекстів, незалежно від їх складності, уміння «фільтрувати» інформацію; 2) розуміти силу впливу медіатекстів на суспільство; 3) здатність розрізняти емоційну й аргументовану реакцію при сприйманні інформації; 4) розвивати компетентне припущення про зміст медіатексту; 5) здатність сприймати медіатексти критично, незалежно від того, наскільки є впливовими їх джерела [10, с. 22].

Слід враховувати, що при формуванні медіакомпетентності у здобувачів вищої освіти значну роль також відіграє досвід. Отже впродовж професійної підготовки фахівців політології потрібно приділяти увагу: 1) досвіду пізнавальної сфери, що передбачає знання про медіа, їх функції і вплив на суспільство; 2) досвіду практичного спілкування з медіа; 3) досвіду творчої діяльності, що дозволяє самостійно створювати нові медіатексти; 4) досвіду емоційно-ціннісних відносин, що дає можливість інтерпретувати медіатексти, спираючись на власні цінності й переконання [10]. Це досягається поєднанням теоретичної підготовки з практичною. Так, для здобувачів вищої освіти передбачено дві навчальні і дві виробничі практики. Практична підготовка бакалаврів політології спрямована на їх ознайомлення зі специфікою майбутнього фаху, закріплення теоретичних знань, здобутих в процесі навчання, забезпечення безперервності та послідовності набуття й удосконалення практичних навичок і вмінь, оволодіння фаховими й загальними компетентностями, зокрема й медіакомпетентністю, професійним досвідом для забезпечення готовності до самостійної трудової діяльності.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальшого розвитку.** Медіакомпетентність політолога – це рівень медіакультури, що забезпечує розуміння фахівцем соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа; це здатність використовувати в професійній діяльності знання з політології у сфері мас-медіа, уміння аналізувати, критично осмислювати, об'єктивно оцінювати і представляти різні типи медіатекстів щодо політичного життя суспільства, визначати вплив різних мас-медіа на формування громадської позиції.

Формування медіакомпетентності фахівців політології залишається пріоритетним у процесі їх професійної підготовки. Основними компонентами медіакомпетентності майбутніх політологів є: 1) пізнавальний – знання мас-медіа, уміння самостійно здобувати, аналізувати інформацію при плануванні та реалізації власної діяльності в різних життєвих ситуаціях, уміло її використовувати, інтерпретувати, оцінювати, презентувати; 2) морально-демократичний та етичний – формування інформаційного світогляду особистості, медіакультури, використання механізмів і засобів, які сприяють самовираженню, самореалізації, саморозвитку, саморегуляції, самовихованню, людяності для безпечної взаємодії з іншими людьми, природою, соціумом; 3) психологічно-соціальний – розуміння впливу мас-медіа на різні категорії населення та соціальні групи суспільства, уміння самостійно й активно організувати роботу з ними, керувати власними емоціями; 4) комунікативний – здатність будувати ефективне спілкування, подавати інформацію, коректно висловлювати власну позицію в діалозі і в публічному виступі з повагою до етнічних, професійних, особистісних та інших людських цінностей [11]. Подальші дослідження передбачаються у напрямі вивчення методологічних основ розвитку медіаграмотності у здобувачів вищої освіти спеціальності «Політологія» в процесі їх професійної підготовки.

**Список літератури:**

1. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник / С.У. Гончаренко. – К.: Вид-во «Либідь», 1997. – С. 203.
2. Іванов В. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / Іванов В., Волошенко О., Кульчинська Л. – К.: АУП, ЦВП, 2011. – 58 с.
3. Іщенко А.Ю. Медіаосвіта як чинник підвищення якості освіти та засіб протистояння гуманітарної агресії. Аналітична записка / А.Ю. Іщенко // Національний інститут стратегічних досліджень. Відділ гуманітарної безпеки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1795/>.
4. Єрмоленко А.О. Медіакомпетентність як необхідна складова професійної майстерності сучасного педагога / А.О. Єрмоленко // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Вип. № 137 (Серія: Педагогічні науки). – Чернігів: ЧНПУ ім. Т.Г. Шевченка, 2016. – С. 330-333.
5. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / Схвалено постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року, протокол № 1-7/6-150 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/).
6. Медіаобразование и медиакомпетентность: слово экспертам / Под ред. А.В. Федорова. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. педаг. ин-та, 2009. – 232 с.
7. Медіаосвіта соціальних педагогів: навчально-методичний посібник. / Автори-укладачі: Г.Я. Майборода, М.М. Матвійчук. – Черкаси: ФОП Гордієнко Є.І., 2014. – 90 с.
8. Онкович Г. Професійно-орієнтована медіаосвіта у вищій школі / Г. Онкович // Вища освіта України. Теоретичний та науково-методичний часопис, № 2(53), 2014. К.: Вид-во «Педагогічна преса». – С. 80-87. (80).
9. Тимерманис І.Е. Политология: учебник для бакалавров / И.Е. Тимерманис. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 701 с.
10. Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / А.В. Федоров. – М.: Изд-во МОУ ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. – 616 с.
11. Aufenanger Stefan. Lernen mit den neuen Medien – Perspektiven für Erziehung und Unterricht [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.lmz-bw.de/fileadmin/user\\_upload/Medienbildung\\_MCO/fileadmin/bibliothek/aufenanger\\_lernen/aufenanger\\_lernen](https://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/aufenanger_lernen/aufenanger_lernen).

**Ильченко А.М.**

Полтавская государственная аграрная академия

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ ПОЛИТОЛОГОВ В УСЛОВИЯХ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ****Аннотация**

В статье рассматриваются понятия «медиаобразование», «медиаграмотность», «медиакомпетентность», «медиакомпетентность будущего политолога». Освещается влияние масс-медиа на современную политическую сферу общества. Речь идет о целесообразности внедрения медиаобразования как неотъемлемой составляющей профессиональной подготовки бакалавров политологии. Описываются особенности формирования медиакомпетентности будущих политологов в условиях высшей школы. Предлагается, для формирования медиакомпетентности, изучение дисциплины «Масс-медиа и политика». Определяются знания и умения, которыми должны овладеть студенты в процессе изучения данной дисциплины.

**Ключевые слова:** политолог, высшая школа, медиаобразование, медиаграмотность, медиакомпетентность, критическое мышление.

**Pchenko A.M.**

Poltava State Agrarian Academy

**FORMATION OF THE MEDIA COMPETENCE OF FUTURE POLITICAL SCIENTISTS IN HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS****Summary**

The notions of «media education», «media literacy», «media competence», «media competence of future political» are considered in the article. The author describes the influence of mass media on the modern political sphere of society. The article highlights the problem of the need for the formation of the media competence of future political scientists as a part of their professional skill. Study of the discipline «Mass Media and Politics» for the formation of media competence is offered. Knowledge and skills of the discipline for specific purpose «Mass media and Politics» are determined. Development of media competence of future political scientists in higher educational establishments is described.

**Keywords:** political scientist, higher educational establishments, media education, media literacy, media competence, critical thinking.



УДК 32:070(44):(438)

## НАПОЛЕОН І ЙОГО БАЧЕННЯ ВЛАДИ. НАПОЛЕОНІВСЬКА ПРОПАГАНДА У ДЕРЖАВІ – САТЕЛІТИ НА СХОДІ ЄВРОПИ, У ПОЛЬСЬКІЙ ДЕРЖАВІ – ВАРШАВСЬКОМУ КОРОЛІВСТВІ

Ковальчик Р.В.

Інститут історії Лодзького університету (Польща)

Наполеон вважав, що сильна влада не може дозволити існування незалежної преси. Тому після приходу до влади закрити усю незалежну пресу, залишивши тільки кілька видань, зокрема чотири пропагандистські трибуни „Gazette de France“, „Journal de l'Empire“, „Journal de Paris“ і „Moniteur“. Пропагандою були охоплені всі форми комунікації: преса, книги, друковані листівки та прокламації, державні події, релігія і школи, мистецтво – дуже популярні тоді монументи, театр, поезія і навіть риторика. Все це для того, щоб формувати погляди і свідомість французів. Після заснування Варшавського Королівства всі форми пропаганди були перенесені з Франції на польський ґрунт. У Польському Королівстві преса могла презентувати лише офіційну державну позицію. Так з'явилися офіційні урядові щоденні газети. Будували пам'ятники, всі події стали частиною офіційної пропаганди. Використовувалася кожна подія – іменини імператора, річниця битв, день народження сина Наполеона – короля Риму, щоб створити єдиний правильний образ держави. Владі дуже швидко вдалося запровадити всі форми наполеонівської пропаганди на польських землях.

**Ключові слова:** Наполеон, пропаганда, Варшавське Королівство, проурядова преса, формування свідомості.

Наполеон, отримавши владу, не збирався підтримувати свободу преси, яка розвинулася в період Французької революції. Вважав свободу преси, погляди письменників, журналістів, усіх людей пера надто небезпечними носіями бунтівних поглядів. Тому, здобувши владу ще у статусі консула, вирішив розправитися із незалежними газетами. Намагався реалізувати це шляхом заборони великих тиражів і цензурування змісту публікацій на сторінках видань. Наполеон розумів, що зміст статей на сторінках газет, це форма боротьби за душу. Битву за душу, за свідомість, за нові погляди і побудову нового суспільства Імперії французів Наполеон мав виграти. Коли боровся за владу, то в Парижі було 70 періодичних видань, а вже на початку 1800 року було їх лише 13 [13, 52].

Однак навіть ті кілька, що залишилися, були для Наполеона загрозою. Тому запровадив превентивну цензуру. Редакції були скорочені до кількох осіб, котрі були контрольовані і подавали повідомлення, які підтримувалися владою, представляли провладну позицію. Наполеон цінював пресу як інструмент пропаганди. Тому лише чотири паризькі щоденні газети „Gazette de France“, „Journal de l'Empire“, „Journal de Paris“ oraz „Moniteur“, в який дописував сам Наполеон, стали офіційною трибуною пропаганди династії Бонапартів. У них друкувалися урядові розпорядження та укази. Ці газети поширювалися великою кількістю накладів за кордон і навіть безплатно. „Monitor“ не доходив до масового читача. Ця газета частково фінансувалася урядом. Заснована для інформування еліт чужих держав і формування у них образу могутньої держави, зосередженої довкола Наполеона, її володаря, творця нового порядку.

Наполеон використовував для поширення офіційної пропаганди всі можливі форми сприйняття, комунікації, формування нових суспільних поглядів французів. У результаті у цей процес було втягнуто пресу, книги, урядові видання, прокламації, державні події, релігію, школу

і вчителів, мистецтво, театр, художню літературу, навіть риторіку. Усе це для того, щоб формувати образ Наполеона – рятівника народу, визволителя, героя [14, 171-183].

У департаментах було засновано нові офіційні періодичні видання – щоденні газети департаментів. Вони подавали офіційну інформацію з Парижа – про державні події, яку мали поширювати нижчі органи державної адміністрації. Армія, яка була опорою влади Наполеона, стала також об'єктом пропаганди через різноманітні прокламації і друковані бюлетені. Їх поширювали серед офіцерських та підофіцерських кадрів.

Наполеон також контролював слово шляхом жорсткої цензури театру. Заборонив спектаклі, які було визнано такими, що містять антинаполеонівський зміст. Одночасно підтримувалися вистави, які містили апофеоз наполеонівської влади, які з ентузіазмом описували Наполеона. Репертуаром займалася поліція. Часто в останню хвилину змінювалися тексти виступів артистів на підмостках театрів. Цензура була завжди на сторожі. Тому у багатьох спектаклях цензори змушували артистів до виголошення текстів, дописаних до вступу або закінчення спектаклю. Згідно з культом Наполеона, з мистецькими формами, які з'явилися тоді в усій Європі на основі антично-імперської традиції, такі саме спектаклі тоді домінували.

Наполеон підтримував також панегірично-монументальне малярство, камерну скульптуру і монументальні форми скульптури (пам'ятники,obelіски, тріумфальні арки), широко розвивав оздоблювальне мистецтво (пам'ятні медалі, прикраси). У часи Наполеона били пам'ятні медалі при кожній нагоді. Це було пов'язано з поширеними державно-династійними урочистостями. Наприклад – відзначення річниць, іменин, зокрема іменин імператора Наполеона у піднесеній і помпатичній формі. Офіційне святкування стало інституційним фундаментом культу Наполеона, важливим складником державної пропаганди [8, 158-162].

Ще з часів республіки пропаганді служила релігія і духовенство. Наполеон, втягуючи релігію в колісницю своєї політики і діючої пропаганди, використав досвід часів Республіки. Саме Наполеон створив засади новітньої системи пропаганди. На той час це була система, яка формувала нову систему суспільства. Вона впливала більшою мірою на нижчі верства суспільства, на селян, на солдатів селянського походження, ніж на тодішні еліти [4, 128-134].

Саме цю свободу на багнетах принесли на польські землі солдати Наполеона. Вони були далекі від ідеалу і свободи часів Республіки. З тих часів прийшла лише форма боротьби з феодалною структурою європейських держав. Проте в 1807 році саме така Франція примандрувала разом із тисячами солдатів Великої Армії до Польщі [5, 56-59].

Війна з Прусією в 1806 році і потім у 1807 – з Росією зблизила Францію з Польщею. Для Наполеона перенесення воєнних дій на польські землі, де мала відбутися вирішальна битва між Росією і Францією, здобуття прихильності поляків було пріоритетним. Розвідка не залишала сумнівів у тому, що поляки не підтримували Францію і Наполеона, тому що образ Наполеона був в серцях поляків однозначний. Він не пошанував їх за участь у боях на боці Франції в Люневільському мирному договорі, скерував польські бригади на Сан Домінго і став причиною смерті тисячі польських солдат на Антильських островах [13, 52].

Тому запанування над душами поляків було дуже важливим. Наполеон усвідомлював, що після перемог над прусами в 1806 році, вирішальними у війні з IV коаліцією будуть бої на польських землях. Довіра поляків йому була потрібна для продовження боротьби з прусами і росіянами. Він запросив до Берліна ген. Яна Генріха Домбровського і Юзефа Вибицького. І йому вдалося. Слова Наполеона – “Побачу, чи поляки гідні того, щоб бути вільним народом” – кардинально змінили ставлення поляків із неприязні на прихильність.

Політичні еліти тогочасної Європи сумнівалися в тому, чи вдасться Наполеонові повернути прихильність поляків. У Лондоні, Відні і в Петербурзі розраховували на невдачу Наполеона щодо поляків. Однак його чекав успіх. Серед поляків поширилися ейфорія, пов'язана з відновленням віри у відродження польської держави за допомогою наполеонівських військ. Ніхто інший їм тієї можливості не пропонував. Генерал Домбровський вже в листопаді 1806 року прислав з Берліна до Познані розпорядження щодо приїзду Наполеона до столиці Великопольського регіону. Зайнявши польські землі, він підніс польську справу на європейський рівень. Зробив це для поширення своєї влади на схід. Він не визволив Польщу, а захопив її на своїх умовах. Політична ситуація зумовила те, що в Польщі вибухло повстання, яке прискорило прихід Польщі у руки Наполеона в 1806 році. Після цього пропаганда почала називати Наполеона „визволителем” і „воскресителем незалежної Польщі” [11, 65].

У листопаді 1806 року в Познані гучно вшановували приїзд Наполеона. Охорону імператора забезпечували кінні відділи, які склалися із представників найвідоміших шляхетських родин Познанського департаменту. Мешканці і вій-

ськова влада виставили на шляху Наполеона так звані “арки тріумфальні”, на яких було написано “Переможцю Маренго, Аустерліцу, Йени – Визволителю Польщі”. Найбільш характерним був той, котрий показував польського шляхтича в традиційному одязі з шаблею і феніксом, який символізував відроджену Польщу [3].

Метою наполеонівської пропаганди в Королівстві було формування серед польської суспільної думки пронаполеонівської позиції. Французький імператор дбав про свій образ і був свідомий його значення. Йому була дуже потрібна підтримка поляків. Тому його представляли як героя, який символізував свободу, позбавленим недоліків, який прагнув відбудувати не тільки могутню Францію, але й покращити умови життя усіх народів, які звернуться до нього за допомогою. Все це робилося для того, щоб жоден із поляків не сумнівався у щирості намірів Бонапарта. Контролювали і керували локальною пропагандою зазвичай вищі військові чини. Керували пропагандою в усьому Варшавському герцогстві на початку командир III корпусу Великої Армії маршал Луї Нікола Даву, а також французи Луї-Етьєн Вінсент де Миньола, Жан-Шарль Серра, Луї П'єр Едуард барон Біньон, Домінік-Жорж-Фредерік Дюфор де Пард [9, 140].

У Варшавському герцогстві наполеонівська пропаганда мала інший розголос, ніж в інших державах наполеонівської Європи. Втрата незалежності Польщі в кінці 18 ст. спричинила те, що в пропаганді було зроблено особливий акцент на культ Наполеона і національно-визвольний аспект, спрямований проти окупантів, проти прусів, австрійців і згодом росіян. Також було зроблено сильний акцент на месіанізм. Варшавське герцогство – васальне утворення, позбавлене закордонної політики, залежне від Парижа, сприймалося поляками як початок відродження польської державності. Поляки отримали заміник незалежної держави, в якому адміністрацію складали поляки, а не пришельці з Берліна, Відні чи Петербургу. Законодавчі акти видавали поляки, армія була польська, шкільне навчання відбувалося польською мовою, настало відродження польської культури. Ніхто інший таких умов полякам не запропонував. По відношенню до інших держав, охоплених владою Наполеона, Варшавське герцогство мало певну контрольовану Парижем свободу.

Усі ці фактори спричинилися до того, що легко вдалося піднести Наполеона на п'єдестал. Наполеонівська пропаганда дуже швидко досягнула успіху. Вдалося прищепити культ Наполеона як переможця, героя, щирого щодо вирішення польського питання. Його подавали як героя, що символізував свободу, позбавлений недоліків, прагнув могутності Франції і покращення життя інших народів. Це мало лише одну мету – щоб поляки не мали сумнівів щодо намірів Наполеона відбудувати польську державу і забезпечити їм добре життя. Тому поляки легко піддалися агітації, яка пливла з Парижу про те, що Наполеон поверне їм їх батьківщину.

Поляки в той час було надто релігійними, тому для пропаганди це також було використано. В урочистих костюмних промовах глорифікували також особу Наполеона. Зачитували фрагмен-

ти літературних творів та газетних публікацій. Використовували такі фрагменти також і на товариських зустрічах і громадських подіях. Часто ці події організовували самі поляки Александер Ходкевич, Станіслав Замойський, Марцін Бадені, Томаш Островський та інші. Приходили на зустрічі письменники, поети, літератори Людвік Осінський, Кастан Козьміан, Францішек Венжик, Людвік Кропінський, Францішек Моравський, Антоній Горецький, Алойзи Фелінський [12, 18].

В період Варшавського герцогства пропагандистська діяльність мала різну потужність і силу. Все залежало від політичної та військової ситуації. Першим етапом формування і поширення так званої білої пропаганди Наполеона були останні місяці 1806 року і перше півріччя 1807 року, коли вирішувалася доля польських земель. Це період піднесення польського ентузіазму щодо створення прообразу (замінника) польської держави – Варшавського герцогства. Він був сповнений урочистостей на честь Наполеона і його родини, військових парадів. Навіть заміна пруських орлів на одвічний польський герб – білого орла на будинках адміністрацій перетворилася на гучні урочистості на честь Наполеона. В деяких містах на честь Наполеона було збудовано тріумфальні арки, як наприклад в Шамотулах.

Майже в усіх містах Королівства від Познані до Плоцька, відбувалися урочистості з приводу річниці прийняття конституції 3 травня. У багатьох були збудовані постаменти і погруддя Наполеона. У Варці на честь французького імператора головну площу міста було названо його іменем. Міська влада вирішила поставити тут йому пам'ятник. У столиці відкриття пам'ятника і погруддя Наполеона закінчилося виставою “Андромеда” Людвіка Осінського з музикою Юзефа Ельснера. В деяких містечках, як наприклад у Каменську каліського департаменту і Курніку познанського департаменту синагоги відкрили постаменти, зроблені винятково єврейськими громадами [7].

Перемога під Фрідланде, підписання Тильзитського миру і день народження імператора французів стали приводом чергових парадів на честь Наполеона. У Варшаві в суботу 15 серпня 1807 року відбувся урочистий парад за участі полків першого легіону легкої кавалерії гвардії Вінцента графа Красінського, варшавської гвардії і кінноти Варшавського герцогства на чолі з кавалерією полковника Константі Пшебендовського, який закінчився встановленням пам'ятника Наполеонові як воскресителю Польщі, натуральної величини. Пам'ятник представив Наполеона, посланого Божою опікою, з правого боку якого знаходився озброєний у шоломі, який символізував Польщу, а з лівого боку – Мінерва, яка символізувала Францію, тримала в одній руці щит з французьким орлом, а в другій – меч, піднесений для удару по ворогах. Були використані образи французьких імперських орлів, бджіл, сфінксів, лебедів, часто додавалися монограми „N”, все із додаванням сарматської символіки [7].

До війни 1809 року був період стагнації. Пропаганда не була такою активною, як у перший період відновлення Варшавського герцогства, коли агресивною агітацією намагалися здобути душі поляків. Проте культ Наполеона був надалі

головним і з наближенням чергової річниці імператора в містах і містечках Варшавського герцогства організовувалися урочистості. Одночасно із середовища військових виїшла ініціатива побудови пам'ятника Наполеонові. Ініціатором побудови мармурового монументу Наполеона поблизу Каліша „для найбільшого з Героїв” [15, 3] мали стати офіцерські кадри ген. Юзефа Зайончка з Каліської легії. Це мала бути “справа важлива не тільки для 2 Легіону, але й для всього народу” [1]. Проте справжнім ініціатором будівництва пам'ятника Наполеонові в Калішу був ген. Зайончек. Зайончек зумовив той факт, що концепцію будівництва висунули офіцери Каліської Легії. Зайончек тією ініціативою хотів привернути увагу як маршала Даву, так і самого Наполеона. Робив це, щоб звернути увагу на себе. Врешті пам'ятник так і не був збудований, хоч Зайончек ошукував своїх солдатів, вимагав, щоб частину винагород віддавали на пам'ятник, домагався державних дотацій з каліського департаменту і від уряду [2]. Про його справжні інтенції свідчила пізніша вірнопідданість Зайончка царю Олександрю I.

У наступний період з 1809 року пропаганда була найбільш патріотичною. Посилася профранцузька пропаганда знову в 1812 році, коли вірили, що прийшов момент відбудови Польщі. Так звана друга польська війна активізувала пропаганду, спрямовану проти Росії і росіян, котрих почали представляти як варварів, на яких як представник західного світу наступає з Великою Армією Наполеон, відбудовуючи при цьому давню Польщу [13, 82].

Всі ці елементи наполеонівської пропаганди: ілюмінації наполеонівських свят, феєрверки, паради, тріумфальні в'їзди французьких і польських командирів до міст, визволених із рук завойовників не зникли відразу після поразки Наполеона. Вони залишилися в театрі, малярстві, скульптурі, літературі. Картини Яна Суходольського і Войцеха Коссака яскраво показують спадщину наполеонівської пропаганди у Варшавському герцогстві. Апофеоз Наполеона, настрої надії, які тоді запанували серед поляків, що підтримували всюдисущу наполеонівську пропаганду, яка обмежувала свободу, залишилися до сьогоднішнього дня в серцях і свідомості поляків. Тоді вірили, що всеохопна пропаганда була складником нового суспільства – нової Польщі, які міг воскресити тільки Наполеон. Міф Наполеона дотепер живе у свідомості і серцях поляків, у колективній пам'яті поляків. Жоден правитель чужої держави не мав такого великого впливу на уявлення поляків, як Наполеон. Бо жоден не вважався визволителем і надією на свободу. На польських землях не зберігся жоден пам'ятник тієї політики. Однак пам'ять про Наполеона зумовила те, що навіть історики не заперечують того факту, що Тріумфальна Арка в Слесині була збудована на честь Наполеона Бонапарта, визволителя Польщі. Хоч це і не так, бо насправді був збудований на честь короля Вестфалії, який йшов на Москву – брата Наполеона – короля Ієроніма. Але це один із міфів, який дозволив зберегти Польщу в серцях поляків, зберегти надію на свободу і незалежну державу упродовж довгих років неволі і окупації Росії, Німеччини та Австрії.

**Список літератури:**

1. AGAD, Militaria z Czasyw Księstwa Warszawskiego, sygn. 26, k. 7.
2. AGAD, Rada Ministrow Księstwa Warszawskiego, sygn. 110, k. 35.
3. Archiwum Główny Akt Dawnych, Archiwum Niemojewskich, sygn. 8dc, k. 1; Gazeta Poznańska (1806), Nr 100 (28 listopada 1806 r.)
4. Censer J.R., Hunt L. Liberty, Equality, Fraternity. Exploring the French Revolution, Penn State University Press, 2001.
5. Ciepłńska K. Zwyczaje i obyczaje Nowych Francuzów Napoleona w Księstwie Warszawskim, Łydź, 2010.
6. Gazeta Korespondenta Krajowego i Zagranicznego (1807), Nr 62, s. 813; Nr 66 s. 859-860; Nr 68, s. 875-876.
7. Gazeta Korespondenta Krajowego i Zagranicznego (1807), Nr 19, s. 235; Nr 24, s. 299; Nr 28, s. 351; Nr 30, s. 387-388; Nr 33, s. 423-424, 430; Nr 35, s. 455; Nr 36, s. 459, 463-465; Nr 37, s. 472-473; Nr 38, s. 496; Nr 39, s. 500; Nr 40, s. 517; Nr 41, s. 527; Nr 45, s. 581; Nr 53, s. 705-706 Holtman R.B. Napoleonic propaganda, Louisiana State University, 1950.
8. Instrukcje i depeze rezydentów francuskich w Warszawie 1807–1813, opr. Marcei Handelsman. Kraków, 1914.
9. Kowalczyk R. Koncepcja wybudowania pomnika Napoleona w Kaliszu. Znane i nieznanne karty z dziejów prac nad pomnikiem Napoleona w Księstwie Warszawskim, Studia Humanistyczno-Społeczne, pod red. W. Saletry, t. 4. Kielce, 2010.
10. Koźmian K. Pamiętniki od r. 1780 do 1813, t. 2. Poznań, 1958.
11. Kraushar A. Salony i zebrania literackie warszawskie na schyłku XVIII – go i w ubiegłym stuleciu. Warszawa, 1916.
12. Lepkowski T. Propaganda napoleońska w Księstwie Warszawskim, Przegląd Historyczny 53/1, 1962.
13. Lyons M. Napoleon Bonaparte and the Legacy of the French Revolution, St. Martin's Press, 1994.
14. Stefański K. Pomnik Napoleona w Kaliszu. Kalisz, 1929.

**Ковальчик Р.В.**

Институт истории Лодзького университета (Польша)

## **НАПОЛЕОН И ЕГО ВИДЕНИЕ ВЛАСТИ. НАПОЛЕОНОВСКАЯ ПРОПАГАНДА В ГОСУДАРСТВЕ-САТЕЛИТЕ НА ВОСТОКЕ ЕВРОПЫ, В ПОЛЬСКОМ ГОСУДАРСТВЕ – ВАРШАВСКОМ КОРОЛЕВСТВЕ**

**Аннотация**

Наполеон считал, что сильная власть не может позволить существование независимой прессы. Поэтому после прихода к власти расправился с независимой прессой, оставив только несколько наименований, из которых четыре официальных издания, пропагандистские трибуны: „Gazette de France“, „Journal de l'Empire“, „Journal de Paris“ и „Moniteur“. Пропаганда охватила все формы коммуникации: прессу, книги, печатные открытки и прокламации, государственные праздники, религию, школы, искусство: включая очень популярные монументальные памятники, театр, поэзию и даже риторику. И все это для того, чтобы формировать взгляды и сознание французов. После создания Варшавского Королевства все формы пропаганды были перенесены с Франции на польский грунт. В Варшавском Королевстве пресса могла представлять только официальную государственную позицию. Также и созданные официальные правительственные издания: ежедневные газеты департаментов. Возносились памятники, все праздники превратились в рупоры официальной пропаганды. Использовалась каждая возможность, в том числе именины императора, годовщины победных битв, рождение сына Наполеона – короля Рима, чтобы создавать едино правильный образ государства. Властям удалось очень быстро привить все формы наполеоновской пропаганды на польской земле.

**Ключевые слова:** пропаганда, Наполеон, Варшавское Королевство, официальные правительственные издания, формирование сознания.

**Kowalchuk R.W.**

Faculty of Philosophy and History of the University of Lodz

## **NAPOLEON AND HIS VISION OF POWER. NAPOLEONIC PROPAGANDA IN A SATELLITE FORMATION IN THE EAST OF EUROPE IN THE STATE OF POLES IN THE DUCHY OF WARSAW**

**Summary**

Napoleon recognized that strong authority could not allow the existence of an independent press. As a result, after coming to power, he cracked down with an independent press leaving only a dozen press titles, including four official, propaganda tubes: "Gazette de France", "Journal de l'Empire", "Journal de Paris" and "Moniteur". Propaganda covered all forms of communication: press, books, printed leaflets and proclamations, national celebrations, religion and schools, art forms including extremely popular monumental monuments, theater, poetry and rhetoric. All this to shape the attitudes and awareness of the French. After the creation of the Duchy of Warsaw, all forms of propaganda were transplanted from France to Poland. In the Duchy of Warsaw, the press could only create an official government line. Similarly, official governmental forms were created: departmental journals. Monuments were built, all festivities became the core of official propaganda. Every occasion was used, including the emperor's name day, anniversaries of victorious battles, and the birthday of Napoleon's son – the king of Rome, to build the only right image of the state. The authorities managed very quickly to transplant all forms of Napoleonic propaganda to Polish lands to the Duchy of Warsaw.

**Keywords:** propaganda, Napoleon, the Duchy of Warsaw, departmental journals, shaping consciousness.

УДК 070.1:32(438)(091)"192"

## РОЛЬ ПРЕСИ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПОЛЬСЬКОГО ПРОМЕТЕЙСЬКОГО РУХУ

Кравченко С.І.

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

У статті розглядається діяльність польського прометейського руху, який виник у 20-ті роки ХХ століття. Його метою було формування блоку антирадянських держав – союзників Польщі. В діяльності руху найбільшу роль відіграла преса. Періодичні видання існували в усіх містах, де діяли осередки прометейзму. Часописи виходили польською, французькою, українською, російською, татарською та іншими мовами. Вони служили трибуною представлення та популяризації концепції прометейзму.

**Ключові слова:** концепція прометейзму, спільний фронт народів, інформаційна діяльність, часописи “Wschyd-Orient”, “Biuletyn Polsko-Ukraiński” та ін.

**Постановка проблеми.** Прометейський рух виник у Європі у 20-ті роки ХХ століття як рух політичний та інтелектуальний, спрямований проти СРСР. Заснували його представники тих народів, які були захоплені більшовицькою Росією і приєднані до радянської імперії. Значну роль у заснуванні руху відіграли представники української еміграції у тісній консолідації і співпраці із польськими політичними діячами. Рух ставив за мету розбудову національно-визвольної діяльності, спрямованої на розпад Радянського Союзу і звільнення народів з-під більшовицької влади, створення ряду незалежних держав між Польщею та Росією, які би служили своєрідним буфером. Головними осередками прометейзму були товариства, організації, наукові інституції, а головними інструментами інформаційної діяльності були періодичні видання.

**Аналіз досліджень.** Більшість написаних на сьогодні польських та українських наукових праць розглядають прометейзм як історичне явище. Це розвідки Сергіюша Мікуліча [10], Юзефа Левандовського [8], Павла Лібери [9], Володимира Комара [1] та ін. Загальній характеристиці преси польського прометейського руху присвячений розділ монографії про польські періодичні видання міжвоєнної доби [4] та кілька наукових статей [2; 3; 5].

**Частина проблеми, якій присвячена стаття.** Організації та осередки прометейського руху існували не лише у Польщі, але й у Франції, Туреччині, Фінляндії та інших країнах. У кожній країні виходили періодичні видання, які слугували головною трибуною представлення концепції прометейзму та поширення його ідей.

**Завдання статті** полягають у тому, щоб показати всю палітру періодики прометейського руху та особливості її наповнення.

**Виклад основного матеріалу.** Батьківщиною прометейської концепції була Польщі. Йшлося про геополітичне положення країни між двома потужними милітаризованими державами – Росією (Радянським Союзом) і Німеччиною, а також про формування табору союзників у протистоянні їх імперським амбіціям. Український історик В.Комар стверджує, що пробудження національно-визвольного руху малих народів, окупованих Росією, та створення ними незалежних держав мало забезпечити Польщі великодержавний статус. Головне місце в концепції прометейзму від-

водилося Україні. Над Дніпром планували утворити незалежну державу, а західноукраїнські землі мали залишитися в складі Польщі [6, с. 29].

Прометейський рух був заснований завдяки активній діяльності у цьому напрямку Уряду Української народної республіки на еміграції у Парижі та Варшаві. Підтримували його також еміграційні осередки Грузії, Азербайджану, Вірменії, Туркменістану, Кубані, Кавказу, поволзьких і кримських татар, інгерманландських фінів та ін. Головні осередки прометейзму знаходилися у Парижі, Варшаві, Стамбулі, Празі, Тегерані, Харбіні, Берліні, Хельсинкі.

У 1926 році в Парижі була заснована організація “Прометей”, діяли товариство “France-Orient”, Комітет незалежності Кавказу у Стамбулі, Комітет дружби народів Кавказу, Туркестану та України, заснований у 1934 р. у Парижі і частково незалежний від “Прометей” [1, с. 299]. Тут виходило два часописи: “Prométhée” (1926–1938) і “La Revue de Prométhée” (1938–1940). Найактивнішими діячами паризького осередку прометейзму були Ное Жорданія, Ян Токаржевський-Карашевич, В'ячеслав Прокопович, Мустафа Шокай, Олександр Шульгин та ін.

У Женеві (Швейцарія) рупором прометейських ідей стала пресова агенція “Ofinor”, керівником якої був український емігрант Михайло Єремій.

З 1928 року керівництво рухом здійснювала організація “Прометей” у Варшаві, яка підпорядковувалася “2-му відділу Генерального штабу Польщі”. Вона мала розгалужену мережу філіалів: Східний інститут, Український науковий інститут у Варшаві, Науково-дослідний інститут Східної Європи і Школа політичних наук у Вільно [1, с. 5].

У Польщі головним осередком прометейського руху був Східний інститут у Варшаві, у якому працювали Роман Смаль-Стоцький, Володимир Сальський, Георгій Накашидзе, Павло Шандрук, Ісхакі Гаяз, Михайло Фролов та ін. Також був заснований Науково-дослідний інститут Східної Європи у Вільнюсі, Український науковий інститут у Варшаві. Осередком популяризації прометейських ідей серед молоді був Орієнтальний гурток молоді.

Засади політики прометейзму почала застосовувати ще у 1921 році, з часу дії Ризького договору, а термін прометейзм почали використовувати від 1926 р. [1, с. 6]. Концепція прометейзму

повстала внаслідок не вигідного геополітичного становища Польщі (між Росією і Німеччиною) і була спробою вибудування зовнішньої і внутрішньої політики нової держави в нових умовах.

Польський дослідник Юзеф Левандовський вважав прометеїзм своєрідним варіантом польського федералізму і водночас першою спробою нормалізації польсько-українських стосунків у Галичині. Сергіуш Мікуліч розглядав прометеїзм як справу європейської політики, яка базувалася на певній світоглядній системі частини польської політичної еліти. Зокрема йшлося про федеративний устрій Польщі, вирішення східних питань, формування толерантної політики у ставленні до національних меншин – застосування механізму державної асиміляції, на відміну від ідеї національної асиміляції, яку пропонували польські народовці.

Ідеологом руху вважається Юзеф Пілсудський. Він сформулював світоглядні орієнтири прометеїзму, був переконаний, що більшовицька Росія довго не існуватиме. Хотів, щоб в умовах розпаду радянської імперії Польща могла стати гарантом миру і незалежності малих народів у регіоні. Тому ставив завдання створити спільний фронт народів, уярмлених Росією, центром якого б стала Польща. Україну бачив ключем до розв'язання питання розпаду імперії. Суперечливість його поглядів стосувалася вирішення українського питання в Галичині, яка розглядалася як частина польської держави [1, с. 129].

Інформаційна діяльність була головним завданням прометейських інституцій та організацій, яку вони реалізовували за посередництвом заснованих періодичних видань.

Першою прометейською організацією був «Союз зближення відроджених народів», який діяв у 1921–1923 роках під негласним керівництвом сподвижника Ю. Пілсудського Тадеуша Голувки. Періодичним органом союзу було видання «Przymierze» («Пшимеже»). Фактично саме члени редакції складали основу організації. Це було перше прометейське видання у Польщі. Газета виходила у Варшаві з 15 серпня 1920 року. У перший рік існування вийшло 20 номерів, упродовж 1921 року вийшов 21 випуск. Формально обов'язки головного редактора виконував Станіслав Седлецький. В редакції співпрацювали Александр Богуславський, Антоній Болеслав Добровольський і Владзімеж Вакар. Реальним творцем видання і редактором, а також автором редакційних статей був В.Вакар. Його погляди формували ідейну позицію редакції в цілому. На сторінках газети був опублікований статут «Союзу зближення відроджених народів», а також декларація співробітництва народів, уярмлених більшовиками. У ній було заявлено мету – об'єднання антирадянської політичної еміграції неросійських народів колишньої російської імперії та їх взаємна економічна та культурна співпраця [7]. Одним із співробітників редакції був відомий польський публіцист і прихильник «зетівського руху» Йоахім Волошиновський.

Видавнича діяльність прометейського руху фінансувалася польською державою. Так, у 1938 році місячні квоти на видавничу діяльність становили 26 752 польських злотих. З них тільки Міністерство закордонних справ надавало

5702 злотих на місяць, Генеральний Штаб Польщі – 8366 злотих місячно [1, с. 48].

Журнал «Prométhée» виходив у Парижі в 1926–1938 рр. як орган Комітету дружби народів Кавказу (Грузія, Азербайджан, Північний Кавказ), України та Туркменістану. Щороку виходило 12 випусків. Головним редактором був Георгій Гважава. У редакції співпрацювали Мір Якуб Мегтієв, Ібрагім Чулік Сулейман, Мустафа Чокаєв, Олександр Шульгін та ін. У жовтні 1938 року з'явився журнал «La Revue de Prométhée», який став продовженням попереднього видання. Головним редактором став О.Шульгін, фінансувалося видання субсидіями від польського уряду.

З 1932 р. в Гельсінкі виходив фінською мовою аналог журналу «Прометей». Його редактором був керівник карельської еміграції Й. Веаа (J. Veaa).

З осені 1925 року до 1940-го у Парижі виходив тижневик «Тризуб» – орган УНР, заснований Симоном Петлюрою та його сподвижниками. Головним редактором був В. Прокопович. У редакції співпрацювали представники української еміграції – члени та прихильники прометейського руху. Як стверджує український історик В.Комар, щомісячні дотації Польщі на це видання становили 3 тис. злотих [1, с. 51].

Найбільше періодичних видань прометеїстів виходило у Польщі. У Варшаві на базі Східного інституту виходив щоквартальник «Wschyd-Orient» з 1930 до 1939 року. Видавався за підтримки Орієнталістичного гуртка молоді. Головним редактором спочатку був Єжи Гедройц, а потім – Владзімеж Бончковський. Пропагував ідеї прометеїзму серед молоді, польської та іноземної інтелігенції. Друкував значну кількість статей про історію і культуру східних народів, України зокрема. Багато писали про міжнародні стосунки, про польську орієнталістику. Інформували про діяльність Східного інституту у Варшаві та Орієнталістичного гуртка молоді. Статті друкувалися різними мовами – польською, англійською, французькою, українською та ін.

З 1932 р. у Варшаві був заснований «Biuletyn Polsko-Ukraiński» з метою інформування про стан польсько-українських стосунків, висвітлення їх перебігу, актуальних проблем та шляхів їх вирішення. Редакція декларувала ідею польсько-українського союзу. Спочатку часопис виходив як місячник, але через півроку став тижневиком. Щомісячно на потреби бюлетеню польська влада видавала 410 злотих [1, с. 50]. Від початку редактором часопису був В. Бончковський. Авторами публікацій тижневика були польські публіцисти і прихильники прометейської концепції Леон Василевський, Адольф Бохенський, Станіслав Лось, Александр Бохенський, Юзеф Лободовський, Пьотр Дунін-Борковський і б.ін. З українців постійним співробітником редакції був Євген Маланюк. Авторами численних публікацій виступили українці Павло Шандрук, Богдан Лепкий, Степан Баран, Володимир Дорошенко, Роман Смаль-Стоцький, Іван Кедрин-Рудницький і б.ін.

Провідною темою бюлетеню була українська історія і культура. Друкувалися численні польські переклади творів української літератури, літературні портрети, мистецькі нариси, огляди літературного процесу. Багато статей було

присвячених історичному минулому України та польсько-українських стосунків, економіці радянської України та політичним переслідуванням українців у Радянському Союзі. Значна кількість публіцистичних текстів аналізувала стан тодішніх польсько-українських стосунків, висвітлювалися проблеми польською внутрішньої політики щодо українців, критикували дії польської влади. Через критичні виступи проти польської влади в кінці 1938 року часопис був закритий.

Його продовженням став місячник «Problemy Europejskiej», який виходив від січня до вересня 1939 року. Головним редактором залишався В. Бончковський. Спіробітниками редакції були П. Дунін-Борковський, Я. Липовецький, Ю. Лободовський, Ч. Ястшембец-Козловський та ін. У порівнянні з бюлетенем це видання мало більш науковий та аналітичний характер. У ньому відсутня поточна інформація. У публікаціях розглядалися важливі проблеми міжнародних відносин, питання економіки, культури та історії.

До часописів, заснованих з метою поширення прометейських ідей, В. Комар відносить також літературно-мистецький журнал «Ми», який виходив у Варшаві та Львові в 1933–1939 роках. Редактором видання був Андрій Крижанівський. Видання користувалося підтримкою діячів УНР та польської влади. У 1937 році фінансова підтримка журналу Міністерством внутрішніх справ становила 1000 злотих [1, с. 52].

З 1 лютого 1936 року почав виходити у Варшаві двотижневик «Myśl Polska», який проіснував до 1939 р. Представляв молоде крило прометейського руху та прихильників політики Ю. Пілсудського. З 1938 р. висвітлював суто прометейські проблеми. Редактором газети був Фелікс Захора-Ібянський.

За підтримки українських представників прометейського руху також виходили у Польщі такі українські видання, як військово-науковий і літературний журнал «Табір», заснований за підтримки Симона Петлюри і редагований Віктором Кушем; збірник Українського воєнно-історичного товариства «За державність», редактор М. Садовський. У Празі виходив неперіодичний журнал «Туртуймося» за редакцією полковника Василя Филоновича.

Близькими до ідей прометеїзму були також польські консерватори (Єжи Гедройц і його однодумці). На сторінках їх варшавських видань «Bunt Młodych» і „Polityka”, які виходили у 30-ті роки, обговорювалися питання польсько-українських стосунків, національної політики польської влади, розбудови могутньої держави і загроз для неї з боку Росії та Німеччини. Тут друкувалися ті ж автори, які виступали на сторінках бюлетеня та інших прометейських часописів – Адольф Бо-

хенський, Пьотр Дунін-Борковський, Александр Бохенський, Мечислав Прушинський та ін.

Крім польської та української періодики, значний сегмент прометейської періодики складала видання представників інших національних меншин. У 1927–1928 роках у Празі виходив журнал «Вольные горцы», у 1928–1934 роках у Парижі і Варшаві виходив журнал «Горцы Кавказа», а в 1934–1939 роках – журнал «Северный Кавказ» турецькою і російською мовами.

З 1928 року поволзькі татари видавали татарською мовою часопис «Милли юл» («Національний шлях»), який у 1930 році перейменований на «Яна Милли Кул» («Новий національний шлях»). На Далекому Сході у 1935 році в Мукдені виходив журнал «Милли Байрак». У Стамбулі в 1927–1931 роках видавався журнал «Сни Туркестан».

З представників української еміграції найактивнішу участь в інформаційній діяльності прометейського руху брали А. Лівичський, Р. Смаль-Стоцький, В. Сальський, П. Шандрук, О. Шульгін, О. Удовиченко, І. Косенко, М. Єремійв, Є. Маланюк, Б. Лепкий, І. Кедрин-Рудницький та ін.

У 30-ті роки після підписання пакту про ненапад з Радянським Союзом і смерті Ю. Пілсудського, Т. Голувки, Н. Рамішвілі суспільне значення прометейських ідей суттєво нівелювалося. Однак ці ідеї мали вплив на зовнішню і внутрішню політику Польщі міжвоєнної доби.

У 40-ві роки продовженням ідей прометейського руху став заснований Антибільшовицький блок народів. Після Другої світової війни колишні учасники руху намагалися відродити прометейський рух: українці – в Мюнхені, поляки – в Лондоні. Однак ці спроби не були успішними. Найяскравіше ідеї прометеїзму були представлені на сторінках польського журналу «Культура», який видавався Є. Гедройцем у Парижі упродовж другої половини ХХ ст., передусім у публіцистиці Ю. Мерошевського, В. Бончковського, Ю. Лободовського та інших авторів.

**Висновки та перспективи.** Прометейський рух був одним із небагатьох в історії політичних рухів, який намагався об'єднати інтереси і прагнення пригноблених народів для реалізації цілей власної держави. Періодичні видання виходили в усіх регіонах, де були засновані осередки прометейського руху, і виконували завдання своєрідної трибуни проголошення і популяризації прометейської концепції. Для цього польські державні структури надавали їм значну фінансову підтримку. Редакційні колективи були місцем консолідації прихильників прометейського руху як з польського суспільства, так і представників еміграції народів колишньої російської імперії. Ідеї, виголошені ними у 20–30-ті роки ХХ ст., залишаються актуальними дотепер і в нових геополітичних умовах набувають нового звучання і нової перспективи.

## Список літератури:

1. Комар В.Л. Концепція прометеїзму в політиці Польщі (1921–1939 рр.). Івано-Франківськ: Місто НВ, 2011.
2. Кравченко С. Єжи Гедройц і часопис «Bunt Młodych» (1931–1939): ідейні засади та прометейська концепція вирішення українського питання // Журналістика : науковий збірник / за ред. Н. Сидоренко. – К.: Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2012. – Вип. 11(36). – С. 59-72.
3. Кравченко Світлана. Літературний вектор міжнародного діалогу на шпальтах часопису «Biuletyn Polsko-Ukraiński» (Варшава, 1932–1938) // Україна і Польща : минуле, сьогодення, перспективи, жовтень 25 2011.

Режим доступу: <https://ukrpolnauka.wordpress.com/2011/10/25/%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D0%B2%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80-%D0%BC%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B3/>.

4. Кравченко С.І. Періодичні видання Польщі 20–30-х років ХХ століття у світлі суспільно-культурних процесів міжвоєнної доби: літературна комунікація, польсько-український діалог. Волинський національний університет імені Лесі Українки. Луцьк, 2009, 508 с.
5. Кравченко С. Україна в геополітичній концепції польських прометеїстів на шпальтах часопису “Biuletyn Polsko-Ukraiński” (Варшава 1932–1938) // Київські полоністичні студії Т. 18. КНУ імені Тараса Шевченка. – К.: Університет «Україна», 2011. – С. 19–28.
6. Прометеїзм // Енциклопедія Історії України. Т. 9. Видавництво Наукова Думка, 2012, с. 29.
7. Kornat Marek U żydeł idei prometejskiej. Związek Zbliżena Narodyw Odrodzonych (1921–1923) // Nowy Prometeusz, Lipiec 20, 2015. Posted in: Historia. Nr. 2, 2012. Z Archiwum Tagged: <http://nowyprometeusz.pl/tag/przymierze/>.
8. Lewandowski J. Imperializm słabości: Kształtowanie się koncepcji polityki wschodniej państwa polskiego 1921–1926. Warszawa, 1967.
9. Libera P. (oprac.). II Rzeczpospolita wobec ruchu prometejskiego, "Wojskowe Teki Archiwalne" t. IV. Warszawa, 2013, 575 s.
10. Mikulicz S. Prometeizm w polityce II Rzeczypospolitej. Warszawa, 1971.

### **Кравченко С.И.**

Восточноукраинский национальный университет имени Лесии Украинки

## **РОЛЬ ПРЕССЫ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛЬСКОГО ПРОМЕТЕЙСКОГО ДВИЖЕНИЯ**

### **Аннотация**

В статье рассматривается деятельность польского прометеийского движения, которое возникло в 20-е годы XX века. Его целью было формирование блока антисоветских государств – союзников Польши. В деятельности движения большую роль имела пресса. Периодические издания существовали во всех городах, где появлялись площадки прометеизма. Пресса выходила на польском, французском, украинском, русском, татарском и других языках. Она служила трибуной для презентации и популяризации концепции прометеизма.

**Ключевые слова:** концепция прометеизма, единый фронт народов, информационная деятельность, периодические издания “Wszydy-Orient”, “Biuletyn Polsko-Ukraiński” и др.

### **Kravchenko S.I.**

East European National University named after Lesia Ukrainka

## **THE ROLE OF THE PRESS IN THE INFORMATION ACTIVITIES OF THE POLISH PROMETHEAN MOVEMENT**

### **Summary**

The article deals with the activities of the Polish Promethean movement, which arose in the 1920s. Its purpose was to form a bloc of anti-Soviet states – allies of Poland. The press played a big role in the movement's activities. Periodicals existed in all cities where platforms of Prometheism appeared. The press was published in Polish, French, Ukrainian, Russian, Tatar and other languages. It served as a platform for the presentation and popularization of the concept of Prometheism.

**Keywords:** the concept of Prometheism, the united front of peoples, information activities, periodicals "Wszydy-Orient", "Biuletyn Polsko-Ukraiński", etc.



УДК 821.161.2.09-92Черкасенко(477.87)«192»

## ЗАКАРПАТСЬКІ СТОРІНКИ ТВОРЧОЇ ТА ГРОМАДСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ С. ЧЕРКАСЕНКА

Кузьма О.Ю.

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

У статті досліджено закарпатський період життя видатного українського письменника-модерніста, педагога, журналіста, публіциста Спиридона Черкасенка. На Закарпатті митець перебував протягом 1923–1929 рр. Визначено роль С. Черкасенка у пошкваленні національно-культурного, громадського життя у Підкарпатській Русі того часу. Простежено його участь у закарпатських україномовних виданнях 20-х рр. ХХ століття. З'ясовано, що діяльність письменника сприяла підвищенню національної свідомості та культурного розвитку жителів Закарпаття.

**Ключові слова:** україномовні видання, національна свідомість, педагогічна спрямованість, виховний потенціал, громадська активність.

**Постановка проблеми.** У біографії С. Черкасенка умовно можна виділити кілька важливих періодів: часи народження, здобуття освіти (південь України – територія сучасної Миколаївщини, на ті часи – Херсонщини), потім – шахтарські селища і міста (Новопавлівка, Василівка, Юзівка), далі – «київський» період, потім виїзд до Відня, далі з 1923 по 1929 рр. письменник проживатиме на Закарпатті, що перебувало натовді у складі Чехословацької Республіки, а з 1929 року – знову чужина. Помре митець у Празі, буде похований на кладовищі поруч із могилами О. Олесья, С. Русової, В. Немировича-Данченка. Як слушно наголосив О. Мишанич, творчі здобутки письменника «перебувають у силовому полі суспільно-політичних і революційних подій в Україні, відбивають основні етапи цих подій, їх злети і падіння» [9, с. 41]. І творчі здобутки, і загалом життєдіяльність С. Черкасенка представляє картину буття людини свого часу, особистості із чітко вираженою громадянською позицією та прагненням прислужитися Україні. «Закарпатський» період у біографії письменника був непростим, сповненим щоденної праці у культурній, освітянській, громадській, письменницькій сферах.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Слід наголосити, що «закарпатський» періоду біографії та діяльності С. Черкасенка детально не простежений. Але в дослідженні цієї проблеми не обійтися без глибоких і ґрунтовних праць Л. Голомб [2], Л. Дем'янівської [3], І. Котяш [6], Ю. Коваліва [7], О. Мишанича [9] та ін. Лідія Голомб у статті «Закарпатська тема в поліфонії національно-соборницьких ідей української лірики» слушно зазначила: «Близько до серця приймав тривоги й болі карпатської землі поет-емігрант С. Черкасенко, котрому в 20-х роках довелося жити і працювати в Ужгороді. Митець високої культури обдарування, С. Черкасенко полюбив Закарпаття, органічно ввійшов у світ політичних, культурних та громадських інтересів краю» [1, с. 302].

**Мета статті** – здійснити аналіз творчої та громадської діяльності С. Черкасенка на Закарпатті, визначити ключові вектори його роботи, а також з'ясувати роль письменника в активізації культурно-освітянського життя у Срібній Землі у 20-ті рр. ХХ століття.

**Виклад основного матеріалу.** Закарпаття значно виграло від того, що в 20-х роках ХХ століття, коли активізуються національні процеси у краї, тут перебували вихідці з інших регіонів великої України: М. Садовський, В. Пачовський, Марійка Підгірянка, І. Панькевич тощо. У 1923 році С. Черкасенко їде до Ужгорода, головного міста Підкарпатської України, що перебувала в ті часи у складі Чехо-Словацької республіки. Тут він знову зустрічається з М. Садовським, у театрі якого працював ще в Києві. М. Садовський через деякий час повертається в Україну, а С. Черкасенко залишається на Закарпатті. Він працює театральним референтом товариства «Просвіта» в Ужгороді, включається у громадське, культурне життя краю. Закарпатський письменник і журналіст В. Гренджа-Донський активно спілкується з митцем, залучає його до діяльності в тогочасних місцевих україномовних виданнях – журналу «Наша земля», ілюстрованого місячника для молоді «Пчілка». У грудні 1926 року відзначено 50-річчя з дня народження С. Черкасенка. На цю подію В. Гренджа-Донський відгукнувся ювілейною статтею, що вийшла друком у січневому номері журналу «Наша земля». В. Гренджа-Донський з глибокою повагою ставився до С. Черкасенка. У вказаній статті публіцист писав: «Перебуває між нами знаменитий український поет Спиридон Т. Черкасенко, якого доля кинула далеко від рідного краю, аж на зелене Підкарпаття. Це його трагедія, а наше щастя, бо спричинився він до піднесення нашого літературного відродження...» [2, с. 54].

Через десять років В. Гренджа-Донський знову вшанує видатного письменника в ювілейній статті, присвяченій 60-річчю від дня його народження. Він радів із творчої активності митця, із його енергійної праці на благо українського народу. «Хоч невідраднa доля занесла його далеко від своїх, – писав В. Гренджа-Донський, – він і серед чужих людей, серед тяжкого емігрантського життя працює й далі з молодечим запалом на добро і славу рідного народу» [2, с. 232]. С. Черкасенкові був присвячений і вірш В. Гренджі-Донського «Розбудимо Закарпаття» (1928), у якому наголошується на потребі суспільно-історичного та культурного розвитку Срібної Землі, пробудженні її від сну неволі.

Який період життя С. Черкасенка не взяти для аналізу, всюди постійною є домінанта його

життєдіяльності – педагогічно-громадська робота. Письменник обожнював роботу вчителя, про це він неодноразово писав і в листах, і, зокрема, в автобіографії, яку в епістолярному вигляді подав Володимиру Дорошенку, видатному українському вченому, бібліографу, історичу. І якщо бачив можливості, де міг прикласти свій педагогічний хист, то відразу це робив, часом і на шкоду власній музи. У листі до В. Дорошенка від 22 серпня 1929 року зізнавався, що, працюючи у школах шахтарських містечок і сіл, виявляв «просто божевільну любов до праці й дітей (я це підкреслюю як характеристичну прикмету своєї вдачі, бо й досі ще не можу без зворушення бачити малих школярів і 15 років свого вчителювання вважаю найщасливішим періодом свого життя...» [8, с. 427]. Така турбота про потреби української школи, потреби школярів знаходить свій вияв і в закарпатські роки життя письменника. Черкасенко писав: «Праця моя в Ужгороді розпочалася під знаком скавтизму (пласт), але я не кидав і своєї літературної роботи ширшого характеру <...> Опріч цього, до самого виїзду з Підкарпаття, був найближчим співробітником дитячого часопису «Пчілка...» [8, с. 438–439]. Для пластунів С. Черкасенко написав «Пластовий гімн», кілька патріотичних пісень, п'єси «Вечірній гість», «Лісові чари», «Чудо Св. Миколая», «Най живе життя», «До світла, до волі» та ін. Твори митця, створені для молоді, мали національний зміст і сприяли процесам національної самоідентифікації в досить складних політичних обставинах, у яких в ті часи перебували жителі Закарпаття. Про свою діяльність у пластовій організації і в періодичних виданнях 20-х рр. С. Черкасенко писав у листах до Микити Шаповала, людини, «широко відомої в українських еміграційних колах», політика, громадського діяча, ученого-соціолога, видавця [4, с. 96]. У листі від 5 лютого 1924 р. письменник зазначав: «Надзвичайно симпатична організація молоді карпаторуської [йдеться про крайовий «Пласт» – О. К.]. Досвід показує, що на старих змадяризованих і окацаплених русинів треба махнути рукою й братись за молодь. А вона ж усією душею з нами, – декотрі з молодиків, навіть не вважаючи на заборони батьків. Щодо «Пчілки», то технічну роботу веде наш наддніпрянець, п. П. Кукуруза, а решта – на мені. Має добрий успіх <...> Дрібна, клопітна робота, але вельми вдячна результатами...» [4, с. 97].

У журналі «Пчілка», починаючи із 1925 і закінчуючи 1929 р., знаходимо постійні публікації художніх текстів автора. Причому це були різножанрові твори: так, приміром, у номері за вересень-жовтень 1925 року міститься драматична картина в 1 дії «Бідний Лесько», за листопад-грудень цього ж року знаходимо поезію «Перед Новим роком», підписану псевдо – Петро Стах, під таким ім'ям були опубліковані вірші, що містилися у «Пчілці» за 1923, 1924 роки («Золота осінь», «Вітер», «Зимової ночі», «Лицар Лютий» та ін.).

Псевдонім Петро Стах – один із найчастіше використовуваних С. Черкасенком. І довгий час письменник навіть тримав інтригу, публікуючи свої твори під цим іменем і читаючи схвальні відгуки на них. Чого вартують такі епізоди, пов'язані із використанням цього псевдоніма:

живучи в Києві, письменник займався газетною роботою, працював у «Раді», друкував фейлетони, принагідно рецензії, статті, що, звичайно, не сприяло його літературній діяльності. Поет згадував: «Це зле відбулося на моїй літературній продукції, бо-ж мене досі знали, як поета, белетриста й драматурга. Олесь, Вороний і Чупринка – ці три тодішніх кити української поезії – не інакше зустрічали завжди мене, як зневажливим: «здоров, здоров, радянський фейлетоністе!» Та я не вважав...» [8, с. 434]. Звичайно, такі кпини були неприємні поету, тому він через якийсь час видав у журналі «Дзвін» свої ліричні цикли «Усміх міста», «Весна», у «Літературно-науковому віснику» – цикл «Падучі зорі» під псевдонімом Петро Стах. Із ледь потамованим тріумфом С. Черкасенко описував враження, які справив друк цих творів: «<...> треба було спостерігати замішання й метушню наших корифеїв та українохатців, коли вони читали ці поезії в обох часописах, – сенсація! Навіть В.К.Винниченко, з далекого Парижа <...> надіслав п. Левинському листа, вітаючи Україну з новим великим талантом...» [8, с. 435]. Репутацію «радянського фейлетоніста» як поета було врятовано, «і він заняв знову належне йому місце на Парнасі, хоч у того фейлетоніста аж до цього часу лишився в душі гіркий осадок і нерозв'язане й досі питання: звідки ця неприязнь і злоба від колег» [8, с. 435].

Такий екскурс у перипетії поетичної долі С. Черкасенка був потрібний, бо він дає багато для розуміння творчих завдань письменника, якому йшлося не тільки про власну художню реалізацію (хоча й це важливий аспект його діяльності), але й про цілий фронт робіт на ниві культурно-освітнянській. І є дуже характерична деталь в автобіографії митця, яка показово виявляє його внутрішні інтенції: «<...> радянський фейлетоніст» робив усе, що вимагав тодішній момент, робив до знесилення, до самозабуття, на шкоду своїй репутації «восходячого світила» поезії. Світило поезії затьмарилось у буденній, непомітній зокола, але вельми потрібній гарячкової роботі...» [8, с. 435]. У цих зізнаннях – та ж наляштованість, яка вирізняла титанізм Франкової праці, і загалом цілого ряду наших українських митців, які, за влучним висловом Лесі Українки, «мусіли скручувати голови» своїм творчим задумам і виконувати громадську повинність. Такою була доля українського письменника в умовах заблокованості національного буття.

На Закарпатті С. Черкасенко також ставить пріоритет культурно-громадської роботи, яка, звичайно, забиравала дуже багато часу. Тим більше й умови перебування в Ужгороді були скрутними. Письменник постійно мав потребу у фінансуванні, про що, зокрема, писав у листі від 23 лютого 1924 року: «Питаєте ще, чому я не звітаю до Праги... Рада б душа в рай. Се, Микито Юхимовичу, для мене вихід, бо ж стипендією, яку дістаю від Чехів, я ділюся трохи не навполю з сином, який вчиться в реальній школі у Відні... Заробітки ж ахові, – хіба на «доган» (тютюн)...» [4, с. 100]. Таких свідчень безпородної фінансової ситуації в листах до М. Шаповала досить багато. Дослідниця Г. Калантаєвська зазначає: «Попрі літературні справи, що

є головним стрижнем Черкасенкового доступного на сьогодні еміграційного епістолярю, в інформаційному просторі його листів значуще виділяються дві ноти – матеріальної скрути <...> та подвижницької роботи – друкування підручників, педагогічної й дитячої літератури, оригінальних творів вітчизняних письменників, а також перекладів зарубіжної белетристики» [5, с. 27-28].

Подвижницька робота на користь громади забирала багато сил у С. Черкасенка, але внутрішній творчий гін, поклик Музи також вимагав практичної реалізації. Як свідчить сам автор, із року 1926 він віддається інтенсивній літературній праці, «написавши по цей день на цілий (IV) том поезій, трагедію «Коли народ мовчить...» (1927 р.), історичну драму «Северин Наливайко» (1928), драмований роман «Дон Хуан і Розіта» (1928) і біблійну драму «Ціна крові» (Юда з Карту – 1929)» [8, с. 439].

У роки перебування С. Черкасенка в нашому краї написані такі прекрасні зразки його лірики, як цикли «Біла панна», «З пісень кохання», «Зелені руна», «Смутки», поезії «Марійка Підгірянка», «Перші квіти», «Завія», «Гімн», «Золота осінь», «Осінь», «Лицар Лютий» та ін. Тут продовжуються поетичні теми, до опрацювання яких автор звертався раніше. Характерною рисою поетичного мислення митця в цей час є поєднання особистісних, пейзажних, громадянських мотивів, що в сузір'язі дають оригінальні художні тексти, дуже майстерно інструментовані фонічними засобами.

С. Черкасенко мав тонке чуття мови. В. Гренджа-Донський, зокрема, згадував, що поет «допомагав йому підбирати матеріали з української літератури для журналу «Наша земля», давав мовні поради» [9, с. 8].

Глибока замиленість поета у стихію українського слова виявляється на рівні компонування ліричних текстів, що часто мають символістське забарвлення. Свідченням цього, наприклад, може бути такий маленький ліричний шедевр автора,

як поезія «Завія», майстерний взірць пейзажної лірики:

*Що за шум?..  
Зчинили бійку  
Вітер, сніг, мороз старий,  
Закрутили в коломиюку  
Ночі, дні і світ ясний?..*

*Ніч не спить... Устанеш вранці –  
Щось шалене за вікном:  
Скачуть, крутять в білім танці  
Лісом, горами, селом.*

*Чи не кинуться із хати  
І собі в те безпуття,  
Щоб не спати, не проспати  
Волю, долю і життя?! [10, с. 317].*

У цитованій поезії С. Черкасенко творить образ гірського ландшафту, що є характерною ознакою закарпатського простору. Реалії зовнішнього життя знаходили свій поетичний вияв, отже, і в художній діяльності письменника. Краса Карпат оспівується і в поезії «Гімн»:

*Наш Рідний Край, о любі браття,  
Перлина Божа на землі,  
Наш край – зелене Підкарпаття,  
Зелені гори в срібній млі [с. 10, с. 317].*

**Висновки і пропозиції.** Таким чином, «закарпатський» період творчості був також плідним у доробку С. Черкасенка. Він виконує свою громадську «повинність», багато працює на культурницькій ниві, разом із тим знаходить можливості для творчого самовираження. І твори, написані в цей час, засвідчують поглиблення проблематики, пошуки нових засобів для відображення поетичних тем. Продовжуючи мотиви, які розроблялися в попередні періоди його творчої діяльності, С. Черкасенко зумів по-новому осмислити реалії свого часу, окреслити мотиви, актуальні для розвитку закарпатоукраїнської літератури та її органічного входження в контекст національного письменства.

## Список літератури:

1. Голомб Л. Закарпатська тема в поліфонії національно-соборницьких ідей української лірики / Лідія Голомб // Голомб Л. Із спостережень над українською поезією XIX–XX століть: збірник статей. – Ужгород: Видавництво «Гражда», 2005. – С. 298-307.
2. Гренджа-Донський В. Я теж українець: Публіцистика / Василь Гренджа-Донський. – Ужгород: Закарпаття, 2003. – 520 с.
3. Дем'янівська Л. Спиридон Черкасенко / Л. Дем'янівська // Історія української літератури к. XIX – початку XX ст. : у 2 кн. / за ред. О. Гнідан. – К., 2006. – Кн. 2.
4. Жицька Т. Листи С. Черкасенка до М. Шаповала (1924 р.) / Тетяна Жицька // Історичний журнал. – 2006. – № 4(28). – С. 96-107.
5. Калантаєвська Г. Діяльність Спиридона Черкасенка на тлі суспільного життя України початку XX ст. / Г.П. Калантаєвська // Філологічні трактати. – 2010. – Том 2, № 4. – С. 20-29. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/19961/1/kalantaevska.pdf>.
6. Котяш І. Епістолярій Спиридона Черкасенка як джерело формування його ідейних та художніх поглядів / Інна Котяш [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dSPACE.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/1978/1/Kotjacsh.pdf>.
7. Ковалів Ю. Спиридон Черкасенко // Історія української літератури. Кінець XIX – початок XXI ст.: У 10 т. – К., 2013. – Т. 1. У пошуках іманентного сенсу: Підручник / Юрій Ковалів. – С. 363-368.
8. Самі про себе: автобіографії українських митців 1920-х років / Упорядник Р. Мовчан. – К.: ТОВ «Видавництво Кліо», 2015. – 640 с.
9. Мишанич О. В безмежжі зим і чужини... (Повернення Спиридона Черкасенка) / Олекса Мишанич // Черкасенко С. Твори: у 2-х т. – К.: Дніпро, 1991. – Т. 1. – С. 5-42.
10. Черкасенко С. Твори: у 2-х т. / Спиридон Черкасенко. – К.: Дніпро, 1991. – Т. 1.

**Кузьма О.Ю.**

Ужгородский национальный университет

## ЗАКАРПАТСЬКІ СТРАНИЦІ ТВОРЧЕСЬКОЇ І ОБЩЕСТВЕННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ С. ЧЕРКАСЕНКА

### Аннотація

В статті досліджується закарпатський період життя видатного українського письменника-модерніста, педагога, журналіста, публіциста Спиридона Черкасенка. На Закарпатті художник знаходився в період 1923–1929 рр. Визначено роль С. Черкасенка в оживленні національно-культурної, громадської життя в Підкарпатській Русі того часу. Прослідковано його участь в закарпатських україномовних виданнях 20-х рр. ХХ століття. Виявлено, що діяльність письменника сприяла підвищенню національного свідомості і культурного розвитку жителів Закарпаття.

**Ключові слова:** україномовні видання, національне свідомість, педагогічна спрямованість, виховний потенціал, громадська активність.

**Kuzma O.Y.**

Uzhhorod National University

## TRANSCARPATHIAN PAGES OF CREATIVE AND PUBLIC ACTIVITY OF S. CHERKASENKO

### Summary

The article deals with the Transcarpathian period of life of the outstanding Ukrainian writer modernist, teacher, journalist, publicist Spyrydon Cherkasenko. In Transcarpathia the artist was during 1923–1929. S. Cherkasenko's role in revival of national and cultural, public life in the Subcarpathian Rus of that time is defined. His participation in the Transcarpathian Ukrainian-language publications of the 20th of the XX century is tracked. It is found out that activity of the writer contributed to the increase in national consciousness and cultural development of inhabitants of Transcarpathia.

**Keywords:** Ukrainian-language publications, national consciousness, pedagogical orientation, educational potential, public activity.

УДК 378.013+808.8+410+4.81.42

## КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТЕКСТУ НА ЗАНЯТТЯХ ЗІ СТУДЕНТАМИ ФІЛОЛОГІЧНИХ ФАКУЛЬТЕТІВ

**Кучерява О.А.**

Південноукраїнський національний педагогічний університет  
імені К.Д. Ушинського

У статті окреслено лінгвометодичні засади концептуального аналізу тексту, визначено його місце і роль у фаховій підготовці студентів філологічних факультетів. Головна увага зосереджена на прийомах концептуального аналізу художнього тексту, на основі яких запропоновано приклади використання лінгвокультурологічних завдань у межах таких навчальних курсів, як «Лінгвістичний аналіз тексту», «Дискурсивний аналіз тексту», «Лінгвокультурологія» тощо.

**Ключові слова:** концептуальний аналіз тексту, студенти філологічних факультетів, прийоми концептуального аналізу тексту, лінгвокультурологічні завдання.

**Постановка проблеми.** Як відомо, основною дидактичною одиницею в роботі з формування комунікативної і культурознавчої (етнокультурознавчої) компетенцій студентів філологічних факультетів є текст, а провідним прийомом роботи залишається аналіз тексту. Вибір прийомів і видів аналізу обумовлюється характером умінь, які потрібно сформулювати в студентів на певному етапі навчання.

За нашими спостереженнями, з-поміж основних академічних дисциплін, таких як «Синтак-

сис української мови», «Стилістика української мови», «Культура української мови», «Риторика», що ознайомлюють студентів з окремими положеннями текстолінгвістики, чільне місце продовжує посідати навчальна дисципліна «Лінгвістичний аналіз тексту». Вона покликана поглибити і розширити знання студентів філологічних факультетів про текст, функціонування мовних одиниць у художньому творі. У вибірковій частині навчального плану ВЗО можуть бути запропоновані такі курси, як «Дискурсивний аналіз тек-

сту», «Лінгвокультурологія», «Теорія і практика мовленнєвої комунікації» тощо, які репрезентують новітні підходи до вивчення тексту.

Теоретико-методичні засади лінгвістичного аналізу тексту закладені в працях І. Ковалика, Л.І. Мацько, М.Я. Плющ, Б.О. Ларіна, Л.О. Новикова, М.М. Шанського та багатьох інших. Традиційно завдання курсу «Лінгвістичний аналіз тексту» полягають «у виробленні навичок системного комплексного лінгвістичного аналізу мовностилістичної структури художнього тексту» [3, с. 3]. Однак на сьогодні з-поміж основних підходів до вивчення тексту особливе місце посідають антропоцентричний (комунікативний) (Ф.С. Бацевич, В.В. Красних, М.Л. Макаров, Т.В. Радзівська, О.О. Селіванова та ін.) і когнітивний напрями (Л.Г. Бабенко, Н.Д. Бурвікова, Т. ван Дейк, Ю.В. Казарін, О.С. Кубрякова, Л.В. Поповська та ін.), які зумовлюють, з одного боку, розширення завдань лінгвістичного аналізу тексту у вищій школі, а з іншого, появу нових його різновидів: філологічного, семантичного, комунікативно-прагматичного, дискурсивного, лінгвокультурологічного, концептуального та інших, кожен з яких є своєрідним кроком у пізнанні психолінгвістичних і когнітивних аспектів мовлення.

**Предметом дослідження** було обрано концептуальний аналіз тексту.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Природно, концептуальний аналіз широко використовують у лексикології і фразеології, а також у когнітивній лінгвістиці, досліджуючи лінгвокультурні концепти (О.С. Кубрякова, В.А. Маслова, З.Д. Попова, Т.В. Радзівська, О.О. Селіванова, Ю.С. Степанов, Й.А. Стернін та інші). За твердженням О.С. Кубрякової, концептуальний аналіз спрямований на виявлення знань про світ [5].

У лінгвістиці тексту концептуальний аналіз допомагає вивчати семантичний (концептуальний) простір художнього твору (Л.Г. Бабенко і Ю.В. Казарін, М.П. Крупа, В.А. Маслова, Л.В. Поповська та інші) і на цій підставі відтворювати «мовну картину світу його автора з позиції когнітивної лінгвістики і лінгвопоетики, спрямованих на вираження ціннісного сприйняття світу» [7, с. 109].

У статті ми поставили за **мету** розкрити лінгвометодичні засади та проілюструвати прийоми концептуального аналізу тексту, визначити його місце і роль у фаховій підготовці студентів філологічних факультетів.

**Виклад основного матеріалу.** Вибір предмета дослідження був зумовлений появою у лінгвістиці нових підходів до вивчення тексту, з-поміж яких, як зазначалось, виокремлюємо антропоцентричний і когнітивний. Зокрема, Л. В. Поповська підкреслює: «Зародження в кінці ХХ – поч. ХХІ ст. когнітивної лінгвістики призвело до зміни наукової парадигми лінгвістичного аналізу художнього тексту. Напряму аналізу «від структури і семантики мовних засобів до смислу тексту» замінили напрямом «від концепту до смислу тексту»» [7, с. 10]. Застосування концептуального аналізу як одного з прийомів вивчення мови художніх творів дозволяє шляхом когнітивного моделювання досліджувати семантичний простір художнього тексту, вивчати індивідуально-авторську картину світу, а на цій підставі – лінгвокультурні концепти, особливості їх репрезен-

тації у тексті, динаміку розвитку і місце у творчості окремого письменника або письменників певної епохи, роль літератури у формуванні концептосфери національної лінгвокультурної спільноти. Аналіз концептуального простору тексту обов'язково передбачає заглиблення в ідейно-художній зміст твору, вивчення індивідуально-авторської концепції літературного твору.

Водночас пошук нових методів аналізу тексту повинен узгоджуватись з пріоритетними завданнями лінгводидактики вищої школи, а саме забезпечувати формування всіх складових професійної компетенції майбутнього вчителя-словесника, з-поміж яких окреме місце посідає культурознавча (етнокультурознавча) компетенція. У зв'язку з цим слушними є спостереження Л.В. Поповської щодо вивчення студентами концептуального смислу художнього твору: «Найціннішою є інформація, яка здобувається самостійно, шляхом умовиводів, з використанням (...) аналізу (...). Це означає, що цінність інформації прямо пропорційна кількості зусиль розуму, які були витрачені на її отримання. Якщо мисленнєві операції передують усвідомленню смислу, то смисл – таємничий смисл, отриманий у результаті їх здійснення, дорогий, близький, справляє найсильніше враження» [7, с. 170-171]. Відповідно опрацювання змістовно-концептуальної інформації, порівняно із змістовно-фактуальною та змістовно-підтекстовою інформацією (за І.Р. Гальперінім) набуває особливого значення. Змістовно-концептуальна інформація – це інформація естетико-художнього характеру. Як наголошує І.Р. Гальперін, її не слід ототожнювати з поняттям «ідея твору», тому що, крім задуму автора, вона включає його змістову інтерпретацію і вимагає творчого переосмислення того, про що розповідає автор у творі [2]. «Концептуальна інформація семантично виводиться з усього тексту як структурно-смислового і комунікативного цілого, тому, – підкреслюють Л.Г. Бабенко і Ю.В. Казарін, – спрямований на її виявлення спеціалізований лінгвістичний аналіз може бути обмежений частковими завданнями – виявленням та інтерпретацією базових концептів (або концепту) того чи іншого літературного твору» [1, с. 56], що й визначає сутність методики концептуального аналізу тексту.

Оскільки художня література відіграє важливу роль у формуванні концептів національної мови, то використання повного або часткового концептуального аналізу художнього тексту в практиці викладання мовознавчих курсів на філологічних факультетах, забезпечить реалізацію лінгвокультурологічного принципу – «навчання української мови в контексті української культури» [6, с. 6] – а отже, формування у студентів національно-мовної картини світу. Прийоми концептуального аналізу покладено в основу лінгвокультурологічних завдань, мета яких полягає у побудові відсутніх фрагментів національно-мовної картини світу студента як національно-мовної особистості, в осмисленні, а головне переживанні студентом національно-духовних цінностей, закладених у лінгвокультурний концепт.

З метою реалізації лінгводидактичного потенціалу когнітивно-концептуального підходу до аналізу тексту необхідно визначити методику

і техніку його проведення. Однак у лінгвоконцептології та лінгвістиці тексту, які формують теоретичне підґрунтя досліджуваної проблеми, модель концептуального аналізу цілого тексту до кінця не розроблена. Як будь-який метод концептуальний аналіз є «сукупністю процедур, деякі з них мають статус окремих методик і навіть методів» [8, с. 420]. Так, аналіз навчальних посібників російських і вітчизняних учених-методистів з лінгвістичного аналізу художнього тексту для студентів філологічних спеціальностей дозволив виокремити основні прийоми концептуального аналізу тексту. Кожен прийом проілюструємо системою лінгвокультурологічних завдань, які можуть бути використані в межах основних мовознавчих дисциплін, що читаються на філологічних факультетах ВЗО.

Зокрема, спираючись на понятійно-категоріальний апарат когнітивної лінгвістики, Л.Г. Бабенко і Ю.В. Казарін пропонують схему концептуального аналізу художнього тексту, згідно з якою вивчення концептуального простору твору передбачає визначення набору ключових слів тексту і базового концепту та опис концептосфери базового концепту. Під час проведення аналізу набір ключових слів тексту визначають шляхом застосування елементів асоціативного експерименту або ж у процесі прочитання тексту і виділення слів-лейтмотивів, повторюваних і частотних слів кожної мікротеми. З-поміж виокремлених слів знаходять ключове слово тексту, яке і становить базовий концепт (їх у творі може бути декілька), утворюючи ядро твору, а всі інші слова тематично групують навколо нього. Опис концептосфери художнього твору передбачає характеристику атрибутів, асоціацій, уявлень, пов'язаних з виділеними концептами, на підставі чого виявляють імпліцитно виражені особистісні смисли, будують тематичні лінії та описують семантичні зв'язки [1]. Наведемо приклад лінгвокультурологічного завдання.

**Вправа 1.** Прочитайте уривки з повісті М. Коцюбинського «*Fata morgana*» («Ідуть дощі...» (1 ч.), «Думи про землю будили Маланку по ночах ...» (2 ч.)) і виконайте завдання:

1. Виділіть ключові слова, пов'язані з базовим концептом, що виступає у протиставленні «*надія – безнадія*».

2. Визначте означення (атрибути), які експліцитно чи імпліцитно характеризують «*надію – безнадію*».

3. Проінтерпретуйте в уривку образ дороги, що є символом вічної надії. Зверніть увагу на асоціативно пов'язане із ним дієслово «*іти*», яке зустрічається в уривку 7 разів.

4. Як концепт «*надія*» пов'язаний із семантичним розгортанням основної теми твору? із назвою твору?

Російська дослідниця Л.В. Поповська в межах когнітивно-концептуального аналізу художнього тексту рекомендує вивчення когнітивних і мовних знаків як виразників змістовно-концептуальної інформації (мовних символів, пейзажних описів, особистісних номінацій, художніх деталей) [7]. Як приклад, розглянемо такі лінгвокультурологічні завдання.

**Вправа 2.** Зверніть увагу на пейзажні описи в оповіданні Гр. Тютюнника «Холодна м'ята».

Доповніть словесну модель лінгвоконцепту «*м'ята*» запаховими, зоровими та звуковими образами на основі аналізу концептуального простору художнього твору.

Окреслюючи теоретико-практичні засади лінгвоаналізу прозового тексту, М.П. Крупа спирається на такі лінгвістичні поняття в описі семантичного простору твору, як тематичне поле (ланцюжки) і тематична сітка, в основу яких покладено ключові слова – виразники основного смислу твору, підтексту [4]. Відповідно схема аналізу семантичного (концептуального) простору тексту може включати такі кроки:

- визначити тему твору;
- виділити мікротеми і ключові слова;
- побудувати тематичні ланцюжки, встановити зв'язки між ними;
- охарактеризувати підтекстову інформацію.

Наприклад *вправа 3.* Прочитайте вірш І. Драча «Тополі, тополі». Охарактеризуйте семантичний простір твору на основі виділених тематичних ланцюжків (*тополя – бабуся, матір, кохана, жіноцтво – жіноча доля*) та асоціативно-семантичні зв'язки між ними. Визначте тему і головну думку твору. Виділіть національно-культурні та індивідуально-авторські компоненти лінгвоконцепту «*тополя*».

Поряд із цим, у полі зору концептуального аналізу тексту знаходяться такі компоненти художнього твору, як семантика заголовка, пресупозиції, пов'язані з епіграфом, зовнішній контекст творення тексту. Останній елемент визначає один з провідних принципів концептуального аналізу тексту – екстралінгвістичний, тобто «аналіз проводиться з позиції знань інтерпретатора про письменника – автора тексту, про денотат і, відповідно, інвенції тексту, пресупозиції тексту, причини вибору автором тої чи іншої композиції тексту і т.д., іншими словами, про все те, що становить дискурс тексту, створений вербалізованими і невербалізованими його складовими» [7, с. 14]. Отже, концептуальний аналіз тексту можна доповнити таким пунктом: простежити, який вид контексту (ситуативний, соціальний, етнографічний, соціокультурний, психологічний) впливає на формування концептуального простору художнього твору. За визначенням В.А. Маслової, концепт (у тому числі текстовий концепт) становить складну структуру, яка включає, окрім понятійної основи, загальнолюдські, національно-культурні, соціальні, групові та індивідуально-особистісні компоненти, інтерпретація яких пов'язана з активізацією тих чи інших видів контексту та поєднується із застосуванням етимологічного аналізу, вивченням історичних, культурологічних, етнографічних фактів, лексикографічною роботою. Наведемо приклад лінгвокультурологічного завдання.

**Вправа 4.** Побудуйте синонімічний ряд до слова «*надія*». Визначте місце *мрії* у структурі лінгвоконцепту «*надія*», звернувшись до поетичних творів Лесі Українки («*Надія*», «*Contra spem spero*», «*Мріє, не зрадь*», «*Стояла я і слухала весну*», «*Знов весна і знов надії*»). Які види екстралінгвістичного концепту вплинули на формування концептуального простору поетичних творів?

**Висновки і пропозиції.** Підсумовуючи вищесказане, акцентуємо увагу на таких основних

положеннях: 1) у лінгводидактиці вищої школи концептуальний аналіз художнього тексту забезпечує лінгвокультурологічний (опанування національно-культурними і духовними цінностями рідного народу на підставі вивчення мови художнього твору, індивідуально-авторської картини світу письменника тощо) і когнітивний (робота з художнім текстом є основою пізнання і формування національно-мовної картини світу студентів) підходи до навчання української мови та формування культурознавчої компетенції студентів філологічних факультетів; 2) визначення методологічних засад концептуального аналізу тексту (принципів, способів, методів і прийомів

його проведення) спирається на теоретичні положення когнітивної лінгвістики і лінгвістики тексту; 3) найбільш повно потенціал лінгвоконцептологічного моделювання і побудованих на його основі лінгвокультурологічних завдань розкривається у процесі читання таких курсів, як «Лінгвістичний аналіз тексту», «Дискурсивний аналіз тексту», «Лінгвокультурологія», «Когнітивна лінгвістика», які найчастіше становлять вибірково частину навчального плану.

**Перспективи подальших досліджень** спрямовані на вивчення практичних шляхів впровадження когнітивно-концептуальної методики в процес навчання української мови у вищій школі.

### Список літератури:

1. Бабенко Л.Г. Лингвистический анализ текста. Теория и практика: Учебник; Практикум / Л.Г. Бабенко, Ю.В. Казарин. – М.: Флинта: Наука, 2005. – 496 с.
2. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М.: КомКнига, 2006. – 144 с.
3. Ковалик І.І. Методика лінгвістичного аналізу тексту: Навч. посіб. / І.І. Ковалик, Л.І. Мацько, М.Я. Плющ. – К.: Вища школа, 1984. – 120 с.
4. Крупа М. Лінгвістичний аналіз художнього тексту / Марія Крупа. – Тернопіль: Підручники і посібники, 2005. – 416 с.
5. Кубрякова Е.С. Об одном фрагменте концептуального анализа слова память / Е.С. Кубрякова // Логический анализ языка. Культурные концепты. – М.: Наука, 1991. – С. 85-91.
6. Пентилюк М. Концепція когнітивної методики навчання української мови / М. Пентилюк, А. Нікітіна, О. Горошкіна // Дивослово. – 2004. – № 8. – С. 5-9.
7. Поповская Л.В. Лингвистический анализ художественного текста в вузе: Учеб. пособ. / Л.В. Поповская. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. – 512 с.
8. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник / О.О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 712 с.

#### Кучерявая О.А.

Южноукраинский национальный педагогический университет имени К.Д. Ушинского

### КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТЕКСТА НА ЗАНЯТИЯХ СО СТУДЕНТАМИ ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ФАКУЛЬТЕТОВ

#### Аннотация

В статье представлены методические аспекты концептуального анализа текста, раскрыта его роль в профессиональной подготовке студентов филологических факультетов. Особое внимание обращено на приемы концептуального анализа художественного текста, на основе которых рассмотрены приемы лингвокультурологических заданий, используемых на занятиях таких учебных дисциплин, как «Лингвистический анализ текста», «Дискурсивный анализ текста», «Лингвокультурология».

**Ключевые слова:** концептуальный анализ текста, студенты филологических факультетов, приемы концептуального анализа текста, лингвокультурологические задания.

#### Kucheraeva O.A.

South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushynsky

### CONCEPT TEXT ANALYSIS IS ON THE LESSONS WITH PHILOLOGICAL FACULTY STUDENTS

#### Summary

The article offers linguistic-methodical bases of concept text analysis. The author presents the possibility of using concept text analysis in teaching practice. The major attention is paid to the methods of concept text analysis. It is directed to the formation of communicative and cultural competencies. The methods of concept analysis are illustrated with the lingual and cultural tasks.

**Keywords:** concept text analysis, philological faculty students, methods of concept text analysis, lingual and cultural tasks.

## ВІННИЦЬКІ НОВИННІ ПОРТАЛИ ЯК ФОРМА РЕГІОНАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Лешко У.О.

Вінницький державний педагогічний університет  
імені Михайла Коцюбинського

У статті здійснено загальний огляд вінницьких новинних порталів, які є прикладом регіональної інформаційної діяльності. З'ясовано специфіку позиціонування мережевих медіа. Також увага зосереджена на змістових і технічних характеристиках новинних порталів. Обґрунтовано такі поняття, як портал та веб-сайт. Окреслено позитивні та негативні аспекти вінницьких онлайн-медіа.

**Ключові слова:** портал, новинний портал, мережеві медіа, регіональні веб-ресурси, контент онлайн-медіа.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах конвергентної журналістики, яка диктує нові підходи до змісту медіа, формування редакцій та розмежування ролей, використання інструментарію на основі інтернет-технологій [1], мережеві ЗМІ упевнено можна назвати одним із найбільш активних сегментів медійної сфери. Новітні медіа мають значний потенціал, вирізняються багатоаспектними характеристиками (швидкість передачі інформації, жанрові трансформації, створення різносторонньої медіапродукції в межах однієї редакції, свобода вибору інформації споживачем, можливість долучатися до процесу створення контенту).

На особливу увагу заслуговують регіональні інтернет-ЗМІ, адже дедалі частіше рівень розвитку тієї чи іншої області неофіційно оцінюють за кількістю та якістю наповнення медіа саме в мережі. У цьому випадку важливо звертати увагу і на типологічний аспект. Йдеться про поділ регіональних онлайн-медіа на локальні (місто-район-область) та гіперлокальні (село-селище-містечко-мікрорайон) [5]; загальнонаціональні з чіткою регіональною складовою та суто регіональні [4]; веб-сайти традиційних ЗМІ, винятково онлайн-видання, інтернет-портали [8].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Наукові інтереси дослідників зосереджені на загальних особливостях функціонування мережевих медіа чи стилістичних нормах їх контенту. Існує потреба в українській науці комплексно вивчити елементи архітектури новітніх медіа, уніфікувати термінологію досліджень веб-ресурсів, їх типологію, проаналізувати жанрове наповнення. До вивчення процесів функціонування мережевих ЗМІ, їх типології звертаються українські та зарубіжні науковці: О. Гусак, В. Грабельников, З. Григорова, О. Калмиков, О. Коцарев, О. Колісник, Л. Коханова, Р. Крейг, М. Лукіна, К. Пак, Б. Потятиник, О. Ситник, І. Тонкіх, І. Фомічова, М. Чабаненко, О. Шагалова.

Сучасні дослідники пропонують дуже різну типологію мережевих мас-медіа. М. Чабаненко, вивчаючи Інтернет-ЗМІ Запорізької області, крім «веб-сайтів традиційних ЗМІ» і «винятково онлайн-видань», говорить також про Інтернет-портали [8, с. 157]. За характером контенту Інтернет-портали – це найбільш синтетичне і складне утворення, що містить як професійну журналістську інформацію, так і художні тексти, читачські коментарі, рекламу, пропонує послуги

пошукових систем, каталоги інших сайтів тощо. О. Калмиков та Л. Коханова пропонують свою типологію мережевих ЗМІ: «візитка», промоушн-сайт, електронний магазин, інформаційний сайт, портал, корпоративне представництво [2; 3].

О. Шагалова на основі характеру контенту виділяє інтернет-дайджест (підбірка новин або статей з інших джерел) та інформаційні інтернет-ЗМІ (в основному власна інформація), які поділяються на: інформаційне агентство, мережеву версію «офлайн-медіа» ЗМІ, мас-медіа, яке виходить тільки в інтернеті, портал, який представляє певну організацію, компанію [10].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Серед досліджень українських науковців найменший відсоток складають праці, які присвячені вивченню особливостей розвитку та функціонування регіональних інтернет-медіа. Не вивченими на сьогодні є жанрові форми саме мережевих ЗМІ. Труднощі виникають під час визначення того, чи правильно себе позиціонують регіональні веб-ресурси. В мережі трапляється досить велика кількість пояснень про різницю між веб-сайтом та веб-порталом, про специфіку оформлення та наповнення ресурсу. Але представлена інформація належить певним практикам, не має наукового підґрунтя та часто містить помилкові твердження.

Оскільки об'єктом дослідження є новинні веб-ресурси міста Вінниця, які позиціонують себе як портали, так і сайти, то виникла потреба з'ясувати точне визначення понять «портал» і «сайт». У результаті аналізу різних ресурсів можна зробити висновок, що сайтом називається будь-яка сукупність веб-сторінок, яка об'єднана спільним доменним ім'ям. У залежності від мети створення та контенту виділяють такі типи сайтів: сайти-візитки, корпоративні сайти, блоги, соціальні мережі, відео- або фотохостинги, інтернет-магазини. На основі технічних характеристик і частоти оновлення інформації розрізняють статичні веб-сайти та динамічні.

Портал – це веб-сайт, який надає користувачу мережі великий обсяг різноманітного контенту, інтерактивні сервіси та посилання на інші сайти, дозволяє працювати з електронною поштою, брати участь в голосуваннях та обговореннях, переглядати новини та прогноз погоди. Виділяють власні портали (надають персональні послуги користувачам), регіональні (стосуються певного регіону чи міста), корпоративні (стосуються великих компаній) [7; 9].



Київський дослідник О. Ситник у своїй науковій розвідці стверджує, що найбільш точним та достовірним є тлумачення міжнародного співтовариства W3C (World Wide Web Consortium): «веб-сайтом є зв'язана між собою (як за змістом, так і за навігацією) групаhtml-сторінок всесвітньої мережі (з обов'язково наявною стартовою сторінкою (index.html)), що розглянуто як єдине ціле; як правило, веб-сайт підтримує одна людина або організація, а присвячений він одній (темі, напрямку) чи декільком тісно пов'язаним проблематикам; його сторінки можуть бути розміщені як на одному, так і на багатьох серверах [11].

Також науковець робить висновок, що новинний портал є структурно, композиційно і технологічно складною платформою, яка може складатися більше, ніж із одного сайту, мати багато допоміжних сервісів, онлайн-послуг, містити як власний, так і запозичений контент. Новинний портал – це мережеве медіа, що надає інтерактивні новинні сервіси, які працюють у межах єдиного ресурсу, функціонують як точки доступу до новинної інформації та допомагають шукати її в медіапросторі інтернету [6, с. 130].

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є здійснити загальний огляд новинних порталів, які функціонують у місті Вінниця. З'ясувати специфіку позиціонування мережевих медіа та проаналізувати їх контент, технічні характеристики.

**Виклад основного матеріалу.** Вінницький мас-медійний ринок вирізняється великою кількістю та різноманітністю ЗМІ, активністю їхньої діяльності. Масові та офіційні газетні видання, журнали для чоловіків та жінок, розважальні рекламно-стильові часописи та мережеві засоби інформації. Упродовж кількох останніх років почали з'являтися нові та активно працювати уже існуючі веб-ресурси міста.

У Вінниці функціонують такі групи мережевих ЗМІ: сайти традиційних ЗМІ: газети «33-й канал», «Місто», «Вінницька газета», «Вінничина», «RIA», «Подільська зоря»; новинні портали: «Вінницька правда», «Вінниця. info», «Vlasno.info», «20 хвилин», «НаПарижі», «Вежа», «Моя Вінниця». Окрім цього ефективно працюють сайти міста «AllVin», «0432.ua» та регіональні портали «Вінниця Daily» і «Депо Вінниця».

Веб-ресурс «НаПарижі» пропонує нестандартний погляд на звичайні речі, побутові проблеми, політику, полеміку та сьогодення, намагається стати зручним помічником у вирі новин. Редакційний колектив стверджує, що вони обирають «здоровий глузд і дискусію (www.naparis.com. – Дата доступу: 18.03.2018).

Портал оформлений у специфічних коричневих-сірих кольорах, які асоціюються зі старовинними речами. Стартова сторінка містить логотип і назву сайту. Далі розташоване горизонтальне меню рубрик. Назви рубрик, як і назва ресурсу, подаються російською мовою, усі матеріали – українською. На головній сторінці розташовуються найактуальніші новини міста, які доповнені досить великими фото. Також виділяється матеріал з рубрики «Частное мнение» та перелік останніх новин. Вирізняється ресурс такими тематичними розділами, як «Criminal» та «В кулуарах» – новини кримінальної тематики, скандальні факти і журналістські розслідування.

Дещо дивною видається рубрика «City», яку наповнюють матеріали різної тематики (політичної, соціальної, кримінальної, культурологічної) та дублюються публікації, котрі розміщені в інших розділах. Не оминає увагою портал інформацію зі світу спорту (рубрика «Sport»). «Life» – найбільш актуальні сюжети телеканалу «Вінничина». Інтерактивність реалізована у формі зворотного зв'язку з користувачами у межах рубрики «Повідомити новину».

«Вінницька правда» – мережевий ресурс, який зосереджує увагу лише на новинах міста Вінниці (<http://pravda.vn.ua>. – Дата доступу: 18.04.2018). Початкова сторінка містить назву (використано звичайний чорний шрифт та немає жодного логотипу), на червоній смужці подано горизонтальну рубрикацію. Далі подається анонс чотирьох найважливіших матеріалів та основна новина. Також на головній сторінці виділена інформація з рубрики «Важливе» (розшук злочинців, новини медицини); «Політика», «Події» (підбірка різних тематик) та «Опитування» (про важливість перекриття вулиць для кортежів, будівництва мосту на острів Фестивальний). Про театральні вистави, фільми, концерти й заходи анонсує розділ «Афіша». Також користувачам пропонується блог адвоката й колонки психотерапевта, криптоаналітика, психолога, правознавця.

Цікаві та важливі події із життя людей та міста Вінниця висвітлює незалежний новинний портал «20 хвилин» (<https://vn.20minut.ua>. – Дата доступу: 5.04.2018). Редакція запрошує користувачів додавати власні новини в розділі «Від читачів». Стартова сторінка розпочинається з логотипу ресурсу, який розміщений ліворуч разом з девізом: «Пишеш ти! Коментує Вінниця». Рубрикація горизонтальна – «Всі новини», «Розслідування», «Обговорення», «Блоги», «Фотоконкурс». Окрім цього на головній сторінці виділено в окремі розділи «Новини Вінниці за сьогодні», «Найчастіше коментують», «Спорт», «Культурний відпочинок», «Дороги і транспорт», «Гроші», «Ваші відгуки про послуги у Вінниці», «Люди», «Подорожі», «Афіша та квитки», «Освіта», «Кримінал». На порталі зосереджено надто велику кількість різноматематичної інформації, яка не завжди логічно структурована. Користувачі мають можливість обговорювати, коментувати будь-яку інформацію, підписуватися на новини порталу у соцмережах.

Не менш популярним серед вінничан є веб-ресурс «Вежа» – «сучасне та мобільне медіа, що оперативно реагує на ситуацію в місті та є справді потрібних і цікавим для вінничан» (<https://veza.vn.ua>. – Дата доступу: 14.04.2018). Як стверджує редакція, проект перебуває поза дискурсом «влада-опозиція» та є оглядачами подібних процесів, а не учасниками. «Вежа» має свою блог-платформу. Стартова сторінка ліворуч містить логотип сайту, позиціонування, рекламний банер та горизонтальну рубрикацію («Новини», «Події», «Анонси», «Місця», «Люди», «Відео», «Блоги»). Інформація порталу доступна і в соцмережі «Фейсбук». Журналісти мережевого ресурсу приділяють увагу не лише інформуванню про цікаві події у місті, але й пропонують оригінальні репортажі, які доповнені якісними фоторепортажами.

«Моя Вінниця» (<http://www.myvin.com.ua>. – Дата доступу: 15.04.2018) – сайт, який забезпечує вінничан та гостей міста важливою та потрібною інформацією. На домашній сторінці містять перелік основних новин, частина з яких не доповнені фото. Веб-ресурс акцентує увагу на рубриках, які мають більше рекламно-довідковий характер: «Афіша», «Довідник», «Фонтани».

У червоно-сірих кольорах пропонує інформацію веб-ресурс «Вінниця.info» (<http://www.vinnitsa.info>. – Дата доступу: 17.04.2018). На стартовій сторінці під логотипом, який розташований ліворуч, спершу в межах трьох, а потім двох колонок містять перелік новин, рекламні банери. Кількість рубрик досить різноманітна. Більшість інформації не є актуальною та застарілою. Сайт, у порівнянні з іншими ресурсами, є досить стандартним в оформленні та примітивним у структурі та поданні інформації.

Серед усього масиву вінницьких веб-ресурсів дещо відрізняється сайт «Vlasno.info» (<http://www.vinnitsa.info>. – Дата доступу: 17.04.2018), оскільки окрім стандартного подання інформації, пропонує користувачам відеовипуск новин. Містить горизонтальну рубрикацію, яка має вертикальні підрубрики. Тематика рубрик стандартна («Політика», «Економіка», «Суспільство», «Надзвичайні події», «АТО», «Культура», «Спецпроекти»). Але підрубрики є досить об'ємними, наприклад, розділ «Суспільство» має 12 підтем

(«Соцзахист», «Соціальні проекти», «Освіта», «Політичний майданчик», «Військо», «Дозвілля», «Духовність» та інші). Сайт намагається не дублювати інформацію, яку пропонують інші вінницькі ресурси. Внизу домашньої сторінки є внутрішні гіперпосилання (теги з найбільш важливими словами).

**Висновки і пропозиції.** Вінницькі мережеві медіа є досить активними генераторами місцевих новин. Умовно їх можна поділити на дві групи: ті, які йдуть в ногу з часом, мають сучасне оформлення, оригінальну структуру, оновлюються декілька разів на день («Вінницька правда», «20 хвилин», «НаПарижі», «Вежа») та ті, які не вирізняються яскравим оформленням і оригінальною структурою, містять неактуальну інформацію («Вінниця.info», «Vlasno.info», «Моя Вінниця»). Загалом у всіх ресурсах дублюється інформація, їм притаманна інтерактивність та мультимедійність. Гіперпосилання використовують тільки «Vlasno.info». Два ресурси мають посилання на друковану версію газети («Vlasno.info» – на газету «Правди сила»; «20 хвилин» – на газету «РІА»).

Загальний огляд вінницьких новинних онлайн-медіа дає підстави стверджувати, що їх сміливо можна називати регіональними новинними порталами. Тому власникам варто конкретизувати позиціонування та представлення свого веб-ресурсу.

## Список літератури:

1. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010. – 200 с.
2. Калмыков А. Интернет-журналистика: учеб. пособ. / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: Юнити-Дана, 2005. – 383 с.
3. Калмыков А., Коханова Л. Интернет-журналистика [Электронный ресурс] / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru>.
4. Марушкина І. Регіональні ЗМІ в епоху нових медіа [Електронний ресурс] / І. Марушкина. – Режим доступу: <http://mymedia.org.ua>.
5. Регіональні онлайн-медіа: як бути локальними, але не провінційними [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://medialab.online/news/>.
6. Ситник О. Новинні портали як новітня медіа-платформа українського інформаційного простору / О. Ситник // Український інформаційний простір: Науковий журнал факультету журналістики і міжнародних відносин Київського національного університету культури і мистецтв / Гол. редактор М.С. Тимошик. – Число 1. – К.: КНУКіМ, 2018. – С. 122-132.
7. Типи веб-сайтів і їхні види діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ruszura.in.ua/multymedia/>.
8. Чабаненко М. Запорізькі інтернет-ЗМІ в контексті розвитку онлайн-журналістики / М. Чабаненко // Соціальні комунікації сучасного світу: науково-теоретичний збірник. – 2009. – С. 156-158.
9. Чим відрізняється портал від сайту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mojaosvita.com.ua>.
10. Шагалова О. Интернет-СМИ Пермского края: типология и описание [Электронный ресурс] / О.В. Шагалова. – Режим доступа: <http://www.psujournal.narod.ru>.
11. Website definition [Електронний ресурс] // Tech Target. – Режим доступу: <http://searchsoa.techtarget.com/definition/Web-site>.

**Лешко У.О.**

Винницкий государственный педагогический университет  
имени Михаила Коцюбинского

## ВИННИЦКИЕ НОВОСТНЫЕ ПОРТАЛЫ КАК ФОРМА РЕГИОНАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### Аннотация

В статье осуществлен общий обзор винницких новостных веб-ресурсов как пример региональной информационной деятельности. Рассмотрена специфика позиционирования сетевых медиа. Также внимание сосредоточено на контенте и технических характеристиках новостных порталов. Обоснованно такие понятия, как портал и веб-сайт. Определены положительные и отрицательные аспекты винницких онлайн-медиа.

**Ключевые слова:** портал, новостной портал, сетевые медиа, региональные веб-ресурсы, контент онлайн-медиа.

**Leshko U.O.**

Vinnitsa Mikhail Kotsyubinsky State Pedagogical University

## NEWS PORTALS OF WINNITSA AS A FORM OF REGIONAL INFORMATIONAL ACTIVITY

### Summary

The news web-resources of Vinnitsa, as an example of regional information activities, are investigated in the article. The specific of position of Internet-media is considered. Also attention is focused on the content and technical characteristics of news portals. The definition of the terms «portal» and «website» are presented. The positive and negative aspects of online-media of Vinnitsa are determined.

**Keywords:** portal, news portal, Internet-media, regional web-resources, content of online-media.

УДК 81'42:616.31:001:811

## СТОМАТОЛОГІЧНИЙ НАУКОВИЙ ДИСКУРС: ПИТОМЕ УКРАЇНСЬКЕ VS. ІНШОМОВНЕ В ТЕРМІНОЛОГІЇ

**Лещенко Т.О., Жовнір М.М.**

ВДНЗУ «Українська медична стоматологічна академія»

У статті проаналізовано особливості вживання питомих українських синонімів до узвичаєних науковою практикою стоматологічних термінів іншомовного походження. З'ясовано специфіку функціонування в стоматологічному дискурсі термінів-інтернаціоналізмів, а також терміноодиниць, утворених на національному мовному матеріалі. Акцентовано на загальній невнормованості фахової мови стоматологічної галузі. Умотивовано доцільність і раціональність використання в досліджуваному науковому дискурсі лексичних синонімів-дублетів. Оцінено часто вживані стоматологами правильні варіанти виформованих на вітчизняному мовному ґрунті термінолексем.

**Ключові слова:** дискурс, стоматологічний дискурс, термінологія, термін, унормованість, синонімія.

**Постановка проблеми.** Медицина – це та галузь української науки, яка безупинно і стрімко розвивається, поєднуючи найдавніші цінні здобутки минулого й життєво важливі напрацювання сучасних висококваліфікованих спеціалістів. Ця структурована, вивірена часом система наукових знань і практичних дій має використовувати належним чином організовану і впорядковану фахову мову – синтез терміноодиниць, які вживаються в різних медичних сферах. У цій статті ми зосереджуємося на вкрай неоднорідній, складній і невнормованій множинності взаємопов'язаних та взаємозалежних елементів, які створюють термінологічну базу стоматології.

Для повноцінності писемного наукового мовлення в цій галузі важливо дотримуватися норм уживання лексичних, граматичних і стилістичних ресурсів сучасної української мови. Натомість маємо хисткість указаного термінофонду, яка, на наш погляд, зумовлена структурною складністю, різноманітністю й багатоконпонентністю поняттєвої системи стоматології загалом, постійним активним розвитком галузі охорони здоров'я на тлі інших суспільно важливих зрушень, науково-технічного прогресу, винаходів і відкриттів, а також різноманітністю засобів і джерел поповнення її словника, явищами полісемії, синонімії, варіативності тощо.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Систематичне дослідження проблем, пов'язаних із унормованістю фахової мови стоматології, триває вже не одне десятиліття, а праці багатьох вітчизняних мовознавців (С.Ю. Дев'ятко, Г.О. Золотухін, Т.О. Лещенко, Н.П. Литвиненко, Л.Г. Лісовий, Н.В. Місник, Г.В. Навчук, Л.А. Пиріг, О.Б. Петрова, І.В. Семенко, Л.О. Симоненко, А.В. Ткач, В.Г. Юфименко та ін.) висвітлюють актуальні питання цього напрямку лінгвістики.

**Виділення не вирішених раніше питань загальної проблеми.** Попри усвідомлення гостроти й масштабності проблеми та безперервну працю вчених над її розв'язанням, під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників система української стоматологічної термінології досі не складалася. Нагальна потреба нормалізувати ситуацію в межах фахової мови стоматологічної сфери, невідповідність між бажаним і дійсним її станом підтверджують актуальність і своєчасність цієї праці. На часі – критична лінгвістична оцінка й доречні рекомендації щодо розв'язання окресленої проблеми.

Практична значущість статті не викликає сумнівів, адже висновки дослідження, результати аналізу допоможуть не лише збагнути лікарям-стоматологам негативні впливи термінологічного дисбалансу у фаховій мові стоматології, прислужаться під час виконання їхніх професійних обов'язків, а й, безперечно, сприятимуть стандартизації вказаної терміносистеми загалом, допомагатимуть удосконаленню наукових текстів, присвячених актуальним стоматологічним проблемам. З одного боку, стоматологи зможуть забезпечити себе від використання ненормативних елементів в усному, а головне писемному науковому мовленні, а з іншого – засвоїти правильні варіанти фахової наукової лексики.

У контексті непростого питання впорядкування системи стоматологічних термінів вирізняється проблема статусу терміноодиниць, сформованих на вітчизняному мовному ґрунті, тобто синонімів до узвичаєних науковою практикою термінів-номінацій іншомовного походження.

Мовознавці вмотивовано скеровують вектори своїх дослідницьких пошуків на кореляцію запозиченого і власне українського в галузевих терміносистемах, зокрема стоматологічній (З.С. Булик-Верхола, К.Г. Городенська, Т.Р. Кияк, А.П. Коваль, І.М. Кочан, Т.О. Лещенко, Л.Д. Малевич, Н.В. Місник, Г.В. Навчук, Л.А. Пиріг, П.О. Селігей, Б.І. Степанишин, Ю.В. Теглівець та ін.). Результати їхньої праці над відродженням і збереженням самотності національного термінофонду сприяють упорядкуванню й оформленню галузевих терміносистем, раціональному заміщенню іншомовних термінів українськими відповідниками, чинять опір невмотивованому поширенню в науковому дискурсі термінів-запозичень.

**Мета статті** – проаналізувати особливості вживання питомих українських синонімів до узвичаєних науковою практикою стоматологічних термінів іншомовного походження.

Для досягнення цієї мети ми вирішували такі завдання:

1) окреслити стан вивчення проблеми функціонування питомих термінів та інтернаціоналізмів у науковому стоматологічному дискурсі;

2) обґрунтувати доцільність і раціональність використання лексичних синонімів-дублетів;

3) визирити часто вживані стоматологами правильні варіанти терміноодиниць, сформованих на вітчизняному мовному ґрунті.

**Виклад основного матеріалу.** Загальновідомо, що наукова лексика гармонійно поєднує в собі питоми та чужорідні елементи. Дослідниця І.М. Кочан переконана, що в українській мові домінує принцип золотієї середини: іншомовні слова, які не мають національних відповідників, адаптуються й розчиняються в потужному арсеналі «національних слів» [1, с. 17]. Раціональне співвідношення таких елементів сприяє усталенню термінофонду, а надмірна перевага національного чи запозиченого в науковому дискурсі, зокрема стоматологічному, порушує органічність його функціонування. Крім цього, необґрунтоване переобтяження наукового тексту міжнародними або національно ідентичними термінами загальмовує розвиток усієї термінологічної системи.

Сучасний стан розглядуваної проблеми не варто вважати наслідком стрибкоподібного розвитку цивілізації чи масштабних зрушень у галузі вітчизняної медицини. Процес становлення й оформлення української стоматологічної термінології не завершився досі, навпаки, він відчутно активізувався під впливом національного відродження в Україні. Нині, на думку Л.А. Пиріг, «проблема української мови в галузі медицини потребує спільної праці, спільних зусиль мовознавців, медиків із використанням досвіду минулого і з передбаченням майбутнього» [3, с. 179]. Звісно, протягом тривалого часу виникало чимало суперечностей, альтернативних термінологічних концепцій, а стрижневі вектори в терміноворенні й терміновжитку нерідко залежали від політичних і соціальних чинників.

Так, результатом прагнення наблизити вітчизняну термінолексику до російської стало проникнення й одночасне функціонування у стоматологічному дискурсі невластивих українській мові елементів, які порушують її норми. У простудійованих дискурсивних фрагментах фіксуємо паралельне вживання прикметників з кінцевими морфемами «-видний» і «-подібний» (*клиноподібний* – *клиновидний*, *кулоподібний* – *кулоловидний*, *чашоподібний* – *чашовидний*, *ромбоподібний* – *ромбовидний*, *конусоподібний* – *конусовидний*, *крихтоподібний* – *крихтовидний*, *дископодібний* – *дисковидний*, *сідлоподібний* – *сідловидний*, *гачкоподібний* – *гачковидний*, *шишкоподібний* – *шишковидний*, *хрестоподібний* – *хрестовидний* тощо): «У них, як правило, були великі деформовані вушні раковини; *сідлоподібний* або *гачкоподібний* ніс, повні, сухі, мацеровані вивернуті губи з нечіткою червоною облямівкою; високе чоло з випуклими надбривними дугами; вкочення нижньої частини обличчя з випнутим підборіддям» (Дорошенко, с. 44); «Пальпації підлягають м'язи: жувальний, скроневий, присередній крилоподібний, дна ротової порожнини та *груднинно-ключично-соскоподібний*» (правильно – *груднинно-* (прим. авт.) (Рожко, с. 85); «Некротні враження (правильно – *ураження* (прим. авт.) тканин зубів (*гіпоплазія*, *гіперплазія*, *флюороз*, *травматичні ураження*, *клиновидний*

дефект, некроз) діагностувалися практично в кожній другій дитині ( $46,81 \pm 0,95\%$ )» (Канюра, с. 33); «**Кратероподібна** рана-виразка заповнюється грануляційною тканиною й епітелізується з утворенням невеликого утягненого рубця» (Вакуленко, с. 49).

Підкреслимо, що в сучасних лексикографічних працях подібний інтерпретовано як «який має спільні риси з ким-, чим-небудь, схожий на когось, щось» [7, т. VI, с. 745]. Таке тлумачення об'єктивно вмотивовує вживання цього терміноелемента в українській мові. Натомість *видний* кодифіковано зі значеннями «якого можна бачити; приступний зорові; який вигідно відрізняється від інших своїми якостями; значний» [7, т. I, с. 389]. Ці міркування і факти переконують у тому, що терміноелемент «-видний» – небажаний в українському науковому дискурсі росіянізм, який має набути статусу табуованого.

У контексті рецепції стоматологічною дискурсивною парадигмою питомою термінів цінними вважаємо зауваги про можливість повернення до вітчизняних дериваційних моделей, послуговування при перекладі не лише вказаними морфемами, а й узвичаєними українською словотвірною традицією суфіксами -аст(ий), -уват(ий), -оват(ий), -еват(ий), -ов(ий), -ат(ий), -ист(ий), -н(ий) тощо. У результаті такого словотворення, а також пошуку найдоречніших мовних засобів для передачі конкретного смислу постає ціла низка синонімів: *клиноподібний* – *клинчастий*; *кулеподібний* – *кулястий*, *округлий*; *дельтоподібний* – *дельтуватий*; *крилоподібний* – *крилуватий*; *хрестоподібний* – *хрещатий*, *хрестатий*; *шишкоподібний* – *гулястий*; *серпоподібний* – *серпуватий*, *серпастий*; *сталеподібний* – *стрілкуватий*, *стрілчбстий*; *сіткоподібний* – *сітчастий*; *воронкоподібний* – *лійкуватий*, *лійчастий*; *воскоподібний* – *воцатий*, *воскуватий*; *склоподібний* – *склистий*, *склуватий*; *шипоподібний* – *шипуватий* тощо.

Уживання таких відповідників обґрунтоване намаганням якнайповніше використовувати лексичний запас української мови, прагненням орієнтуватися на народне в мові науки. Водночас вибір із синонімічного ряду терміна, утвореного на власній етномовній основі, має бути підпорядкований практичним потребам фахівців стоматологічної галузі, відображати дійсний стан сучасної термінологічної лексики, не порушувати цілості всієї медичної терміносистеми: «Спроби вилучити слова тільки за те, що вони іншомовні, здебільшого не мають успіху» [2, с. 35].

Уникаючи штучно відновлених, утім заперечених сучасністю, застарілих лексем на позначення медичних явищ (*альвеола* – *дучка*, *чарунка*; *зуб мудрості* – *череняк*; *зуб молочний* – *телячок*; *зубний лікар* – *зубоволок*; *дентин* – *зубовина*; *мембрана* – *трелтвівка*; *набряк* – *водянка*; *слинні залози* – *слинівки*; *запалення слинних залоз* – *вовниця слинівок*; *жовни* – *лімфатичні залози на шиї* тощо), цілком доцільно використовувати інші українські еквіваленти загальнонаукових і стоматологічних термінів: (*маргінальний* – *крайовий*; *медіальний* – *серединний*; *інтактний* – *здоровий*; *апикальний* – *верхівковий*; *періапикальний* – *навколоверхівковий*; *пара-*

*донтальний* – *зубоаясенний*; *мутуальний* – *взаємний*, *обопільний*; *токсичність* – *отруйність*; *трансплантація* – *пересадка*; *циркуляція* – *кругообіг*; *регенерація* – *відновлення*, *аберація* – *відхилення*; *курабельність* – *виліковність*; *дезінтоксикація* – *знеотруєння*; *ірадіація* – *поширення*; *резорбція* – *розчинення*; *біфуркація* – *роздвоєння*; *атачмен* – *прикріплення* та ін.).

Натомість спостереження показали, що в наукових стоматологічних текстах досі переважають іншомовні терміноодиноці, більшість із яких – міжнаціональні: «**Резорбція** альвеолярної кістки II–III ступеня з глибокими кістковими кишенями, що сполучаються з **періапикальними** тканинами» (Данилевський, с. 379); «**На відміну від пульпіту** біль локалізований, ніколи не **ірадіює**» (Данилевський, с. 104); «**Вивченням резистентності** організму хворих із гнійно-запальними процесами м'яких тканин займалися дуже багато дослідників, але в жодній роботі не було вивчено стан резервних можливостей організму хворих після випуски їх із стаціонару, тобто у реабілітаційному періоді» (Вітковська, с. 4); «У цій групі дітей **санацию** порожнини рота було проведено в умовах загального знеболення в 1-2 відвідування» (Прошно, с. 310).

Прикро, але зазвичай дискурс стоматологів нагадує невинувдане нагримадження чужорідних термінів. Здається, що автори статей, посібників, підручників, монографій та різних за жанром наукових праць навмисно уникають звичайних зрозумілих слів, намагаючись зробити свою метамову кращою, але, на наш погляд, лише надають їй позірної науковості. «Описуючи результати досліджень, варто дотримувати розумного співвідношення між спеціальнонауковою, загальнонауковою та загальномовною лексикою», – переконує П.О. Селігей [6, с. 44].

Утім, аналіз засвідчує і паралельне функціонування в стоматологічному дискурсі чужомовних та українських термінів-відповідників: «**Запалення може поширюватися на верхівкову частину періодонта**, внаслідок чого розвивається **апикальний (верхівковий) періодонтит**, або захопити маргінальну його частину, тоді відповідно виникає **маргінальний (крайовий) періодонтит**» (Данилевський, с. 320); «**Протези бюгелні**, або **дугові** (нім. «bügel» – скоба, ручка, стремено), – різновид часткових знімних конструкцій протезів, частину базису яких становить металева дуга» (Біда, с. 30); «**Імплантат нерозбірний (one-partimplant, one-stageimplant)** – імплантат, **ендоосальна (внутрішньокісткова)** частина його складає єдине ціле із супроструктурою (абатментом)» (Нідзельський, с. 86).

Привертають увагу також поодинокі випадки витіснення інтернаціонального терміна питомим українським синонімом: «Таким чином, кожна з трьох форм хронічного **верхівкового** періодонтиту може виникати самовільно, а може переходити з одної в іншу» (Данилевський, с. 331); «**Мета досліджень** – на основі віддалених клінічних спостережень виявити, чи є залежності розвитку **навколоверхівкових** змін від типу відновлення коронкової частини зубів, які були або не були покриті штучними коронками» (Кордіяк, с. 55).

Усе це переконує в тому, що термінологія, утворена на власному мовному ґрунті, може входити до

активного наукового вжитку. Вона цілком спроможна забезпечити надійною термінологічною базою стоматологічну галузь. Призвичаєння наукового світу до питомих українських термінів не порушить процесу стандартизації й упорядкування галузевих терміносистем, зокрема стоматологічної. Поза жодним сумнівом, це збагатить мову науки.

Проте нагадаємо, що семантика загальноживаного відповідника до іншомовного терміна значно ширша, тому досить часто лише одне з його значень термінологізується і збігається з тлумаченням терміна. Водночас П.О. Селігей наполягає: «Коли науковці, працівники вживають термін у фаховому спілкуванні, побічні асоціації для них просто не існують. Тут питомі слова автоматично сприймаються у своєму другому – термінологічному значенні» [5, с. 37].

Приміром, у сучасному стоматологічному дискурсі повсякчас уживаються взаємозамінні терміни *фістула* і *нориця*: «У разі частого загострення на слизовій оболонці може виникати постійна ясенна або шкірна **нориця (фістула)**, з якої під час натискування виливається крапля гною» (Данилевський, с. 342); «Лікування хронічного гранулою чого періодонтиту, що має перебіг зі стійкими **норицями**» (Данилевський, с. 380). Обидві лексеми кодифіковані в лінгвістичних словниках із кількома значеннями. Так, у лексикографічному реєстрі *нориця* дефінована двояко: «подібна до миші тварина, що живиться рослинною їжею і робить шкоду сільському господарству; те саме, що фістули» [7, т. V, с. 442]. Термінологізувалося лише друге значення лексеми. Указуючи на розмовний характер «українського *нориця*» [4, с. 69], науковці переконують у доцільності послуговування цим словом у фаховому стоматологічному дискурсі. Важливо, що лексема *фістула* також багатозначна: «канал, що сполучає глибоку виразку в тканинах або органах тіла з поверхнею шкіри; виразка з таким каналом; *нориця* (у 2 знач.); стара назва одноствольних, а пізніше й багатоствольних флейт; те саме, що фальцет» [7, т. X, с. 602]. Попри це, в наукових колах функціонують узусальні термінологізовані значення цих слів. Утворене на українському мовному ґрунті *нориця* не лише не порушує вітчизняних терміновісних традицій, а й пересвідчує в беззаперечній точності, конкретності та однозначності як термінів-запозичень, так і закріплених у фаховому науковому вжитку їхніх питомих відповідників.

Привертають увагу спорадично оприявлені в науковому стоматологічному дискурсі терміни *маргінальний – крайовий (періодонт)*. Оцінюючи відповідність цих дублетів нормам української літературної мови, зауважимо, що тлумачення лексеми *маргінальний – «написаний на берегах книжки або рукопису»* [7, т. IV, с. 626] – експлікує семантику, відмінну від значення номінації *крайовий* («який міститься на краю чогось» [7, т. IV, с. 322]). Ми переконані, що український відповідник точніше передає наукове поняття, підтверджує міркування про здатність нашої мови своїми питомими засобами виражати смисл явищ і понять зі сфери науки. Саме тому з-поміж кількох синонімічних можна надавати перевагу термінам, у основі яких – український мовний матеріал: *аутопластична – внутрішня*

(картина хвороби); *інфраорбітальна – підочно-ямкова* (анестезія); *палатинальна – піднебінна* (анестезія); *мандибулярна – нижньощелепна* (анестезія); *донозологічна – рання* (діагностика); *аподактильний – безпальцевий* (метод знеболювання); *ортогнатичний – перекиривний* (прикус); *латеральний – боковий, бічний* (різець); *резистентність – стійкість* (зуба, емалі, металу, пломбувального матеріалу); *сенсibiliзація – надчутливість* (емалі, зуба, організму); *карієсо-резистентність – карієсостійкість*. Як на нас, лише збагатять фахову мову стоматології синоніми *тактильний – дотиковий*; *зблідлий – сполотнілий*; *почервоніти – побагровіти*; *знемагати – знесилюватися, слабнути* та ін.: «Під час проведення анестезії хвора раптово **сполотніла**, покаржилась на відчуття страху, вкрилася липким потом, знепритомніла» (10).

Натомість у проаналізованих фрагментах стоматологічного дискурсу фіксуємо традиційне вживання низки термінів, переважно запозичених з інших мов, ужитих на позначення методів фізичного дослідження щелепно-лицьової ділянки: *огляд, пальпація, перкусія, аускультация, зондування* тощо: «ЩЛД обстежують шляхом внутрішнього **огляду, пальпації, перкусії, аускультации**, а також іншими фізичними і функціональними методами» (Гасюк, с. 23); «Об'єктивне обстеження включає огляд, обстеження порожнини рота, а за необхідності – і всього організму хворого із застосуванням різних діагностичних прийомів (**пальпація, перкусія, апаратні та лабораторні методи дослідження**)» (Данилевський, с. 10).

Саме з приводу цих ключових у метамові медичини термінів уважаємо за доцільне згодитися з думкою П.О. Селігея, який акцентує на прозорій внутрішній формі питомого терміна, що, на його думку, здатна краще передавати суть поняття і полегшувати сприйняття фахової літератури [5, с. 102-103]. Замість термінів *перкусія* й *аускультация* доцільно послуговуватися лексемами *вистукування, простукування* і *вистукування*. Незважаючи на те, що подеколи карбовані на власному мовному ґрунті елементи містять додаткові асоціативні нашарування, науковий світ поступово призвичаюється до вживання дихотомії *пальпація – обмацування (промацування)*: «**Пальпація – це обмацування** якого-небудь органа або окремої ділянки тіла» (Данилевський, с. 18); «**Межі інфільтрату, що визначаються шляхом обмацування, зазвичай не поширюються за межі жувального м'яза**» (Вакуленко, с. 43).

Пам'ятаймо, що віддавати перевагу варто науково точному і зручному в користуванні терміну. Обираючи з-поміж можливих зафіксованих у дискурсивній практиці термінів, утворених засобами рідної мови, варто зважати на можливість появи небажаних (іноді негативних) асоціацій, семантичних нашарувань, додаткових конотацій до значення цієї терміноодиниці. Ми переконані в необхідності поміркованого, семантично і стилістично обґрунтованого застосування національних елементів у науковому стилі: «...в деякої частини медичних дублетів уживати питоме слово в науковому стилі і в практичній медицині слід дуже обережно з огляду на його розмовно-побутове стилістичне забарвлення» [2, с. 34].

**Висновки і пропозиції.** Процес упорядкування й унормування української стоматологічної термінології – справа надскладна і вкрай важлива. Усі перипетії, пов’язані з термінотворенням, освоєними науковою практикою термінологічними запозиченнями, використанням питомих варіантних форм до базових чужомовних терміноодиниць, їхнім логічним поєднанням у межах того чи іншого жанрового різновиду стоматологічного дискурсу потребують ретельного контролю наукової спільноти й виваженого лінгвістичного аналізу.

Студювання дискурсивних фрагментів дає підстави акцентувати на загальній невнормованості термінофонду стоматологічної галузі й частковому термінологічному різноб’ї. Спинившись на питанні синонімічного різноманіття

в межах фахової стоматологічної лексики, мовимо про об’єктивно вмотивоване поступове раціональне заміщення іншомовних термінів українськими відповідниками.

Перспективу досліджень убачаємо на теренах прикладної лінгвістики, в подальшому аналізі специфіки функціонування національного і запозиченого в науковому стоматологічному дискурсі, а головне – у формулюванні практичних рекомендацій і порад його авторам щодо потреби і значущості послуговування національно ідентичними термінами взамін їхніх чужорідних синонімів. Усе це може відбуватися лише за умови збереження цілісності стоматологічного термінофонду й дотримання логіки вибудовування стоматологічного наукового дискурсу.

## Список літератури:

1. Кочан І.М. Українська наукова лексика: міжнародні компоненти в термінології: навч. посібник / І.М. Кочан. – К.: Знання, 2013. – 294 с.
2. Лещенко Т.О. Українська мова в медицині: навч. посіб. для самостійної роботи студентів вищих навчальних закладів МОЗ України / Т.О. Лещенко, Т.В. Шарбенко, В.Г. Юфименко. – Полтава, 2017. – 332 с.
3. Пиріг Л.А. Медицина і українське суспільство: зб. мед. публіц. пр. / Л.А. Пиріг. – К.: Б. в., 1998. – 472 с.
4. Ріднева Л.Ю. Народна медична лексика російської мови: монографія / Л.Ю. Ріднева. – Умань: Візаві, 2013. – 182 с.
5. Селігей П.О. Світло і тіні наукового стилю / П. Селігей. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2016. – 627 с.
6. Селігей П.О. Сучасне термінотворення: симптоми і синдроми / П. Селігей // Мовознавство. – 2007. – № 3. – С. 48-61.
7. Словник української мови: в 11-ти т. / І. Білодід. – К.: Наукова думка, 1970–1980. – 11 т.

## Джерела:

1. Біда В.І. Заміщення дефектів зубних рядів сучасними конструкціями знімних протезів: навчальний посібник / [В.І. Біда, С.М. Ключан та ін.]. – Львів: ГалДент, 2009. – 152 с.
2. Вакуленко В.І. Курс стоматології: навч. посіб. / В.І. Вакуленко. – Одеса: ОНМедУ, 2011. – 160 с.
3. Вітківська С.В. Клініко-лабораторне обґрунтування застосування «Трофосану» у комплексному лікуванні хворих з одонтогенними абсцесами [Текст]: автореф. дис. ... канд. мед. наук / С.В. Вітківська. – К.: Б.В., 2007. – 19 с.
4. Гасюк П.А. Альманах з ортопедичної стоматології: навч. посіб. / [П.А. Гасюк, Є.Я. Костенко, В.Р. Мачоган, С.О. Росоловська, А.Б. Воробець та ін.]. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2016. – 352 с.
5. Данилевський М.Ф. Терапевтична стоматологія: підручник у 4 томах / [М.Ф. Данилевський, А.В. Борисенко, А.М. Політунта ін.]. – К.: Здоров’я, 2004. – 400 с.
6. Дорошенко С. І. Диференційована діагностика клінічних форм адентії, тобто вродженої відсутності зачатків зубів, та її основні діагностичні критерії / С.І. Дорошенко, Ю.І. Бабаскін // Український стоматологічний альманах. – 2012. – № 2(1). – С. 40-47.
7. Рожко М.М. Ортопедична стоматологія: підручник / [М.М. Рожко, В.П. Неспрядько]. – К.: Книга плюс, 2003. – 253 с.
8. Канюра О.А. Епідеміологія стоматологічної захворюваності дітей у великих містах України / О.А. Канюра // Військова медицина України. – 2008. – № 4. – С. 30-34.
9. Кордіяк А.Ю. Дослідження стану періапикальних тканин зубів залежно від типу застосованих штифтових конструкцій із відновленням або без відновлення коронкової частини штучними коронками / А.Ю. Кордіяк, Н.М. Дидик, Р.Р. Павличко // Український стоматологічний альманах. – 2016. – № 3. – С. 55-58.
10. Крок-тестування онлайн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.med-test.in.ua/ru/statistics/show/test/102727>. – Дата звернення: 10.07.2018. – Назва з екрана.
11. Нідзельський М.Я. Тлумачний термінологічний довідник із ортопедичної стоматології / [М.Я. Нідзельський, О.А. Писаренко, В.М. Соколовська, С.С. Ясногорська та ін.]. – Полтава: СПДФО Гаража М.Ф., 2015. – 361 с.
12. Прохно О.І. Особливості проведення санації порожнини рота у дітей дошкільного віку в умовах загального знебоління / О.І. Прохно // Вісник проблем біології і медицини. – 2015. – № 1. – С. 310-315.

**Лещенко Т.А., Жовнир М.Н.**

ВГУЗУ «Украинская медицинская стоматологическая академия»

## СТОМАТОЛОГИЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ ДИСКУРС: УКРАИНСКИЕ ТЕРМИНЫ VS. ТЕРМИНЫ-ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗМЫ

### Аннотация

В статье проанализированы особенности употребления украинских синонимов к общепринятым в научной практике заимствованным стоматологическим терминам. Указана специфика функционирования в стоматологическом дискурсе терминов-интернационализмов. Особое внимание обращено на использование терминологических единиц, образованных на основе национального языкового материала. Акцентируется на общей неунормированности профессионального языка стоматологической отрасли. Мотивировано целесообразность использования в стоматологическом научном дискурсе лексических синонимов-дублетов. Предложено правильные варианты часто используемых национально идентичных терминологических лексем.

**Ключевые слова:** дискурс, стоматологический дискурс, терминология, термин, унормированность, синонимия.

**Leshchenko T.O., Zhovnir M.M.**

HSEE of Ukraine «Ukrainian Medical Stomatological Academy»

## STOMATOLOGICAL SCIENTIFIC DISCOURSE: NATIVE UKRAINIAN TERMS VS. TERMS-INTERNATIONALISM

### Summary

The article analyzes peculiarities of usage Ukrainian synonyms for foreign dental terms. The specifics of the functioning in the sphere of dentistry of terms-internationalism, as well as their Ukrainian equivalents, have been found out. There was also indicated on irregularity of the professional language of the dental industry. In the article, there were provided arguments and reasonableness for preferred usage of the Ukrainian terms. There was also given a number of national equivalents to the foreign words from the sphere of dentistry.

**Keywords:** discourse, dental discourse, terminology, term, rationing. Synonymy.

УДК 087:130.2

## КНИГА В ЭПОХУ ВИЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

**Лисенко Л.І.**

Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г. Короленка

У статті досліджено особливості функціонування книги в системі візуальних комунікацій. Окреслено основні напрямки наукової дискусії про природу, розвиток та перспективи формату книг без тексту, які потребують системного дослідження в українському контексті. З'ясовано закономірності актуальності видань з візуальною домінантою для дитячої аудиторії, серед яких їхній творчий, виховний, розвивальний та медіаосвітній потенціал. Проаналізовано, що чинниками популярності книжок без тексту в дорослих читачів є зміна інформаційно-комунікаційного простору, трансформація рецептивних і когнітивних процесів, запит на наративні формати з емоційною домінантою. Доведено, що різноманітність сегмента візуального книговидавництва відображає багатовимірність моделей читацької поведінки.

**Ключові слова:** візуальна культура, книга, «мовчазна книга», книжка-картинка, безтекстова книга.

**Постановка проблеми.** У 2012 році національна секція Міжнародної ради з дитячої та юнацької книги (IBBY) в Італії розпочала проект «Мовчазні книги: зі світу до Лампедузи і назад» [14], покликаний зібрати звідусюди книжки-картинки для дітей та дорослих-біженців, іммігрантів. Саме на цьому острові виникла гостра необхідність шукати нові форми налагодження психологічних, комунікаційних, культурних контактів для взаємодії з іноземцями, котрі потрапили в складні життєві обставини й готові до змін. Ініціативу через три роки продовжила

національна секція IBBY Швеції у співпраці з бібліотеками та центрами допомоги біженцям. Акцент було зроблено на вдосконаленні методології застосування «мовчазних книг» у цільових проектах. Інтерес до нетекстових видань зумовлений особливостями їх наративної природи, яка здатна долати культурні й мовні бар'єри в налагодженні взаєморозуміння в неоднорідному мовному середовищі. Серед найпопулярніших книжок проекту – «Уламок» (Flatsam) Девіда Вейснера, «Сніговик» (The Snowman) Раймонда Бріггса, «Подорож» (Journey) Аарона Беккера,



«Прибуття» (The Arrival) Шона Тана. У кожній із цих ілюстрованих історій візуалізовані ситуації втрати, самотності, адаптації, пошуку, суголосні з обставинами, в яких опинилися біженці. За такого типу нарації кожен читач / глядач / наратор органічно знаходить себе в контексті конкретної історії, оскільки її представлення перебуває поза національною чи лінгвістичною специфікою. Читачки сесії, які модерували волонтери і бібліотекарі, використовуючи видання цього наративного формату, відбувалися в рецептивно комфортній атмосфері, їх учасники, зосереджуючись на сюжетах книг, «проговорювали» і свої проблеми.

За спостереженнями колишнього генерального директора Міжнародного бюро французького книговидавництва Жана-Гі Буена, найрезонансним видавничим трендом останніх років є мальовані історії та графічні новели для дітей і дорослих: «20 років тому ця сфера представляла 2% фінансового ринку, тепер – 9%. І 12% серед проданих примірників такої літератури – комікси не лише для дітей, а й для дорослих» [4]. Самодостатність жанру після Пулицерівської премії коміксу «Маус: Розповідь того, хто вижив» Артура Шпігельмана у 1992 році підтвердив щогорічний довгий список на Букерівську премію, до якого вперше потрапив графічний роман – «Сабріна» Ніка Дрназо [9].

Український книжковий ринок активно зреагував на популярність візуальних історій для дітей і дорослих: серія перекладів графічних романів та ілюстрованих історій видавництва «Видавництво» («Переполиц» Маржан Сатрапі, «Стіна» Петра Сіса, «Серце, плач» Гленна Рінгтведа, Шарлотте Парді), серія Комікси DC та Vertigo видавництва «Рідна мова»; книги-розглядалки (віммельбухи), книги-картинки, арт-буки, ілюстровані історії та казки «Видавництва старого Лева»; перша графічна повість «Безхвоста» Оксани Луцесівської і Яни Гавриш (видавництво «Віват») та інші.

Багатоаспектний потенціал безтекстової книги стимулював науковий інтерес до неї. У зарубіжному видавничому й дослідницькому дискурсі кристалізується ідея нових форм комунікаційної взаємодії в глобалізованому інтегрованому світі, які сприяли б подоланню культурних, ментальних, мовних та інших бар'єрів. Візуальні форми комунікації, помітне явище серед яких – безтекстова книга, структурують наративи на основі універсальних символічних кодів, інтерпретаційним механізмом яких є асоціації та емоції, і це – певний виклик для соціокомунікаційних досліджень.

Наративні структури з різних соціокультурних практик, що репрезентують нарративний поворот (Мартін Крайсворт), переорієнтація соціокультурної парадигми з текстоцентричної на візуальну (візуальний поворот у сучасному гуманітарному знанні) сформували передумови для осмислення сутності, смислотвірної цінності й функціональної специфіки книжкових видань, які не містять текст. А перманентні дискусії про когнітивні змагання традиційного нарративу з його візуальними формами поступово трансформують розуміння книги як феномену, сфер її функціонування, поведінкових механізмів цільових аудиторій та реакцію видавничої індустрії нові рецептивні потреби і практики.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У зарубіжних дослідженнях питання соціокультурної актуальності і нарративної самодостатності книг-картинок (книг, які не містять тексту) розпочалися з 80-х років ХХ ст. Беттіна Кюммерлінг-Майбауер (Bettina Kümmerling-Meibauer) виокремлює наукові розвідки Девіда Льюїса (David Lewis), Марії Ніколаєвої (Maria Nikolajeva), Керол Скотт (Carole Scott), Пеппі Нодельмана (Perry Nodelman), Улли Редін (Ulla Rhedin), Софі ван дер Лінде (Sophie van der Linden), Йенса Тіле (Jens Thiele), які окреслили орієнтири для сучасних студій [13, с. 4]. Дослідження репрезентують розуміння інтермедійної природи видань, які в різних комбінаціях поєднують зображення і текст (заголовок, репліки тощо). Сучасні підходи до їх вивчення заперечують взаємозумовленість і взаємодоповнюваність вербальних і візуальних кодів, оскільки кожен із них може формувати різні аспекти досвіду «візуального» читання. Беттіна Кюммерлінг-Майбауер зауважує, що «книги-картинки характеризують варіативність концептуальних проєкцій, які охоплюють семіотичний, матеріальний і культурний феномени, і кожен може співвідноситися з різними підходами до нарації» [13, с. 4].

Актуальні в сучасних комунікаційних умовах дослідження дидактичних і медіаосвітніх аспектів функціонування книг-картинок і книг, які не містять тексту. Серед найрепрезентативніших – розвідки Евелін Аріспе (Evelyn Arizpe), Джулі Макадам (Julie McAdam), Морін Фаррелл (Maureen A. Farrell), Лена Ансворта (Len Unsworth), Клер Пейнтер (Clare Painter). Зазвичай, це міждисциплінарні дослідження, що аналізують книги-картинки з позицій мистецтвознавства, історії та географії культури, семіотики, філософії, візуальної грамотності, теорії педагогіки, літератури з метою виявлення смислетвірного потенціалу візуальних історій.

В Україні системні дослідження тематичних, жанрових, структурних, функціональних особливостей книг, які не містять тексту, не представлені. Емілія Огар у монографії «Дитяча книга в українському соціумі (досвід перехідної доби)» розглядає їх у потоці продукції з виразно маркованою «дитячою» адресністю [2]. Окремі різновиди (графічні романи та комікси) досліджують Світлана Підпригора, Олена Колесник, Олени Бежан, Наталя Космацька. Їх дидактичний та медіаосвітній потенціал – предмет дослідницького інтересу Ганни Онкович, Юрія Несіна, Володимира Юрженко, Наталії Вострянкової. Оглядові матеріали як реакції на актуальні тенденції видавничого ринку публікують фахові медіаресурси Букмоль, Читомо, Літакцент, Буквоід, сайти видавництва і книжкові блогери на персональних сторінках.

**Виокремлення не розв'язаних раніше частин загальної проблеми.** Перевага візуально-образних форм нарративу в сучасному інформаційному світі зумовлює потребу адаптації автора / видавця / читача до нових моделей книготворення, взаємодії учасників цього процесу, створення умови для системних досліджень специфіки книжкових візуальних форматів і їх приживання в українському книжковому середовищі. Важливе і з'ясування соціокультурних передумов «буму» на мальовані історії та їхнього виходу за межі традиційно дитячого сегменту.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є розкриття закономірностей популярності «безсловесних» книг у сучасному соціокомунікаційному просторі.

**Виклад основного матеріалу.** Трактуючи поняття «книжка без слів» (wordless books) має значні розбіжності. У контексті превалювання візуального складника книжкових видань використовують поняття «книжка-картинка», «книжка-розглядалка» (віммельбух), книжка-іграшка, ілюстрована книжка, комікс, графічний роман, арт-бук, поп-ап книга, візуальна книжка тощо. Підвищений інтерес видавничої індустрії до такої продукції постійно розширює її асортимент, форматну та змістову варіативність, що актуалізує системну дослідницьку роботу. Як зауважує Сара Доуговер (Sarah Dowhower), «з появою перших статей про книжки без слів (wordless books) в середині 1970-х років, їх згадували в контексті книг-картин (picturebooks), в яких історія поставала винятково через ілюстрації. Згодом до цієї категорії зараховували лише книги, які розповідають історії в зображеннях; у Бібліотеці Конгресу є предметний покажчик видань, які не містять текст, – «історії без слів». Однак багато каталогізованих під цим заголовком видань «не мають історій у традиційному розумінні» [8, с. 60]. Крім того, відсутність тексту в них є відносною. Заголовки, репліки, написи на зображеннях, паратекст все-таки наявні в книжках-картинках. Сандра Л. Бекетт (Sandra L. Beckett) вважає більш точною їх назвою «розповіді без слів» (wordless narratives) [6].

Евелін Аріспе пропонує сприймати книги-картини без слів (wordless picturebook) як текст, в якому візуальні образи несуть смислове навантаження, а відсутність вербальних елементів є не лише художнім прийомом, а їхньою сутнісною специфікою [5, с. 5]. Зазвичай, один із аспектів взаємозв'язків слово / зображення в них втрачається, оскільки заголовки та інші складники паратексту можуть виражати важливі смисли в деяких форматах книжок-картинок [5, с. 5]. Тому Евелін Аріспе на їх означення пропонується терміном «книжка-картинка» (picturebook), бо всі вони містять хоча б кілька слів, як правило, у заголовках або «вбудованими» в зображення (назви вулиць, магазинів). Поняття «книжка майже без слів» (almost wordless) використовують стосовно видань з тенденцією до мінімізації вербальних елементів оповіді [5, с. 5].

Емілія Огар наголошує, що в українському дитячому книговиданні для них немає сталого визначення [2, с. 249]. Враховуючи широке функціональне призначення, різне співвідношення вербальних і зображальних складників у виданнях такого типу, вона пропонує послуговуватися терміном «ілюстрована дитяча книга» і «диференціювати його на групи на основі пропорційності між текстом та ілюстративним рядом, розподілу між ними функцій в переданні закладеної автором інформації, у створенні відповідної емоційної атмосфери» [2, с. 250]. Ці дві групи – зображально-текстові й текстово-зображальні [2, с. 251].

Американська дослідниця Сара Доуговер вирізняє в сукупності «книг без слів» п'ять категорій:

1. Концепт-книги, які інформують про алфавіт, цифри, місяці тощо або позначають книги

для дітей, в яких серії відомих предметів візуалізовані для називання чи ідентифікації.

2. Тематичні книжки, в яких ілюстрації пов'язані, але не в традиційну сюжетну лінію.

3. Пояснювальні (пізнавальні) книги, в яких візуалізовані наукові і соціальні дослідження.

4. Візуальні книги-ігри, які запрошують читачів до взаємодії з картинками (знайти приховані об'єкти, порівняти відмінності між зображеннями, створити історію); візуальні ігри з ілюзіями і трансформаціями сторінки.

5. Наративні книги-історії, які мають спрощені або ускладнені сюжетні лінії [8, с. 62-63].

Сучасні видання можуть фігурувати в кількох категоріях одночасно. Крім того, складність візуального ряду і високий рівень його змістового навантаження робить їх придатними не лише для дитячої, а й для юнацької аудиторії (young adult) і для дорослих. Їх Сандра Л. Бекетт називає кросверними книгамии-картинками (crossover picturebooks), увага до яких посилюється у зв'язку з наростанням глобального тренду кросвер-літератури (серія Джоан Ролінг про Гаррі Поттера, роман Джона Р.Р. Толкіна «Володар пернів», трилогія «Голодні ігри» Сюзанни Коллінз та інші). На її думку, такий формат видань має унікальну перевагу – спільне читання дітей і дорослих, коли обидві групи читачів мають рівні права в інтерпретації. Ця специфіка книг-картин вирізняє їх з-поміж інших наративних форм, завдяки їй вони кидають виклик традиційним нормам і законам жанру, який прийнято вважати винятково дитячим [6].

Нарощення популярності й урізноманітнення дитячих книжок-картинок зумовлені значним їх розвивальним, виховним, дидактичним, креативним потенціалом. Поява видань з акцентованими візуальними компонентами для дорослої цільової аудиторії диктує необхідність переосмислення моделей сучасної читацької поведінки, які опинилися під впливом інформаційно-комунікаційних технологій, передусім інтернет-культури.

Журналіст The New York Times Фархад Манжу (Farhad Manjoo) в одній із публікацій запросив своїх читачів до «посттекстуального майбутнього» («Welcome to the post-text future»): «Ми тільки почали розглядати глибші, більш кінетичні можливості онлайн-культури, в яких текст відступає на задній план, а звуки та зображення стають універсальною мовою» [11]. Доступність технологій спростили не тільки алгоритми використання мультимедійної продукції, а й відкрили можливості для непрофесійного її продукування. Розмивання нормативів, які поширюються на нетекстові медійні формати, значно впливає на когнітивні й рецептивні процеси, оскільки зображальна знакова система інформаційного повідомлення зумовлює домінування емоційного над раціональним. Сегмент візуального книговидання, спозиціонований в цій парадигмі, віддзеркалює багатовимірність моделей читацької поведінки, які стимулюють еволюцію книги.

Втрата звички «тривалого читання», зміна пріоритетів і часових меж сконцентрованої уваги, збільшення кількості й щільності інформації, що породжує необхідність швидко реагувати й орієнтуватися, створюють передумови для трансформації мисленневих, когнітивних механізмів

людини, які сформували запит на невербальну інформацію, потіснивши інші її види. Спеціаліст з візуалізації даних Кароль Пекарський певною мірою простовує цю теорію, переймаючись таким питанням: «Якщо вже наш мозок і нервові зв'язки такі гнучкі, щоби змінюватися за кілька днів чи місяців під впливом читання коротших текстів, то чому б їм не змінитися назад за читанням довших і вдумливіших текстів?» [3].

Іммерсивне (інтегрує потреби, інтереси різних цільових аудиторій) інформаційне середовище, в яке потрапляють мальовані історії в книжкових форматах, не є новим. Дослідження з археології медій ілюструють повторюваність культурних процесів і досвідів: інформаційне перенасичення доби Відродження, поширення друку, винахід фотографії, поява кінематографа тощо. Подібні формули, які повторювалися в різних культурних контекстах, Ерккі Хухтамо називає топонами: «Наприклад, ідея занурення в медію <...>. Ця ідея була популярною у 1990-х роках, коли люди почали обговорювати віртуальну реальність й уявляти майбутнє в безтілесному кіберпросторі. Все, що сьогодні серйозно обговорюється, – насправді своєрідні розриви культури, які демонструють, що більшість культурних процесів уже існували раніше» [1]. Ці тенденції стосуються певною мірою й актуальності взаємодії вербальних / візуальних комунікацій, до яких зверталися в давні й античні часи (наскельні, печерні малюнки, подієві зображення на кераміці тощо). Майже тотальна неграмотність зумовила пріоритетність зображальних інформаційних повідомлень. Це спричинилося до появи ілюстрованої преси у країнах, де скупчувалося найбільше трудових мігрантів. Зрештою, історія проекту ІВВУ Італії «Мовчазні книги: зі світу до Лампедузи і назад» підтверджує загадану теорію й означає пріоритетність книг, які не містять тексту, для налагодження міжкультурних комунікацій з можливістю уникнення мовних бар'єрів.

Змога «прочитування» смислів у книгах-картинах поза вербальною практикою не применшує їх оповідальної сили. Зіставлення репрезентативних і нарративних характеристик візуальних і вербальних артефактів Беттіна Кюммерлінг-Майбауер вважає особливо актуальним. У цьому вона покликається на класичну роботу Готгольда Ефраїма Лессінга «Лаокоон, або Про межі малювання та поезії», його аналіз сутності живопису й поетичного мистецтва: «Лессінг підтверджує, що різні види мистецтва можуть перемикатися між темпоральною і просторовою репрезентацією, а значить невербальні артефакти також можуть розповідати історії» [13, с. 2]. Зміни сторітелінгової парадигми різних медіумів відкрили простір і створили передумови для популярності серіальної кіно- і телепродукції. У 2015 році Британський словник англійської мови Collins English Dictionary назвав словом року дієслово *to binge-watch* – «запірно переглядати» (телепрограми, серіали) [7], що фіксує зміну звичок інформаційного споживання і виправдовує запит на книжкові візуальні формати, які відповідають моделям «прокруткових (scrolling) історій» [3]. Кооперація візуальних медій (книжкових, відео) успішно реалізується в екранізаціях, зокрема кінопротистоянні всесвітів Marvel і DC Comics.

Сучасні проактивні споживачі, поведінка і звички яких активують нові книговидавничі моделі, на думку стратегічного маркетолога, члена спільноти BookMachine Сюзан Кавана (Susanne Kavanagh), формують Споживача 3.0 [10]. Книжкові візуальні історії мають суттєвий потенціал для застосування креативних здібностей цієї аудиторії. Читач / наратор користується свободою вибору послідовності інтерпретації візуальних образів, точок зору для декодування смислів, проєкцій на особисті досвіди. Подібними перевагами користувалися феноменально популярні книги-розмальовки для дорослих (colouring books), де кожен має змогу не тільки «прочитувати», а й самостійно створювати візуальні образи, сюжети тощо. Окрім сприяння розвитку творчих здібностей, такі видання мали терапевтичний, антистресовий, рекреаційний ефекти. Щоправда, філософ Сюзан Нейман (Susan Neiman) у широкому інтересі до цієї продукції побачила глибоку проблему суспільства – його інфантилізацію. На її думку, культура більше не пропонує жодної привабливої поведінкової моделі для людей зрілого віку, на відміну від дитинства: «Дорослість ототожнюється з покірністю, відмовою від мрій про пригоди, усіх надій на отримання задоволення і, відповідно, краще майбутнє» [12]. Усвідомлення своєї зрілості вимагає відповідної поведінки: вміти приймати рішення, формувати власну думку і точку зору на основі аналізу й осмислення інформації. У сучасних «мовчазних книгах» для дорослих простежується тенденція апелювати до важливих і складних проблем сучасності або історичного минулого: тема домашнього насилля у графічному романі польських авторів Ежи Шилака та Йоанни Карповіч «Розквашене яблуко» (пол. «Kwaśne jabłko» – пер. видавництва «Видавництво»); французький бестселер «Персеполіс» («Persepolis») авторки іранського походження Маржан Сатрапі про переосмислення політичних процесів і традиційного світогляду; «Маус: Розповідь того, хто вижив» Артура Шпігельмана («Maus: A Survivor's Tale») – історія про єврея, який пережив Холокост. Поява кожного подібного видання викликає значний суспільний резонанс, а читачі / наратори продовжують шукати свої ролі в реконструкції та інтерпретації їхніх смислів, закодованих у послідовності візуальних образів.

**Висновки і пропозиції.** Мовчазна (нетекстова) книга репрезентує одну із тенденцій розвитку сучасного медіасередовища – розширення сфери візуального контенту й наростання зосереджених на ньому рецептивних практик, що водночас ілюструє тезу представників канадської школи медіакомунікацій про відродження ранніх комунікаційних практик на іншому технологічному і соціокультурному шаблі розвитку цивілізації.

Популярність дитячих книг, в яких майже або цілком відсутній текст, активізує дослідження новітніх медіаявищ і рецептивно-інтерпретаційних стилів як чинників розвитку креативних, комунікаційних здібностей.

Вростання таких видань у сферу медіапрактик дорослих аудиторій зумовлене їх інтерактивним і нарративним потенціалом, ефективним інтегруванням в систему запитів цифрової культури. А когнітивні і медіаосвітні моделі взаємодії з такими виданнями зрілих читачів потребують інтердисциплінарних досліджень.

**Список літератури:**

1. Герман И. Эволюция технологий: Эрки Хухтамо о том, чем занимаются археологи медиа / Инна Герман // Теории и практики. – 03.02.2015. – Режим доступа: <https://theoryandpractice.ru/posts/10145-arkheologiya-media>.
2. Огра Е. Дитяча книга в українському соціумі (досвід перехідної доби) [Текст] : монографія / Емілія Огар. – Л.: Світ, 2012. – 319 с.
3. Петренко Т. Кароль Пекарський про кінець книжок та майбутнє читання / Тетяна Петренко // Читомо. – 12.06.2018. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/karol-pyekars-ky-j-pro-kinets-kny-zhok-ta-majbutnye-chy-tannya/>.
4. Петренко Т. Французька панорама останніх видавничих трендів Жана-Гі Буена / Тетяна Петренко // Читомо. – 05.06.2018. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/frantsuz-ka-panorama-ostannih-vy-davny-chy-h-trendiv-zhana-gi-buena/>.
5. Arizpe E. Meaning-making from wordless (or nearly wordless) picturebooks: what educational research expects and what readers have to say / Evelyn Arizpe // Cambridge Journal of Education. – 2013. – V. 43(2). – P. 163-176.
6. Beckett S.L. Crossover Picturebooks: A Genre for All Ages / Sandra L. Beckett. – New York and London: Routledge, 2012. – 398 p.
7. Binge-watch is Collins' dictionary's Word of the Year // BBC. – 05.11.2015. – Режим доступу: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-34723515>.
8. Dowhower S. Wordless Books: Promise and possibilities, a genre comes of age / Sarah Dowhower // Yearbook of American Reading Forums / edited by K. Camperell, B.L. Hayes and R. Telfer. – 1997. – V. 17. – P. 57-79.
9. Gamerman E. Graphic Novels Get New Respect / Ellen Gamerman // The Wall Street Journal. – 04.08.2018. – Available at: <https://www.wsj.com/articles/graphic-novels-get-new-respect-1533387601>.
10. Kavanagh S. Consumer 3.0 – Reading, crowd-sourcing and audience engagement in a digital age [EVENT REPORT] / Suzanne Kavanagh // BookMachine. – 05.06.2018. – Available at: <https://bookmachine.org/2018/06/05/consumer-3-0-reading-crowd-sourcing-and-audience-engagement-in-a-digital-age-event-report/>.
11. Manjoo F. Welcome to the post-text future / Farhad Manjoo // The New York Times. – 14.02.2018. – Available at: <https://www.nytimes.com/interactive/2018/02/09/technology/the-rise-of-a-visual-internet.html>.
12. Neiman S. The craze for adult colouring books shows how we've all become infants / Susan Neiman // The Telegraph. – 11.05.2016. – Available at: <https://www.telegraph.co.uk/books/what-to-read/colouring-books-for-adults-prove-how-infantile-weve-become/>.
13. Picturebooks : representation and narration / edited by Bettina Kümmerling-Meibauer. – New York, London: Routledge, Taylor & Francis Group, 2014. – 258 p.
14. Silent books: A handbook on wordless picture books packed with narrative power. – GTC Print, Lulee, 2016. – 20 p.

**Лысенко Л.И.**

Полтавский национальный педагогический университет  
имени В.Г. Короленко

**КНИГА В ЭПОХУ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ****Аннотация**

В статье исследованы особенности функционирования книги в системе визуальных коммуникаций. Определены основные направления научной дискуссии о природе, развитии и перспективах формата книг без текста, которые требуют системного исследования в украинском контексте. Выявлены закономерности актуальности изданий с визуальной доминантой для детской аудитории, среди которых их творческий, воспитательный, развивающий и медиаобразовательный потенциал. Проанализировано, что факторами популярности книг без текста у взрослых читателей являются изменения информационно-коммуникационного пространства, трансформация рецептивных и когнитивных процессов, запрос на нарративные форматы с эмоциональной доминантой. Доказано, что разнообразие сегмента визуального книгоиздания отражает многомерность моделей читательского поведения.

**Ключевые слова:** визуальная культура, книга, «тихие книги», книжка-картинка, безтекстовая книга.

**Lysenko L.I.**

Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University

**BOOK IN THE EPOCH OF VISUAL CULTURE****Summary**

The article explores the features of the functioning of the book in the visual communications system. The main directions of the scientific discussion on the nature, development and prospects of the wordless books, which require systematic research in the Ukrainian context, are determined. The regularities of the relevance of editions with a visual dominant for the children are clarified, among which are their creative, educational, developing and media education potential. It is analyzed that the factors of popularity of wordless books in adult readers are changes in the information and communication space, the transformation of receptive and cognitive processes, the request for narrative formats with an emotional dominant. It is proved that the diversity of the visual publishing segment reflects the multidimensionality of models of reader behavior.

**Keywords:** visual culture, book, «silent books», picturebook, wordless book.

УДК 81.161.2'373:32

## КОНЦЕПТ ПОСТУП У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ ІВАНА ФРАНКА

Лужецька Н.Я.

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

У статті реалізовано концептуальний аналіз центральної категорії світогляду Франка – концепту *поступ*. На основі когнітивно-дискурсного підходу розкрито смисловий потенціал слова – імені концепту у комунікативно-прагматичному полі мислителя, насиченого політичними метафорами. Саме вони виступають типовим і яскравим засобом концептуалізації багатогранної політичної дійсності на межі XIX–XX ст.

**Ключові слова:** Іван Франко, концепт *поступ*, смисл, метафоричний сценарій, комунікативно-прагматичне поле.

Утвореній Франком концептосфері поняттю-ідеї *поступу* належить особливе місце. За спостереженнями дослідників, мислитель «через призму поняття *поступ* розглядав рішуче всі сфери й проблеми». Поступ був центральною категорією, навколо якого укладався світогляд Франка, як у молодому, так – з певними застереженнями – у зрілому віці [6, с. 115]. Тож ідея поступу у Франковому дискурсі багатогранна й оригінальна, для висвітлення якої потрібно враховувати філософські, історичні, етнічні, психологічні й інші позамовні чинники. У своїй сукупності вони дозволять наблизитися до Франкового осмислення концепту *поступу*. В цьому і полягає **актуальність дослідження**. За таких умов його мета – простежити, як навколо слова-імені концепту створюється семантичне поле, як збагачується його смисл в комунікативно-прагматичному просторі світоглядної еволюції автора, зокрема через політичну метафору, породжуючи нові асоціативно-оцінні конотації. У сучасній лінгвістиці не існує усталеного визначення поняття **концепту**.

**Аналіз останніх досліджень.** Багатогранність концепту як категорії, глибинність смислів, що заховані у ньому, зумовили різні напрямки його дослідження, де основними виступають: лінгвокультурологічний (А. Вежбицька, В. Жайворонко, В. Карасик, В. Кононенко, В. Маслова, Н. Слухай, Ю. Степанов та ін.) і семантико-когнітивний (М. Болдирев, І. Голубовська, Т. Космеда, О. Кубрякова, М. Полюжин, З. Попова, Й. Стернін, Т. Радзівська, М. Скаб та ін.).

Для висвітлення смислу концепту доречно відштовхнутися від лексикографічного тлумачення слова-поняття.

Не буде перебільшенням стверджувати, що освоєння номінації *поступ* пов'язане із західноукраїнською мовною практикою, причому у двох значеннях – нетермінологічному, загальнонародному і термінологічному. Словник за редакцією Бориса Грінченка фіксує лексему *поступ* із такими тлумаченнями: 1) крок, поступ; 2) прогрес, рух вперед [4, с. 373]. Ілюстрацією для першого значення послужили «Галицько-руські народні приповідки», які зібрав, упорядкував і пояснив І. Франко; для другого значення – поетичні рядки галицького поета Данила Млаки «За правду, поступ, волю кожен з нас на смерть готов», які перегукуються, що правда, без пафосного надриву із Франковим «Революціонером»: «Дух, що тіло рве до бою, Рве за поступ, щастя й волю». Звернемо увагу: поряд з універсальними люд-

ськими цінностями – *щастям* і *волею*, Франко наголошує на приматі *поступу*. Репрезентантом західноукраїнської мовної практики виступає «Лексикон Львівський: поважно і на жарт», де, крім згаданого *поступу* «прогрес» [3, с. 588], зафіксовано політоніми-неологізми, відсутні у Словнику за ред. Б. Грінченка: *поступовець* «прогресивна людина» [3, с. 588], *поступовий* «передовий, прогресивний» [3, с. 588]. Неважко помітити, що в похідних метафоричних значеннях спільною і центральною є сема «рух уперед». Вона є наскрізною у дериватах, зареєстрованих у СУМі: *поступальний* «спрямований уперед; позначений поступом» [5, т. VII, с. 383], *поступальність* «абстрактний іменник до *поступальності*» [5, т. VII, с. 383], *поступально* «присл. до *поступальний*» [5, т. VII, с. 383], *поступовець* 1) «прихильник повільного, поступового розвитку, ворог рішучих, революційних заходів»; 2) «прогресивна людина, поборник соціального прогресу» [5, т. VII, с. 386]; *поступування* «те саме, що *поступ*» [5, т. VII, с. 386].

Франкова візія *поступу* виходить далеко за межі порівняно одновимірних словникових тлумачень, інколи не позбавлених т. зв. класового, вульгарно соціологічного підходу із відповідною негативною конотацією, пор.: *поступовщина* «погляди й тактика ліберальних та опортуністичних політичних партій чи угруповань, що протиставляли революційній боротьбі орієнтацію на незначні, поступові соціальні реформи, здійснювані урядом експлуататорської держави» [5, т. VII, с. 386]. Індивідуально-авторське розуміння поняття-ідеї *поступу* проявляється у відповідних текстах письменника, особливо виразно – у фундаментальній науковій праці «Що таке поступ?», безпосередньо присвяченій проблемі поступу. Генератором нових смислів аналізованого політоніма виступає, зокрема, метафора, яка не тільки образно відбиває складні політичні явища, а й виявляє ще не пізнані їх грані.

У зв'язку з тим, що особливості трансляції авторського смислу залежать від характеру дискурсу, доречно розглянути процес розгортання смислової конфігурації політоніма *поступу* у різних метафоричних сценаріях. Саме вони породжують ситуативні прагматичні значення. Рушієм їх виникнення стали домінантні у лексикографічному значенні семи, що трансформувались у смислоутворювальні. Йдеться про ознаки «траєкторія руху» і «характер руху», які виявляють інші, суперечливі сторони природи *поступу*, створюючи підґрунтя для нових уявлень

про це явище. При цьому означники однієї групи можуть перебувати у синонімічних відношеннях з означниками іншої групи. Так, значення «нерівномірна хвилеподібна траєкторія суспільного розвитку» можна передати за допомогою:

а) сценарію «долання шляху»: «От якими *крутими дорогами ходить* іноді *поступ людський*» [16, с. 214]. «Ми бачили, що *дорога* того *поступу* була *не проста* ані *одностаїна*; що певні місця, осягнувши досить *високий поступ*, *упадали*» [17, с. 344]. «На се одна відповідь: *шукають дороги до поступу*, але не такого як *досі*» [17, с. 345]. «*Людський поступ* іноді ніби *дофається* взад, спочиває довгі віки, аби потім *обхідною дорогою* дійти до тої цілі, при якій давно-давно був уже, здавалося, дуже близько» [17, с. 307]. Франкове глибинне осмислення природи поступу, його оцінні метафоричні характеристики дають підстави стверджувати: траєкторія поступу у філософському світорозумінні мислителя не була історично прямолінійною і послідовною. Поряд із «*поступом наперед*» він бачив також «*поступ назад*». Однак життєдайним джерелом його різнобічної (наукової, літературної, політичної) діяльності була віра в «*поступ наперед*». Як слушно наголошує Б. Тихолоз, «*поняття розвою* завше лежало в основі його наукової діяльності й художньої твочости; тому Франкова філософія з повним правом може бути кваліфікована як *філософія розвою*» [6, с. 115].

б) сценарію «*стихії*»: «Той *поступ* не йде рівно, а *якось хвилями*: бувають *хвилі високого підйому*, а по них наступають *хвилі упадку*, якогось знесилля і зневір'я, потім *хвиля знов підіймається*, знов по якійсь часі *оппадає* і так далі» [17, с. 309]. Метафоричний сценарій «*стихії*» є типовим для виникнення значення «непередбачуваний, конструктивно-деструктивний характер руху»: «Той *поступ* не *держиться* одного місця, а йде *мов буря з одного краю до другого*, *лишаючи* по часах *оживленого руху* *пустоту та занепад*» [17, с. 309]. «...Той *поступ* буде для нього не добродієм, а *пожежею і спалить* його та *змете з землі*» [17, с. 313].

Смисловому наповненню концепту *поступ* відчутно сприяють означники будівельного сценарію. Позитивні семантичні асоціації викликає метафоричний образ *підвалини*, за яким проступає семантико-поняттєвий профіль будівлі, споруди. Метафоризуючись у суспільно-політичному контексті, слово *підвалина* утворює ще одне значення терміна *поступ*: «Духовна споруда, життєдайною основою якої є людські цінності»: «Скріплення, утончення того почуття любові до інших людей, до родини, до громади, до свого народу – отсе *основна підвалина* всякого *поступу*; без неї все інше буде лише мертве тіло без живої душі в ньому» [17, с. 345].

У структурі Франкової візії поступу поряд з будівельною метафоричною концепцією співіснує технічна метафорика: «*Поступ цілої людськості – се величезна і дуже складна машина*» [17, с. 346]. За характером метафоричних перенесень можна пізнати не лише особливості Франкового «політичного думання» [9, с. 51], а й дух часу. Розшифровуючи зв'язки між означниками тексту, важливо відчитати той прихований смисл, який криється за словниковими, абстрактними

значеннями. Символічний потенціал закладено у слові *машина*, у семантичну структуру якого входить і застаріле значення «*поїзд, паровоз*» [5, т. IV, с. 657]. Центральним символом *поступу* якраз був поїзд [1, с. 223], тобто та ж машина, через метафоричний образ якої розкривається, на нашу думку, символічне значення слова *поступ* «*складний механізм, рушійною силою якого є загальнолюдські, поступові ідеї*». Як бачимо, технічний образ опирається на антропометричні семи, формуючи відповідний синтетичний сценарій: «*Поступ цілої людськості – се величезна і дуже складна машина*. Вона *порушується силою*, на яку складаються *тілесні й духові сили* всіх *людей* на світі; ані *одному чоловікові*, хоч який би він був *сильний та здібний*, ані *одній якійсь громаді* годі *запанувати над рухом* тої *машини*, годі *керувати* нею» [17, с. 346].

Антропометричність наведеної вище політичної метафори бачимо в її образності, в орієнтації на адресата – на його здатність розгадати метафору не тільки інтелектуально, через поняттєвий вимір, а й емоційно-оцінно, тобто через прагматичний вимір, якщо розглядати прагматику як вияв внутрішнього світу людини (почуттів, емоцій, оцінок, психологічних і вольових станів, вірувань, культурних чинників тощо).

Смисловий аналіз виявляє, що джерелом додаткових значеннєвих нашарувань політоніма *поступ* служать конотації, які у нових контекстах можуть мати не лише позитивне аксіологічне забарвлення (як у словниковому, фіксованому значенні), але й негативне. Про таку пере конотацію сигналізує морально-етичний сценарій, який закріплює за терміном *поступ* актуалізоване авторське значення «*веління часу, ігнорування здобутків якого призводить до духовного самознищення*»: «Так звані «*дики*», *некультурні, первісні народи*... тепер один за одним *щезають з лиця землі*, оскільки не можуть присвоїти собі здобутків *поступу*. Вимирання, щезання *непоступових* людей іде тепер сто раз швидше, ніж ішло давніше» [17, с. 313]. «...*поступ*, не раз *непрошений гість*, *заходить* у найглухіші закути, *продирається* крізь найтвердіші кордони. *Кождий народ, кожда громада мусить познайомитися* з ним, а хто не хоче чи не може присвоїти собі *добрих* його боків, той швидко *зазнає* на собі *злих* – *голоду, хороб, горівки, деморалізації* – і *пропаде* від них» [17, с. 313-314].

Однак у політичному смислотворенні мислителя позитивне прагматичне навантаження аналізованого політоніма є визначальним. Тому таким органічним у структурі Франкової політичної метафори є метафоричний образ *квітки*, з якою асоціюється *поступ*. Через деталі флористичного сценарію «*розведення рослини, її культивування*» концепт *поступ* виявляє інші властивості своєї природи, на основі чого виникає значення: «Те, що створюється для духовних потреб людини»: «*Ходить* о те, щоб ту чудову *квітку «поступу»*, що *досі росла* *якось дико*, раз тут, а раз там, *тікала* з одного краю в другий, *лишаючи* по собі *пустині*, – щоб її *присвоїти, розцепити по всій землі* хоч, може, не рівномірно, то все ж *настільки*, щоб ніхто на світі не був *виключений* від її *добродійств*» [17, с. 313]. «*Квіткова*» концепція поступу семантично зближує це слово з іншим –

розвій, що синонімізуються на ґрунті семи «розвиток» [5, т. VIII, с. 635]: «Як у цілій природі, так і в розвою людства керму держать два могутні кондуктори, ... а то голод і любов» [17, с. 346]. «І коли рівночасно будемо тямити про важкі обставини, серед яких відбудувати той розвій і до крайності сумний стан того суспільного і духового ґрунту, на яким виростає наша писателька [Леся Українка – Н.Л.], то сам факт її постійного розвою і власне такого розвою будемо вважати доказом незвичайної сили її таланту» [12, с. 255].

Позаяк великі надії і сподівання у духовному розвої народу Франко покладав на інтелігенцію, то закономірно постає взаємодія концепту *поступ* із концептом *інтелігенція*. Ідею органічної єдності народу та інтелігенції Франко реалізує на основі *професійного* і *родинного* сценаріїв. Їх означники формують колективний метафоричний образ, з яким співвідноситься завдання інтелігенції: «Наперед з народом! – кажемо ми. ...Інтелігенція повинна зідентифікуватися, злитися з народом, повинна стати серед нього як його брат, як рівний, як свій, повинна стати робітником, як він, повинна стати для нього і адвокатом, і лікарем, і вчителем, і порадиником, і покажчиком в ділах господарських, і добрим сусідом та помічником у всякій нужді» [14, с. 148]. Кожен із означників є носієм домінантної семи, прив'язаної до колективного образу інтелігенції: *брат*, бо зміцнить духову спорідненість; як *рівний*, бо утвердить соціальну рівність; як *свій*, бо укріпить душевні узи; як *робітник*, бо наполегливою працею примножить матеріальні здобутки; як *адвокат*, бо захистить від беззаконня; як *лікар*, бо залікує душевні рани і порятує від апатії та зневіри; як *вчитель*, бо навчить і виховає; як *порадник* і *помічник*, бо підтримає в господарюванні; як *добрийсусід*, бо в слухний час прийде на поміч і виручить у «всякій нужді».

Сукупність названих вище сем актуалізує у Франковому контексті ще одне значення терміна *інтелігенція*: «провідник народу у різних сферах суспільного життя». Закономірно, що сучасники Франка теж бачили його на подібній суспільній висоті. Тематичний ряд *професійного* сценарію продовжують терміни-означники, в кожному із яких закладена сема «провідник»: «На які різні гідності мене підносили сьогодні! Зробили мене *гетьманом*, яким я ніколи не був і не хотів бути; зробили мене *корманічем*, хоч я, придивившись правдивим *корманічам* на дарабах на Черемоші, зовсім не мав би охоти ним бути; зробили мене *проводирем*, хоч я любив лише йти в ряді...» [13, с. 310].

Виникає запитання: ким же бачив себе Франко? Відповідь знаходимо у «Промові» з нагоди святкування 25-річного ювілею його наукової і літературної діяльності, де варто звернути увагу на метафоричну самохарактеристику Івана Франка: «Двадцять і п'ять літ я був тим *пекарем*, що *пече хліб* для щоденного вжитку. Я завсідги стою на тім, що наш народний розвій має бути *міцною стіною* [...]. Так само і в тім, що я зробив за ті літа, може, й знайдеться деякий *твердий камінь*, але, певно, найбільше буде того *труску* і *цементу*, котрим я заповнював *люки* і *шпари* [13, с. 308].

Впадає в око, що ідея жертвовної праці передається через типовий професійний сценарій. За метафоричними перенесеннями проступає се-

мантично-поняттєвий профіль інтелігента пасіонарного типу – одночасно і *пекаря*, і *муляра* в духовній сфері. Оскільки за метафоричною номінацією захована, як правило, оцінка чи самооцінка, вражає неспівмірність між реальною жертвовною працею мислителя, його, за характеристикою Є. Маланюка, «інтелектуальним подвигом» і підкреслено скромною самооцінкою: «Я знаю, що з моїх творів дуже мало перейде до пам'яті будущих поколінь, але мені се байдуже; я дбав поперед усього про теперішніх, сучасних людей» [13, с. 308-309].

Внутрішній світ автора, його концептуальна позиція передається через *родинну* метафору: поряд із безпосередньою самоідентифікацією «яко *син* селянина, *вигодований твердим музичуцьким хлібом* [13, с. 309] співіснує метафорична «*син* народа, що вгору йде». А далі цілком очікувано виникають метафори із сакральної сфери – образ заповідей. Він допомагає зрозуміти духовний стоїцизм автора: «Я почував себе до обов'язку віддати працю сього життя тому простому народові» [13, с. 309]. Тому цілком органічно в структуру самоусвідомлення увійшли дві *заповіді*, які «я відмалку засвоїв собі... Перша, то було власне почуття того обов'язку, а друга, то потреба ненастанної праці» [13, с. 309].

Франкові звороти «я *почував себе до обов'язку*», «я відмалку засвоїв собі дві заповіді» вказують на глибоку внутрішню гармонію автора, яку імплікує поєднання особового і зворотного займенників (*я – себе, собі*). Вони виводять на внутрішній слід Франкового «цілого чоловіка», наділеного тим світовідчуттям, тою морально-етичною висотою, якої варто прагнути:

Лиш хто любить, терпить,  
В кім кров жива кипить,  
В кім надія ще лік,  
Кого бій ще манить,  
Людське горе смутить,  
А добро веселить, –  
Той цілий чоловік [8, с. 29].

Можна сказати, що метафоричний образ «цілого чоловіка» – це Франкова метафорична сентенція успішної самореалізації.

Духовну спорідненість народу та інтелігенції відтворює образ *поля* в усталеному переносному значенні «поприще, сфера діяльності» [5, т. VII, с. 62], яке конкретизується прикметниковими означеннями термінологічного характеру: *поле релігійне, етичне, економічне*: «Вона [інтелігенція – Н. Л.] повинна вести його [народ – Н. Л.] з *поступом* часу, повинна вчити його вільнодумства на *полі релігійнім*, правдивої гуманності на *полі етичнім*, [...] дружності і асоціації на *полі економічнім*» [14, с. 149]. Терміни-словосполучки *поле релігійне, поле етичне, поле економічне* із постпозитивними означеннями, тобто непрямим порядком слів, наголошують, з одного боку, на різнобічній діяльності інтелігенції, з іншого – програмуєть різні варіанти сценарію «морфологія і вегетація рослин». Поєднуючи метафори *рослинного світу* із метафорами *ландшафту*, Франко постійно підкреслював, що інтелігенція буде тоді національною, коли стане «частию серед других частей, *зерно між зернами*» [15, с. 187]. Він нагадував українським соціал-демократам, що «*здорові, органічні парості* можуть у кожнім

краю *виростати* тільки з виразного *національного ґрунту* і тільки тоді вони [...] зробляться *цвітучою* дійсністю [18, с. 172].

Отже, його засмучувало «існування серед нашої суспільності і навіть серед її *цвіту* – інтелігенції сильної і глибокої *течії*, що веде до затиснення нашого світогляду, до звуження наших духових інтересів...». Альтернативою деструктивним, когнітивно ізоляціоністським тенденціям, що окреслені фізичними метафорами «*затиснення* нашого світогляду», «*звуження* наших духових інтересів», Франко бачить *все*, зокрема

інтернаціональне, що забезпечує «*життя і розвій* нації», і закликає ці парості загальної культури «*пересаджувати* сквапно на наше поле». Всі нові думки, нові ідеї, винаходи людського розуму, все, що прояснює людський світогляд, влегше людську працю, ушасливілює людське життя, все, що йде до світла, вольності, щастя, повинна тота інтелігенція, мов *чужоземну*, але *сильну* рослину, *пересаджувати* сквапно на наше поле, *защеплювати* пишно в серця і поняття нашого народу. Вона повинна вести його з *поступом* часу...» [14, с. 148-149].

## Список літератури:

1. Грицак Я. Пророк у своїй вітчизні. Франко та його спільнота. – К.: Критика, 2006. – 631 с.
2. Жайворонок В.В. Етнолінгвістика в колі суміжних наук // Мовознавство. – 2004. – № 5-6. – С. 23-35.
3. Лексикон львівський: поважно і на жарт / Н. Хобзей, К. Сімович, Т. Ястремська, Т. Дидик-Меуш. – Вид. 2-е, доповн. і випр. – Львів: Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України, 2012 (Серія «Діалектологічна скриня»). – 852 с.
4. Словарь української мови / За ред. Б. Грінченка. – Київ, 1907–1909. – Т. 3.
5. Словник української мови: В 11 тт. – К.: Наукова думка, 1970–1980.
6. Тихолоз Б. Франко-філософ // Сучасність. – 2002. – № 12. – С. 106-119.
7. Українська мова: Енциклопедія. – 2-е вид., випр. і доп. – К.: Вид-во «Укр. енциклопедія» ім. М.П. Бажана, 2004. – 824 с.
8. Франко І. Гімн. Замість пролога // Зібрання творів: У 50-ти т. – К.: Наукова думка: 1976–1984. – К., 1976. – Т. I. – 502 с.
9. Франко І. В наймах у сусідів // Франко І. Писання. – Львів, 1914. – Т. 7. – 350 с.
10. Франко І. Літературне відродження полудневої Русі і Ян Коллар // Там само. – К., 1981. – Т. 29. – С. 40-50.
11. Франко І. Етимологія і фонетика в южноукраїнській літературі // Там само. – К., 1981. – Т. 29. – С. 150-169.
12. Франко І. Леся Українка // Там само. – К., 1981. – Т. 31. – С. 254-274.
13. Франко І. Промова на 25-літньому ювілеї // Там само. – К., 1981. – Т. 31. – С. 308-310.
14. Франко І. Чи вертатись нам назад до народу? // Там само. – К., 1986. – Т. 45. – С. 140-150.
15. Франко І. Кілька слів о тім, як упорядкувати і провадити наші людські видавництва // Там само. – К., 1986. – Т. 45. – С. 187-203.
16. Франко І. Наш погляд на польське питання // Там само. – К., 1986. – Т. 45. – С. 204-220.
17. Франко І. Що таке поступ? // Там само. – К., 1986. – Т. 45. – С. 300-348.
18. Франко І. «Огляд української літератури 1906 р.» // Франко І.Я. Мозаїка: Із творів, що не ввійшли до Зібр. тв. у 50 т.; Упоряд. З.Т. Франко, М.Р. Василенко. – Львів: Каменяр, 2001. – С. 22.

### Лужецкая Н.Я.

Дрогобычский государственный педагогический университет  
имени Ивана Франко

## КОНЦЕПТ ПРОГРЕСС В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ИВАНА ФРАНКО

### Аннотация

В статье реализовано концептуальный анализ центральной категории мировоззрения Франко – концепта *прогресс*. На основе когнитивно-дискурсивного подхода раскрыто смысловое потенциал слова – имени концепта в коммуникативно-прагматическом поле мыслителя, насыщенного политическими метафорами. Именно они выступают типичным и ярким средством концептуализации многогранной политической действительности на рубеже XIX–XX вв.

**Ключевые слова:** Иван Франко, концепт *прогресс*, смысл, метафорический сценарий, коммуникативно-прагматическое поле.

### Luzhetska N.Ya.

Ivan Franko Drohobych State Pedagogical University

## CONCEPT PROGRESS IN THE POLITICAL DISCOURSE OF IVAN FRANKO

### Summary

The conceptual analysis of the central category of I. Franko outlook – the concept *progress* is realized in the article. On the basis of the cognitive-discursive approach, the semantic potential of the word – the name of the concept in the communicative-pragmatic field of the thinker, saturated with political metaphors is revealed. They act as a typical and vivid means of conceptualization of the versatile political reality on the verge of the XIXth and XXth centuries.

**Keywords:** Ivan Franko, concept *progress*, meaning, metaphorical scenario, communicative-pragmatic field.



УДК 821.161.2.09(477.53-21)(059)

## «МИСТЕЦЬКЕ ГРОНО» – АЛЬМАНАХ ТВОРЧОЇ СПІЛЬНОТИ ГАДЯЦЬКОГО КРАЮ

**Мелешко В.А.**

Полтавський національний педагогічний університет  
імені В.Г. Короленка

У статті йдеться про те, що дослідження крайових альманахів, їхньої ролі в культурному житті області тісно пов'язано з загальною проблемою вивчення діяльності регіональних літературно-мистецьких видань. Без цього важко уявити повноцінний літературний процес. Широка палітра альманахової продукції певного краю дає можливість простежити основні тенденції літературних напрямів і культурних процесів у регіоні, дослідити вияв суспільної думки, порівняти історію такого роду видань із особливостями розвитку альманахів в Україні. Це й зумовлює актуальність розвідки. Мета статті – розкрити провідні особливості альманаху Гадяччини «Мистецьке гроно», сконцентрувати увагу на деяких його числах, проаналізувати творчість окремих авторів, представлених на сторінках «...гроно» – повністю зrealізована.  
**Ключові слова:** крайовий альманах, літературознавчий аспект, регіональне письменство, тематичні випуски.

**Постановка проблеми** в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.

У другій половині ХХ – на початку ХХІ ст. на Полтавщині з'явилася низка альманахів: «Полтава» (вийшли два числа – 1957 рік, 1958 рік), «Вінок І.П. Котляревському» (1969), «Вінок М. В. Гоголю» (укр. 1989, рос 1984), «Голоси молодих» (1969), «Ворскла» (Харків, 1977), «Добридень, братове» (укр. і болгарською мовами, 1977), «У Ворскли і Янтри одні береги» (укр. і болгарською мовами, Харків, 1981), «Голос ветерана» (Полтава, виходить із 1999 року), «Полтавський сміхограй» (альманах сатири і гумору, Полтава, виходить із 2000 року), «Болотні вогні» (Полтава, 2002, Київ, 2004), «Поетичні зорі – 2004» (Полтава, 2005), «Собори душ своїх бережть» (Полтава, 2007), «Острови» (Полтава, 2007, 2008, 2010), «Поетичні студії» (Полтава, 1998, 2008), «Біла альтанка» (1996, 2006), «Мистецьке гроно» (Гадяч, 2009) та ін.

Крайові альманахи – один із складників літератури певного регіону; вони мають не лише змістові особливості, а й специфічні завдання: представляти тенденції мистецьких напрямів, забезпечувати розповсюдження літературних набутків, окреслювати картину розвитку письменства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій**, у яких започатковано розв'язання проблеми, на які посилається автор.

Історія виникнення альманахів та їхній вплив на розвиток літератури, журналістики й видавничої справи в Україні висвітлена у працях дослідників П. Федченка «Матеріали з історії української журналістики» (1959), В. Дмитрука «Нарис з історії української журналістики ХІХ століття» (1969), М. Возняка «З зарання української преси в Галичині» (1912), М. Жовтобрюха «Мова української преси» (1963), О. Дея, І. Моторнюка, М. Нечитайлюк «Історія української дожовтневої журналістики» (1983), І. Дорошенка «Українська журналістика і критика другої половини ХІХ століття» (1965), І. Бойка «Українські літературні альманахи і збірники ХІХ – початку ХХ ст.: бібліографічний покажчик» (1967) та інших. Вони аналізували альманахи переважно з позицій тогочасної ідеології, тож, на переконання сучасних науковців, їхні оцін-

ки «того чи іншого видання не завжди відповідають істині, часто політично заангажовані» [10, с. 103].

Сучасна наука розглядає альманахи передовсім із погляду журналістики, головню її жанрової специфіки (Див., наприклад: В. Різун, Т. Трачук «Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства»).

Назріла потреба «прочитати» альманахи з погляду літературознавства.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми**, яким присвячена стаття.

Дослідження одного з альманахів Полтавщини – «Мистецьке гроно», його ролі в культурному житті області тісно пов'язано з загальною проблемою вивчення діяльності регіональних літературно-мистецьких видань. Таке дослідження сприятиме з'ясуванню визначальних особливостей літературного процесу в краї.

**Формулювання цілей статті** (постановка завдання). Мета розвідки – розкрити провідні особливості альманаху Гадяччини «Мистецьке гроно», сконцентрувати увагу на деяких його числах, проаналізувати творчість окремих авторів, представлених на сторінках «...гроно».

**Виклад основного матеріалу дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

У жовтні 2009 року місцева преса анонсувала появу культурницької спілки Гадяччини, створеної тими й для тих, хто причетний до мистецтва. Тож об'єдналися письменники й композитори, літературознавці й краєзнавці, художники й театрознавці, майстри декоративно-прикладного мистецтва та музиканти – понад 40 осіб. Вони отримали можливість тісно співпрацювати, обмінюватися досягненнями, ділитися планами. Спілку назвали поетично – «Мистецьке гроно», бо «кожна ягідка в ньому – це неповторний талант, неповторний самородок, про якого повинні знати мешканці району» [11]. Очолив «Мистецьке гроно» Олександр Іванович Недовіс – член Полтавської спілки літераторів.

12 грудня 2009 року відбулася перша зустріч «гроновців» із публікою. На зустрічі звучали поезії у виконанні авторів: Олександра Недовіса, Тетяни Рибалки, Лідії Шопіної, Юлії Коваленко, Віктора Жартовського, Анни Семеренко,

Зої Озерської та ін. Сплічани прагнули і прагнуть не лише самореалізуватися через творчість, «але й нести прекрасне людям» [5, с. 36].

Невдовзі новонароджена культурно-мистецька група підгогувала та видала альманах, що так само, як і спілка, найменованій «Мистецьким гроном». У зверненні до читачів альманах позиціонований провісником «творчого життя митців Гадяцького краю» [там само] та ще таким, що кличе «до співпраці і спільної відповідальності за неї» [там само].

Ми свідомі того, що будь-яке видання, а особливо мистецьке – то передовсім люди. До редакційної колеги альманаху ввійшли: Ігор Лідовий (тоді – директор Розбишівської ЗОШ I-III ст.), Галина Недвига (Голова РК профспілки працівників освіти і науки України), Людмила Недовіс (учитель української мови та літератури Римарівської ЗОШ I-III ст.), Олександр Недовіс (учитель математики Краснолуцької ЗОШ I-II ст., член обласної спілки літераторів Полтавщини). Вони запалили у своїх серцях «незгасиму свічу людяності, любові та доброти» [там само] і готові передати її читачам.

Відзначаємо провідну особливість альманаху: всі автори так чи так дотичні до Гадяччини. Опоередковано чи безпосередньо, колись чи тепер кожного з тих, чия публікація з'явилася в «Мистецькому гроні», можна назвати краянину. Цікаво, що таку тенденцію запримітили й митці, критики, журналісти інших регіонів. Так, Володимир Сапон, заслужений журналіст України, мешканець Сіверщини, у деснянській газеті розмірковує: «"Мистецьке гроно" – так називається літературно-краєзнавчий альманах, який виходить у місті Гадячі на Полтавщині. Вельми славному в історичному плані. <...> А тепер запитайте – до чого тут Чернігівщина, життя якої покликана висвітлювати наша газета? Відповідь проста. Бо редколегія альманаху "Мистецьке гроно" вважає однією з "фішок" свого видання публікацію фантастичної антиутопії "Наближення Звіра" <...> Ростислава Мусієнка. Нашого колеги, кореспондента "Деснянської правди" <...> Приводом для залучення текстів чернігівця до гадяцького літературного починання стало те, що юні роки Ростислав провів поблизу райцентру, в селі Сарі [курсив наш]. І засновники видання всерйоз зацікавилися творчістю земляка [курсив наш]» [12].

Мабуть, це здорово, коли Гадяч повертає «додому» земляків, відшукує їхні коріння, точки перетину з краєм. Уже в першій книзі альманаху представлено перекладацький набуток Івана Цілуйка, котрий зрідні нашій землі. У наступних виданнях такий іменний ряд зростає: Тетяна Рибалка з Луганщини, Наталія Фесик із Гребінки, Ольга Красюк із Сумської області, Ганна Литовець-Гайдаш із сусідньої Зінківщини та ін. Усіх їх поєднала Гадяччина, а нині ще й «Мистецьке гроно».

Багатьма своїми «параметрами» «Мистецьке гроно» перегукується з «Рідним краєм» – альманахом Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка. Обидва видання мають схожі програмні цілі: дослідження актуальних проблем літературознавства, мовознавства, мистецтвознавства, історії України, краєзнавства; публікація творів сучасних українських письменників; презентація центрів

і видатних діячів національної культури; публіцистичне висвітлення проблем суспільно-громадського життя України; огляд і рецензування нових видань. Щоправда полтавський альманах реалізує ці цілі в загальнодержавних вимірах, а гадяцький – у крайових. І «...гроно», і «...край» виходять із періодичністю два рази на рік.

Інтелектуальну підтримку альманахам, фаховий добір і належну якість матеріалу для опублікування забезпечує високоповажана редакційна рада. «Мистецьке гроно» має також і меценатів, про яких заявляє безпосередньо у тому чи тому числі альманаху.

Часописи відкриті до співпраці з різними віковими групами кореспондентів, їхні повідомлення мусять відповідати концепції видання, проте не обов'язково збігатися з поглядами редакції.

В альманахів і своя постійна аудиторія – широкі інтелігентські кола, учнівська/студентська молодь. Вони дедалі активніше привертають до себе увагу громадськості. «Рідний край» добре відомий у різних куточках України й за межами нашої держави, оскільки прагне якомога масштабніше висвітлювати актуальні проблеми культури, гуманітарних наук, суспільного й політичного життя, залучати до співпраці авторитетних дописувачів, зокрема і з зарубіжжя.

«Мистецьке гроно» теж робить спробу вийти за межі регіону. Одним із шляхів розширення «географії» побутування альманаху стали тематичні видання. Майже кожне число альманаху комусь або чомусь присвячене:

- 170-річчю з дня народження Михайла Драгоманова;
- 200-річному ювілею Євгена Гребінки;
- 163 річниці з дня народження Олени Пчілки;
- 90-річчю утворення Гадяцького району;
- 350-річчю проголошення Гадяча гетьманською столицею;
- 200-річчю з дня народження Тараса Григоровича Шевченка.

Нас зацікавило видання, приурочене Євгенові Гребінці. Відкриває його твір ювіляра «Так собі до земляків» [2, с. 3-5]. Це – передмова до альманаху «Ластівка», який вийшов 1841 року в Петербурзі. На думку критики, передмова «Так собі до земляків» і післямова «До зобачення» творять «за змістом і стилем єдине ціле, що не тільки пояснює задум і назву збірника, а й виявляє ставлення Є. Гребінки до ряду суспільних і художніх явищ». У передмові автор співає хвалу рідному краю та його людям: «Уже я так думаю, що нема й на світі кращого місця, як Полтавська губернія. Господи Боже мій милостивий, що за губернія! І степи, і ліси, і сади, і байраки, і щуки, і карасі, і вишні, і черешні, і усякі напитки, і воли, і добрі коні, і добрі люди <...>» [2, с. 3]. За словами письменника Віктора Баранова, передмова, звернена «до рідної Полтавщини, є гімном любові до України. Власне, то навіть не любов, а благоговіння, обожнення краю, його природи, людей, навіть дещо ідеалізована гармонія природного середовища й людського в ньому буття» [1, с. 1].

Розкривши річний цикл життя українців, точніше, опоетизувавши життя земляків-полтавців, Євген Павлович розмірковує про книги, писані «чисто по-московськи, так що наш брат, простий чоловік, то дечого й не розбере <...>» [2, с. 4].

То ж звичайніше «у сто десятих раз читать Котляревського “Енея” або повісті Грицька Основ’яненка, і читаєш, і смієшся, і плачеш...» [2, с. 3]. Важливо, твердить Гребінка, розширювати лектуру українців рідномовними творами, що й покликана була робити його «Ластівка».

Гадяцький альманах, переконані ми, помістив публіцистичний виступ Є. Гребінки з огляду на його актуальність, адже автор порушив тему національної гідності, віковичного прагнення українців до незалежності.

Закономірно й логічно, що відразу після Гребінчиної публіцистичної передмови в альманасі – стаття Тетяни Третяченко «Через роки, через віки» [13, с. 5-7], де зауважено літературно-мистецьку діяльність письменника-ювіляра в Петербурзі. Найбільше місця у своєму висліді авторка (до речі, гадяцька землячка) відвела роботі Гребінки над альманахом «Ластівка».

У ювілейному числі «Мистецького грона» вміщено й роман Гребінки «Черные очи» (1843).

Часто на сторінках «Мистецького грона» друкують художні набутки Олександр Недовіс, Надія Крамаренко, Борис Левицький, Тетяна Третяченко, Григорій Шанько, Ганна Дейна.

Ми звернули увагу, що Г. Дейна, гадяцький краєзнавець, воістину вражає читацьку аудиторію своїм пристрасним переконливим словом, професійним володінням історико-літературним матеріалом, умінням увести його в контекст біографії видатних родин, передовсім Драгоманових і Косачів. Вона давно і плідно вивчає їхнє гадяцьке оточення, має міцні контакти з теперішніми гадяцькими родинами в кількох поколіннях; досліджує давніші місцеві періодичні видання.

Стиль письма нашої землячки – науково-популярний. Авторка перевінчує свої розмисли глибоко образними фразами, зворотами: «Про красу цього урочища ніхто не дбає. Воно прекрасне у своїй первозданності. Степові вітри полощуть на далеких обрїях сиве крило полину. Затерпло зупинились серед важких рос берези, гублять погляд серед того пригїр я, де колись стояла школа» [4, с. 25]. Пані Ганна друкувала свої розвідки також і в альманасі «Рідний край» [3], була учасницею кількох науково-практичних конференцій.

Олександр Недовіс за фахом – математик, за покликанням – лірик, автор семи поетичних збірок: «Під світлом надії» (1993), «Не можу сказати “Прощай”...» (1994), «Пізнїй сонях» (1997), «Вишнева заметїль» (2003), «Благослови, душе моя, Любов!» (2007), «Веде душа забутими стежками» (2007), «Любовї світло золоте» (2012).

На нашу думку, поетичний набуток земляка можна подїлити на три тематичні групи:

- вірші історичної тематики;
- інтимна поезія;
- філософська лірика вічних істин.

Дослідники творчості О. Недовіса відзначають, що в набутку митця важливе місце посїдають «вірші історичної тематики» [6, с. 5]. Минувши цікава авторові своїм перегуком із днем нинїшнім та з вічністю. Сучасників поет прагне розбудити художнім словом, бо досить «по землі збайдужїло ходить».

У триптисі «Козацькі душі» кожна частина звернена у якийсь часовий вимір: перша – у минуле, друга – у сучасне, третя – у майбутнє.

Минуле – це вітри, степи, побратимство, кіш, гетьман, Сїч, воля («козацька вольниця в Сїчі гуля»). Козакам важко збагнути, чому в добу автора «забур’яніння» в душах і на полях українців. Біль пронизує рядки гадяцького поета:

Чому ж тобі  
ця зранена руїна  
Вже вкотре шлях  
зумїла перейти?  
Чому ж весною  
вквітчана калина.  
Зумїла в серце  
щемом пророста?

Лицарі-козаки в О. Недовіса – духовно багаті. Для творення цього образу автор використовує низку стилістичних фігур: риторичні оклики, анафору («та ми ж»), фразеологізми, пестливі форми іменників («воленька»).

Митець констатує, що його сучасники не скористалися «дарунком» предків, забули про велике, а переймаються лише своїми інтересами, власними проблемами і «замість хліба сіють лободу».

Оптимістично звучить третя частина «Козацької душі», бо в нїй відчутна віра ліричного героя у відродження духовності України та українців, у зміни на краще.

Для О. Недовіса історія – не лише часи давноминулі, а й події, що відбувалися кілька років тому. У вірші «Землякам» автор говорить про радянські часи, коли знищували церкви, священиків, віру. Епіграф до «Земляків» узято з роману Олесея Гончара «Собор»: «А нащадки ж прийдуть колись, питають, ану якими ви були? Що збудували? Що зруйнували? Чим ваш дух трепетав?»

В основі вірша – спогади односельців поета, і це теж історія. Господь і справедливість – два образи, які проходять через увесь твір.

У «Мистецькому гроні» вміщено вірші про любов, адже «уса поетична творчість О. Недовіса пройнята величним почуттям Любові» [6, с. 16]

Ліричний герой звертається до власної душі, щоб вона привернула до нього Любов, бо без неї жити неможливо:

Благослови, душе моя, Любов!  
Без неї я – суха биліна в полі,  
Без неї мій не виплесне вогонь,  
Без неї світ холоде у неволі.

Лірика краєнина – свідчення постійних пошуків сучасної літератури й одночасно – прикраса альманаху.

Отже, розгляд творчості Олександра Недовіса в контексті альманахової літератури засвідчує зв’язок між окремим і загальним у розвитку письменства.

**Висновки з дослідження і перспективи** подальшого розвитку в цьому напрямку.

Отже, «Мистецьке грона» – районний альманах, який завоював «територію» інших регіонів. Цей альманах, перше число якого з’явилося в грудні 2009 року

– представляє творчу й освітянську спільноту Гадяччини («Альманах культурно-мистецької спілки Гадяцького краю та Гадяцького райкому працівників освіти і науки України»);

– є науковим, публіцистичним, літературно-художнім, краєзнавчим виданням;

– друкує переважно набутки земляків;

– несе інформаційну потужність, увиразнюючи видавничу концепцію, поглиблюючи суспільну ефективність друкованого слова;  
 – має свою постійну аудиторію – широкі інтелігентські кола, учнівська/студентська молодь;  
 – репрезентує художні тексти провідних митців гадацького краю, з-поміж яких виокремлюємо Олександра Недовіса. Увесь набуток О. Недовіса поділяємо на три тематичні групи:

– поезії про історичну минувшину та зв'язок між різними часовими вимірами;  
 – лірика Любові;  
 – вірші – філософські основи буття.  
 Вивчення крайових альманахів у літературознавчому аспекті – перспективний науковий напрямок, який зриміше окреслить особливості розвитку крайового та загальноукраїнського письменства.

### Список літератури:

1. Баранов В. Вічний, як сам народ / Віктор Баранов // Літературна Україна. – 2012. – Січень. – С. 1.
2. Гребінка Є. Так собі до земляків / Євген Гребінка // Мистецьке гроно. Альманах культурно-мистецької спілки Гадацького краю та Гадацького райкому працівників освіти і науки України. – Гадач, 2012. – С. 3-5.
3. Дейна Г. Напіврозкрита таїна доріг / Ганна Дейна // Рідний край. – 2013. – № 1(28). – С. 203-205.
4. Дейна Г. Цяччин хутір / Ганна Дейна // Мистецьке гроно. Альманах культурно-мистецької спілки Гадацького краю та Гадацького райкому працівників освіти і науки України. – Гадач, 2012. – С. 25-27.
5. Культурно-мистецька спілка Гадацького краю // Мистецьке гроно : Альманах культурно-мистецької спілки Гадацького краю та Гадацького райкому працівників освіти і науки України. – Гадач, 2009. – С. 36.
6. Недовіс Л. Література рідного краю: мотиви духовності у творчості Олександра Недовіса : Навчально-методичний посібник / Людмила Недовіс, Тетяна Недовіс. – Гадач: видавництво «Гадач», 2011. – 40 с.
7. Недовіс О. Благослови, душе моя, Любов / Олександр Недовіс. – Гадач: видавництво «Гадач», 2007. – 75 с.
8. Недовіс О. Веде душа забутими стежками / Олександр Недовіс. – Гадач: видавництво «Гадач», 2007. – 55 с.
9. Недовіс О. Вишнева заметіль / Олександр Недовіс. – Гадач: видавництво «Гадач», 2003. – 55 с.
10. Острови-3. Альманах молодих полтавських авторів – Полтава: ПП Шевченко Р.В., 2010. – 171 с.
11. Перша зустріч «Мистецького гроно» з глядачами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gazetta.ucoz.net/publ/1-1-0-124>.
12. Сапон В. ДДТ. Або «ДУСТ», або Досконалий демократичний тоталітаризм / Володимир Сапон [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.hvilya.com/publ/ddt\\_abo\\_dust\\_abo\\_doskonaliy\\_demokratichnij\\_totalitarizm/1-1-0-63](http://www.hvilya.com/publ/ddt_abo_dust_abo_doskonaliy_demokratichnij_totalitarizm/1-1-0-63).
13. Третяченко Т. Через роки, через віки / Тетяна Третяченко // Мистецьке гроно. Альманах культурно-мистецької спілки Гадацького краю та Гадацького райкому працівників освіти і науки України. – Гадач, 2012. – С. 5-7.

#### Мелешко В.А.

Полтавський національний педагогічний університет  
 імені В.Г. Короленко

### «МИСТЕЦЬКЕ ГРОНО» – АЛЬМАНАХ ТВОРЧЕСКОГО СООБЩЕСТВА ГАДАЧСКОГО КРАЯ

#### Аннотация

В статье подчеркивается, что исследования краевых альманахов, их роли в культурной жизни области тесно связано с общей проблемой изучения деятельности региональных литературно-творческих изданий. Без этого трудно представить полноценный литературный процесс. Широкая палитра альманахов конкретного края дает возможность проследить основные тенденции литературных направлений и культурных процессов в регионе, исследовать проявление общественной мысли, сравнить историю такого рода изданий с особенностями развития альманахов в Украине. Это и обуславливает актуальность статьи. Цель публикации – раскрыть главные особенности альманаха Гадачского района «Мистецьке гроно», сконцентрировать внимание на отдельных его числах, проанализировать творчество некоторых авторов, представленных на страницах «...гроно» – реализована.

**Ключевые слова:** краевой альманах, литературоведческий аспект, региональная литература, тематические выпуски.

**Meleshko V.A.**

Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University

## “ART BUNCH” – THE ALMANAC OF HADIACH REGION CREATIVE COMMUNITY

### Summary

The article is focused on the fact of interconnection of regional almanacs' studies as well as their role in the cultural life of the region, and general problem of regional literary-artistic publications' disquisitions. It is asserted the full value literary process march could hardly be investigated without this base. The almanac output wide palette of the certain region leads to the all-embracing analysis of regional literary styles' and cultural processes' tendencies, reveals society's opinion exposure peculiarities, makes the further possibility to compare the history of this type of produce and Ukrainian almanacs' evolving characteristic features in total. All the latter determines the actuality of the given article. The aim of the research – to give deep examination of the “Art bunch” Hadiachchina almanac, paying the thorough attention to some of its issues; to explore the creative activity of the certain authors, whose works are represented in the almanac, – was ascertained in succession.

**Keywords:** regional almanac, literary criticism aspect, regional literature, thematic issues.

УДК 007:304:659.1

## ПРОБЛЕМИ ПСИХОЛОГІЧНИХ ВПЛИВІВ У РЕКЛАМІ

**Мелещенко О.К.**

Інститут журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Розглядаються проблеми психологічних впливів у рекламних комунікаціях. Серед методів психологічного впливу на аудиторію виділяється метод рекламних шоу. Саме рекламне шоу, як і будь-яке інше соціальне явище, має свої зміст і форму. Зміст охоплюється терміном «трюк», а форма – терміном «атракціон». Генієм форми рекламних явищ і комунікацій є американський шоумен та антрепренер Фінеас Тейлор Барнум.

**Ключові слова:** проблеми, психологічний вплив, реклама, шоу, трюк, атракціон, Барнум.

**П**остановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Парадигма ринкових відносин в Україні різко активізувала механізми виробництва соціальних норм і цінностей. Рекламні та маркетингові комунікації пропонують інформацію про товари та послуги в різних сферах соціального життя, допомагаючи тим самим у вузькому значенні – зробити споживачеві вибір, у широкому – формувати культуру споживання.

Названі процеси тісно зв'язані з проблемами психологічних впливів у рекламі. Серед методів психологічного впливу на аудиторію дослідники виділяють метод рекламних шоу. Саме рекламне шоу, як і будь-яке інше соціальне явище згідно із законами діалектики, має свої зміст і форму. Зміст охоплюється терміном «трюк», а форма – терміном «атракціон».

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання проблеми, заявленої в назві наукової статті автора.** На сьогоднішній день дослідники рекламних комунікацій основну увагу приділяють змісту рекламних шоу. У нашій країні слід назвати рекламолога В. Бугрима [1], в Європі – шведського рекламознавця У. Стоклосу [2]. Так, В. Бугрим відзначає, що «тис» з французької («трюк») буквально означає «спритний»: «Ці ефектні прийоми використо-

увалися переважно у цирковому і естрадному мистецтві, зокрема, в акробатиці, ілюзіонізмі, жонглюванні. Потім до трюків почали вдаватися у кіномистецтві при створенні комбінованих кадрів фантастичного, комедійного або гротескного характеру за допомогою різних видів і прийомів кінознімання, а також участю каскадерів. Ясна річ, що й трюки, як і багато чого іншого з різних видів діяльності, взяла до свого арсеналу реклама. Тим більше, що переносно трюк – це спритна витівка, незвичайна ситуація, несподіваний ракурс, ефектний майстерний прийом, що сильно вражає» [1, с. 190].

Відштовхуючись від розглянутої генези, В. Бугрим далі пропонує свою класифікацію трюків [1, с. 191-194], розгляд якої не входить до наукових завдань і мети нашого дослідження.

Через десять років шведський дослідник У. Стоклоса доповнив класифікацію В. Бугрима нестандартними оптичними обманами зору, які сам автор називає оптичними ілюзіями [2].

Між тим відомий теоретик і практик кіно С. Ейзенштейн свого часу дав визначення трюку як змісту рекламної комунікації: трюк, за ним, упізнаваний і поціновуваний як досягнення «абсолютне та в собі завершене» [3, с. 271]. Він же пояснив різницю між трюком і атракціоном як формою рекламної комунікації. За С. Ейзенштей-

ном, атракціон базується «винятково на відносному – на реакції глядача», тут глядач є «основним матеріалом», його «оформлення... у жаданій спрямованості – головним завданням» [3, с. 271].

Як бачимо, **про атракціон як форму рекламної комунікації та як складник рекламного шоу в українському науковому просторі досліджень, за нашими даними, не проводилось.**

**Мета дослідження** полягає у з'ясуванні проблем психологічних впливів у рекламі, зокрема особливостей методу рекламних шоу та форми останніх – у постановці атракціону.

Реалізація поставленої мети у цій науковій статті передбачає розв'язання наступних завдань:

1) виявити суть атракціону як форми рекламної комунікації;

2) простежити практику використання атракціону як форми рекламної комунікації на прикладі діяльності американського шоумена та антрепренера Фінеаса Тейлора Барнума.

**Об'єкт дослідження** – атракціон як форма рекламної комунікації.

**Предмет дослідження** – психологічні впливи у рекламі, зокрема метод рекламних шоу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Як ми з'ясували в нашому попередньому дослідженні, присвяченому проблемам форми в журналістиці, по-перше, поняття форми невіддільно від поняття змісту, оскільки, згідно із законами формальної логіки, вони не існують одне без одного, відокремлено, і, по-друге, форма – це внутрішня організація змісту, а також його зовнішні обриси [4, с. 23-24]. Стосовно реклами це означає, що не лише самі трюки, але й їхня подача, комунікативний супровід та обрамлення можуть мати самостійне значення та психологічно впливати на аудиторію.

Соціальні психологи сформулювали ефект аудиторії як вплив сторонньої присутності на поведінку людини. В оточенні інших людей індивід збуджується, а внаслідок непередбаченості їхніх реакцій це збудження наростає. У результаті в індивіда поліпшується виконання простих задач і погіршується виконання складних задач. Коли на цей психологічний стан людини накладаються чутки та плітки, що містять елементи новизни, релевантності та доступності для розуміння і становлять громадський інтерес, спрацьовує ланцюгова реакція, внаслідок якої виникає ефект суб'єктивного підтвердження. Останній вводить в оману людей начебто точним описом їхньої особистості, зробленим в індивідуальному порядку (астрологія, хіромантія, гомеопатія, соціоніка), хоча насправді непевність і узагальненість опису можна з тим самим успіхом застосувати й до інших людей.

Названі ефекти з успіхом використовували у 1830–1880-ті роки широко відомий американський шоумен та антрепренер Фінеас Тейлор Барнум. Він починав з естрадного бізнесу, демонструючи «атракціон» з чорношкірою рабиною 161-річною Джойс Хет, котра в молодості начебто няньчила самого Джорджа Вашингтона. Сім місяців у різних містах США сліпа, майже паралізована літня жінка вміло підтримувала бесіду (особливо охоче зі священниками, за свідченням самого Барнума), співала релігійних гімнів, розповідала повчальні випадки з життя Ва-

шингтона-хлопчика. Інтерес публіки підігрівався факторами цікавості та патріотизму, на що не шкодувалося 25 центів за винятком дітей і прислуги, які нічого не платили. Коли потік бажаючих почав зменшуватись, Барнум інспірував газетну замітку про те, що Хет не жінка і взагалі не людина, а хитромудрий автомат, усередині якого знаходиться робот-лялька, він же черевомовець. У результаті «викриття» черги за квитками знову зросли, зібравши й тих, хто хотів відвідати атракціон удруге. Люди бажали пересвідчитись, що їх минулого разу не обманули, або ж переконатись, що обманули, але тоді зрозуміти, яким саме чином і наскільки майстерно. Невдовзі Хет померла, але і з її смерті Барнум влаштував видовище, запросивши професорів і студентів-медиків на розтин тіла. У присутності півтори тисячі глядачів, що заплатили по 50 центів, з'ясувалося, що Хет не більше 80 років, але тут же пішов поголос, що Барнум спритно підмінив робота-ляльку на людське тіло.

Після придбання нью-йоркського музею Скуддера, розширення експозиції та перейменування закладу на Американський музей Барнума це місце перетворилося на один з найбільш популярних виставкових комплексів у США. Зі слів самого Барнума, уже з вулиці музею сприймався як видовище: фасад – усі чотири поверхи – був прикрашений прапорами, гігантськими зображеннями птахів, тварин і рептилій, освітлений газовими ліхтарями, на балконі роль зазвали виконував духовий оркестр; всередині приміщення відвідувача ждав різкий контраст: таємничо-чорні галереї, наповнені циркачами усіх професій, вуличними аніматорами, механічними та восковими фігурами на тлі декорацій відомих чудес Старого й Нового Світу. Сам Барнум обов'язково виходив на сцену або робив коло ареною [5, р. 55-73].

Тут власник показує ліліпута Ч. Страттона, який виступав під сценічним псевдонімом Генерал Том-Там, шлюб останнього з ліліпуткою Л. Воррен, «русалку з островів Фіджі», сіамських близнюків Ч. і Е. Банкерів, індіанську танцівницю Ду-Хам-Мі, доньку вождя племені саків. Про героїв барнумських видовищ складали легенди, співали пісень, вигадували нові танці.

Усі ці діяння супроводжувалися широкими, агресивними, винахідливими рекламними кампаніями. Барнум розміщував у газетах, за його зізнаннями, цілі «підвали» із зазначенням їх вартості. Відвідувачі, вражені ціною, а пізніше й експонатами, розповідали про свої враження рідним і сусідам, що викликало нову хвилю відвідувачів [6, р. 34-78].

Після загибелі музею внаслідок пожежі Барнум заснував цирк, в якому демонстрував велетку Анну Свен, хлопчика із собачою мордою Федора Євтищева, для якого вигадав історію, буцімто хлопець не розмовляв, а лише лаяв та ричав на сцені. Окрасою програми був 6-тонний африканський слон Джамбо, який надихнув самого Марка Твена. У творі «Викрадення білого слона» письменник описав такий прийом (пропозицію): «Барнум пропонує 4000 доларів на рік за право використання слона у ролі пересувної реклами <...> Має намір обклеїти його цирковими афішами» – [відповідь] «Барнуму відмовити. 7000 – або нічого».

Інший прийом як взаємодія поліції, рекламодавців і преси: [газетні хедлайни та заголовки] «БІЛИЙ СЛОН НА СВОБОДІ. ВІН ЗДІЙСНЮЄ СВІЙ ЗГУБНИЙ ПЛЯХ. СЕЛИЩА ЗБЕЗЛЮДНИЛИ, ПЕРЕЛЯКАНЕ НАСЕЛЕННЯ ЗАЛИШАЄ БУДИНКИ! КРИЖАНИЙ СТРАХ ПЕРЕДУЄ ЙОМУ! СМЕРТЬ І РУЇНА ЙДУТЬ ЙОГО СЛІДАМИ! ДЕТЕКТИВИ В АР'ЄРГАРДІ. ЗРУЙНОВАНІ БУДИНКИ. РУЇНИ ФАБРИК, ЗАГУБЛЕНИЙ ВРОЖАЙ, РОЗІГНАНІ ЛЮДСЬКІ НАТОВПИ, КРИВАВІ СЦЕНИ, ЩО НЕ ПІДДАЮТЬСЯ ОПИСОВІ! ЩО ДУМАЮТЬ ТРИДЦЯТЬ ЧОТИРИ НАЙВІДОМІШІ ДІЯЧІ РОЗШУКУ! ЩО ДУМАЄ СТАРШИЙ ІНСПЕКТОР БЛАНТ!»

– Ось бачите! – триумфально сказав інспектор Блант, зраджуючи своєму звичайному спокоеві. – Блискуче! Такою вдачею не може похвалитися жодне інше агентство в світі. Слава про нас розійдеться по всіх кутках земної кулі, витримає будь-яке випробування часом, і моє ім'я залишиться у віках!» [7].

Барнум презентував публіці постійно доповнювані численні варіанти автобіографії. Книги поширювалися і в роздріб, і за передплатою, а тим, хто відвідував цирк уперше, автобіографію давали безкоштовно разом з квитком. За спогадами очевидців, народ розходився з вистави, як з молитовних зборів, – кожен з томиком під пахвою. Книга з успіхом розходилась і в Європі – англійською, французькою, німецькою, шведською, голландською мовами. За влучним зауваженням К. Рурк, публіка була для Барнума і «сировиною», і твором в його рекламній стратегії й тактиці [8, р. 393].

**Висновки.** Барнум не бачив різниці між мистецтвом і рекламним обміном, між користю та ризикою. Він уважав, що виробництво підробок на продаж у деякому сенсі є найбільш «чистим» з мистецтв. Як справедливо зауважує з цього приводу Т. Венедиктова, переживання адресата, завідомо відчужені від практичного боку життя, виступають як самоціль. Водночас з точки зору чуттєвого або психологічного впливу розважаль-

не мистецтво для мас утилітарно, оскільки дослідно вивірене і майже математично розраховане в своєму ефекті. Це усвідомлюють обопільно і той, хто розважає, і той, кого розважають, на основі чого між ними розгортаються як своєрідна «розмова». Схема, за якою діяв Барнум: шахрайство – самовикриття не до кінця для пробудження сумнівів – спростування шахрайства. Відсуваючи одну репрезентацію за іншою, показуючи багатозаровість своєї комунікації, виставляючи напоказ нескінченні поверхні-обманки, Барнум і аудиторія визначали їхню вартість у порядку вільного торгу і щоразу індивідуальної угоди між собою [9, с. 115, 117].

Барнум бачив свою відмінність від вульгарних шахраїв у тому, що, вводячи в оману публіку, він її не стільки обманював, скільки розігрував, і гроші одержував не стільки в результаті здирництва, скільки законної винагороди за доставлене задоволення. У цьому випадкові формуються бінарні позиції: жертва обману – учасник обману, обдурений простак – необдурений знавець, рядовий статист – рівноправний партнер. З цією новою точкою зору, гроші аудиторії та її час уже не втрачені, а вкладені в задоволення. Ситуація радикально переоцінюється в очах адресата: обман довіри бентежить, але гіркота компенсується, навіть з надлишком, задоволенням від участі в грі. Усвідомлення індивідом застосованого до нього прийому спрацьовує в стереотипному постулаті: «Попереджений – значить, озброєний». Сам же Барнум своїми діями намагався вигорити собі особливий, ігровий простір спілкування, організований технічним, а не смисловим чином, з претензією на свободу від дотримання етичних норм.

**Перспективи дослідження.** Результати дослідження можуть бути запроваджені у навчальний процес при викладанні нормативних курсів «Теорія реклами», «Теорія та історія соціальних комунікацій», «Галузева реклама і PR», а також спецкурсів, присвячених історії, теорії та практиці реклами.

## Список літератури:

1. Бугрим В. Трюки в рекламі і публік рілейшнз // Вісник Київського університету. Серія: Журналістика. 1997. Вип. 4. С. 190-194.
2. Stoklossa Uwe. Advertising. New Techniques for Visual Seduction. London: Thames Hudson Ltd., 2007. 270 p.
3. Эйзенштейн С. Избранные произведения: В 6 т. Т. 2. М.: Искусство, 1964. 593 с.
4. Мелешченко О.К., Деяк-Якобишин О.М. Проблеми форми в журналістиці // Образ: наук. журнал / За ред. Н.М. Сидоренко та О.Г. Ткаченко. 2015. Вип. 16. № 1. С. 21-29.
5. Barnum P.T. The Life of P.T. Barnum: Written By Himself. Originally published 1855. Reprint ed., Champaign: University of Illinois Press, 2000. 358 p.
6. Barnum P.T. Art of Getting Money, or, Golden Rules for Making Money. Originally published 1880. Reprint ed., Bedford, MA: Applewood, 1999. 92 p.
7. Твен М. Похищение белого слона // Марк Твен. Собр. соч. в 12 т. Т. 10. М.: ГИХЛ, 1961. С. 430-454.
8. Rourke C. Trumpets of Jubilee. New York: Harcourt, Brace and World, 1963. 445 p.
9. Венедиктова Т.Д. «Разговор по-американски»: дискурс торго в литературной традиции США. М.: Новое литературное обозрение, 2003. 328 с.
10. Bugrim V. Tricks in advertising and public relations // Bulletin of the University of Kiev. Series: Journalism. 1997. No. 4. P. 190-194.
11. Stoklossa Uwe. Advertising. New Techniques for Visual Seduction. London: Thames Hudson Ltd., 2007. 270 p.
12. Eisenstein S. Selected works: In 6 vol. Vol. 2. Moscow: Art, 1964. 593 p.
13. Meleshchenko O., Dejak-Yakobyshyn O. Form Problems in the Journalism // Образ: scientific journal / Ed. by N. Sydorenko & O. Tkachenko. 2015. Issue 16. No 1. P. 21-29.
14. Barnum P.T. The Life of P.T. Barnum: Written By Himself. Originally published 1855. Reprint ed., Champaign: University of Illinois Press, 2000. 358 p.
15. Barnum P.T. Art of Getting Money, or, Golden Rules for Making Money. Originally published 1880. Reprint ed., Bedford, MA: Applewood, 1999. 92 p.

16. Twain M. Kidnapping white elephant // Twain M. Collected works in 12 vol. Vol. 10. Moscow: НIKHL, 1961. P. 430-454.
17. Rourke C. Trumpets of Jubilee. New York: Harcourt, Brace and World, 1963. 445 p.
18. Venediktova T. «Talk in American»: the discourse of bargaining in the literary tradition of the United States. Moscow: Novoje Literaturnoje Obozrenije, 2003. 328 p.

**Мелещенко А.К.**

Институт журналистики

Киевского национального университета имени Тараса Шевченко

## ПРОБЛЕМЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ВОЗДЕЙСТВИЙ В РЕКЛАМЕ

**Аннотация**

Рассматриваются проблемы психологических воздействий в рекламных коммуникациях. Среди методов психологического воздействия на аудиторию выделяется метод рекламных шоу. Именно рекламное шоу, как и любое другое социальное явление, имеет свои содержание и форму. Содержание охватывается термином «трюк», а форма – термином «аттракцион». Гением формы рекламных явлений и коммуникаций является американский шоумен и антрепренер Финеас Тейлор Барнум.

**Ключевые слова:** проблемы, психологическое воздействие, реклама, шоу, трюк, аттракцион, Барнум.

**Meleshchenko O.K.**

Institute of Journalism

Taras Shevchenko National University of Kyiv

## THE PROBLEMS OF PSYCHOLOGICAL EFFECTS IN ADVERTISING

**Summary**

The problems of psychological influences in advertising communications are considered. Among the methods of psychological influence on the audience is the method of advertising shows. It is an advertising show, like any other social phenomenon, has its content and form. The content is covered by the term «trick», and the form is covered by the term «attraction». The genius of the form of advertising phenomena and communications is the American showman and entrepreneur Phineas Taylor Barnum.

**Keywords:** problems, psychological impact, advertising, show, trick, attraction, Barnum.

УДК 821.161.2.(045)

## ЕМІГРАЦІЙНА ПУБЛІЦИСТИКА Є. МАЛАНЮКА: СУСПІЛЬНА РЕФЛЕКСІЯ ТА ЛІТЕРАТУРНО-КРИТИЧНІ КОМЕНТАРІ НА СТОРІНКАХ «НОТАТНИКА»

**Момот Н.М.**

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

У статті подано детальний коментар до запису від 13.VIII.1954 року в «Нотатнику» Є. Маланюка. Висвітлено культурологічний аспект його публіцистики, яка відображає українство в еміграційному середовищі. Акцентовано увагу на тому, що «Нотатник» став суспільною рефлексією автора та містить широкі літературно-критичні коментарі. Зроблено висновок, що «Нотатник» втілений у повновартісний документальний текст, який розкриває Маланюка-інтелектуала.

**Ключові слова:** коментар, еміграційне середовище, суспільна рефлексія, самоідентифікація, національне питання.

**Постановка проблеми.** Національне питання у будь-якому його прояві для Маланюка було спадково (тобто генетично) ним засвоєне. Саме це вивело його на шляхи еміграції після революції 1917–1920 рр. Ідейна позиція чітко проглядається у публіцистиці поета, оскільки світогляд Маланюка концептуально був побудований на внутрішньому еволюційному поступові, відображеному в його поезії, моральній естетиці, власній незалежності, духовній цілісності.

Поруч з поезією Маланюк створює літературну есеїстику, яка охоплює літературно-критичні статті, політичні та ідеологічні матеріали. Варто зазначити, що есеї про Шевченка, все ж, більш ідеологічні, аніж літературно-критичні, бо саме у Шевченкові він вбачав ту глибоко національну спадщину, збагнучи яку, ціла нація могла зміцніти, очиститися духовно та зберегти потужний вплив поета-пророка на широкі маси українства у всьому світі.



**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Більшість досліджень на сьогодні опублікована з приводу поетичної творчості Є. Маланюка (В. Панченко, Г. Клочек, Т. Салига, Л. Куценко, О. Гольник). Спадщина Маланюка-публіциста представляє особливий інтерес, оскільки є малодослідженою (Г. Клочек, Т. Салига, Л. Куценко). Варто зазначити, що частина її навіть ще не опублікована. До прикладу, останнє видання 2017 р. (упорядник О. Омельчук) вміщує деякі вперше опубліковані статті та рецензії.

**Виділення невіршених частин загальної проблеми.** Саме публіцистика Маланюка має значну цінність для української культури як високоінтелектуальна мемуарна спадщина. Його творчі нотатники мають вагоме місце у його публіцистичній спадщині, оскільки бажання фіксувати думки втілювалося у повновартісний документальний текст, який розкриває Маланюка-інтелектуала.

**Формулювання мети статті.** Еміграційна публіцистика Маланюка зберегла відображення культурного середовища тієї доби не тільки українства за кордоном, а й загалом культурні світові тенденції періоду 20 століття, які було подано в Україні під іншим кутом зору, а деякі питання просто були недоступними. Крім того, як виглядало еміграційне суспільство за кордоном, який культурологічний аспект воно мало (в особі певних постатей). Ось ті питання, які цікаво оприявлені у нотатках Маланюка. Тому метою статті є зробити детальний коментар записів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Запис 13.VIII.1954 року подає широкий аналітичний літературно-критичний матеріал, що, з одного боку, є оглядом російської еміграційної літератури, а з другого – в особі Марка Алданова змальовано «типового «росіянина», що народився не в Рязані чи Калюзі, а саме в нашій многостраждальній «сторозтерзанім» Києві» [2, с. 4]. Ймовірно, саме на таких особистостях демонструвалося малоросійство у глибоко вкоріненому прояві, саме ці постаті стають персонажами, навколо яких точиться літературна критика Маланюка у власних записах.

Марк Алданов (Марк Олександрович Ландау) був вихідцем з єврейської родини київського цукрового магната. Він мав освіту за трьома спеціальностями (хімік, соціолог, юрист), яку отримав у Київському університеті. Творча діяльність Алданова була високо оцінена за життя в еміграції (Іван Бунін висував його на Нобелівську премію), потім світовий загал (у Франції, США) підтримав високу оцінку творчості, опублікувавши низку газетних та журнальних рецензій. Хоча в комуністичних виданнях була різко визначена критика Алданова на адресу СРСР, яку вважали неприйнятною особливо у розпал Другої світової війни. Здається, що стрімко зростаюча популярність письменника апріорі не може бути критикована емігрантами-земляками.

Маланюк все ж вдається до критичного аналізу творчості відомого емігранта. Привертає увагу ставлення публіциста до вихідця з його батьківщини. Помітно дражливою є оцінка власної ідентифікації Алданова як росіянина, хоча, на думку Маланюка, він не є тим «справжнім росіянином», а власне сам себе так визначає: «...судячи з духу,

тону і окремих висловлювань його літературних публікацій – п. Алданов 1) дуже слабо знає Московщину (яка для нього є або Петербург, або «Росія» та ще й «південна» і 2) натурально не навидить все, що хоч трохи пахне «Україною»... Про причини останнього – не варто довго говорити: є то занадто добре знане нам і типове явище» [2, с. 4]. Як стає зрозуміло з есеїстики публіциста, останнє треба визначати як малоросійство. Цікавим щодо власного самовизначення Алданова є факт, зазначений у листі Алданова до Ю. Семеновою, хіміка, однокурсника Алданова по Київському університету, від 16.02.1955 р.: «У мене тут у Ніцці гарний знайомий Деслав, кінематографічний діяч і український публіцист... Ми з ним нерідко зустрічаємося вдень у кав'ярні, й за десять хвилин до сьомої він незмінно йде додому – слухати київське радіо українською мовою. Так ось, він мене все «втішає»: «Хоч Ви, марку Олександровичу, більше, мабуть, ніколи не побачите Вашого Петербурга, але Київ побачите і дуже скоро. Буде незалежна Українська республіка, і, зрозуміло, ми Вас туди пустимо, так як Ви народилися в Києві». – «Невже пустите? Але я не український письменник». – «Пустимо, і навіть будемо друкувати переклади Ваших книг, і платити будемо авторський гонорар» [1, с. 37]. Звичайно, мабуть, саме різниця у власній ідентифікації викликала таку критику Маланюка.

Вищезгаданий у листі Ежен Деслав (Євген Слабченко), іспанський та французький кінорежисер українського походження, опинившись в еміграції з часів УНР, усе життя присвятив тому, щоб пропагувати за кордоном українське кіно, українську культуру. Володар кінопремії «Оскар» (1938) та перший українець, що отримав почесний диплом Венеціанського кінофестивалю (1956), завжди вважав себе українцем та, створюючи бібліотеку закордонної україністики, влаштуовуючи покази українських стрічок, а також власні мистецькі здобутки позиціонував як можливість репрезентувати українських митців на світовому рівні, інтегрувати українську культуру в західноєвропейський культурний простір як її невід'ємну частину. Маланюк теж входив до когорти подібних митців з України, тому позиція його незворушна.

Повертаючись до запису нотатника від 13.VIII.1954 р., варто вказати, що Маланюк відразу представляє Марка Алданова як письменника російської еміграційної літератури, не применшує його популярності, яку принесли автору його історичні повісті. Публіцист зазначає докладність подробиць, рясність цитат та імен, що підтверджує знання історичної доби, ерудицію прозаїка. Але визначення Маланюка «як справжній «русский» з Києва п. Алданов є прикметний своєрідною, чисто «минамазайлівською» естетикою щодо прізвищ» відразу підтверджено фактами того, що українські прізвища для автора є вульгарні та смішні, але чомусь Сінебрюхов не викликає у нього подібних емоцій. Мабуть, саме такий підхід оприявнює ознаки малоросійства: «У нас малоросійство було завжди хворобою не лише півінтелігентською, але – й передовсім – інтелігентською, отже, поражало верству, що мала виконувати роль мозкового центру нації» [3, с. 30]. Оцінюючи Алданова як автора історичних пові-

стей, Маланюк визначає рід його творів, що наближають їх до історичних романів Л. Толстого. Так, Алданов захоплювався останнім. Роман «Війна і мир» він вважав чи не найкращою книгою всіх часів і літератур. Але далі Маланюк наводить більш доцільне, на його думку, визначення приналежності повістей Алданова до «школи Цвайга». Дійсно, це споріднення виникає у розумінні жанру художньої біографії, оскільки твори Стефана Цвейга дають такому жанру широке тло. Кілька речей об'єднують прозу Алданова і Цвейга. По-перше, постаті, змальовані в творах, не обмежені у конкретному часовому відрізку між світовими війнами: у Цвейга – Верлен, Бальзак та біографії 20–30-х рр.; в Алданова – Наполеон, Гітлер. По-друге, як Цвейг, так і Алданов дещо вільно обходяться з фактами із життя героїв. По-третє, на відміну від Цвейга, Алданов не сприйняв революцію, але їх об'єднує розуміння того, що у 20–30-ті рр. вони обоє бачили у СРСР єдину реальну силу, здатну протистояти фашизму. Підтвердженням цьому є найцікавіший своєю творчою долею твір Марка Алданова «Початок кінця». Маланюк не заперечує талановитості письменника, але намагається все ж з погляду літературного критика дати оцінку того історизму. Це рішуча думка й тверда українська позиція, оскільки історичні тексти Алданова дають йому відчуття живих постатей, яким бракує відчуття духу доби (і в цьому публіцист знову бачить «школу Цвайга»). Але ж дійсно, Алданов мав практику створювати сюжети на ходу. Відомим є факт, як на замовлення журналу «Современные записки» Алданов погодився писати новий роман, який буде друкуватися «з коліс», а, відповідно, переробити попередній розділ чи втілити наново знайдене творче рішення було неможливо. Мабуть, саме ця «нехитра механіка тих «історичних» повістей» так радикально визначена публіцистом, оскільки творчість Алданова претендувала на історичну автентичність. Особливо принциповим це питання виглядало в умовах еміграції: чи дійсно автор презентує світові автентичну (чи то українську, чи то російську). І тут же Маланюку це нагадує «одного аматора легких лаврів», «одну з жертв алдановщини», «автора «Сонця в Чигирині», «Рубікону Хмельницького». Насправді, мова йде про Юрія Косача – племянника Лесі Українки, колись активного члена підпільного Культурного товариства на Волині (1932–1933 рр.), потім емігранта. Чому Маланюк такого колись патріота-націоналіста, розробника «Плану розбудови національного руху на Волині» називає «жертвою алдановщини»? Це пояснюється тим, що, потрапивши до США, у Ю.Косача змінилися ідеологічні орієнтири. Націоналізм для нього став злом, а «совецька» Україна розцвіла. Після відвідин Радянського Союзу 1964 р., де він перебував на запрошення уряду під час святкування 150-річного ювілею Т. Шевченка, ще неодноразово бував у радянській Україні, був там очікуваним гостем, якого тепло зустрічали. В одному з інтерв'ю у США «Українським вістям» Ю. Косач констатує «Нині Прометей визволений. Вчорашній плебей, варнак, парій, кріпак, раб став володарем духа: він будує міста, організовує області, економічні райони, планує, творить, наказує, веде народ вперед» [4]. Така позиція була

далекою від внутрішнього протистояння Маланюка, який виявився більш рішучим та вольовим серед різного українства в еміграційному середовищі: з одного боку – ті, що активно протистояли більшовицькому тоталітаризмові, з іншого – духовні плебеї з ліберальними поглядами, які не відчували своєї батьківщини чи то фізично, чи то морально.

Маланюк дає досить інтелектуальне обґрунтування історіософського роману М. Алданова «Ульмська ніч», виданого 1953 р. Тобто записи нотатника, які публікував «Вісник ООЧСУ», носили на той час актуальний характер. Вони стали рефлексією культурного еміграційного кола на твори, що з'являлися у тодішніх виданнях, ставали тим читацьким матеріалом, який формував інтелектуальну думку еміграційного середовища та світової спільноти. Дізнавшись із передмови до нью-йоркського видання про те, що Алданов мав освіту математика-хіміка, Маланюк сподівається на певну обізнаність автора, хоча й сумнівається через попередні розчарування. Разом з тим, це пояснює, чому саме Декарт виступає ідейним стрижнем книги. Полеміка між А. і Л. (Алданов – Ландау) базується на поясненні суспільних вибухів, зокрема Жовтневого перевороту. Але запропоноване трактування для Маланюка є, щонайменше, дивним: причина перевороту – випадок, хаос (хай навіть це подано через філософію випадку, теорію ймовірності, хаотичність часу): «Ніхто не може вимагати від п. Алданова, щоб він був другим Кантом чи щоб він, в справді апокаліптичній нашій добі, давав якісь пророцтва, дороговкази, обґрунтовані гіпотези. Але ніякими поблажливостями не можна виправдати легковажного жонглювання звідусіль насмиканими цитатами та ліричними парадоксами, часом не лише безвідповідальними, але й самозакохано – хлестаковськими» [2, с. 5]. Публіцист намагається пояснити, що така позиція – не єдина, навіть небезпечна, оскільки «спустошує «модерністську» і «об'єктивістську», панрелятивістську і снобістичними парадоксами, провінціалістським всезнайством і терором «поступовості» [2, с. 5]. Попередньо опираючись на «картезіанство, ц. т. розум», Маланюк вказує, що книга наскрізь песимістична, називаючи її «специфічно-темпераментним походом проти решток розуму, зацілілих в зруйнованій Європі й руйнованим світі». А резюмує все українською народною мудрістю: «Висновок може бути лише один: не трайте, куме, сили – спускайтесь на дно!» [2, с. 5]. І завершує свій допис злободенням – як Алданов пише про «укохану «Росію». Публіцист протиставляє комплекс Московщини в принципі здоровому глузду та очевидним речам. «Забавною дивовижною вважає Маланюк те, що К. Леонтьєва чи В. Розанова Алданов бачить поза російською традицією, Іван Грозний не характеристичний для російських царів, а от від «Слово о полку», Ярослава Мудрого, Володимира Великого аж до «большого русского математика» Остроградського – у цьому ланцюжку історичних постатей відчуває «істинно-руськіє» прояви. Чітке визначення подібних проявів Маланюк дасть пізніше у своїй статті «Малоросійство» (1959), а тут він поки що, пишучи нотатник, діагностує: «Все це, розуміється, дуже знайоме. Але все це говориться в книзі

п. Алданова з таким специфічним апломбом, що мимоволі пригадує апломб «южнорусского» фармацевта» [2, с. 6].

**Висновки з даного дослідження і перспективи.** Пізніше у літературно-критичних статтях Маланюк чітко резюмує, дає обґрунтований виклад багатьох суспільних та історичних явищ, але розмисли, що спрямують його у подальшому до узагальнень та висновків, безумовно, йдуть від внутрішнього постійного монологу, окремі тези якого подано в його нотатнику. Публіцист у своїх статтях в нотатнику щоразу нарікає на неясність національної ідеї в українській літературі, її хитку позицію. Він засуджує всіх, що за своєю суттю є українцями, але такими себе не бачать, не відчують та мають хитку й непевну самоідентифікацію. Письменник переконаний, що така духовність ніколи не дасть суспільству справжньої літератури, не зродить великої ідеї, яка дала б змогу вистояти українцям як у радянській Україні, так і за її межами. Можливо,

присутні суб'єктивні судження, але вони компетентно підтверджені, крім того, вказують на інтелектуальність публіцистики автора. Як засвідчує текст нотатника, він знає літературні традиції, розуміється на європейських школах, вносить власні ідеї та міркування. Разом з тим, Маланюк відбив на сторінках нотатника найважливішу для нас річ – уявлення про те, яким було еміграційне середовище 20 століття, українство зокрема, як воно переживало уроки та наслідки перевороту та революцій. Чи варто було полемізувати й переконувати міфічних (тобто примарних, несправжніх) українців, відвертати їх від хиб та помилок? Адже Маланюк, як й інші, зіткнувся з проблемою ідеологічного непорозуміння як в Україні, так і пізніше в еміграції. Але варто, хоча б для того, щоб хай не в окупованій більшовиками Україні, то хоча б за її межами усвідомити, яким може бути поступ українства у подальшому, бо воно продовжувало шукати для себе національний ґрунт, хоча і в умовах еміграції.

### Список літератури:

1. Алданов М. Начало конца / М. Алданов. – М.: Эксмо, 2012. – 640 с.
2. Маланюк Є. З нотатника / Є. Маланюк // Вісник ООЧСУ. – 1954. – № 09(071). – С. 4-6.
3. Маланюк Є. Малоросійство / Є. Маланюк. – К.: Український пріоритет, 2015. – 48 с.
4. <https://vsiknygy.net.ua/person/4923/>.

**Момот Н.Н.**

ВУЗ «Университет экономики и права «КРОК»

### ЭМИГРАЦИОННАЯ ПУБЛИЦИСТИКА Е. МАЛАНЮКА: ОБЩЕСТВЕННАЯ РЕФЛЕКСИЯ И ЛИТЕРАТУРНО-КРИТИЧЕСКИЕ КОММЕНТАРИИ НА СТРАНИЦАХ «ЗАПИСНОЙ КНИЖКИ»

#### Аннотация

В статье представлен детальный комментарий к записям от 13.VIII.1954 года в «Записной книжке» Е. Маланюка. Освещён культурологический аспект его публицистики, которая отображает украинство в эмиграционной среде. Акцентировано внимание на том, что «Записная книжка» стала общественной рефлексией автора и вмещает широкие литературно-критические комментарии. Сделан вывод, что «Записная книжка» воплотилась в полноценный документальный текст, который раскрывает Маланюка-интеллектуала.

**Ключевые слова:** комментарий, эмиграционная среда, общественная рефлексия, самоидентификация, национальный вопрос.

**Momot N.M.**

University of Economics and Law "KROK"

### EMIGRATION PUBLICISTICS OF E. MALANIUK: PUBLIC REFLECTION AND LITERARY-CRITICAL COMMENTS ON THE PAGES OF "NOTATNYK"

#### Summary

The article gives a detailed commentary about the record of 13.VIII.1954 in "Notatnyk" by E. Malaniuk. The cultural aspect of his publicistics, which reflects Ukrainians in the emigration environment, is clarified. It is emphasized on the fact that "Notatnyk" has become a public reflection of the author and contains extensive literary-critical comments. It is concluded that "Notatnyk" is personified in the full-valuable documentary text, which reveals Malaniuk-intellectual.

**Keywords:** commentary, emigration environment, social reflection, self-identification, national question.

## ЩОТИЖНЕВИК «ХУТОРЯНИН» ЯК ЗРАЗОК СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ВИДАННЯ ПОЛТАВЩИНИ

Ніколашина Т.І.

Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г. Короленка

У статті зосереджено увагу на дореволюційному періоді української журналістики. З'ясовується історія становлення та розвитку сільськогосподарської преси на Полтавщині. У центрі уваги перебуває російськомовний тижневик, орган Полтавського сільськогосподарського товариства – «Хуторянин». Досліджено основні характерні риси журналу, який є спеціалізованою якісною пресою Полтавщини зламу століть. Описується історична ретроспектива видання та його жанрово-тематичне наповнення. Проаналізоване інформаційне тло щотижневика «Хуторянин».

**Ключові слова:** періодичні видання, преса, журналістика, щотижневик, журнал.

**Постановка проблеми.** Історія журналістики нині – один із найважливіших напрямів науки про соціальні комунікації. Передусім актуальним є вивчення дореволюційного періоду української журналістики, адже протягом тривалого часу історія преси досліджувалася кризь призму радянської ідеології, зокрема нерідко поза увагою були значущі видання та діяльність відомих публіцистів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Численні газети та журнали на сьогодні майже не досліджені, насамперед це стосується історії преси Полтавщини. Окремі аспекти історії полтавської періодики та деяких видань розкривалися у працях таких науковців, як Н. Сидоренко, О. Сидоренко, О. Школьна, С. Семенко, В. Коротенко, О. Дроздовська, Н. Степаненко, С. Макарець.

В останні роки простежується посилення уваги дослідників до місцевої преси, однак, незважаючи на це, більшість видань не вивчені, зокрема це стосується і преси Полтавської губернії. Особливе місце серед видань м. Полтави посідає журнал «Хуторянин», на його сторінках протягом тривалого часу обговорювали як фахові економічні та сільськогосподарські питання, так і нагальні соціально-політичні питання. Історія функціонування часопису яскраво відображає тогочасні тенденції розвитку місцевої преси, а публікації журналу донині є цінним фактичним матеріалом.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Проблема значення періодичних видань у громадсько-політичному і культурно-мистецькому житті народу досить вагома. Для віками позбавлених державності українців, що зберегли свою національну самобутність у сфері культури, ця проблема набуває додаткової ваги. Значення української періодики в духовному самоствердженні народу важко перебільшити. Українська інтелігенція шляхом співпраці навіть в урядових пресових виданнях сприяла формуванню громадської думки. Формою такого вияву думки полтавської наукової сільськогосподарської інтелігенції став часопис «Хуторянин» (1896–1917). Один із перших полтавських сільськогосподарських спеціалізованих видань був сумніним і бездоганим літописцем краю став щотижневик. На його сторінках, окрім висвітлення питань сільськогосподарської промисловості, торгівлі і кооперації, висвітлювалися актуальні проблеми суспільно-політичного життя губернії

та імперії. І сьогодні, через багато років, завдяки журналу, газеті ми довідуємося про тогочасне життя Полтавщини, про людей, котрі полишили по собі добрий слід в її історії.

Актуальність наукової статті визначається тим фактом, що історія функціонування, діяльності редакційного комітету, жанрово-тематичне наповнення провідного спеціалізованого видання Полтавщини досі не стали об'єктом комплексної синтетичної розвідки. Важливість й актуальність дослідження визначається як суто журналістичко-навчними проблемами, так і націєтворчими, історичними, політичними, художньо-естетичними тощо.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є з'ясування історії становлення та розвитку сільськогосподарської преси полтавського краю, визначенні характерних рис журналу «Хуторянин» як спеціалізованої якісної преси Полтавщини зламу століть, описі історичної ретроспективи видання, його жанрово-тематичного наповнення.

**Виклад основного матеріалу.** Серед полтавських періодичних видань вагоме значення мав російськомовний тижневик, орган Полтавського сільськогосподарського товариства – «Хуторянин» [3]. Перший випуск журналу побачив світ 23 травня 1896 року. Видавцем часопису було Полтавське товариство сільського господарства. Його редакторами в різні роки були Д. Квітка, П. Малама, П. Гриневич, П. Ганько, А. Шимков, Д. Ярошевич.

Програма видання включала урядові постанови та розпорядження, повідомлення про діяльність місцевих сільськогосподарських товариств, їх відділів та відділень; науково-популярні статті з сільського господарства, матеріали, присвячені промисловості та торгівлі; бібліографію та огляд тематичної літератури; оголошення; листування з читачами. Співробітниками та членами редколегії журналу в різні часи були: земський – П. Дубровський, учений секретар місцевого сільськогосподарського товариства О. Іллічевський, директор Полтавського дослідного поля Ю. Соколовський, помічник директора Полтавського дослідного поля С. Третяков, член Полтавської губернської земської управи П. Бровко. Активну участь у роботі журналу, а також постійними дописувачами були науковці, фахівці-агрономи, земські чиновники, гласні та власники великих господарств. Традиційно кожен випуск журналу починався з редакційної статті. Контент видання розкривався в наступних рубриках: «Книги, що надійшли до редакції», «Тор-

гові повідомлення», «Стан погоди», «Оголошення», «Хроніка», «Кореспонденції», «Земська хроніка», «Запитання та відповіді», «З сільськогосподарського друку», «Діяльність сільськогосподарських товариств», «Замітки по сільському господарству», «Хроніка кооперативної справи» (після 1910 р.), «Поштова скринька» [4].

Чималий відсоток контенту видання – роботи та звіти Полтавського дослідного поля, статті, присвячені різноманітним питанням агрономії та рослинництва. Приблизно такий самий відсоток контенту становили статті зі скотарства, зокрема про породи сільськогосподарських тварин, практичні поради щодо утримання, харчування, підвищення продуктивності худоби. Окремо варто відзначити статті, присвячені сільськогосподарській техніці – новим машинам, знаряддям, пояснення щодо раціонального землеробства, новини про винаходи, діяльність сільськогосподарських товариств, лекції, виставки, з'їзди поміщиків, майстрів, власників великих господарств. Нерідко знаходимо в «Хуторянині» статті з геології та ґрунтознавства (передусім, присвячені Полтавській губернії), ветеринарії, будівництва (здебільшого – прикладні статті зі схемами, кресленнями тощо), на сторінках подано публікації на медичну тематику. Журнал відзначали не лише численні читачі, а й фахівці, зокрема про це свідчать нагороди, які «Хуторянин» отримував на сільськогосподарських виставках – золота медаль на виставці садівництва в Ростові-на-Дону (1909), друга – на Південно-російській обласній виставці в Катеринославі (1910). Відомо, що «Хуторянин» фактично не цензурували, його поширювали в безкоштовних бібліотеках-читальнях, а також у профільних навчальних закладах Російської імперії. Після революції журнал став двомовним і виходив українською та російською мовами.

На початку ХХ століття особливо вирізнялось активністю статистичне бюро Полтавського губернського земства. Відтак, на зламі століть у місті з'являються сільськогосподарські видання – «Цены на продукты сельского хозяйства в Полтавской губернии» [2, с. 67]. Газета виходила раз на місяць, починаючи з 1900 р. як додаток до журналу «Хуторянин» [5]. Із № 2 1902 газета виходила під назвою «Цены на продукты сельского хозяйства на базарах Полтавской губернии». Останній випуск видання вийшов у грудні 1904 р.

У 1901 р. список сільськогосподарських періодичних видань поповнив журнал «Экономическая и сельскохозяйственная деятельность Полтавского губернского земства». Журнал видавався економічним бюро Полтавського губернського земства як додаток до журналу «Хуторянин» [5]. Відомо, що журнал видавався нерегулярно, не мав чіткої періодичності і друкувався залежно від накопичення матеріалу. Немало видання і чітко визначеної програми, проте в передмові до першого випуску окреслювалося коло питань, які мали висвітлюватися на сторінках видання: звіти про діяльність економічної ради, журнали засідань, доповіді або уривки доповідей, матеріали про економічну діяльність земств (зазначалося, що видання не планує обмежуватися лише Полтавською губернією), огляд діяльності сільськогосподарських товариств, статистичні матеріали, що стосуються економічного стану губернії

[5, с. 2-3]. Перший випуск включав у себе деталізований звіт про діяльність економічної ради за 1900 рік на 35 сторінках. Згодом на сторінках видання публікувалися здебільшого великі земства», «Проект уставу банку». Було надруковано 13 випусків часопису.

Наступне періодичне видання статистичного бюро Полтавського губернського земства – «Известия о состоянии сельского хозяйства в Полтавской губернии» [2, с. 55]. Перший випуск вийшов у квітні 1901 року. Журнал видавався російською мовою як додаток до журналу «Хуторянин». Редакторами журналу були земські статистики О. Русов та Г. Ротмістров (з № 6 за 1902 р.), на сторінках часопису здебільшого оприлюднювали статистичну інформацію. Випуск журналу розпочинався з передмови редактора, далі фактичне наповнення становили повідомлення кореспондентів з усієї губернії, оброблені співробітниками земського статистичного бюро. Статті в журналі розміщувалися за тематичними блоками. Зокрема, у першому випуску матеріал було розподілено між такими розділами: «Зима 1900–1901», «Бережень», «Квітень», «Стан посівів», додатки «Час посіву ярих у 1901 р.», «Кількість повідомлень про стан озимих посівів на 1 квітня 1901 р.», «Кількість повідомлень про випадіння дощів по днях квітня 1901 р.». Наприклад, № 16 повністю присвячено урожаю 1903 року. Обробку, систематизацію та узагальнення матеріалу провів Н. Аронський. Увесь випуск складався зі статті «Урожай хлібів, трав та інших культурних рослин», яка розпочиналася з огляду метеорологічних умов, посівної тощо. Видання мало значну кількість карт, графіків та таблиць. Друкували журнал в друкарні Дожмана на вул. Олександрівській. Останній випуск журналу вийшов у 1904 р. (№ 23).

Як відомо, Полтавське товариство сільського господарства було засноване 1865 року, президентом якого до 1908 року був відомий учений Д.К. Квітка, а з 1908 по 1916 рік його очолював П.П. Ганько, а з 1916 і до його закриття у 1918 році обов'язки президента товариства виконував професор А.П. Шимков. Окрім наукової діяльності й організаційної роботи, вони були редакторами друкованого органу товариства сільського господарства «Хуторянин». У межах товариства працювали такі відділення: землеробства, бджільництва, садівництва, кооперативне; функціонувало бюро конезаводства. Наукові розробки, що велися в цих структурних підрозділах Полтавського товариства сільського господарства безпосередньо визначали й тематичне коло наукових та науково-практичних публікацій «Хуторянина».

Уже з перших місяців свого існування в «Хуторянині» була вироблена продумана професійна редакційна політика, чітко сформульовані вимоги до матеріалів, які надходили до видання. Окремі зауваження стосувалися й терміну збереження статей, розмір яких не перевищував друкованого аркуша та перебирання редакцією прав власності на публікації, якщо таких не заявив її автор. Чітко були сформульовані вимоги для авторів комерційних оголошень із зазначенням цінової політики: за один рядок в кінці тексту треба було заплатити 8 коп., за один рядок на початку тексту 16 коп.; знижка надавалася за повторювану рекламу; а сільські господарі і пе-

редплатники «Хуторянина» могли платити 4 коп. за рядок у кінці тексту. Річна підписна ціна на видання з доставкою становила 2 крб., а без доставки 1 крб. 70 коп. Часопис виходив щочетверга і мав розмір близько 2 аркушів.

У кожному номері чітко зазначаються пункти передплати «Хуторянина», з яких ми дізнаємося, що замовити щотижневик можна було не тільки на теренах Полтавської губернії, а й у Києві, Херсоні, С.-Петербурзі. Програмою часопису було передбачено: ознайомлення з основними державними законами та найактуальнішими новинами; висвітлення діяльності місцевих сільськогосподарських товариств; презентація сучасних наукових досягнень у сільськогосподарській, промисловій, економічній, торговій галузях; огляд останніх новин з різних куточків Російської імперії; висвітлення сільськогосподарської й економічної діяльності земських закладів; бібліографічний огляд новин сільськогосподарської й економічної літератури.

Для заохочення читачів «Хуторянина» і втілення просвітницької програми редколегія щотижневика випускала низку кольорових таблиць-додатків та книжки-додатки сільськогосподарської тематики.

Журнал був рекомендований Міністерством землеробства для сільськогосподарських навчальних закладів і народні бібліотеки-читальні.

Часопис «Хуторянин» протягом усього часу його функціонування мав такі постійні рубрики: «Наукові статті»; «Із сільськогосподарської преси»; «Діяльність сільськогосподарських товариств»; «Хроніка»; «Земська хроніка», «Питання і відповіді»; «Про старі і нові книги»; «Торгові відомості», «Стан погоди», «Оголошення».

До 1917 року матеріали у щотижневику друкувалися виключно російською мовою, а після Лютневої революції зустрічаємо публікації українською мовою.

За двадцять один рік функціонування журналу «Хуторянин» на його сторінках було надруковано значну кількість розмаїтого за жанрами матеріалу, який визначався архітектонікою часопису.

Традиційно, кожне число журналу розпочиналося редакційною статтею, в якій майстерно поєднувалися суспільно-політичні проблеми з актуальними процесами розвою сільського господарства. Наприклад, в одній із редакційних статей «Хуторянина» за 1909 рік було проаналізовано ключові положення державної й громадської, спрямованої на удосконалення розвитку тваринництва в Російській імперії. Авторитетні вчені, які випускали журнал, досить аргументовано, з покликанням на статистичні дані й реальну цінову політику в Російській імперії та Європі висловлюють власний погляд на складну ситуацію, яка склалася в тваринницькій галузі, на ті проблеми з якими важко самостійно боротися простим сільським господарям. Редакція робить невтішний висновок щодо розвитку сільського господарства.

Цікавою є редакційна стаття «По пути кь новому порядку», що була надрукована у № 9-10 за 1917 рік. У ній не тільки тезисно проаналізовано форми правління у Російській імперії за останні 300 років, а й зроблено досить радикальний висновок про недоліки державного апарату.

Приваблює й той факт, що в редакційних статтях проповідуються християнські цінності. Підтвердженням цього є редакційна стаття «Христос Воскрес» за 1912 рік, у якій пропонується матеріально підтримати жителів Сибіру, що потерпали від голоду. Стаття побудована на контрасті: прекрасний весняний пейзаж протиставляється людському горю, зокрема на південно-східній частині Сибіру був неврожай, а це спричинило голод.

Чи не найбільш потужний соціальний струмись простежується в редакційних статтях у часи першої світової війни, коли на перший план виходить питання забезпечення армії продовольством.

Зустрічаємо й редакційні статті, у яких поруч із аналізом важливої проблеми в галузі сільського господарства анонсуються й різного роду конкурси, зорганізовані Полтавським товариством сільського господарства. Так, у № 6 за 1910 рік редакція «Хуторянина» оголосила конкурс на краще знаряддя для обробітки ґрунту. Іноді редакційні статті не мали автора, хоча можна зробити припущення, що вони належали головному редакторові, який на той час очолював журнал.

Рясніе часопис й аналітичними статтями, у яких розглядалися важливі суспільні та економічні проблеми: «Почему растет цена на землю» А. Кохановський (1904, № 3), «Русскимъ сельскимъ хозяевамъ открытое письмо» О. Криштофовича (1910, № 1), «Пореформенные течения среди сельскихъ хозяевъ» О. Іллічевського (191, № 10), «О юридической помощи населению» Б. Одера (1913, № 4), «Пробуждающаяся деревня» Д. Я. (1912, № 7), «О переселении» Т. Зінченко (1913, № 11). Вищезазначені публікації засвідчували не тільки активну громадянську позицію редакційного комітету «Хуторянина», а й публіцистичний талант його творців: скрупульозний аналіз усіх фактів, вмотивована аргументаційна база; використання переконливих доказів статистичних відомостей, покликання на думку авторитетних учених. Можемо стверджувати, що аналітика «Хуторянина» може стати зразком створення журналістських текстів подібного типу й для представників сучасних медіа.

На сторінках журналу домінують місце посідали наукові та науково-популярні статті, що мали широкий тематичний діапазон. Треба зауважити, що науково-популярний стиль цих публікацій характеризувався загальнодоступним трактуванням медичних термінів, описом зрозумілих для широкого кола читачів методів боротьби із захворюваннями.

З-поміж них виокремлюються наукові та науково-популярні статті, у яких потужним є соціальний струмись, спричинений трагічними подіями першої світової війни. Так, у статті «Риболовні промисли на Полтавщині», автор не тільки обґрунтовує потребу розвитку цієї ділянки сільського господарства в Полтавській губернії, а й порушує проблеми економічної кризи, яка призвела до збіднення селянських господарств та дорожчання товарів першої необхідності. У статті домінує думка про необхідність пошуку селянами додаткового заробітку у важкий час, яким може стати риболовля.

Значний сегмент у журналі посідають наукові статті, у яких презентовано сучасні досягнення

та технології в сільському господарстві. Варто зазначити, що їх окремі положення не втратили своєї актуальності й на сьогодні.

Поширеним жанром на сторінках журналу є звіти учених-практиків про дослідницько-практичну діяльність, основними специфічними ознаками яких скрупульозні є описи наукових досліджень, ілюстрування основних положень статистичними відомостями, оприлюднення результатів проведених сільськогосподарських експериментів. Класичним зразком такого науково-дослідницького звіту. Зокрема, у звіті М. Ренського «Съ Лохвицького опытного поля» (1911, № 1) деталізується робота лохвицьких науковців-практиків із вирощування основних посівних культур за кілька років, детально описуються найбільш раціональні методи вирощування соняшника, які проілюстровано конкретними цифровими відомостями.

У «Хуторянині» до жанру науково-практичних звітів належать такі публікації: «Отчетъ о работахъ Опытнаго поля 1903 г.» Ю.Ю. Соколовський (1904, № 3), «Отчетъ исполнительской комиссии главного управления Российского общества Краснаго Креста» (1904, № 13), «Обзоръ работъ опытныхъ учреждений. Змиевское опытное поле» Б. Овсянников (1913, № 4), «С Верхнеднепровскаго опытного поля» К.М. Корш (1913, № 11), «Показательныя поля Полтавскаго Опытнаго поля» І. Якушкин (1911, № 1).

У науково-популярних статтях практичного спрямування традиційними були графічні схеми, що органічно виразнювали ключові положення статті. Наприклад, у науково-популярній статті «Устройство свинарника», виклад про необхідні умови утримання свиней ілюструються, кресленням ідеального свинарника.

Значно менше представлений у журналі репортаж, проте публікації цього жанру написані майстерно, із використанням фотоілюстрацій. Привертають увагу й репортажі важливих заходів: «Первый всероссийский съездъ по борьбе съ пьянствомъ» (1910, № 1), «Переселенческое совещание» В. Т. (1912, № 7), Учредительное собрание Полтавского союза кредитныхъ и ссудо-сберегательныхъ товариществъ» С. Мазлах (1916, № 2), «Агрономическое совещание въ Константиноградѣ» В. Н. Д. (1913, № 11), «О созывѣ кооперативныхъ съездовъ» Т. В. Зінченко (1915, № 1).

Елементи аналітичної публіцистики простежують у рубриках «Із сільськогосподарської преси» та «Про старі і нові книги», у яких було подано не просто огляди тогочасної спеціалізованої сільськогосподарської періодики та спеціалізованих книжкових видань, а було порушено співзвучні з «Хуторянином» проблеми. Бібліографічні огляди новинок сільськогосподарської й економічної літератури та сільськогосподарської періодики «Хуторянина» є своєрідним синтезом власне рецензії та наукової статті, зокрема часто увага в них концентрується на актуальних на той час проблемах у сільськогосподарській галузі.

У рубриці «Изъ сельскохозяйственной печати» оглядово аналізувалося або все число періодичного спеціалізованого видання, або докладно ключовий матеріал номера. Так, у № 26 за 1911 рік усебічно аналізуються вміщені в статті «Селянин» результати дослідів на Борзнянському земському дослідному полі з озимому вікою.

Автор публікації зупиняється на значенні аналізованих дослідів для господарств і господарів, які вирощують велику рогату худобу.

Жанр замітки широко використовувався у «Хуторянині» у таких рубриках: «Діяльність сільськогосподарських товариств», «Хроніка», «Земська хроніка», «Питання і відповіді».

У «Хуторянині» на належному рівні був налагоджений зв'язок із читачами, який реалізовувався в рубриках «Вопросы и ответы» та «Корреспонденції», матеріали яких теж були написані в жанрі замітки. У рубриці «Вопросы и ответы», редакція давала відповіді на важливі для читацької аудиторії журналу питання, які чітко ілюструють природу цього жанру, відповідаючи на три питання «Що? Де? Коли?». До найцікавіших заміток цієї рубрики належать: «Озимая в Соломорежке», «Зернодробилка», «Гуси тулузкие», «Горячность коровы», «Руководство по счетоводству», «Словарь еврейско-русский», «Продажа воска», «Потребительская лавка» (1910, №1); «О покупке голландской коровы», «Потребительное общество», «Культиваторъ «Урожай», «Какъ улучшить лугъ», «Зола» (1910, № 13); «О постройке фабрики для приготовления маринованныхъ томатовъ и разныхъ консервовъ», «Трактаторы», «Орудия для лущения стерни», «Права наследниковъ» (1911, № 1).

Цікавою була й архітектоніка цих заміток. У рубриці велася послідовна наскрізна нумерація. Наприклад: «Вопросъ № 153. Гусеница и садъ. Въ этомъ году сады находились въ жалкомъ состоянныи, такъ какъ гусеницы было много. Можно ли поправитъ сады. Скрипченко.

Ответъ № 153. Въ этомъ году вездѣ сады были переполнены гусеницей златогузкой, боярышицей, кольчатымъ шелкопрядомъ и многими другими. Главное средство борьбы – парижская зелень, но имеется и много другихъ – такова Бордосская смесь. Ф. Дермановъ» [6].

Подекуди подавалися самі поради, але з обов'язковим зверненням до листа читача. Цікаво, що в такій відповіді обов'язковими були покликання на думку авторитетних науковців. Були й публікації-відповіді полемічного характеру, зокрема в відповіді за №173 ведеться наукова дискусія із садоводом Левченком щодо розведення малини, уміщеній у № 26 «Хуторянина» за 1911 рік.

Поширеним різновидом жанру в журналі є рекламно-інформаційні замітки, зокрема про нові сорти фруктових дерев й овочево-баштанних культур. У замітках цього типу подається сконденсована інформація про той чи той сорт, доповнений майстерно виконаною ілюстрацією.

На сторінках «Хуторянина» було вміщено чимало матеріалів рекламних оголошень, що мають широкий тематичний діапазон: продаж сільськогосподарських знарядь, насіння, тварин; оголошення про різноманітні навчальні сільськогосподарської тематики; послуги досвідчених працівників (бджолярів, садівників); оголошення про передплату нових періодичних видань, оголошення про проведення ярмарків; продаж нерухомості.

Умовно до художньо-публіцистичного жанру можемо зарахувати бувальщини сільськогосподарської тематики, що виконувала своєрідну розважальну функцію в часописі. У бувальщинах читачі журналу ділилися курйозними ситуаціями у про-

цесі ведення сільського господарства. Так, у бувальщині «Пчелы – обличительницы вора», автор який підписався псевдонімом Пасічник у гумористичній формі розповідає цікаву історію про врятування бджолами господарських вуликів від злодіїв, котрі здійснили злочин на сусідських пасіках.

**Висновки і пропозиції.** Отже, за двадцять два роки свого існування на сторінках «Хуторянина» були представлені інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні жанри, продиктовані архітектонікою журналу та програмовими положеннями редакційної політики.

Інформаційне тло щотижневика «Хуторянин» здійснювалося за такими напрямками: опублікування результатів агрономічних досліджень, здійснених дослідними закладами (дослідними полями, станціями, показовими господарствами, садами), що належали сільськогосподарським асоціаціям, ознайомлення читачів з досягненнями агрономічної науки та досвідом ефективної організації рослинництва; розміщення спе-

ціальних об'яв та реклами посівного матеріалу, штучних добрив, пропонованих організаціями та приватними особами; анонсування майбутніх сільськогосподарських (спеціалізованих) виставок, ознайомчих екскурсій на дослідні установи та показові господарства, а також інформування про їх результати; повідомлення про заплановані заходи щодо агрономічної допомоги сільським товаровиробникам з боку земських установ; поширення інформації про нові спеціалізовані організаційно-правові форми самоорганізації і самопомоги сільськогосподарських виробників та публікація необхідних для їх організації установчих документів (статутів, заяв, договорів тощо); надання професійних агрономічних консультацій, публікація запитань читачів і відповідей на них; публікація оглядів погоди та відповідні рекомендації щодо врахування погодних умов у веденні рільництва, городництва та садівництва; розміщення списків та оглядів нової літератури з питань рослинництва.

## Список літератури:

1. Бочковський О. Українська журналістика на тлі доби (історія, демократичний досвід, нові завдання) / О. Бочковський, С. Сірополко. – Мюнхен: Укр. техн. госп. ун-т, 1993. – 204 с.
2. Вся Полтава и губерния. Адресная и справочная книга. – Полтава, 1913. – 346 с.
3. Грінченко Б.Д. Тяжким шляхом: Про українську пресу / Б.Д. Грінченко. – К., 1906. – 96 с.
4. Грушевський М.С. Очерк истории украинского народа. – К.: Львів, 1991. – 398 с.
5. Гринівський Т.С. Українська преса періоду революції 1917–1920 років (на матеріалі часопису «Книгарь») / Т.С. Гринівський [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1526>.
6. Каталог дореволюційних газет, що видавалися на Україні (1822–1916) : публікація фонду ЦНБ АН УРСР / О.М. Пузирьова, О.О. Дмитрієв, Ю.М. Довгаленко. – К., 1971. – 183 с.

**Николашина Т.И.**

Полтавский национальный педагогический университет  
имени В.Г. Короленко

## ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК «ХУТОРЯНИН» КАК ПРИМЕР СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ИЗДАНИЯ ПОЛТАВЩИНЫ

### Аннотация

В статье внимание сосредоточено на дореволюционном периоде украинской журналистики. Выясняется история становления и развития сельскохозяйственной прессы на Полтавщине. В центре внимания находится русскоязычный еженедельник, орган Полтавского сельскохозяйственного общества – «Хуторянин». Исследованы основные характерные особенности журнала, который является специализированной качественной прессой Полтавщины рубежа веков. Описывается историческая ретроспектива издания и его жанрово-тематическое наполнение. Проанализировано информационный фон еженедельника «Хуторянин».

**Ключевые слова:** периодические издания, пресса, журналистика, еженедельник, журнал.

**Nikolashyna T.I.**

Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University

## WEEKLY MAGAZINE "CHUTORIANYN" AS AN EXAMPLE OF A SPECIALIZED EDITION OF POLTAVA

### Summary

The article focuses on the pre-revolutionary period of Ukrainian journalism. The history of formation and development of agricultural press in Poltava region is clarified. In the center of attention is the Russian-language weekly, the organ of the Poltava Agricultural Society – "Chutorianyn". The main characteristics of the magazine, which is a specialized high-quality press of the Poltava region of the century, is investigated. Describes the historical retrospective of the publication and its genre and thematic content. Analyzed informational background of the weekly magazine "Chutorianyn".

**Keywords:** periodicals, press, journalism, weekly magazine, journal.



УДК 070:16

## ВИКОРИСТАННЯ МОДАЛЬНИХ ЛОГІК У РОБОТІ ЖУРНАЛІСТА

Партико З.В.

Інститут реклами,  
Міжрегіональна академія управління персоналом

Встановлено, що під час готування журналістами матеріалів для мас-медіа частина публікацій моделюється не традиційною двозначною, а низкою модальних логік. Дано огляд модальних логік: темпоральної, алетичної, епістемічної, деонтичної, аксіологічної (логіки оцінок), каузальної, акціональної (логіки дії), екзистенційної, перенесуперечливої, релевантної, а також логіки змін і логіки переваг. Зроблено висновок про те, що темпоральна логіку доцільно використовувати щодо текстів, які мають оповідну (хронологічну) композицію; алетичну – щодо наукових і науково-популярних текстів; епістемічну – щодо релігійних, математичних і діалогічних текстів; деонтичну – щодо текстів, у яких використовують найрізноманітніші норми (тексти на теми моралі, юриспруденції, редагування тощо); аксіологічну – щодо текстів, у яких дають оцінки (тексти на теми мистецтва, культурології, техніки); каузальну – тексти, в яких описують функціональні залежності (тексти на теми медицині, фізики, хімії тощо); акціональну – тексти, які стосуються управлінської (виробничої, бізнесової) тематики, а також планування; екзистенційну – для текстів на історичну тематику; паранесуперечливу – для текстів, які описують складні суспільні процеси, що можуть привести до фатальних наслідків. Логіку змін доцільно застосовувати для опису подій, в яких об'єкти зазнають постійних, кардинальних змін, а логіку переваг – для опису ситуацій, які передбачають операції вибору. Запропоновано ознайомлювати студентів-журналістів з цими логіками.

**Ключові слова:** мас-медіа, публікації, традиційна логіка, модальна логіка, тексти, тематика, студенти, навчання.

**Постановка проблеми:** визначити, чи є підстави використовувати в практичній роботі журналістів, тобто під час написання публікацій для мас-медіа, розроблені в ХХ ст. модальні логіки?

Відповідно до визначеної проблеми, *об'єктом* дослідження будуть модальні логіки, а *предметом* – їх застосування в практичній роботі журналістів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Джерелами для написання статті послужили публікації [1-24].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Постановка зазначеної вище проблеми та її вирішення в літературі з журналістикознавства не виявлені. Пошук літератури було проведено: а) в каталозі журналів та продовжуваних видань Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського за ключовими словами *журналістика публікації модальні логіки*; б) в каталозі Російської державної бібліотеки (*журналистика публикации модальные логики*); в) в каталозі Бібліотеки конгресу США (*journalism publishing modal logic*).

**Мета дослідження:** визначити, де і як журналістам доцільно використовувати вказані модальні логіки.

Для досягнення вказаної мети перед дослідженням поставлено такі завдання:

- визначити необхідність застосування модальних логік у роботі журналіста;
- у межах гуманітарного підходу зробити огляд модальних логік на сучасному етапі їх розвитку;
- визначити сфери використання модальних логік у роботі журналіста;
- визначити способи використання модальних логік журналістами.

**Методи дослідження:** а) аналіз (для отримання даних з літературних джерел; для зіставлення логік і тематики текстів мас-медіа); б) історичний метод (для виявлення особливостей появи та розвитку багатозначних і модальних логік); в) логічний метод (для викладу основних теоретичних положень модальних логік); г) синтез (для

вироблення рекомендацій щодо сфер і способів використання модальних логік).

**Визначення необхідності застосування модальних логік у роботі журналіста.** У тих, хто звик користуватися традиційною двозначною логікою, може виникнути небезпідставне запитання: а навіщо створювати інші, додаткові логіки, якщо традиційна логіка дає чіткі механізми виведення нових знань?

По-перше, якщо говорити про традиційну логіку, то деякі сфери суспільного життя в неї не „вкладаються”. Так, традиційна логіка, зокрема, не може моделювати:

– ділянку права, моралі, де використовують норми (з позиції традиційної логіки встановити істинність цих норм неможливо);

– ділянку мистецтва, де використовують оцінки, стосовно яких так само не можна встановити їх істинність;

– ділянку віри, де використовують зовсім інші, ніж у традиційній науці, механізми встановлення істини;

– ділянки, які передбачають постійну зміну об'єктів, що завжди має місце в реальному житті (до таких об'єктів неможливо застосувати такий закон традиційної логіки, як закон тотожності).

Для моделювання цих ділянок потрібні інші теорії, якими й служать модальні логіки. Тому їх наявність – річ не тільки необхідна, а й обов'язкова. Саме вони відтворюють схеми й закономірності мислення у вказаних ділянках суспільного життя.

Оскільки завдання мас-медіа полягає в тому, щоб описувати не лише деякі, а всі без винятку сфери суспільного життя, то їх працівникам, котрі працюють у вказаних вище ділянках, треба обов'язково знати наявні там основні схеми й закономірності зв'язків між об'єктами. До цього часу працівники мас-медіа ці схеми й закономірності не вивчали.

Якщо застосувати образне порівняння, то традиційну двозначну логіку можна порівняти з палітрою, в якій є лише дві фарби – біла й чорна. Багатозначну логіку можна порівняти з палітрою,

в якій є біла, кілька відтінків сірої та чорна фарби. Ймовірнісну логіку можна представити як відрізок (смужку), яка починається білим, а далі поступово через усі відтінки сірого завершується чорним кольором. Модальні логіки можна подати як суміші традиційної, багатозначної та ймовірнісної логік, але такі, в яких використовують усі кольори. Такі „різнобарвні” логіки використовують у різних сферах суспільного життя, наприклад, у юриспруденції, в педагогіці, в мистецтві, в релігієзнавстві, в ділянці, де приймають рішення, де об’єкти постійно змінюються, і т. д. Тому в кінцевому результаті виявляється, що насправді традиційна логіка лише дуже скупко (двома кольорами: білим і чорним) відтворює дуже барвистий світ, в якому існує не два кольори, а ціла низка переходів від одного кольору і його відтінку до іншого.

**Поняття модальної логіки.** Про існування модальних тверджень було відомо ще з часів Аристотеля. У Середні віки спроби досліджувати такі твердження здійснювали Ібн-Сіна (Авіценна), В. Оккам і Дж.Д. Скот.

Першими дослідниками модальних логік у ХХ ст. були Д. Льюїс, Я. Лукасевич, В. Аккерман. Вони дійшли до необхідності створення таких логік, виходячи з неможливості традиційної логіки аналізувати модальні твердження. До створення теорії та самих модальних логік долучилися також А. Пріор (у 1959 р. виклав основи темпоральної (часової) логіки), а також С. Кріпке. У другій половині ХХ ст. дослідники розробили цілу низку інших модальних логік (Я. Хінтікка – епістемічну логіку, Г. фон Врігхт – деонтичну логіку, О. Івін – аксіологічну логіку).

**Модальна логіка** – це логіка, в якій досліджують логічні відношення між твердженнями, що містять їх оцінку з тієї чи іншої точки зору. Такі оцінки називають модальними і позначають поняттями на зразок *необхідно, доведено, обов’язково, добре* тощо. Відповідно до сказаного, **модальне твердження** – це просте асерторитичне твердження, для якого в операторі модальності вказана його модальна оцінка (рис. 1). У символічній мові модальних логік такі оцінки позначають, наприклад, *необхідно* – знаком  $\square$ , *можливо* – знаком  $\diamond$ , *було так, що* – латинською літерою *P* тощо. Закріплення знаків за певними модальностями й оцінками остаточно ще не унормовано. Якщо з контексту зрозуміло, про яку логіку йде мова, то модальність дозволено не вказувати.

Подамо приклади тверджень з модальними оцінками (оцінки підкреслено):

- *Необхідно, що якщо металевий стержень нагріти, то він видовжиться;*
- *Було так, що батько часто повертався додому пізно;*
- *Можливо, що деякі шахісти вміють грати на скрипці;*
- *Доведено, що сума кутів будь-якого трикутника рівна 180 градусам;*
- *Спростовано, що N причетний до вбивства M;*

– *Заборонено, щоб громадяни здійснювали крадіжки;*

– *Дозволено, щоб редактори в авторських текстах зі згоди автора робили виправлення;*

– *Добре, що сьогодні маємо гарну погоду;*

– *Байдуже, що Іваненко купив розкішну дачу.*

До одного й того ж твердження можуть бути застосовані різні оператори модальності:

– *Доведено, що вода закипає при 100°C;*

– *Необхідно, що вода закипає при 100°C;*

– *Вірю, що вода закипає при 100°C;*

– *Байдуже, що вода закипає при 100°C;*

– *Було так, що вода закипає при 100°C.*

В одному твердженні може бути використано одночасно й кілька операторів модальності, наприклад:

– *Добре, що доведено, що дійсно малайзійський літак МН-17 збила російська ракета.*

Оскільки модальні твердження виражають оцінку тверджень з певної точки зору, то мову ведуть про соціологічну підставовість таких тверджень, їх доцільність чи ефективність. Якщо такі підстави є, тоді кажуть, що значенням такого твердження є **правда** (термін **правда** вживаємо як аналог терміна **істина**, прийнятий у двозначній логіці). Якщо таких підстав немає, тоді кажуть, що значенням є **неправда**. Винятками з цього правила є твердження темпоральної логіки, каузальної та деяких інших, де істинність позначають так само, як у традиційній чи ймовірнісній логіках (**істина, хиба**).

Якщо в твердженнях модальної логіки порівнювати роль кванторів кількості й оператора модальності, то треба сказати, що модальні оцінки на противагу кванторам кількості дають якісну оцінку тверджень.

Спільним у модальних логіках є таке: а) кількість модальних оцінок завжди більше двох (у цьому плані вони є багатозначними); б) модальні оцінки описуються одна через одну; в) застосовуються закон модальної повноти (аналог закону вилученого третього) й закон модальної несуперечності.

Для модальних логік розроблені відповідні математичні апарати й правила виведення. Розглянемо найбільш поширені з цих логік детальніше.

**Сучасні модальні логіки.** До сучасних модальних логік належать: темпоральна (або часова), алетична, епістемічна, деонтична, аксіологічна, каузальна, акціональна (або логіка дії), логіка змін, логіка переваг, екзистенційна (або логіка існування), перенесуперечлива, релевантна та логіка квантової механіки.

Віокремлюють два види темпоральної логіки: А-логіку й В-логіку. Перша базується на часовій осі оцінок *було, є, буде* (вона може враховувати абсолютні значення часу), а друга – на часовій осі оцінок *раніше, одночасно, пізніше*, в якій враховують не абсолютні, а відносні значення часу.

В алетичній логіці (від грецького *aletheia* – **істина**) досліджують твердження, що мають модальні оцінки *необхідно, можливо, випадково, неможливо*. Алетична логіка містить дві складо-

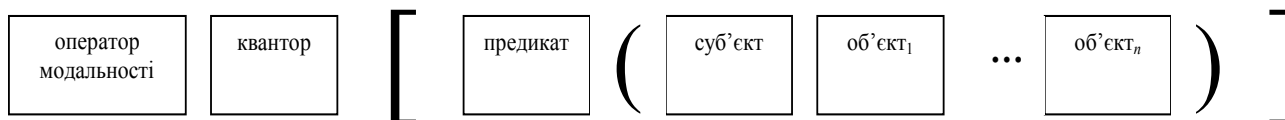


Рис. 1. Будова модального твердження

ві: алетичну логіку мислення й алетичну логіку природи (фізичного світу).

В епістемічній логіці (від грецького *episteme* – знання) досліджують твердження, що мають модальні оцінки: а) *доведено, нерозв'язно, спростовано*; б) *вірять* (варіанти: *переконаний, вважає, знає*), *сумнівається, заперечує* (варіант: *не вірять*); в) *істинно, хибно, невизначено* (можливі також значення: *ймовірно істинно, ймовірно хибно*). Відповідно, виокремлюють такі види епістемічної логіки: логіка знання, логіка переконання, логіка реального світу.

У деонтичній логіці (від грецького *deon* – обов'язок, *правильність*) досліджують твердження, що мають модальні оцінки *обов'язково, дозволено* (варіант: *можна*), *заборонено*. Твердження у цій логіці мають два значення: *правда і неправда*.

В аксіологічній логіці (від грецького *axios* – цінний) досліджують твердження, що мають модальні оцінки: а) *добре, посередньо* (варіант: *байдуже*), *погано*; б) *краще, рівноцінно, гірше*. В якості значення аксіологічного твердження використовують терміни *правда і неправда*. Перша група модальних оцінок утворює аксіологічну логіку абсолютних оцінок, друга – аксіологічну логіку відносних оцінок.

У каузальній логіці (від латинського *causa* – причина) досліджують твердження, що мають модальні оцінки: *причиново, невизначено причиново, не причиново*.

В акціональній (від латинського *actio* – дія) логіці досліджують твердження, що мають модальні оцінки: *бажає (має намір), діє, не діє, протидіє, утримується від дії*.

У логіці змін досліджують твердження, що мають модальні оцінки: *виникає, існує, зникає, не існує*. Варіантом є також такі модальні оцінки: *ще немає, виникає, вже є, існує, ще є, вже немає, не існує*.

У логіці переваг досліджують твердження, що мають модальні оцінки: *краще, рівнозначно, гірше*.

Екзистенційна логіка стверджує, що буття одних об'єктів можна пізнати за допомогою органів чуття (матеріальні об'єкти реального світу), а інших – лише за посередництвом розуму (ідеальні об'єкти мислення – поняття, твердження).

Паранесуперечлива логіка полягає в тому, що вона – на відміну від традиційної – за наявності в якійсь теорії суперечливих тверджень не дає змо-

ги виводити з них будь-які інші довільні висловлювання (порівняймо: в традиційній логіці з суперечності випливає „що завгодно”). Тому, якщо з часом у якійсь теорії виникають певні суперечності, то це дає змогу не відкидати чи руйнувати її, а розвивати далі, поступово ці суперечності усуваючи.

Релевантна логіка в умовних твердженнях допускає наявність лише смислового зв'язку. Відповідно, висловлювання *Релевантно, що якщо А, то В* означає, що твердження В є частиною А. Кажучи іншими словами, А не може релевантно імплікувати В, якщо в В не входить хоча б одне з тих тверджень, з яких складається А.

Логіка квантової механіки призначена для опису світу елементарних часток.

**Сфери використання багатозначних і модальних логік у мас-медіа.** Перерахуємо типову тематику текстів, в яких доцільно застосовувати вказані вище модальні логіки (див. табл.).

**Способи використання багатозначних і модальних логік журналістами.** Як правило, мас-медійні тексти містять фрагменти, які можна моделювати не якоюсь однією, а одночасно кількома логіками.

Журналістам доцільно рекомендувати такий алгоритм застосування модальних логік під час написання текстів публікацій:

– визначити тематику текстів, який треба підготувати;

– ознайомитися з теоретичним апаратом відповідної багатозначної чи модальної логіки (модальні оцінки, аксіоми, закони, правила виведення), який відповідає цій тематиці;

– перевірити, чи відповідає підготовлений текст теоретичним засадам обраної модальної логіки;

– перевірити підготовлений текст на відповідність нормам модальної логіки з участю редактора.

**Висновки.** 1. Оскільки традиційна двозначна логіка некоректно моделює значну частину текстів, які публікують у мас-медіа, то для моделювання всієї тематики працівникам мас-медіа доцільно використовувати модальні логіки.

2. Для використання модальних логік в дисципліну „Логіка”, яку читають студентам спеціальності „Журналістика”, доцільно давати оглядову лекцію на цю тему.

3. У мас-медіа багатозначні й модальні логіки доцільно використовувати при підготовці текстів

темпоральна логіка	тексти будь-якої тематики, що мають оповідну (хронологічну) композицію
алетична логіка	тексти загальної тематики; наукові й науково-популярні тексти
епістемічна логіка	релігійні тексти; математичні тексти; ведення діалогів, зокрема суперечок
деонтична логіка	тексти на теми моралі, юриспруденції, редагування тощо; тексти будь-якої тематики, в яких використовують поняття норм
аксіологічна логіка	тексти мистецької, культурологічної тематики; технічні тексти, в яких використовують обґрунтування; тексти будь-якої тематики, в яких мова йде про оцінки й оцінювання
каузальна логіка	тексти загальної тематики; наукові тексти
акціональна логіка	тексти управлінської (виробничої, бізнесової) тематики; тема планування
логіка змін	опис будь-яких об'єктів, що зазнають змін, в тому числі суспільства, суперечок
логіка переваг	опис об'єктів, які порівнюють, і на основі цього обирають один із них чи приймають оптимальне рішення
екзистенційна логіка	тексти історичної тематики
паранесуперечлива логіка	об'єкти, які зазнають змін, що можуть привести до фатальних наслідків; суперечливі теорії
релевантна логіка	–
логіка квантової механіки	наукові тексти на теми фізики та хімії

певних тематик, вказаних у цій статті (див. вище таблицю), використовуючи при цьому запропонований спосіб (алгоритм) перевірки тексту на відповідність обраній логіці.

4. Використання багатозначних і модальних логік журналістами в мас-медіа потребує відповідної популяризації, зокрема підготовки й публікування на цю тему навчальних видань.

### Список літератури:

1. Blackburn P., de Rijke M., Venema Y. *Modal Logic*. – Cambridge: Cambridge University Press, 2002.
2. Chagrov A., Zakharyashev M. *Modal Logic*. – Oxford: Oxford University Press, 1997.
3. Edward N. Zalta. *Basic Concepts in Modal Logic*. – 1995. – Mode of access: <http://mally.stanford.edu/notes.pdf>. – Last access: 17.05.2018. – Title from the screen.
4. Elgesem D. *Action theory and modal logic*. – Oslo: Inst. for filosofi. Hist.-filos. fak. Univ. i Oslo, 1993. – 188 p.
5. Benthem Johan van. *Modal Logic: A Contemporary View* // *Internet Encyclopedia of Philosophy*. – 1995. Mode of access: <http://www.iep.utm.edu/modal-lo/>. – Last access: 17.05.2018. – Title from the screen.
6. *Modal Logic* // *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. – First published Tue Feb 29, 2000; substantive revision Tue May 27, 2014. – Mode of access: <https://plato.stanford.edu/entries/logic-modal/>. – Last access: 17.05.2018. – Title from the screen.
7. *Modal logics* // *Wikipedia*. 2018. – Mode of access: [https://en.wikipedia.org/wiki/Modal\\_logic](https://en.wikipedia.org/wiki/Modal_logic). – Last access: 17.05.2018. – Title from the screen.
8. Patrick Blackburn, Johan van Benthem, and Frank Wolter. *Handbook of Modal Logic*. – 2018. – Mode of access: <https://cgi.csliv.ac.uk/~frank/MLHandbook/>. – Last access: 17.05.2018. – Title from the screen.
9. Гнатюк Я.С. Некласична логіка : навч. посібник : Курс лекцій із практикумом / Я.С. Гнатюк. – Івано-Франківськ: Симфонія форте, 2014. – 192 с.
10. Ивин А.А., Никифоров А.Л. *Словарь по логике*. – Москва: Туманит, изд. центр ВЛАДОС, 1997. – 384 с.
11. Ивин А.А. *Логика*. – Москва: ООО „Издательство Ониск”: ООО «Издательство „Мир и Образование”», 2008. – 336 с.
12. Ивлев Ю.В. *Модальная логика*. – М.: Изд-во МГУ, 1991. – 222 с.
13. Карамішева Н.В. *Логіка (теоретична і прикладна) : навч. посібник*. – Київ: Знання, 2011. – 455 с.
14. Конверський А.Є. *Логіка (традиційна та сучасна) : підручник*. – Київ: Центр учбової літератури, 2008. – 536 с.
15. Кондаков Н.И. *Логический словарь-справочник*. – 2-е изд., исправл. и дополн. – Москва: Наука, 1975. – 720 с.
16. Костюк В.Н. *Элементы модальной логики*. – Киев: Наук. думка, 1978. – 180 с.
17. Кривий С.Л., Проватар О.І. *Вступ до неklasичної математичної логіки : навч. посібник*. – Київ: Київський ун-т, 2010. – 206 с.
18. Павлов В.Т. *Модальная логика : учеб. пособие / В.Т. Павлов, А.Т. Ишмуратов, В.И. Омелянчик*. – Киев: КГУ, 1982. – 112 с.
19. Слинин Я.А. *Современная модальная логика : Развитие теории алет. модальностей (1920–1980 гг.)*. – Ленинград: Изд-во Ленингр. ун-та, 1976. – 104 с.
20. Солодухин О.А. *Логика изменения и модальная логика / Отв. ред. Ю.Г. Гладких*. – Ростов н/Д : Изд-во Рост. ун-та, 1989. – 144 с.
21. Тофтул М.Г. *Логіка: словник-довідник*. – Київ: Академія, 2012. – 312 с.
22. Фатиев Н.И. „Возможные миры” в философии и логике. – Иркутск: Изд-во Иркут. ун-та, 1993. – 150 с.
23. Фейс Р. *Модальная логика : Пер. с доп. / Под ред. [и с предисл.] Г.Е. Минца*. – Москва: Наука, 1974. – 520 с.
24. Шкатов Д.П. *Модальная логика и модальные фрагменты классической логики*. – Москва: Институт философии РАН, 2008. – 140 с.

### Партько З.В.

Межрегиональная академия управления персоналом

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДАЛЬНЫХ ЛОГИК В РАБОТЕ ЖУРНАЛИСТА

### Аннотация

Установлено, что во время подготовки журналистами материалов для СМИ часть публикаций моделируется не традиционной двузначной, а рядом модальных логик. Дан обзор модальных логик: темпоральной, алетической, эпистемической, деонтической, аксиологической (логики оценок), каузальной, акциональной (логики действия), экзистенциальной, паранепротиворечивой, релевантной, а также логикой изменений и логикой преимуществ. Сделан вывод о том, что темпоральная логика целесообразно использовать для текстов, имеющих повествовательную (хронологическую) композицию; алетическую – для научных и научно-популярных текстов; эпистемическую – для религиозных, математических и диалогических текстов; деонтическую – для текстов, использующих самые разнообразные нормы (тексты на темы морали, юриспруденции, редактирования и т. д.); аксиологическую – для текстов, содержащих оценки (тексты на темы искусства, культурологии, техники); каузальную – для текстов, в которых описывают функциональные зависимости (тексты на темы медицины, физики, химии и т. д.); акциональную – для текстов, относящихся к управленческой (производственной, деловой) тематике, а также планирования; экзистенциальную – для текстов на историческую тематику; паранепротиворечивую – для текстов, описывающих сложные общественные процессы, которые могут привести к фатальным последствиям. Логика изменений целесообразно применять для описания событий, в которых объекты подвергаются постоянным, кардинальным изменениям, а логику преимуществ – для описания ситуаций, которые предусматривают операции выбора. Предложено знакомить студентов-журналистов с этими логиками.

**Ключевые слова:** СМИ, публикации, традиционная логика, модальная логика, тексты, тематика, студенты, обучение.

**Partyko Z.V.**

Interregional Academy of Personnel Management

## USE OF MODAL LOGIC IN THE JOURNALIST'S WORK

### Summary

It is shown that during the preparation of materials for the media by journalists, some publications are modeled not by the traditional two-valued logic, but by a series of modal logics. The review of modal logics is given: temporal, alethic, epistemic, deontical, axiological (evaluation logic), causal, action logic, existential, paraconsistent, relevant, as well as change logic and logic of advantages. It is concluded that it is expedient to use temporal logic for the texts that have a narrative (chronological) composition; alethic – for scientific and popular science texts; epistemic – for religious, mathematical and dialogical texts; deontical – for the texts that use a wide variety of norms (texts on morality, jurisprudence, editing, etc.); axiological – for the texts containing assessments (texts on art, cultural studies, technology); causal – for the texts that describe functional dependencies (texts on medicine, physics, chemistry, etc.); action – for the texts related to management (industrial, business), as well as planning; existential – for the texts on historical subjects; paraconsistent – for the texts describing complex social processes that can lead to fatal consequences. It is expedient to apply the logic of changes to describe events in which objects undergo permanent, cardinal changes, and the logic of advantages – to describe the situations that provide for the operation of choice. It is offered to acquaint students of Journalism with such logics.

**Keywords:** mass media, publications, traditional logic, modal logic, texts, subjects, students, training.

УДК 821.161.2–3Осока

## ОСОБЛИВОСТІ ХРОНОТОПУ В КОРОТКІЙ ПРОЗІ СЕРГІЯ ОСОКИ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ЗБІРКИ «НІЧНІ КУПАННЯ В СЕРПНІ»)

**Свалова М.І.**

Полтавський національний педагогічний університет  
імені В.Г. Короленка

Досліджено специфіку представлення часових і просторових характеристик у короткій прозі письменника. Проаналізовано взаємозв'язок циклічного та лінійного часів у структурі його творів. Виокремлено категорію втраченого часу в художньому світі автора. Розглянуто образне вираження містичного часу у збірці «Нічні купання в серпні». Розкрито значення художньої деталі для організації хронотопу в прозі Сергія Осоки.

**Ключові слова:** проза, психологізм, хронотоп, художня деталь, час.

**Постановка проблеми.** Сергій Осока – український прозаїк, поет, перекладач, публіцист. Мешкає в Полтаві. Його перша прозова збірка «Нічні купання в серпні» (Львів, 2016), що містить новели та образки, прикметна глибоким психологізмом, точною реалістичністю письма, емоційним наснаженням художніх деталей, переплетенням соціальної, психологічної та містичної площин. Проза письменника багатоаспектна за представленням часових і просторових характеристик, що залежать як від змін зовнішнього світу, так і від динаміки почуттів, переживань, вражень персонажів, тому особливості хронотопу в збірці потребують окремого вивчення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Оскільки хронотоп лежить в основі сконструйованої автором художньої дійсності, суть цього поняття, часові і просторові характеристики твору перебували й перебувають у полі зору зарубіжних та українських дослідників (М. Бахтін, Н. Копистянська, В. Коркішко, Л. Король, Ю. Лотман, А. Темірболат, В. Топоров, П. Тороп та інші).

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Актуальність нашої статті зу-

мовлена тим, що питання організації часопростору у прозі Сергія Осоки ще не було предметом ґрунтовних наукових розвідок. Раніше було здійснено спробу аналізу міфологічних маркерів художнього світу Сергія Осоки (М.І. Свалова) [7], також досліджено ціннісно-символічну репрезентацію простору в поезії письменника (Л.О. Петренко) [6].

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є аналіз взаємодії художнього часу та простору у короткій прозі письменника. Завдання статті полягають у тому, щоб: 1) окреслити взаємозв'язок циклічного та лінійного часів у структурі прози Сергія Осоки; 2) проаналізувати естетичне навантаження втраченого часу як важливої категорії художнього світу митця; 3) визначити функції містичного часу у структурі текстів Сергія Осоки; 4) розкрити значення художньої деталі для організації часопростору прози письменника.

**Виклад основного матеріалу.** Питання хронотопу – міждисциплінарна проблема сучасної науки (культурології, філології, соціології, філософії, фізики тощо). Дослідники виділяють хронотопи мега-, макро- та мікросвіту. Перший відображає рух часу та просторові зміни в космосі, Всесвіті. Другий по-

казує рух подій у реальності, що оточує людину. Третій пов'язаний із духовним світом людей (свідомість, уява, пам'ять). Тому в основі теорії художнього хронотопу – уявлення про об'єктивність і суб'єктивність часопростору [8, с. 7].

Хронотоп – це ключова одиниця естетичної моделі дійсності, єдність часових і просторових аспектів, яка потребує комплексного аналізу для розуміння глибинної структури художнього матеріалу. Не викликає сумніву думка В. Коркішко про всеохопність хронотопу, адже він «впливає на жанрову специфіку тексту, композиційну структуру, висвітлення художнього образу в творі» [1, с. 391]. Водночас кожен автор знаходить найоптимальніші способи взаємозв'язку часових та просторових координат відповідно до власної творчої концепції та стратегії взаємодії з реципієнтом.

Сергієві Осоці властива специфічна манера творення сюжету, оскільки автор вибудовує хронотоп, який синтезує кілька аспектів: низку життєвих ситуацій, що виражають соціальні та побутові конфлікти, й алгоритм розвитку явищ, процесів, функціонування предметів, які є актуальними для художнього часопростору. Автор часто діє за принципом пригадування, відповідно до якого художній час яскраво предметнюється, набуває естетичної цінності завдяки промовистим деталям, реалістичним описам, чіткій фіксації послідовності процесів.

Взаємодія простору й часу – універсальна форма організації структури художнього тексту, адже «як форми руху матерії простір і час є загальними засобами організації матерії будь-якого об'єкта дійсності: простір – це форма сталості, збереження об'єкта, його змісту; час – форма його розвитку, внутрішня міра, його буття та самознищення» [2, с. 54]. Оскільки хронотоп виконує жанротворчу функцію та функцію творення сюжету, він є важливим компонентом художньої моделі світу, максимально наближеної чи максимально віддаленої від об'єктивної дійсності. Будь-який факт, деталь, характер, тип, сюжетний хід функціонують у системі просторово-часових координат (щодо автора, реципієнта й самої структури літературного твору).

Часопростір короткої прози Сергія Осоки – суб'єктивний, попри конкретику, яка іноді набуває ознак строгого документалізму. Наприклад, у «Баладі про квашені помідори» сюжетна основа – це «історія» помідора, від насінини до страви, виписана колоритно, з уплетеною в неї системою вражень, стосунків, історій людей. Вирозності деталям надають реалістична точність і психологічна проникливість: «...А тоді знаходили діжку – в погрібнику або на горіщі. Викочували надвір і багато разів мили, з кропивою, але без мила – Боже збав. Тоді обдавали її окропом, тоді заливали водою і залишали так на декілька днів – хай набубнявіє, бо розсохлася. І вже аж потім носили у відрах помідори, мили-перемивали, тягали сірувату сіль з мішка, ладнали розсіл. У розсіл щедро вкидали зонтиків кропу, вишневого, смородинового і дубового листя, а ще хропу – листя і корінців. Висипали туди помідори з відер, зверху накривали двома дубовими дощечками ще й приважували каменем» [5, с. 16].

Помідор (помідори) – двопланова метафора часу, циклічного (щасливого, міфологічно-сіль-

ського, пов'язаного передовсім із дитинством) та лінійного (у якому є дорослішання, незворотність або самотність дорослої людини), центральний персонаж твору. Власне, саме помідор зумовлює взаємозв'язок часу і простору, концентрує увагу читача, рухає сюжет через спогади, поєднує площини минулого й теперішнього: «Але днями, повертаючись з роботи, в окулярах з оправою, яка коштує десь чотири пенсії вашої покійної прабаби, після остогидлого маркетингу й реклами, ви надітали їх в одній маленькій крамничці. Їх, їх – квашені помідори. Ви на них дивилися з сарказмом, не йняли їм віри, бо в таке вірити не можна і не треба» [5, с. 18].

Зовнішню площину автор конструє через послідовність деталей, що складаються в цілісний процес або систему процесів (дозрівання, приготування, куштування помідорів; сварки між бабою й прабабою; мандрівки в село та з села тощо), внутрішню – через реакції на ці деталі, через пов'язані з ними обставини життя інших персонажів (смерть баби; печальна пора, коли помідори псуються, їх виносять на смітник; перше вересня як ненависний початок шкільного життя та інші). Зовнішній рух часу, система емоційних реакцій головного героя – своєрідний фон для важливішого процесу – підготовки та куштування помідорів у дитинстві й тепер.

Вибудовуючи художній часопростір, автор удається до переплетення лінійного та циклічного часів, а також до актуалізації конкретних періодів, які були колись знаковими, без яких не існувало б самого художнього часу. Тому можемо говорити про «періоди», «пори» художнього часу Сергія Осоки, що розгортаються у відповідному предметному представленні (наприклад, святковий час у дитинстві – «Перед Різдвом»; час перед осінню – «Нічні купання в серпні»; щасливий час – «Корови йдуть»; втрачений час – «Корови не йдуть»; містичний час – «Баба пряде» тощо).

Набуття часом конкретних предметних ознак – те естетичне завдання, яке письменник реалізує відповідно до конкретної тематичної концепції, методу осягнення дійсності, засобів впливу на реципієнта. Наприклад, час постає як філософська категорія, що є результатом швидше чуттєвого пізнання, ніж раціонального, цей час – нечіткий, маргінальний: «Час перед осінню віє вітром і пахне половою. Він шерехуватий і прогнилий. Час на те, щоб замикати човни, палити в багаттях літні намети, знати більше, ніж місяць тому, сумніватися більше, ніж будь-коли. Власне, час нічого не знати, нічого не бачити перед собою, не хотіти, не жити. Час зупиняти самокати на узбіччях, де продають гриби, ні з ким не вітатися, ночами палити свічки на кладовищі, пити самогонку. Час битися до крові, горлати пісні, колесом качатись у куряві. Мокрий, ненависний, скривджений кимось час для самогубств – у ньому тільки жахитно червоні гребені півнів, закинуті назад голови, і сотні, сотні рук, що зникають над столами» [5, с. 124].

Можна виділити й іншу форму часу, породжену конкретною життєвою ситуацією, подією, розгортання якої має для героя сакральне значення: «Однак шостого січня, напередодні Різдва, я прокидався незмінно рано. Господи, ти не дав людям таких слів, щоб ними можна було достовірно оповісти, що таке ранок напередодні Різдва. Це

коли ти ще напівспиш, а твої баби в сусідній кімнаті не звично лаються, а мирно гомонять. <...> Це вони про пиріжки, про пиріжки, про пиріжки – з картоплею, яблуками, “ягідьми”, солоніною, сиром, буряком і калиною. Пиріжки, пиріжки, спечені у великій старій печі, на світанні, коли я ще сплю, але вже не сплю, коли оте шурхання рогачів і човгання підшов по підлозі бризкає до мене в ліжку чистісінькою музикою» [5, с. 22].

Важливою для художнього світу Сергія Осоки є модель втраченого часу, своєрідний результат зіткнення основоположних часів – циклічного та лінійного. Цей час герой переживає через пригадування, це відсутність теперішнього через втрату минулого: «Ти думаєш, що настане восьма вечора... але ні. На тій піщаній дорозі буде тиша. Хіба, може, ще одна бур'янина лусне й висипле насіння. А ти тут сидиш і думаєш, що от, що ось воно, те місце, де нічого не зміниться, і за бажання ти можеш їздити сюди й розкручувати свій сценарій – любов упереміш із жалем і виною, можеш ходити й дивитися на сліди від ратиць. А слідів немає. І цей світ, який десятки років жив за “коров'ячим часом”, тепер живе за якимось іншим, а ти й не знаєш – яким» [5, с. 121-122]. Яскравим вираженням циклічного часу є новела «Корови йдуть», втрачений час демонструє твір «Корови не йдуть». Утіленням цих часів є образ череди, за якою герой звіряв і звіряє свій внутрішній годинник.

Містичний час (пов'язаний із категоріями дивного, страшного, невідомого, величного) влітається в інші часові виміри неоднорідно: іноді він допомагає глибше розкрити внутрішній світ персонажів, іноді ж постає як окрема естетична мета.

Наприклад, містичний світ – це середовище дитячих страхів і неймовірних фантазій: «Жабою тебе страхали, щоб ти не ходив у берег, куди викидали всяке сміття, де було тванисто і небезпечно. Ти бачив жаб і раніше, навіть ловив їх, брав у руки. Але там, у березі, жила особлива жаба. Темно-сіра і дуже велика. А ще – в неї на пальцях були кігті. Прабаба обіцяла, що в березі та жаба підстерігає тебе, стрибне на спину, і – “вщепириться”. Тобі було п'ять років, і ти так утомився боятися жаби, що врешті назвав жабою свою прабабу, і стукнув її кулачком по спині. Так ти й позбавився страху, оприявнивши його» [5, с. 186]. Саме через контакт реального часу та містичної площини можливе взаємопроникнення архетипу прабаби, образу реальної жінки та метафори страху (жаби), яке пояснює зміни у внутрішньому світі героя, що пройшов своєрідний «обряд ініціації», подолавши фобію.

Нерідко містичний час корелює з небуттям і виражається через образ смерті (несподіваної, загадкової чи інтуїтивно очікуваної): «Я стояв і тремтів од холоду. Вона помовчала ще трохи, по-дівочому схиливши голову набік. Вона заслоняла собою все, вкривалась сірою осінньою ряскою, плутала в мокрому волоссі міліну з селом, вибалок з причілковими вікнами, зелену пшеницю з моїм одягом, в якому завтра мене й поховують. Вона помовчала так, а тоді підійшла і стисла пальцями моє горло» [5, с. 144]. Або: «А перед самим Маковієм Олена, яка жила прямо над річкою, знайшла Максима мертвим. <...> Коли збіглися люди, то побачили Максима в човні на

міліні. Він лежав, ухопившись руками за борти і закинувши голову вгору. Рот був роззявлений, ніби він і досі кричав. <...> Люди хрестяться. З очерету озивається сивий, як ніч, водяний бугай. Він вишкіряє на людей гострі зуби і кричить, що втікай – не втікай, а далеко не втечеш. Але його чомусь ніхто не слухає» [5, с. 174].

Конфлікт внутрішнього світу героя (найчастіше – світу дитячого, підліткового) зі світом зовнішнім розкривається через гострі, іноді навіть драматичні ситуації (повернення в осоружну міську квартиру з села; стосунки з матір'ю та її чоловіками; родинні сварки; перебування в лікарні; поїздка на море тощо). Кожен персонаж цього «соціального» світу має свою трагедію, загалом цей світ – сукупність виразно реалістичних деталей, зафіксованих із відстороненою точністю, що у відповідному контексті набувають особливого емоційного забарвлення: «А коли обернувся, то побачив, що баба дивиться туди, куди й я. Її трохи вищвілі голубі очі були й за кольором як море. І сама вона була як море. Кидала роботи одну за одною, згори падала вниз, руйнувала родину, забирала дітей, що дід якось ліг під машину, щоб не пустити, пила горілку. <...> А в мене виходило її любити. Виходило любити її за те саме, за що інші ненавиділи. Та власне ж, за море, бурхливе море всередині, з яким вона процалася, сидючи під виноградом над недопитою пляшкою» [5, с. 54].

Отже, часові площини в короткій прозі Сергія Осоки переплітаються, і таке взаємопроникнення виконує важливу образотворчу функцію, рухає сюжет, увиразнює соціальні та психологічні конфлікти.

В. Коркішко слушно зазначає: «художній простір літературного твору конкретизується та реалізується за допомогою предметів, що його наповнюють» [1, с. 390]. У цьому контексті особливої значущості для структури художнього тексту набуває деталізація. Ю. Кузнецов, розглядаючи деталь як результат аналітико-синтетичної діяльності художника, пропонує таке робоче визначення терміна: «мікрообраз реалії предметно-об'єктивного або духовно-суб'єктивного світу, співвідносний у літературному творі з іншим образом або системою образів як частина (елемент) цілого і як засіб художнього узагальнення» [3, с. 9]. Відповідно, «у структурі твору художня деталь – прикметний мікрообраз, що вирізняється значимістю і авторським акцентом на ньому, визначає національну колоритність чи ідентифікує твір з певною культурою» [4, с. 267].

Вибудовуючи художній простір, Сергій Осока вдається до деталізації – цікавого способу пізнання й відтворення / створення світу. Художня деталь у прозі письменника – по-перше, засіб утілення психологізму, по-друге, спосіб переходу в іншу часову площину (наприклад, із лінійного в циклічний час і навпаки).

Завдяки художній деталізації внутрішній стан героя увиразнюється, виділяється його зв'язок із лінійним часом, у якому все має початок і кінець: «Чим далі, тим між нами ставало все більше осені, все більше піщаних, але дуже глибоких ровів, що швидко сповнювалися водою і листям. Люди вже ходили по гриби і продавали їх по узбіччях доріг, разом з яблуками і пізними вишнями. Ми теж ходили до лісу, то великим гуртом, то просто удвох з тобою. Проходили літно ферму, потім скотомо-

гильник у великій сосні, і нарешті заходили в сосну малу. Ми мовчали. В той час уже ми найчастіше мовчали, а якщо хтось із нас і говорив яке слово, то воно було колоче, як глицева голочка, падало за комір і неприємно там ворушилося» [5, с. 107-108]. Отже, піщані рови, гриби, яблука, пізні вишні, глицева голочка – це показники зміни зовнішнього світу (закінчення літа), що є водночас і виразниками внутрішнього стану людей.

Деталь оприявнює конфлікт між часовими площинами, розкриваючи «справжність» і «несправжність» «свого» (сільського) та «чужого» (міського) світів: «Літо. Липень. Наша двокімнатна квартира така суха і така жовта, що, здається, зараз спалахне, а вже за мить – одітліє, як папірець. Наша? Наша, але не моя, бо мені хочеться в село, де саме зараз гнатимуть корів, де баба тре кабачок на тертушці біля погрібника, де над річкою в'ються рої оксамитової мошки. Там грає з хати радіо, грюкає колодязна корба, кричить кури. І спориш у дворі, і дві шовковиці, і абрикоса натомились од денної спеки і тепер уже майже крізь сон слухають те надвечірне порання. Я – там. Я ж там шовечора літаю і дзижчу джмеликом, збираю на п'яти срібло роси, солодко відчуваю ніч, що насувається з-за луку, з-за Скель. Я там літую. А тут – хто я?» [5, с. 198].

«Справжній» час описано детально, у єдності багатьох складників, а переміщення одного з цих складників – відра абрикосів – у «чужу» площину означає порушення всіх законів гармонії: «Я привіз сюди відро абрикосів. Вони тепер стоять у сутінках передпокою і ждуть матері, яка варитиме з них варення. Вона байдужо, якимось аж наче й не руками, а самими зморшками на лобі, розрізатиме їхні м'які соковиті тіла, вийматиме з них серця і кидатиме в чорний смітник під ногами. А тіла, розтілі навпіл, складатиме в емальовану миску» [5, с. 198-199]. Бачимо, що автор протиставляє дві групи деталей: корови, кабачок, рої мошки, спориш, шовковиці тощо (село) і квартира, передпокій, смітник, емальована миска (місто). Абрикоси – «деталь-провідник», що поступово набуває ознак метафори змінності, нестабільності навіть отого «справжнього» (сільського, ідеального) світу.

Сергій Осока вдається до поєднання деталей різного рівня (портретних, пейзажних, часових тощо), тому перед реципієнтом постає застиглий образ, який набуває внутрішнього руху, увиразнюється самим читачем, оскільки автор коротко подав усі необхідні для сприйняття певного образу характеристики.

Завдяки художній деталізації увиразнюється й площина втраченого часу, що його герой намагається відновити. Час нерідко представлений за допомогою жіночих образів, що наділені вітальною або нищівною енергією. Отже, маємо взаємопроникнення образів на рівні архетипу, циклічного й лінійного часів, а також на рівні художньої деталі як важливого складника цього багатомірного образного утворення: «Хіба скажу про те, що життя часом минає набагато швидше, аніж здавалося колись. Хіба скажу, що навіть пам'ять наша здатна минати – вона вицвітає, як осінній цвіт, у неї заходить невблаганна земля. І через тридцять років я вже навряд чи згадаю достеменно, у який колір були пофарбовані віконниці баби Гальчиної хати, у який бік

відчинялася її хвіртка, де саме росла височенна яблуня – під причілкою чи біля криниці. І хай більше ні для кого в усьому світі не важать ні її двері, ні вікна, ні білі кози, ні ганчірка, кинута на лавицю, ні яблуня, ні саме півмертве село, яке зараз уже ледь блимає поодинокими вогнями, – мені воно має світити, як раніше. Бо якщо погасне, то чим світитимусь я сам?» [5, с. 36].

Виразником потойбічного та звичайного сільського світів є образ баби, який набуває універсального значення, синтезує енергію творення й руйнування. Баба (то реальна сільська жінка, то загублений у пам'яті архетип, який не втратив, проте, конкретного імені, то містичний символ взаємопроникнення життя і смерті) – образ, що виявляється в усіх часових пластах: циклічному, лінійному, втраченому, а вповні розкривається у містичному часі, опредметнює й оприявнює його.

Звичайна сільська робота із відповідною атрибутикою набуває сакрального значення, образ баби – гіперболізований та опоетизований – концентрує всю енергію містичного часу: «Чи листя пожовкло, чи вже й кора взялася глибокими борознами на старому, наче дерево, її тілі, чи може, вже їй і не літати, і не кувати, і не стояти в лісі коло глибокої ями з повним ротом світла, та й слів не згадувати й не класти пружками ще нікому не казаних, все'дно – корова опосіла її міцно, як опосідають музики недужу голову на весіллі. Ото виходить уранці, сідає на ослін доїти, а руки самі дзвенять, та так дзвенять, що сухі вільхи сік жемуть, а з-під землі вилазять загублені бозна-де і бозна-ким іржаві серпи» [5, с. 145].

Вибудовуючи містичну часову площину, автор оперує не просто художніми деталями, а метафорами й символами, які не втратили свого реального значення: «Годі прости – треба спати. Баба лягає на лаву, довгу й потріскану, як мука. Складає руки на грудях і засинає. У хліві розчепірилась мертва вівця. Із прядки цютливо звисає остання нитка... Завтра надвечір до баби прийде молодича Ївга – забирати роботу. І застане роботу зробленою. А баби не буде. Буде жменька попелу, розсипана по лаві, а на ньому здоровенна червона пір'іна» [5, с. 136]. Як бачимо, тривання містичного часу – це своєрідне поступове розгортання смерті, проміжок між «бути» й «не бути», оскільки героїня перетворюється на попіл і пір'іну, і саме цей перехід цікавий авторові.

**Висновки і пропозиції.** Отже, Сергій Осока в збірці «Нічні купання в серпні» вдається до переплетення та протиставлення циклічного й лінійного часів, і ці прийоми увиразнюють образи, роблять конфлікти наочними й динамічними, а втрачений час можна потрактувати як результат зіткнення названих часових пластів.

Містичний час пов'язаний із категоріями дивного, страшного, невідомого, величного, він допомагає глибше розкрити внутрішній світ персонажів або конструюється як естетичне явище, що підпорядковує собі всі інші образні утворення. Вибудовуючи художній простір, Сергій Осока оперує художньою деталлю як засобом втілення психологізму, деталь допомагає перейти в іншу часову площину, увиразнює конфлікт між часовими пластами. Подальшого ґрунтового аналізу потребують образна система та композиційна організація прози Сергія Осоки, а також особливості творення сюжету.



**Список літератури:**

1. Коркішко В.О. Часопростір як форматворча категорія художнього тексту / Коркішко В.О. // Актуальні проблеми слов'янської філології : міжвуз. зб. наук. ст. / [відп. ред. В.А. Зарва]. – Бердянськ: БДПУ, 2010. – Вип. XXIII: Лінгвістика і літературознавство. – Ч. I. – С. 388-395.
2. Король Л.П. Літературно-філософські аспекти осмислення часу та простору в художньому творі / Л.П. Король // Від бароко до постмодернізму : [зб. наук. пр.] : в 2 т. / редкол.: Т.М. Потніцева (відп. редактор) [та ін.]. – Д.: Вид-во Дніпропетр. нац. ун-ту, 2013. – Вип. XVII. – Т. 1. – С. 52-57.
3. Кузнецов Ю. Феномен художньої деталі: методологічні виміри пізнання / Юрій Кузнецов // Психологія і суспільство. – 2017. – № 3. – С. 7-29.
4. Мартинець А. Художня деталь як засіб творення національних образів / Алла Мартинець // Іноземна філологія. – 2014. – Вип. 126(1). – С. 265-273.
5. Осока Сергій. Нічні купання в серпні : коротка проза / Сергій Осока. – Львів: Видавництво Старого Лева, 2016. – 224 с.
6. Петренко Л.О. Ціннісно-символічна репрезентація простору в поезії С. Осоки / Петренко Л.О. // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. – 2017. – № 27. – Т. 1. – С. 32-35.
7. Свалова М.І. Міфологічні маркери художнього світу Сергія Осоки / М.І. Свалова // Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. Філологічні науки (літературознавство) : збірник наукових праць / за ред. О.С. Філатової. – № 1(15). – квітень 2015. – Миколаїв: МНУ імені В.О. Сухомлинського, 2015. – С. 166-171.
8. Темирболат А.Б. Категория хронотопа в свете современных научных концепций литературоведения / Темирболат Алуа Берикбаевна // Филологические науки в России и за рубежом : материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). / Под общ. ред. Г.Д. Ахметовой. – СПб.: Реноме, 2012. – С. 6-9.

**Свалова М.І.**

Полтавський національний педагогічний університет  
імені В.Г. Короленко

## **ОСОБЕННОСТИ ХРОНОТОПА В КОРОТКОЙ ПРОЗЕ СЕРГЕЯ ОСОКИ (ПО МАТЕРИАЛАМ СБОРНИКА «НОЧНЫЕ КУПАНИЯ В АВГУСТЕ»)**

**Аннотация**

Исследована специфика представления временных и пространственных характеристик в короткой прозе писателя. Проанализирована взаимосвязь циклического и линейного времен в структуре его произведений. Выделена категория потерянного времени в художественном мире автора. Рассмотрено образное выражение мистического времени в сборнике «Ночные купания в августе». Раскрыто значение художественной детали для организации хронотопа в прозе Сергея Осоки.

**Ключевые слова:** проза, психологизм, хронотоп, художественная деталь, время.

**Svalova M.I.**

Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University

## **SPECIFICITY OF THE CHRONOTOPE IN THE SHORT PROSE OF SERHII OSOKA (ON THE MATERIALS OF COLLECTION “NIGHT SWIMMING IN AUGUST”)**

**Summary**

The specificity of the representation of time and space is investigated in the writer's short prose. The relationship between cyclic and linear times in the structure of his prose works is analyzed. The category of lost time in the author's artistic world is singled out. The figurative expression of mystical time in the collection “Night Swimming in August” is considered. The value of the artistic detail for the organization of chronotope in Serhii Osoka's prose is revealed.

**Keywords:** prose, psychologism, chronotope, artistic detail, time.

УДК 821.161.2.09.,18/19”(092)

## ВИКРИТТЯ ЛИЦЕМІРНОЇ ПОЛІТИКИ РОСІЙСЬКОЇ ІНТЕЛІГЕНЦІЇ ЩОДО УКРАЇНСЬКОГО ПИТАННЯ В ПУБЛІЦИСТИЦІ ОЛЕНИ ПЧІЛКИ

Семенко С.В.

Полтавський національний педагогічний університет  
імені В.Г. Короленка

У статті досліджуються публіцистичні виступи Олени Пчілки, в яких викривається лицемірна політика російської інтелігенції щодо українського питання. Проаналізовано чітку спрямованість публіцистики Олени Пчілки на утвердження української ідеї, права українців на політичну і культурну самостійність. У науковій розвідці з'ясовано окремі складові політичної концепції публіцистики; виокремлено елементи новачієних підходів Олени Пчілки у висвітленні важливої світоглядної ідеї. Зосереджена увага довкола безкомпромісної та сміливої позиції публіцистичних виступів Олени Пчілки у відстоюванні національних інтересів. Зроблено акцент на актуальності ідейного звучання публіцистики Олени Пчілки в умовах російської інформаційної агресії.

**Ключові слова:** Олена Пчілка, українська ідея, російська інтелігенція, русифікація, національний нігілізм.

**Постановка проблеми.** Вивчення кращих зразків національної публіцистики державницького спрямування, створених у віддалений від сьогодення час, має велику значущість у сучасних умовах ведення Російською федерацією інформаційної агресії супроти України, оскільки основні ідейні домінанти цих взірців справжньої професійної публіцистики є актуальними й сьогодні. Відомий український дослідник Йосип Лось справедливо констатує, що «ретельне освоєння спадку усього масиву публіцистики <...> допоможе уникнути мислительних пасток радикал-лібералізму, догматичної самовпевненості «демократів», вийти на рівень рефлексивної демократії, яка спроможна відповідати за свої помилки і корегувати свої стратегії розвитку усіх трьох сфер життєдіяльності – світоглядно-орієнтаційної, організаційної та технологічної» [6, с. 24]. Саме публіцистичні виступи відомих українських діячів минулого дозволяють сучасникам винести з уроків історії те раціональне зерно, котре допоможе уникнути прикрих помилок у національному державотворенні. Серед провідних творців державницької публіцистики зламу століть виокремлюється ім'я Олени Пчілки, яка у своїх виступах на сторінках українських видань сміливо й неупереджено розвінчувала дволику політику російської інтелігенції стосовно українського національного питання, проте цей тематичний сегмент її публіцистичної спадщини залишається маловідомим сучасним історикам журналістики.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** За останнє чверть століття значно поживавився науковий інтерес до багатогранної подвижницької діяльності Олени Пчілки на національно-культурному полі. Вагому роль у дослідженні ролі Олени Пчілки в українському національному русі відіграла праця І. Денисюка й Т. Скрипки «Дворянське гніздо Косачів» (1999) [2], в якій на розлогому фактологічному й архівному матеріалі визначено основні аспекти діяльності публіцистки як одного із чільних творців української державницької концепції.

У науковій студії «Літературно-естетичні та суспільні погляди Олени Пчілки» (1998) Н. Купрата [5], характеризуючи формування політичних переконань Олени Пчілки, покликається на публі-

цистичні виступи журналістки, згадує її діяльність як редакторки «Рідного краю» й «Молодої України». Побіжно згадується письменницька публіцистика Олени Пчілки у статті О. Камінчук «Олена Пчілка: аспекти творчої діяльності» (1999) [4].

Дослідниками створено низку поважних розвідок про її життєвий і громадянський подвиг: Л. Дрофань – «Берегиня» (2004) [3], Л. Новаківської «Берегиня роду і нації» (2002) [8], в яких представлено об'єктивний погляд на роль Олени Пчілки в тій чи іншій галузі культурного поступу. Так, у «Берегині» Л. Дрофань представлено портрет непересічної жінки, яка рівнем свого інтелекту і жертвним служінням національним інтересам була на голову вище за багатьох громадських діячів-чоловіків свого часу. З поглядами Л. Дрофань солідарна і Л. Новаківська, яка, оцінюючи непроминуцьку роль Олени Пчілки у відстоюванні функціонування української мови як у культурному, так і політичному житті українства, акцентує увагу на її активній державницькій позиції.

Еволюція фольклористичних поглядів Олени Пчілки, аналіз її фольклористичних студій, надрукованих на сторінках українських періодичних видань, стали предметом ґрунтовного монографічного дослідження О. Мікули «Творчість Олени Пчілки і фольклор» (2011) [7].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Проте до маловивчених граней самовідданої праці Олени Пчілки на ниві української журналістики належить значний пласт її публіцистичної спадщини спрямований на викриття лицемірної політики значної частини російської інтелігенції у ставленні до національних проблем національного життя українців. Зазначений сегмент її публіцистичного набутку потребує уважного перепрочитання сьогодні, позаяк окремі політичні акценти мають важливе світоглядне значення у виробленні націєтворчих і націєзахисних інформаційних стратегій сучасними українськими журналістами.

**Мета статті** – з'ясувати ключові ідейні акценти публіцистичних виступів Олени Пчілки, в яких викривається лицемірна політика російської інтелігенції щодо українського питання; виокремити специфічні риси індивідуального стилю Пчілки-публіцистки у висвітленні важливої світоглядної ідеї.

**Виклад основного матеріалу.** Серед публіцистичної спадщини Олени Пчілки – однієї із чільних представниць шляхетного роду Драгоманових-Косачів – цікавим сегментом є вікривальні статті, спрямовані супроти процесів денационалізації ініційованих російською інтелігенцією в політичній й культурній царинах життя українців. Так, тверда націоналістична позиція Олена Пчілки, нетерпимість до будь-яких виявів національної меншовартості, розвінчання концепції «нового слов'янолюбство» петербурзького професора А. Погодіна є ключовими ідейними акцентами в аналітичній статті «Українська ввічливість і московська увага».

Основне вістря сатири спрямоване не тільки проти облудливої наукової і громадянської поведінки «слов'янолюбця нового зразка», а й підлабузницько-принизливої поведінки київської української інтелігенції у ставленні до російської делегації, очолюваної професором Погодіним. Олена Пчілка із неприхованим сарказмом викриває такий злочинний прояв національної меншовартості членів «Українського клубу» як-то виголошення промов російською мовою та неприродне «акання» («господарі бенкету зважили, що ради «ради гостей» треба українську мову покласти на сей час під лавку»). Публіцистка з невідомим розчаруванням констатує, що через «мняку та ввічливу натуру» і слабку національну переконаність члени «Українського товариства», котрі на своїх засіданнях неодноразово ухвалювали за будь-яких обставин, на всіх заходах і зібраннях вживати тільки українську мову, при першому ж приїзді російського діяча відступили від свого рішення, «розливши ціле море російщини». Вона суворо у своїх атестаціях щодо виявів зневаги до рідної української мови: «Отак сами себе спинаємо скрізь: в однім місці, в офіційному, не говоримо по своєму через те, що *не можна*, в другім, наприклад, десь у крамниці, – через те, що „ніяково” (як таки його обізватися по українському до приказчика в якогось там Скриньки, або Свешнікова?...) В третьому місці, в своїй таки хаті, переходимо на чужу мову – з гречности! щоб не „стіснати” гостя... Отак і нема нам „практики”» [12, с. 13]. Цілком справедливо головною причиною походження гіперболізованої української «національної ввічливості» у ставленні до росіян Олена Пчілка вбачає не в природженій українській делікатності, а «многлітньому рабстві» і бездержавному статусі України, що заклали в українську натуру національну «податливість».

Із незамаскованим сарказмом Олена Пчілка зазначає, що українська «ввічливість» не знайшла належної очікуваної оцінки в петербурзького професора Погодіна, який у своїх виступах на сторінках російської преси перекутив, або й «цілком вигадав дещо» про український демократичний рух (чим не один із витоків сучасної російської інформаційної війни супроти України), не згадав жодним словом ні про котрогось із українських діячів, ні про прийоми, влаштовані на його честь у Києві. Натомість у своїх «Листах із Києва» «слов'янолюбець» Погодін (як його іронічно називає Олена Пчілки) «клопочеться найбільш, коли б, мовляв „хохліки” не висмикнули від нас свого чуба, <...> не вийшли „из-под вплиня нашего”» і закликає «русское прогрессивное

общество» посилити свій контроль за розвитком української преси та поєднанням українців з поляками «пока ещё вполне возможно» [12, с. 13]. Публіцистка вкотре артикулює основний тезис своєї національної програми відродження України: українська інтелігенція повинна послідовно відстоювати національні інтереси свого народу, не допускати ні за яких будь-яких обставин найменших проявів національної меншовартості заради ілюзорної «ввічливості» до російських лібералів. Завершується стаття своєрідним звертанням Олени Пчілки до української інтелігенції й членів «Українського товариства» надалі бути відповідальнішими у виявленні «великої української гречности».

У статті-заклику «Наше оточення» Олена Пчілка увиразнює свою націоналістично-політичну концепцію щодо небезпек для української справи з боку інонаціонального оточення. Крилаті слова Т. Шевченка «На нашій славіній Україні, на нашій не своїй землі», взяті за епіграф, відзеркалюють основний ідейний посил статті. Відштовхуючись від тези: «При нашій бажанню бути самими собою, мати право бути хоч трохи «самім по собі», розгляньмося, як споглядають на нас близькі до нас люди, яке взагалі маємо оточення» [10, с. 9]. Олена Пчілка, хоча й не була симпатиком панславистичної теорії («згромаження великої слов'янської сім'ї до купи завжди здавалося нам химерною мрією»), передусім скрупульозно аналізує ставлення до українських національно-визвольних змагань «в сім'ї слов'янській». Покликаючись на конкретні історичні факти з історії взаємовідносин слов'янських народів, вона констатує, що між братами-слов'янами простежується або боротьба за територіальні межі, або загальне збайдужіння до національних проблем один одного: «Не треба далеко шукати за прикладом: досить спогадати таке недавнє пограбування Боснії та Герцеговини... Ніхто з інших братів-слов'ян „ані почувавсь” від того грабежу, делікатно названого „анексією»» [10, с. 9]. Не менш яскравою ілюстрацією всеслов'янської апатії названо втрату «чулого настрою до болгар», коли по завершенню турецької війни «до болгар зосталося в нас те почуття, що виявляється в трохи глузливій, а то й презирливій назві – «братушки»; як тії «братушки», а як «тепер живуть, що в їх робиться, – про це всім у нас байдужісінько!» [10, с. 9].

Разом із тим Олена Пчілка не поділяє гіперболізованого захоплення багатьох культурних діячів теорією «нового слов'янізму» та наукової подорожі професора А. Погодіна зі своїми студентами слов'янськими країнами нібито, яка нібито спричинила «вибух братерсько-слов'янського почуття». Публіцистка, не без іронії, зауважує: молоді адепти погодініської концепції слов'янофілства швидко охолоти до неї, захопившись авіаспортом: «Ми не вітали Погодіна і не нам плакати над тим, що захоплення «новою гадкою всеслов'янського поєднання» – опало, як шумовина в казанку... Так і мусило бути. Мрія про всеславянське поєднання тільки не тільки незабутня, а й фальшива: навряд чи хто вірить в неї – щиро» [10, с. 10].

Основна ж увага публіцистки у статті концентрується довкола проблеми «розуміння укра-

їнської національної думки» у колі поступової та ліберальної російської інтелігенції, яка б гіпотетично могла б бути «друзями» українства. Власний політичний досвід та яскраві реальні факти із російського-українських взаємовідносин дають право публіцистці зробити невтішні висновки, що серед «гурту російського змисленства» «зустріваємо перше всього крайнє невігластво, незнання України й українців, незнання наших потреб, нашого становища на всіх ступнях» [10, с. 10]. Авторкою наголошується, що абсолютне неприйняття навіть у найпоступовішого крила російських діячів викликало прагнення українців здобути власну державну незалежність: «Коли ж наша гадка про те «самоопределеніє» хоче стати якомсь виразно, на певний, опрічний, (мовляв, конкретний) ґрунт, тоді російські «друзі» всіма засобами прагнуть, щоб українські «братушки» «не виходили з під впливу російського розуму» [10, с. 10].

Особливу небезпеку для українського національного руху вбачає публіцистка у лицемірній діяльності «близьких друзів» – поступових російських діячів, котрі оселилися на Україні, – оскільки вони «обрушають наш народ, пособляють його каліченню більше, ніж се роблять вороги наші» [10, с. 12].

З одного боку, ці «друзі» в колі української інтелігенції згоджувалися з правом українців бути політично незалежними, з правом вільного розвитку української науки, літератури, мистецтва, мови, школи, підтримували бажання українців мати свої культурно-освітні інституції, а, з іншого боку, в «своїй просвітній праці проміж нашим народом – вони *стромляють ломаччя в колеса нашого воза*». Публіцистка вмотивовує свої інвективи конкретними фактами: «російські друзі», щоб ослабити ідеологічний вплив «Просвіти» на народ засновують «Общество распространения просвещения в народе», яке сприяло русифікації українського населення. Викриваючи підступну русифікаторську політику «просветітелей», Олена Пчілка стурбована тим, що «Общество распространения просвещения в народе», на відміну від «Просвіти», має значні фінанси й урядову підтримку, захопило кращі години для читання своїх лекцій в київському Народному Домі, заснували в Катеринославі російський народний університет, створили мережу проросійських «Обществ грамотности» у багатьох українських містах.

Нищівна критика в статті спрямована і супроти «наших перевертнів», котрі допомагають російським «друзям» проводити антиукраїнську політику, і проти недостойної поведінки «вірних українців», котрі читають лекції російською мовою під егідою «Общества распространения просвещения».

Авторка статті настійно закликає свідому українську інтелігенцію ігнорувати таких лицемірних «близьких» російських «друзів»: «Не вкупі йти з такими друзями, а одвертатися від них слід. У всякім же разі пора сказати їм, що коли вони на словах нібито так спочувують українській національно-просвітній гадці, а на ділі (угніздившись хорошенько на Вкраїні) не пособляють українській праці, то вони лицеміри, зовсім недостойні тієї шани від українців, якою вони очевидно дорожать, бо запобігають їй, – запобігають способами дуже легкими, а зраджують українців у справах поважніших [10, с. 12].

Олена Пчілка радить свідомій свого національного обов'язку інтелігенції не тільки подалати триматися від «друзів» «усякої масти», а й вести рішучу боротьбу з ворогами української ідеї.

Не можна не погодитися з позицією Марти Богачевської-Хом'як, котра стверджувала: «Пчілка мала тверді політичні переконання, які часто не збігалися з поглядами української інтелігенції. Вона критично ставилася до провідних російських інтелігентів, яких багато українців вважали прихильниками прав людини і народів» [1, с. 60].

У редакційній статті «Національна справа в Південно-західному земстві» Олена Пчілка роз'яснює українському читачеві помилковість нав'язаної політичної традиції ототожнювати поняття «націоналізм» з «власністю «союзу руських людей», оскільки «*націоналістами* можуть бути люде належні до всякої іншої нації, всі ті люде, що люблять, шанують і бережуть прикмети своєї народності, своєї природженної національності» [9, с. 1]. Олена Пчілка критикує ворожий і неприйнятний націоналізм «русаків», який абсолютно не признає право інших народів на свою національну окремішність і веде до національної асиміляції, «перероду» гноблених Російською імперією народностей. Вона закликає українців не легковажити діями «російських націоналістів», які намагаються нав'язати іншим національностям «свою правду», ведуть маніпуляційні політичні ігри, намагаючись подолати жевріючу іскру національної свідомості українців, поляків та інших уярмлених народів.

Так, Олена Пчілка реально оцінювала політичні ігри російської інтелігенції стосовно українських національно визвольних змагань, вважаючи що її переважна більшість налаштована вороже супроти розвитку української національної ідеї, про що вона неодноразово підкреслювала у своїх публіцистичних виступах.

Вона точно спрогнозувала у свої виступах на сторінках української преси (що згодом потвердила сама історія) те, що російські антимоноархічні радикальні сили не тільки не виявлять симпатії до визвольних змагань під'ярмених народів Російської імперії, а й стануть запеклими захисниками-шовіністами інтересів титульної нації. Так на шпальтах «Рідного краю» вона, звертаючись до читачів-українців, намагається розкрити політичні інтриги російських радикалів і лібералів, які жодним словом і ділом не допомогли українцям у відстоюванні їх національних інтересів, не виступили з ногою протесту в період нищення і закриття наддніпрянських товариств «Просвіта» російським урядом.

Яскравим фактом неприйняття російською інтелігенцією державницьких ідей українства є протест жінок-росіянок Спілки рівноуправління жінок, проти додатка-резолуції до програми товариства, написаний Оленою Пчілкою. З усією публіцистичною пристрасністю журналістка-державниця виклала концептуальні завдання, котрі стояли перед українським жіноцтвом, і котрі були з обуренням засудженні російським ліберальним жіноцтвом: «На долю українських жінок опріч загальних гірких та болючих сторін жіночого питання мають значний вплив і ті тяжкі обставини, що виходять із пригнічування українського народу. Українська жінка, бувши частиною великоміліюваного народу, позбавленою політичних прав, ряд покоління

якого змушені були коритися централістичному державному ладові, – не могла не відчувати на собі всіх наслідків духовного зневолення народу. Денаціоналізація українського жіноцтва, що перейшло через російську школу, була неминучим наслідком політичної системи, яка мала на меті роз'єднати культурну частину громадянства з народним життям. Таке становище дуже шкодило національно-громадянському вихованню молодшого покоління. Обстати за це діло українські жінки вважають своєю найпершою повинністю» [10, с. 131-132.]. Олена Пчілка розуміла пряму залежність тягlostі національної ідеї і від вільного функціонування української школи, і від виховання саме в українського жіноцтва національних ідеалів, котрі вони зможуть передавати наступним поколінням. Оцінюючи цей націоналістичний маніфест Олени Пчілки, сучасна дослідниця пише: «Навіть Універсал Української Центральної Ради, написаний одинадцятьма роками пізніше мав поміркованіший тон» [1, с. 78].

**Висновки і пропозиції.** Отже, публікації аналізованого тематичного сегменту публіцистичної спадщини Олени Пчілки, ґрунтуючись на ціннісних орієнтирах авторки й потребах тогочасного українського суспільства, виконували просвітницьку, синергетичну й етнозахисну функції в умовах бездержавного статусу України. Публіцистичні виступи Олени Пчілки «Наше оточення», «Українська ввічливість і московська увага», «Національна справа в Південно-західному земстві», «Резолюція з'їзду Спільки рівноуправління жінок» є взірцем того, як самовіддано сучасний журналіст повинен відстоювати українську ідею, провадити силою публіцистичного слова безкомпромісну боротьбу з денаціоналізацією українців. Вважаємо, що сучасним творцям інформаційного простору України вартує перечитати політично зрілу публіцистичну спадщину Олени Пчілки для вироблення ефективних стратегій захисту українського інформаційного простору від пропаганди «русского мира».

### Список літератури:

1. Богачевська-Хом'як М. Білим по білому: жінки в громадському житті України, 1884–1939 / Марта Богачевська-Хом'як. – К.: Либідь, 1995. – 424 с.
2. Денисюк І., Скрипка Т. Дворянське гніздо Косачів / Іван Денисюк, Тамара Скрипка. – Львів: Академічний експрес, 1999. – 268 с.
3. Дрофань Л. Берегиня : художньо-докум. вид. / Любов Дрофань. – К.: Молодь, 2004. – 206 с.
4. Камінчук О. Олена Пчілка : аспекти творчої діяльності / Ольга Камінчук // Слово і Час. – 1999. – № 6. – С. 12-18.
5. Купрата Н. Літературно-естетичні та суспільно-політичні погляди Олени Пчілки : навч. посіб. / Надія Купрата. – Одеса: ОКФА, 1998. – 64 с.
6. Лось Й.Д. Публіцистика й тенденції розвитку світу: Навчальний посібник для вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації: У 2 ч. – Ч. 1 / Йосип Лось. – Львів: ПАІС, 2008. – 376 с.
7. Мікула О. Творчість Олени Пчілки і фольклор : моногр. [передм. В. Івашківа] / Ольга Мікула. – Ужгород: Гражда, 2011. – 312 с.
8. Новаківська Л. Берегиня роду й нації (Олена Пчілка) / Людмила Новаківська. – К.: Науковий світ, 2002. – 53 с.
9. Пчілка О. Національна справа в Південно-західному земстві / Олена Пчілка // Рідний край. – 1910/1911. – № 25. – С. 1–2.
10. Пчілка О. Наше оточення / Олена Пчілка // Рідний край. – 1909. – № 25. – С. 9-12.
11. Пчілка О. Резолюція з'їзду Спільки рівноуправління жінок / Олена Пчілка // Нова громада. – 1906. – № 1. – С. 131-132.
12. Пчілка О. Українська ввічливість і московська увага / Олена Пчілка // Рідний край. – 1909. – № 26. – С. 12-13.

#### Семенко С.В.

Полтавський національний педагогічний університет  
імені В.Г. Короленко

### ОБЛИЧЕНИЕ ЛИЦЕМЕРНОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ИНТЕЛЛИГЕНЦИИ КАСАТЕЛЬНО УКРАИНСКОГО ВОПРОСА В ПУБЛИЦИСТИКЕ ОЛЕНА ПЧИЛКИ

#### Аннотация

В статье анализируются публицистические выступления Олены Пчилки, в которых раскрывается лицемерная политика российской интеллигенции касательно украинского вопроса. Проанализировано четкую направленность публицистики Олены Пчилки в становлении украинской идеи, права украинцев на политическую и культурную самостоятельность. В научной публикации определены отдельные составляющие политической концепции публицистки; выделены элементы новаторских подходов Олены Пчилки в освещении важной мировоззренческой идеи. Сконцентрировано внимание вокруг бескомпромиссной и смелой позиции публицистических выступлений Олены Пчилки в отстаивании национальных интересов. Сделан акцент на актуальности идейного звучания публицистики Олены Пчилки в условиях российской информационной агрессии.

**Ключевые слова:** Олена Пчилка, украинская идея, российская интеллигенция, русификация, национальный нигилизм.

**Semenko S.V.**

Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University

## REVELATION OF THE HYPOCRITICAL POLICY OF RUSSIAN INTELLIGENTSIA ON THE UKRAINIAN ISSUE IN OLENA PCHILKA'S PUBLICISM

### Summary

The article investigates the journalistic performances of Olena Pchilka, which reveals the hypocritical policy of the Russian intelligentsia on the Ukrainian issue. The clear emphasis of Olena Pchilka's publicism on the affirmation of the Ukrainian idea, the right of Ukrainians to political and cultural autonomy is analyzed. In scientific research, certain components of the political conception of the publicism were found; elements of innovative approaches of Olena Pchilka in the elucidation of an important ideological idea were highlighted. The focus is on the uncompromising and bold position of Olena Pchilka's journalistic performances in defending the national interests. The emphasis is placed on the relevance of the ideological sound of Olena Pchilka's journalism in the conditions of Russian information aggression.

**Keywords:** Olena Pchilka, Ukrainian idea, Russian intelligentsia, Russification, national nihilism.

УДК 007:304:070

## ПЕРІОДИЧНІ ВИДАННЯ ХАРКІВСЬКОЇ ГУБЕРНІЇ (1889–1917)

**Сидоренко Н.М.**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

У статті простежуються особливості розвитку преси Харківської губернії кінця XIX – початку XX ст. у межах територіально-адміністративного поділу цього періоду. Газети й журнали аналізуються щодо послідовності виникнення, мови публікацій, періодичності появи та тематичного наповнення. Визначено кількісні параметри регіональної преси та її доступність у найбільших бібліотеках України й Росії та місцевих фондах.

**Ключові слова:** періодичні видання, кількісні параметри, типологія, тематика, Харківська губернія.

**Постановка проблеми.** Ґрунтовне вивчення місцевої періодики з кожним роком ускладнюється з огляду на кілька причин: брак коштів на «підтримання життя» паперових видань понад столітньої давнини; надзвичайно повільний процес оцифрування старих видань особливо в регіональних бібліотеках, архівах, музеях; розпорошеність комплектів та окремих номерів газет і журналів у книгосховищах різного рівня – місцевих, обласних, всеукраїнських, закордонних (передусім – російських); ускладненість доступу, відсутність електронних каталогів, несистематизованість описів періодики того чи іншого краю тощо. Це, в свою чергу, призводить до відсутності цілеспрямованих і поступових розвідок у царині історії преси Наддніпрянської України XIX – початку XX ст., нашаруванні помилкових вихідних даних, поширенні термінологічної плутанини і т.д. Не виняток тут і Харківська губернія; історія її преси досі залишається без ґрунтового вивчення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Зрозуміло, періодику Харківщини, зокрема самого губернського центру та деяких пресо-видавничих осередків, не оминули журналістикознавці, історики, краєзнавці. Так, у «Нарисі історії журналістики Харківської губернії» проф. І. Михайлин передусім вивчає здобутки в цій сфері Харківського університету та са-

мого міста (від «Харьковского еженедельника» та «Харьковского Демокрита» до «Харьковских губернских ведомостей» та «Южного края», журналів «Мир» і «Мирный труд», «Благовест» та «Вера и разум», «Штык» і «Меч», «Слобожанщина» і «Сніп» та ін.). Періодика поза «столицею» Слобожанщини представлена тут журналом «Школьный луч», що видавався в Охтирці [1, с. 314-321]. У «Коротких висновках, або Зверненні до читача» науковець стверджує: українській людині потрібна історична правда про свою батьківщину, тож «шлях до такої правди лежить і через історію преси як найважливіший складник історико-культурного знання» [1, с. 356].

Скрупульозний аналіз динаміки розгортання місцевої періодики могли б здійснити й молоді дослідники. Науковий ступінь кандидата історичних наук здобула С. Мірошніченко, яка захистила дисертацію про становлення та розвиток періодичного друку на Слобожанщині та його вплив на освітньо-культурні процеси в регіоні (XIX – початок XX ст.). Здобувачці вдалося опрацювати низку документів Канцелярії Харківського окружного цензора (згодом – Харківського інспектора в справах преси), простежити вплив «адміністративного і судового важеля тиску на періодику даного регіону» [2, с. 10]. Та відсутність історикожурналістських знань, неусвідомленість понятте-

вого апарату журналістикознавства призвели до певних помилок і прорахунків (наприклад, повсюдне використання в тексті дослідження «*періодичний друк*», «*газетний друк*» (в значенні: періодична преса, періодика, газета), «*друкарська справа*» (видавнича), а також «*класифікація преси за тематичною та аудиторською спрямованістю*», «*не повна характеристика професійно-станової приналежності та політичної позиції редакторів і видавців*» [2, с. 7].

«Типологія слобідської (радше – слобожанської – Н.С.) преси» розподіляється за територіальною ознакою (міська і повітова), характером засновника (офіційна, приватна, наукових товариств, *фінансово-бізнесових груп* тощо), за часом виходу (ранкова, вечірня), за читацькою аудиторією (інтелігенція, чиновники, міщани, духівництво, селяни, робітники), політичним напрямом, партійністю (партійна, позапартійна) [6, с. 15]. В авторефераті дисертації С. Мірошніченко згадано шість назв харківської преси (двічі повторено «Харьковский еженедельник», 4 видання представлено за працею Д. Чорного); в самому ж тексті дисертації (с. 222-240) подано додаток Д «Періодична преса Слобожанщини (XIX – початок XX ст.), де в хронологічному порядку зазначено 176 пресовидань, що виходили в губернському центрі та повітових містах (Сумах і Вовчанську – по 5 видань; при цьому лебединський «Торгово-промышленный листок объявленный» уже за назвою вказано неправильно – як «Сумской торгово-промышленный...»). Ці та інші неточності спонукають до виваженої загальної характеристики преси Харківської губернії початку XX ст.

Найчастіше серед повітових міст дослідники обирали Суми, що вирізнялися своєю видавничою діяльністю з початку XX ст. (тут вийшло в світ 20 газет і журналів). До цієї теми зверталися О. Ткаченко, Л. Яременко, І. Жиленко, В. Садівничий, І. Гаврилюк, І. Сипченко, Т. Ковальова та ін. Типологізацію періодики краю [3] провела Н. Подоляка, яка також у контексті своєї кандидатської дисертації аналізувала пресу Сумщини як важливу інформаційну продукцію видавничого бізнесу [4].

Варто згадати і книгу сумського краєзнавця О. Ленського, який прагнув охопити світову історію преси, а на її тлі показати досягнення місцевої журналістики – від витоків до сьогодення [5]. Щоправда, авторові не вдалося уникнути певних неточностей у трактуванні документальних та ймовірних фактів.

Подробиці про функціонування рукописних журналів, здобутки місцевих публіцистів у творчому наповненні шпальт місцевої періодики можна почерпнути з довідників «Сумщина в іменах» [6] та «Літературна Харківщина» [7].

**Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми.** Матеріали преси нерідко стають джерелом дослідження тих чи інших історичних, політичних, культурно-освітніх та інших питань. Скажімо, в історичному контексті звернено увагу на публікації газети «Сезонный листок Славянских минеральных вод» при аналізі розвитку курортів південно-східного регіону України [8]. Та загалом відсут-

ність всебічної і впорядкованої інформації про масив регіональної періодики, її характеристики й редакційно-видавничі настанови не дозволяють досі науковцям цілеспрямовано й цілісно використовувати місцеві газети й журнали, зокрема й Харківської губернії.

**Мета статті** – з'ясувати кількісні показники преси Харківщини кінця XIX – початку XX ст. (1889–1917), встановити її географічні, типологічні й тематичні параметри. *Об'єкт* цієї статті – періодичні видання Харківської губернії (в межах територіально-адміністративного поділу початку XX ст.), загалом 51 газета і журнал.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Географічні межі Харківської губернії (1835–1925; у 1765–1834 рр. – Слобідська, Слобідсько-Українська губернія) неодноразово змінювалися, але основними повітовими центрами (окрім Харкова) завжди залишалися Суми, Охтирка, Богодухів, Чугуїв, Вовчанськ, Лебедин та ще 10 подібних населених пунктів, у 11 з них видавалася преса. Так, із кінця XIX ст., саме тоді, коли з'явилися перші періодичні видання в краї поза Харковом, часописи виходили в Сумах – 20 (із них 3 рукописні шкільні журнали); Охтирці, Лебедині, Куп'янську – по 5, Богодухові – 4, Валках і Слов'янську – по 3, Вовчанську і Чугуєві – по 2, Змієві та Старобільську – по 1. Окрема позиція тут належить Путивлю, який входив до Білгородської (Белгородської), а згодом Курської губерній, але в деяких покажчиках зафіксовано його як місто Харківської губернії. Нині згадані населені пункти зараховані до складу чотирьох областей: *Харківської* (Богодухів, Валки, Вовчанськ, Зміїв, Куп'янськ, Чугуїв), *Сумської* (Суми, Лебедин, Охтирка, Путивль), а також *Донецької* (Слов'янськ) і *Луганської* (Старобільськ).

Загалом очевидна непропорційність розвитку видавничих осередків у центрі Харківської губернії і в повітових містах: у самому Харкові від появи першого часопису «Харьковский еженедельник» (1812) до кінця 1917 р. з'явилося у світ понад 300 видань (приблизно 325), а на периферії за цей період лише 51, тобто майже у 6,4 рази менше.

Найпершою за часом видання можна вважати довготривалу газету «Сезонный листок Славянских минеральных вод» (21 травня 1889 – 7 серпня 1916); далі були створені «Сумский голос» (24 листопада 1905) і «Крестьянская газета» в Сумах (відоме лише одне число, датоване 14 грудня 1905 р.). Найбільше нової преси постало в 1917 р. – 28 газет і журналів (55%). Серед періодики Харківщини переважають газети, що складають 80% усієї періодики кінця XIX – початку XX ст. Журналів усього 10, із них 4 рукописні.

Лише один часопис у краї видавався українською мовою – орган Охтирської групи Української партії соціалістів-революціонерів «Голос села» (1917. № 1, 2). Дев'ять видань друкували тексти як російською, так і українською мовами (як правило, з 1917 р.). Серед них – «Волчанский земский листок» (Вовчанськ, 1912–1917), «Голос народа» (Куп'янськ, 1917–1918), «Змиевская обществнная газета»

(Зміїв, 1917), «Известия Валковского уездного земскогочимитета» (Валки, 1917), «Известия по пчеловодству» (Богодухів, 1916–1917), «Лебединские известия» (Лебедин, 1917), «Право народа = Народне право» (Вовчанськ, 1917–1918, як продовження газети «Волчанский земский листок»), «Революционное слово» (Богодухів, 1917), «Сельско-хозяйственная жизнь» (Валки, 1917). Тож 80% преси Харківщини були російськомовними.

Існує різноманіття періодичності: від щоденних газет (8 видань), тижневиків (9 часописів) до тих, що виходили двічі (6 назв) і тричі (5 часописів) на тиждень; також функціонували в краї двотижневі («Кадет», «Сельско-хозяйственная жизнь») і двомісячні журнали («Известия по пчеловодству»); траплялися неперіодичні («в міру надходження матеріалів» – «Школьный луч»; «впродовж лікувального сезону» – «Сезонный листок Славянских минеральных вод»); у 15 часописів періодичність не визначена.

Тематична палітра місцевої преси не надто різноманітна, але слід виділити кілька груп: учнівські (гімназії, реальне училище, кадетський корпус) – 6 журналів, кожен із них включав літературно-художній компонент; сільськогосподарські – 5 видань, 3 журнали мали також науково-популярний складник; видання телеграм – 3; кооперативні – 2; по 1 – рекламно-довідкове («Торгово-промышленный листок объявлений») і курортне («Сезонный листок Славянских минеральных вод»).

Окрему групу складають партійні газети, що виникли в 1917 р. на хвилі формування нової влади. Найінтенсивніше тут, певно, працювали, представники Партії народної свободи (ПНС; інакше – Конституційно-демократична партія, кадети), що видавали кілька часописів: «Валковская речь», «Лебединский вестник», «Народная свобода» (Суми), «Наш голос» (Богодухів), «Свободное слово» (Куп'янськ), «Экстренные телеграммы «Свободного слова». Українська партія соціалістів-революціонерів (УПСР) сприяла появі в Охтирці свого органу «Голос села». Поряд із виголошенням політичних гасел «Борітеся – поборете» та «Землі і волі!», редакція прагнула боронити насамперед інтереси селян, роз'яснювати можливості нових форм державного управління, відстоювати ідею автономії України. Тижневик «Набат» (Богодухів, 1917) був органом соціал-демократів-інтернаціоналістів, що закликали «чесно й невідкупно служити інтересам народу», сповідувати гасло «Хай живе свобода слова, справедливість та міжнародне братерство!» (№ 1). Соціалістичне спрямування позначене в підзаголовках таких газет, як «Голос народа» (Куп'янськ, 1917–1918), «Народная мысль» (Охтирка, 1917), «Наш голос» (Суми, 1917–1918), «Революционное слово» (Богодухів, 1917). Таким чином, 24% газет на Харківщині початку ХХ ст. мали певні політичні орієнтири, вдавалися до активної агітаційно-пропагандистської діяльності.

Решта видань (приблизно 41%) обрали масовий (універсальний) зміст (земські, повітові; «газета політична, літературна, сільськогосподарська»; «політична, громадська і літературна

газета»; «громадська, земська і кооперативна газета» тощо). Серед них «Волчанский земский листок», що акцентував увагу на поточних проблемах, необхідності «повного та швидкого з'ясування потреб народу»; «Лебединские известия», де не забували про необхідність українізації та обговорення питань майбутнього України; різнопланову тематику висвітлювали на своїх шпальтах «Сумская жизнь», «Северо-Донецкий край», «Старобельская жизнь», «Сумское эхо» та інші часописи.

**Висновки дослідження й перспективи.** Безпосереднє опрацювання періодики Харківської губернії кінця ХІХ – початку ХХ ст., а також ознайомлення з допоміжними матеріалами (покажчики, довідники, енциклопедії, каталоги) дали змогу встановити загальну кількість преси цього регіону зазначеного періоду (51 газета і журнал, серед яких 4 рукописні гектографовані гімназійні видання). До огляду були залучені часописи, що зберігаються у найбільших бібліотеках України і Росії та регіональних фондах: Національній бібліотеці України імені В.І. Вернадського (НБУВ), Державній науковій архівній бібліотеці (ДНАБ), Харківській державній науковій бібліотеці ім. В.Г. Короленка (ХДНБ), Центральній науковій бібліотеці Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна (ЦНБ ХНУ), Державному архіві Сумської області (ДАСО), Російській державній бібліотеці (РДБ, Москва), Російській національній бібліотеці (РНБ, Санкт-Петербург), Бібліотеці Російської Академії наук (БАН, Санкт-Петербург). Жодна бібліотека сьогодні не має цілісної та комплексної колекції періодики Харківської губернії кінця ХІХ – початку ХХ ст. Найбільше таких часописів нині наявні у російських фондах: РНБ (51%), РДБ (47%), БАН (33%), що пояснюється історичним фактом належності розглянутих територій до Російської імперії та надходженням основних примірників видань до визначених бібліотек Петербурга й Москви. Найменше представництво газет і журналів Слобожанщини виявлено в місцевих фондах: ДАСО (16%), ХДНБ (14%).

Варто підкреслити факт наявності *оригінальних* часописів, що присутні лише в одному фонді: таких видань 12. Це гімназійні журнали «Вперед», «Журнал для учащихся», «Свет» і газета «Сумской голос» (ДАСО); журнал «Кадет» (хоча примірники цього видання, на щастя, збереглися в бібліотеці колишнього Сумського кадетського корпусу, нині – Сумського ліцею з посиленою військово-фізичною підготовкою ім. І.Г. Харитоненка), «Известия Купянского временного исполнительного комитета» та «Экстренные телеграммы «Свободного слова» (БАН); газети 1917 р. – «Голос села» й «Известия Чугуевского общественного временного комитета» (ДНАБ); «Вестник Сумского союза кооперативов» (НБУВ); «Сумская жизнь» (РНБ); «Сельско-хозяйственная жизнь» (ХДНБ); «Школьный луч» (ЦНБ ХНУ). Ще 6 часописів (12%) залишилися не знайденими.

Тож кількісні та якісні параметри періодики Харківщини кінця ХІХ – початку ХХ ст. можуть змінюватися, хоча з плином часу все менше сподівань на результативний пошук.



**Список літератури:**

1. Михайлин І.Л. Нарис історії журналістики Харківської губернії. 1812–1917. Харків: Колорит, 2007. 366 с.: іл.
2. Мірошніченко С.В. Становлення та розвиток періодичного друку на Слобожанщині та його вплив на освітньо-культурні процеси у регіоні в XIX – на початку XX століття: автореф. дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / Харк. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2011. 20 с.
3. Подоляка Н.С. Типологія періодичних видань Сумського краю (1861–1917 рр.) // Наук. зап. Ін-ту журналістики. 2009. Т. 35. С. 43–47.
4. Подоляка Н.С. Становлення та розвиток видавничої справи Сумського краю (1861–1917 рр.): осередки, репертуар, розповсюдження : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунік.: 27.00.05 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. Київ, 2011. 19 с.
5. Ленський О.В. Історія преси і журналістики. Суми: ФОП Ткачов О.О., 2009. 400 с.: іл.
6. Сумщина в іменах: енциклоп. довідник. Суми: Рекламно-вид. об'єднання «АС-Медіа», Сумський держ. ун-т., 2003. 624 с.
7. Літературна Харківщина: довідник / за заг. ред. М.Ф. Гетьманця. Харків: Майдан, 1995. 367 с.
8. Стародубцев І.В. Участие интеллигенции в становлении и развитии курортов юго-восточного региона Украины (XIX – начало XX века) // Наукові праці іст. ф-ту Запорізького нац. ун-ту. 2010. Вип. 28. С. 86–91. URL: [http://istznu.org/dc/file.php?host\\_id=1&path=/page/issues/28/.starodubceva.pdf](http://istznu.org/dc/file.php?host_id=1&path=/page/issues/28/.starodubceva.pdf) (дата звернення: 25.07.2018).

**Сидоренко Н.Н.**

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

**ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ ХАРЬКОВСКОЙ ГУБЕРНИИ (1889–1917)****Аннотация**

В статье исследуются особенности развития прессы Харьковской губернии конца XIX – начала XX ст. в пределах территориально-административного деления этого периода. Газеты и журналы анализируются по таким направлениям: последовательность возникновения, язык публикаций, периодичность появления, тематическое наполнение. Определены количественные параметры региональной прессы, ее доступность в крупных библиотеках Украины и России, а также местных фондах.

**Ключевые слова:** периодические издания, количественные параметры, типология, тематика, Харьковская губерния.

**Sydorenko N.M.**

Taras Shevchenko National University of Kyiv

**PERIODICALS OF KHARKIV REGION (1889–1917)****Summary**

The article deals on the peculiarities of the development of press of Kharkiv region in the end of XIX and the beginning of the XX centuries within the territorial and administrative division of this period. Newspapers and magazines, as well as journals are analyzed in the context of consecutive order, language of publications, periodicity and thematic content. The quantitative parameters of the regional press and its availability in the libraries of Ukraine and Russia and local funds are determined.

Key words: periodicals, quantitative parameters, typology, thematic, Kharkiv region.

УДК-821.161.2-17-92.09Самійленко"189"

## САТИРИЧНІ ТВОРИ В. САМІЙЛЕНКА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ КІНЦЯ ХІХ СТ.

Староста О.І.

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

У статті розглянуто тематичний діапазон української публіцистики кінця ХІХ ст. на матеріалі сатиричних творів В. Самійленка. Виокремлено ключові проблеми, порушені автором: цензурні та політичні утиски; українофобство-во; боягузтво й догідливість українських журналістів; комплекс меншовартості. Проаналізовано художні засоби, за допомогою яких письменник втілює своє бачення злободенних питань тогочасного суспільно-політичного та культурного життя. Продемонстровано, що конкретні історичні обставини діяльності В. Самійленка зумовили наближення природи його творів до публіцистичної. Підкреслено актуальність проблематики сатиричних текстів поета, їх новаторство в контексті розвитку вітчизняної публіцистики окресленого періоду.

**Ключові слова:** В. Самійленко, література, публіцистика, книговидання, цензура, політика, Російська імперія.

**Постановка проблеми.** В останні десятиліття ХІХ ст. на території України, підконтрольній Російській імперії, вітчизняні видавці працювали в надзвичайно складних умовах. Заборони української мови, затверджені Валувеським циркуляром 1863 р. та Емським указом 1876 р., як слушно відзначав С. Наріжний, спричинилися до того, що «ніяка преса українською мовою, як і взагалі ніякі публікації, просто не були мислими» [5]. У цей період центром української періодики стала Наддністрянщина, у той час як на під російській території точилася боротьба за можливість мати український друкований орган, а література українською переважно ввозилася з-за кордону нелегально.

Російський цензурний та політичний тиск спричинив низку негативних тенденцій у наддніпрянській публіцистиці: перекручування фактів, опортунізм, псевдопатріотизм тощо. На західноукраїнських землях шовіністичну політику Російської імперії підтримувала організація москвофілів, що видавала власну періодику («Слово», «Русская Рада», «Галичанин» та ін.). Сутність та джерела цих явищ було майстерно викрито в сатиричних творах В. Самійленка (1864–1925), що мали яскравий публіцистичний характер.

Ю. Лазебник слушно відзначив, що зв'язок літератури й публіцистики виразно підкреслюється низкою художніх прийомів, зокрема «у формі авторських відступів, безпосереднього звертання до читача, в діалогах між дієвими особами, у внутрішніх і драматизованих монологів, в авторському ставленні до описування подій, фактів та вчинків персонажів» [4, с. 38]. У цьому аспекті сатиричні твори В. Самійленка, спрямовані проти зовнішнього цензу та внутрішніх проблем, становлять цікавий матеріал як для літературознавця, так і для дослідника історії публіцистики.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Частина творчого доробку В. Самійленка, що включала майстерну дошкульну сатиру на Російську імперію тавлучне викриття її реінкарнації у вигляді «нерушимого союзу», до падіння СРСР була заборонена або ж неправдиво інтерпретована. Ці твори були опубліко-

вані й по-новому оцінені М. Чернописким [11] та М. Бондарем [1] у повних виданнях художньої спадщини письменника. Обидва дослідники у своїх статтях-передмовках відзначали гостроту реакції письменника на важливі суспільно-політичні події та зв'язок його лірико-сатиричних творів із життєвою основою. М. Бондар слушно визначив постать В. Самійленка як політичного поета, проте не політика у вузькому значенні цього слова [1, с. 36]. Дослідник також наголосив на значущості активної позиції письменника, яку той прагнув донести до читачів у своїх прозових фейлетонах: «На передньому плані в більшості випадків голос фейлетоніста, а не саморух описуваного явища» [1, с. 43].

Дотичні до порушеної нами проблеми судження знаходимо у пізніших працях, присвячених індивідуальному стилю письменника (Г. Бикова), мовній моделі його художнього світу (О. Малахова), втіленню української національної ідеї в його творчості (М. Мартинюк).

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Варто відзначити, що серед наявних праць немає дослідження, здійсненого в обраному нами аспекті. На наш погляд, він відзначається актуальністю й перспективністю, оскільки вивчення тематики преси всатиричній спадщині В. Самійленка та публіцистичних засобів, якими послуговувався сам письменник, дозволить не лише доповнити розуміння його художнього світу, а й подати цікаву точку зору на проблеми публіцистики окресленого періоду.

**Формулювання цілей статті.** Відповідно до окресленого аспекту дослідження головні завдання статті такі: 1) вивчити проблематику українських періодики та книговидання кінця ХІХ ст. у сатиричному доробку В. Самійленка (на матеріалі поезії та прози 1880–1890 х рр.); 2) проаналізувати твори обраної тематики на ідейно-художньому рівні; 3) розкрити публіцистичну природу аналізованих творів; 4) обґрунтувати доцільність вивчення окресленої проблематики в літературознавстві та історії української публіцистики.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У 1884 р. В. Самійленко, закінчивши навчання в Полтавській гімназії, вступив до Київського

університету (фактично навчання розпочалося у 1885 р.). За спогадами письменника, він свідомо відхилив поради здобувати вищу освіту в Петербурзі, оскільки «знав тоді добре, що Київ є осередок українського руху, бачив, що ті нечисленні українські книжки, які тоді виходили в світ, друкувалися майже виключно в Києві, чув, що в Києві існують українські гуртки, що там живуть українські письменники і наші вчені» [8, с. 516]. Молодий поет, за плечима якого вже було кілька вдалий проб пера (вірші «Грішниця», «Ридання душ» (1884), переклади з Гомера, О. Пушкіна та В. Жуковського [9, с. 298-299]), одразу влився в просвітницькі та мистецькі кола Києва, долучившись до гуртка «Хрестоматія», а згодом – до «Літературної громади» та потужної групи «Плеяда», створеної Лесею Українкою та її братом М. Косачем.

Описуючи роки вступу В. Самійленка до української літератури, М. Обідний відзначає: «Доля судила В. Самійленкові прийти до творчого життя в часи жорстокого абсолютизму, в часи запеклих українофобів – київських цензорів: Рафальського, Ромера, Самойлова, жандармського генерала Новицького та инш., що намагалися поховати українське слово та винищити крамольну плеяду українських літераторів» [6, с. 12-13]. Так, у другій половині 1880-х рр. російською цензурою було заблоковано декілька спроб поета видати колективний альманах, а також власну збірку віршів. «Випотрошена добірка «З поезій Володимира Самійленка» (К., 1890) – такий невтішний результат його війни з цензорами», – підсумовує результати кропіткої праці митця М. Чернопиский [11, с. 17]. Яскравим епізодом цієї війни був арешт В. Самійленка восени 1887 р. за спробу провезти до Києва «малороссийские гадости» [8, с. 526] з подальшим допитом в начальника київського Охоронного відділу (орган Міністерства внутрішніх справ Російської імперії, що існував у 1866–1917 рр.) генерала Новицького.

Активна позиція письменника простежується і в його сатиричній поезії цього періоду. У вірші «Ельдорадо» (1886), одному з найвідоміших творів в усій мистецькій спадщині В. Самійленка, розкрито природу суспільно-політичного устрою Російської імперії. За допомогою антитези, підсиленої повтором, автор у кожній строфі поезії розкриває окрему сторону цього ладу – несправедливого, антигуманного, який душив у корені саму ідею свободи: «В тій країні люблять волю, / Всяк її шука по змозі / І про неї розмовляє – / У острозі, у острозі» [8, с. 95]. З цього випливає й сутність проблеми свободи слова та цензури, порушена у творі: «Там широка воля слову: / Кожен пише все, що знає, / І цензура ліберальна – / Все черкає» [8, с. 96].

У 1886–1887 рр. В. Самійленко намагався опублікувати літературний альманах «Хвиля». Ця спроба зазнала невдачі через цензурне вето В. Рафальського, колишнього класного інспектора Київського інституту шляхетних дівчат. Як стверджує М. Чернопиский, спираючись на архівні матеріали, цей відданий прислужник царату «послуги цензора запропонував сам, у “прошенні” по-лакейськи запевняв, що усві-

домлює необхідність витончено й “енергійно протидіяти пропаганді соціально-революційних ідей і нігілізму”, душити будь-які прагнення українців, поляків, євреїв до визволення, бо цей край “повинен бути і залишатись російським»» [12, с. 560]. Смерть цензора у 1888 р. дала В. Самійленку поштовх для написання «Пісні про віщого Василя» (1888).

Видання наприкінці XVIII – на початку XIX ст. поеми І. Котляревського «Енеїда» затвердило бурлеск як одну з наймогутніших форм сатири. Урочистий чи героїчний пафос, особливо з алюзією на відомий класичний твір, підсилює зображення негативних, смішних, жалюгідних явищ, проти яких спрямовується вістря авторської сатири. Саме цей прийом став фундаментальним для форми згаданого твору В. Самійленка, який можна вважати бурлескною версією балади О. Пушкіна «Пісня про віщого Олега», що зберегла строфіку, римування та віршовий розмір оригіналу. Наближення до класичного твору російської літератури допомагає сатирику підкреслити комічність постаті «героя» нової епохи В. Рафальського – оборонця імперії на ниві цензури.

Автор «Пісні про віщого Василя» дотримується сюжету пародійованого твору, вкладаючи в нього нову фабулу. Ворогами цензора, замість «нерозумних хозарів» [7, с. 185], є «*хахли*» нерозумні» [8, с. 103], чії «*вірші і прозу за буйний їх стиль / Він буде черкати й палити*» [8, с. 103]. Полеми бою для «віщого Василя» є цензурна установа, куди він прямує із усім бойовим запалом: «*Од гніву заснапавсь і страшно харчить*» [8, с. 103]. На своєму шляху він, як і герой-князь, зустрічає провісника долі, яким, замість волхва, виступає циганка-ворожка. Цей образ цікавий не стільки своєю сюжетною роллю (вона передбачає долю «віщого Василя», що спричиняє його подальші дії), скільки тим, що виражає авторську позицію. Циганка іронічно славить могутність цензора – владу над реакційними українофобськими газетами «*Киевское слово*» та «*Киевлянин*» («*І “Слово”, й “Кияни” до тебе несуть / Хаптурів усяких багато*» [8, с. 104]), знищення київського друкованого органу «*Заря*» («*Забрав ти життя у небоги “Зари”*»). Наступні слова ворожки, на наш погляд, репрезентують не стільки інвективу на адресу Рафальського, скільки авторське ставлення до цензури в цілому: «*Боїться тебе газетярів сім'я / Й письменники всі українські, / Бо звісна поганая вдача твоя – / Поводиться з ними по-свинськи*» [8, с. 104]. Припускати наявність такого узагальнення дають змогу останні рядки цитованої строфи: «*Нема тобі кари за вчинок бридкий: / Є в тебе незримий хранитель міцний*» [8, с. 104].

Подальша доля головного героя «Пісні...» визначається подібно до історії князя Олега: йому напророчено прийняти смерть від свого вірного товариша, яким, замість бойового коня, є «*олівець з магазину Пето*» [8, с. 104]. В. Самійленко обігрує сцену прощання князя з конем у творі О. Пушкіна так, що драматичний пафос підкреслює гостроту авторської іронії: «*Прощай же, мій друже! ти був той струмент, / Що ним я багато нашкодив: / Тобоя україн-*

ське письменство умент / Я нищив, на казна-що зводив» [8, с. 104]. «Віщий Василь» наказує підлеглим полатати олівця й кинути його у помийну яму, та незабаром відчуває брак вірного помічника в роботі, прокладає ворожку й іде подивитися на нього. Зображення решток цензорського олівця виразно контрастує з описом «благородних костей» [7, с. 187] княжого коня у творі-оригіналі: «І бачать: у ямі в помиах лежить / Бідаха олівчик потлілий, / Свиня над ним рожка, ворущить черва, / І кухар помії на нього злива» [с. 105].

Іронією просякнута й сцена смерті цензора: «Тим часом з недогнлків цензорський яд / Гарячим стовпом піднімався; / Мов пара отрутна, штиркнув його в ніс, / І скрикнув Василь, і вхопив його біс» [8, с. 105-106]. Вивершує сатиричну картину фінальна сцена, у якій, замість урочистої тризни за участі княжого подружжя Ігоря й Ольги, ми бачимо двоє помічників «вішого Василя» – Ромера з Самойловичем (перший згодом обійняв посаду Рафальського), які «поминають завзяця свого, / І як українці жахались його» [8, с. 106].

Сатиричний портрет Ромера разом з образом згаданого вище генерала Новицького постає у вірші «Собаки» (1888). В епіграф твору винесено уривок із постанови Київської міської думи про те, що собаки, які ходитимуть вулицями без намордників, вважатимуться безпритульними й підлягатимуть знищенню. Ліричний герой вірша награно радіє через те, що «у собак кусливих міських / Вже відібрано свободу» [8, с. 110], іронізуючи таким чином з дріб'язковості думців. Проте повністю авторський задум розкрито, за визначенням М. Бондаря, завдяки «несподіваній підміні логічного суб'єкта» [1, с. 31]. Від міркувань про собак автор несподівано переходить до зображення Ромера й Новицького: «Без намордників чвалають, / І до мене. Я з дороги. / "Отченаш" читаю нишком / Та мерщій од них у ноги!» [8, с. 111]. М. Бондар влучно спостеріг: «Поет одночасно дає комічне вирішення двом темам – дріб'язковості постанов міської думи та злобній активності ретроградів» [1, с. 32].

Образ цензора-реакціонера постає і в гуморесці «Щасливий день пана Ямайського» (1888), що, судячи з прізвища головного героя, є ще однією сатирою на В. Рафальського. Щасливою подією для цього персонажа стало те, що російський міністр схвалив його проект під назвою «Кілька уваг про те, як найшвидше приборкати й забити українське письменство». У першому параграфі цього документа пропонувалося стягувати з українських авторів податок в розмірі одного срібного карбованця за рукописний аркуш «якоби на марки» [8, с. 198]. У другому розділі йдеться про те, що «треба вимагати від авторів, щоб уживали тільки такі слова й речення, котрі будуть узнані за вповні народні, рукописи, що мають у собі роблені слова й речення, забороняти» [8, с. 198]. Тут, на наш погляд, простежується виразний зв'язок із біографією письменника, адже на одному із його заборонених до друку творів В. Рафальський залишив таку резолюцію: «Авторь обнаруживает стремление къ созданию искусственныхъ словъ и оборотовъ, а также къ измнненію уже существующихъ

в русскомъ языкѣ» [6, с. 13]. У цьому ж параграфі йдеться про потребу досягнути максимальної «об'єктивності» цензурних висновків, для чого необхідно «учредити при колісії сільську бабу, що не читала ніколи Старицького, аби вона під страхом кари доводила штучність цих слів і речень, які пану цензорові забажається узнати такими» [8, с. 198].

Комічність цього проекту підкреслюють примітки до параграфів та відповідь міністра. У першій йдеться, що стягнуті з авторів кошти «мають піти на видатки задля підтримання енергії пана цензора» [8, с. 198], а якщо неможливо буде знайти згадану сільську бабу, то «цензорові надається право наймати дівчину, але на утримання як тої, так і іншої повинно відбуватись коштом міністерії внутрішніх справ» [8, с. 198]. У відповіді, крім затвердження проекту та похвали цензора «за невсипущу енергію та старанність» [8, с. 199], зазначає, що 50% отриманих податків необхідно надсилати міністру, а «що ж до баби, то відповів, що питання про неї буде розглянуто в Раді державній "в законодательном порядке"» [8, с. 199]. У цих пропозиціях та резолюціях не лише викрито корисливість, приземленість та духовну обмеженість урядовців, а й продемонстровано безглуздість подібних проектів, котрими подібні пани Ямайські та міністри намагалися придушити українське слово.

Не менш комічною виглядає й підготовка до бенкету з нагоди визначної події в житті цензора. Замість бридкої «малоросійської» ковбаси було куплено «щирої, справжньої, дійсної "масковської"» [8, с. 199], вирішено не пити чарками, «бо слово чарка, якоширокоуживане в українській мові, дуже гидке та й звичай пити чарками "хахлацкій". Постановлено пити "стаканами"» [8, с. 199]. Справжнім вінцем свята стає тост, виголошений його винуватцем: «Тут, над трупами зарізаної мною літератури, п'ю за здоров'я тих, хто дав мені прерогативу: змогу доконати мое велике призначення. Ура!» [8, с. 199].

Щасливий день цензора продовжується й після бенкету, на якому він, п'яний, заснув під столом. Прокинувшись і вийшовши на вулицю, він бачить, що в назвах вивісок «усі назвиська на -ко мали на кінці -ов» [8, с. 200], а всі довкола «навіть куховарки й покоївки, говорили чистою московською вимовою» [8, с. 200]. Також Ямайський дізнається, що його новий проект мав таку силу, що всі українські автори, злякавшись, забрали свої твори із цензури. Настрій цензора покращується настільки, що він погоджується стерпіти українські пісні на концерті, який захотів відвідати. Але й там на нього чекає приємний сюрприз: пісні виконуються «не по-українському, а в російському вольному перекладі» [8, с. 201], і Ямайський із насолодою вслухається в «Что ж, что ж не пришол, / Пака месяц не взашил» та «Ах, чей ета двор, / Новая избушка?» [8, с. 201] (перекручені українські пісні «Чом, чом не прийшов» та «Ой, чий же це двір»). Цензор в екстазі широкої російської душі зривається на ноги, аплодує хористам і... прокидається.

На наш погляд, використаний в цьому творі прийом сну дозволяє авторові досягнути подвійної мети, як і вуже розглянутому вірші «Собаки».

З одного боку, сатирик демонструє абсурдність змін, яких прагнула для українських культури та суспільства російська влада. З іншого боку, сам факт, що картина капітуляції всього «халацко» постає лише в п'яному маренні цензора, утверджує переконання: у реальному житті такого не бувати.

У 1887 р. В. Самійленко отримав нагоду потрапити до менш задушливої політичної атмосфери. Завдяки фінансовій підтримці «Старої громади» він вирушив до Галичини, де мав змогу поспілкуватися з І. Франком, М. Павличком, О. Огоновським, О. Барвінським та іншими видатними українськими митцями та вченими [8, с. 520–524]. Та крім приємних вражень, молодий письменник привіз додому спогади про негативні явища Західної України, зокрема про москвофільський рух. Він також став об'єктом нищівної сатири В. Самійленка, що простежується в таких творах, як «Мандрували, мандрували...», «Возсоединенний галичанин», «Твердий русин», «Гостра стаття», цикл «Разговори». У них автор висміює потуги вірних слуг батюшки-царя й розкриває мету їхнього служіння ідеї всеросійської єдності, що яскраво відтворено в рефрені з поезії «Возсоединенний галичанин»: «Ах, дайте, дайте сто рублів / Служи всеруської ідеї!» [8, с. 117].

Проблему публіцистики в Галичині порушено в поезії «Гостра стаття» (припускається, що написана невдовзі після згаданої поїздки [12, с. 561]). Зображуваний у ній персонаж є, на перший погляд, справжнім журналістом, який має твердий намір написати гостру статтю: «Що рядочок, то мов шпилька, / Кожне слово б'є обухом. / Всім змололось обскурантам, / Що ворожим дишуть духом» [8, с. 108]. Він збирається викрити злі наміри ордену єзуїтів, російської агентури, австрійського уряду: «Все це вийшло дуже гостре / І вельми патріотичне. / О, вагу велику має / В пресі слово енергічне!» [8, с. 109]. Проте, завершивши статтю, автор лякається сміливості своїх тверджень, адже проти ченців, «ангельського чину» [8, с. 109], писати не годиться; уряд може оштрафувати, а то й запроторити до в'язниці, та й москвофіли не такі вже й погані люди. Тож горе-публіцист вирішує все виправити так, щоб не нашкодити своєю статтею нікому, а в першу чергу – самому собі: «Ну, нічого: все поправлю. / Скину всяку одвічальність / І додам сторінок зо дві / Про міцну свою лояльність» [8, с. 110].

Такий тип журналістів можна було зустріти й на Наддніпрянщині. Він постає у поезіях «Сміливий чоловік» (1887) та «Ідеальний публіцист» (1891), ідентичних за формою (порівняймо: «Оце я помістив новий трактат чималий / В журналі. / Там я доказую, що ми живем неладно – / Докладно» («Сміливий чоловік» [8, с. 99]; «Він пише, як зробить, щоб став багатшим кожний / Вельможний. / Він хоче, щоб народ ізмалку міг навчатись / Вклонятись» («Ідеальний публіцист») [8, с. 119]) та схожих за проблематикою. Можна відзначити, що другий твір, написаний пізніше, має більш виразне політичне забарвлення, тоді як більш рання сатира радше є шаржем на невмілого й боягузливого публіциста: «В трактаті тім я говорив хоча

не ясно, / Та красно, / І сміливо поставив під оним / Псевдоним» [8, с. 99].

Розглянувши твори «Сміливий чоловік», «Гостра стаття» та «Ідеальний публіцист», М. Бондар влучно визначив головну проблему, яку сатирик намагався передати через образи своїх персонажів. За словами дослідника, ці публіцисти «рахуються уже не тільки із зовнішніми умовами своєї діяльності, з диктаторською політикою видавців і редакторів, вони уже носять у собі самодіяльного, значною мірою добровільного цензора, – це він спонукає їх до випереджуючої обставини превентивної обачності, наперед забігаючої догідливості» [1, с. 35]. Цю проблему, пов'язану із загальним комплексом меншовартості й духовною здрібнілістю, розкрито в цілій низці творів В. Самійленка, таких як «Патріота Іван», «На печі», «Патріотична праця», «По Шевченку», «Якби тепер устав Тарас» тощо.

Типам людей, чії вади викриваються в цих творах, можна протиставити тип самого автора, що проступає в образі ліричного героя його громадянської та філософської поезії («Україні», «Українська мова», «Ямби», «Катам» та ін.). На початку ХХ ст. І. Франко писав про свого сучасника, що «він українець, свідомий українець, усією душею відданий своїй країні і своєму народові – і се в Росії тип поки що свіжий, мало ще розповсюджений, тип, можна сказати будучини» [10, с. 201].

Г. Гевків з-поміж ознак, що споріднюють публіцистику та художню літературу, виділяє їхню мотивацію – пошук та утвердження істини [3, с. 99]. Ця мотивація набуває особливої актуальності в складну історичну епоху. Саме тому М. Гайдеггер, відповідаючи на питання Ф. Гельдерліна «і навіщо поет у смутний час?», стверджує: «Саме “поети в убогий час” мусять творити саму суть поезії, і там, де це відбувається, можна сподіватися поезії, що включається в долю епохи» [2, с. 182]. В Самійленко виявляв у своїх сатиричних творах глибоке розуміння політичної ситуації та соціальних проблем в Україні, активну громадянську позицію, порушував найбільш гострі проблеми свого часу. Це дає змогу стверджувати, що його твори можна вважати надбанням не лише художньої літератури, але й публіцистики, особливо з огляду на те, що в них широко представлена власне публіцистична тематика.

**Висновки і перспективи дослідження.** У сатири В. Самійленка 1880–1890-х років було порушено важливі проблеми українських книговидавництва та преси, що працювали під сильним цензурним та політичним тиском з боку російського уряду. Ці твори письменника становлять цікаву точку зору на вітчизняну публіцистику в контексті суспільно-політичної ситуації того часу.

На подальше наукове висвітлення також заслуговують тексти, в яких відображено наступні етапи розвитку української культури – після революції 1905 р., коли було знято низку цензурних заборон, та після революції 1917 р., коли Україна боролася за право мати власну державу. Ці дослідження набувають особливої актуальності сьогодні, коли Україна знову змушена відстоювати власну мову та державність під активним тиском з боку Росії.

**Список літератури:**

1. Бондар М. Творчість Володимира Самійленка / М. Бондар // Самійленко В. Твори // В. Самійленко. – К.: Дніпро, 1989. – С. 5-46.
2. Гайдеггер М. Навіщо поети / М. Гайдеггер // Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / За ред. Марії Зубрицької. – Львів: Літопис, 2001. – С. 182-197.
3. Гевків Г. Публіцистика і поезія: вивчення підстав взаємодії / Г. Гевків. – Львів: Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». – 2009. – Вип. 32. – С. 95-105.
4. Лазебник Ю. Публіцистика в літературі. Літературно-критичне дослідження / Ю. Лазебник. – К.: Радянський письменник, 1971. – 320 с.
5. Наріжний С. Українська преса [Електронний ресурс] / С. Наріжний // Українська культура: Лекції за редакцією Дмитра Антоновича / Упор. С.В. Ульяновська; Вст. ст. І.М. Дзюби; Перед. слово М. Антоновича; Додатки С.В. Ульяновської, В.І. Ульяновського. – К.: Либідь, 1993. – Режим доступу: <http://litopys.org.ua/cultur/cult10.htm>. – Назва з екрана.
6. Обідний М. Володимир Самійленко: на терезах поетичної думки / М. Обідний. – Тарнів: Друкарня Й. Піша, 1921. – 32 с.
7. Пушкин А. Собрание сочинений в 10 томах. / А. Пушкин. – М.: ГИХЛ, 1959–1962. – Т. 1: Стихотворения 1814–1822. – 643 с.
8. Самійленко В. Поетичні твори. Прозові твори. Драматичні твори. Переспіви та переклади. Статті та спогади / Вступ. ст., упоряд. і приміт. М.Г. Чернопиского; Ред. тому П.І. Орлик / В. Самійленко. – К.: Наукова думка, 1990. – 608 с.
9. Тулуб О. Матеріали до життєпису Володимира Самійленка / О. Тулуб // За сто літ: матеріали з громадського і літературного життя України ХІХ і початків ХХ століття. Книга третя / За ред. акад. М.С. Грушевського. – К.: Державне видавництво України, 1928. – С. 295-314.
10. Франко І. Володимир Самійленко. Проба характеристики // Зібрання творів: У 50 т. / І. Франко. – К.: Наукова думка, 1982. – Т. 37. – С. 193-204.
11. Чернопиский М. Володимир Самійленко / М. Чернопиский // Самійленко В. Поетичні твори. Прозові твори. Драматичні твори. Переспіви та переклади. Статті та спогади / Вступ. ст., упоряд. і приміт. М.Г. Чернопиского; Ред. тому П.І. Орлик / В. Самійленко. – К.: Наукова думка, 1990. – С. 5-33.
12. Чернопиский М. Примітки / М. Чернопиский // Самійленко В. Поетичні твори. Прозові твори. Драматичні твори. Переспіви та переклади. Статті та спогади / Вступ. ст., упоряд. і приміт. М.Г. Чернопиского; Ред. тому П.І. Орлик / В. Самійленко. – К.: Наукова думка, 1990. – С. 535-596.

**Староста О.І.**

ГВУЗ «Ужгородский национальный университет»

**САТИРИЧЕСКИЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ В. САМИЙЛЕНКО В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ УКРАИНСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ КОНЦА ХІХ В.****Аннотация**

В статье рассмотрено тематический диапазон украинской публицистики конца ХІХ в. на материале сатирических текстов В. Самийленко. Выделено ключевые проблемы, поднятые автором: цензурное и политическое давление; украинофобство; трусость и угодливость украинских журналистов; комплекс неполноценности. Проанализировано художественные приемы, с помощью которых автор воплощает свое видение злободневных вопросов общественно-политической и культурной жизни того времени. Продемонстрировано, что конкретные исторические обстоятельства деятельности В. Самийленко обусловили приближение природы его произведений публицистической. Подчеркнуто актуальность изучения художественных текстов поэта, их новаторство в контексте развития отечественной публицистики означенного периода.

**Ключевые слова:** В. Самийленко, литература, публицистика, книгоиздание, цензура, политика, Российская империя.

**Starosta O.I.**

Uzhgorod National University

**SATIRIC WORKS BY VOLODYMYR SAMIYLENKO IN THE CONTEXT OF UKRAINIAN JOURNALISM DEVELOPMENT, THE END OF THE XIXTH CENTURY****Summary**

The article deals with a set of topics about Ukrainian journalism at the end of the XIXth century presented by satiric works of Volodymyr Samiylenko. The writer focused on the following key problems: censorship and political pressure; Anti-Ukrainian sentiment; cowardice and flattery of journalists; low self-esteem. The artistic means that help the author to render his view of topical issues of contemporary socio-political and cultural life are analyzed. It is demonstrated that certain historical circumstances of Volodymyr Samiylenko's work time predetermined the similarity of his works to journalistic style. The importance of the poet's satirical texts, their innovations in the context of the national journalism development of that period is emphasized.

**Keywords:** Volodymyr Samiylenko, literature, journalism, book publishing, censorship, politics, Russian Empire.

УДК 81'1+82+808.1+801.82

## ИНВЕКТИВА В СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ

Форманова С.В.

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Статтю присвячено аналізу інвективи в сучасних Інтернет-виданнях. Останнім часом простежується тенденція до вживання в засобах масової комунікації, а особливо на сторінках Інтернет-видань, не лише стилістично знижених лексичних засобів, а й інвективи, яка є засобом найнижчого в морально-етичному плані шару лексики.

**Ключові слова:** інвектива, стилістично знижена лексика, некодифікована лексика, засоби масової комунікації, інтернет-видання.

**Постановка проблеми.** Некодифікована лексика є одним із ефективних засобів досягнення експресії й впливу на читача. Це регулярний засіб подолання журналістських штампів, який користується попитом у мовленні інтернет-видань. Сьогодні вважається модним використовувати лайливі, вульгарні, брутальні слова не лише в побутовому мовленні (що із задоволенням роблять підлітки), а й на робочих місцях, у телевізійних передачах, у залі засідань Верховної Ради, у ЗМК, у художній літературі тощо. І це не звичка, а вияв епатажу, навмисне порушення узвичаєних норм і правил.

Слід зауважити, що ЗМК демонструють не лише моделі агресивного лихослів'я, але й інвективні форми, як засіб своєрідної комунікативної норми. Засвоєння агресивного лихослів'я підкріплюється пропагандою насилля, що спотворює систему духовних цінностей через тиск, культ сили, прагнення до влади, авторитарність. Це породжує відповідні соціальні установки (уявлення про те, що світ жорстокий і повний насилля) й сприяє засвоєнню агресивного лихослів'я, як вербальної форми сублімації фізичної агресії.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Активне дослідження інвективної лексики насамперед є характерним для зарубіжного мовознавства, де ще в 70-80-х роках минулого сторіччя утвердився підхід до аналізу лінгвістичного феномену інвективи як мовного знака (Л. Андерсон, М. Буже, Р. Емен, О. Есперсен, Е. Клайр, Ф. Мендзор, П. Паломіно, А. Пеймс, Б. Развратников, Х. Рафсон, М. Раффнер, П. Традгілл, П. Целдран). В українстиці найчастіше інвективу розглядають як обценну лайку, в основі якої лежить відступ від соціальних, моральних, етичних норм і правил поведінки (Т. Вільчинська, Б. Коваленко, Г. Завражина, Ю. Мушкетик, Я. Радевич-Винницький, Д. Синяк, Л. Ставицька), проте наявні праці висвітлюють лише поокремлі аспекти цього вагомому шару лексичної системи, що акцентує на необхідності його ретельної наукової кваліфікації, насамперед – з'ясування лінгвістичного статусу інвективи, виокремлення критеріїв уналежнення лексики до інвективного шару та ін.

У сучасних тлумачних словниках слово «*інвектива*» має таке визначення: лайливий (від англ. abusive) – пов'язаний з вираженням незадоволення брутальними, лайливими словами [1, с. 68]; *інвектива* – від лат. invective (oratio) – лайливе мовлення; різкий виступ проти кого-

чого-небудь, викривальне мовлення; образа, напад [4, с. 226]; *інвектива* (від пізньолат. invectiva oratio – лайлива промова), різновид сатири, гнівне письмове або усне звинувачення, памфлет; діатриба [8, с. 487]; *інвектива*, -и, ж, [від лат. invectivus – лайливий, сварливий] (книжн.). Гнівний виступ проти кого-н., образливе висловлення, лайка, випад [9, с. 1200]; *інвектива*, -и, ж. Гострий виступ проти кого-, чого-небудь, гостре обвинувачення [2, с. 397]. Наведені дані лексикографічних джерел засвідчують, що інвективою може бути лайливий, гострий, різкий виступ, гнівне звинувачення, образливе висловлювання.

Мовознавче визначення терміна знаходимо в підручнику зі стилістики української мови Л. Мацько, О. Сидоренко, О. Мацько [2003], де основну увагу автори звертають на семантику терміна: «*Інвектива* (лат. invective, від invehor – нападаю) – гострий викривальний виступ, різке звинувачення, осуд когось» [5, с. 439]. На думку Я. Радевича-Винницького, *інвектива* – це образливе слово, лайка, словесний випад. Інвективна лексика (грубі, вульгарні слова) і фраземіка (грубі, вульгарні вислови) є в усіх мовах, очевидно, за винятком штучних. Ці одиниці потрібні мовцям у стані афекту (з лат. – «настрій, хвилювання, пристрасть») – короточасного сильного переживання: гніву, люті, відчаю, раптової бурхливої радості тощо, коли в критичних умовах людина неспроможна знайти вихід із ситуації [6, с. 177]. Однак, ніхто з авторів не звернув увагу на парадигматичні відношення в інвективному просторі, тобто метафоричні, метонімічні, родові, синтаксичні тощо. Таким чином, головним у визначенні семантичного компонента, який актуалізовано у наведених визначеннях, є образа, яку спрямовано на кого-небудь чи що-небудь. У статті поділяємо думку М. Голева, який зазначав, що використання мови в соціальному житті людини завжди містить певний потенціал «природної» образливості [3, с. 5].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Поняття «інвектива» виявляє сутність маргінального коду (В. Жельвіс, Т. Кудінова, В. Михайлін, Б. Шарифуллін), характеризується емоційно-оцінним, експресивним і прагматичним критеріями, формується як внутрішньомовними (системні міжрівневі взаємозв'язки, власний словотворчий потенціал, семантичні й стилістичні парадигми, мовні антиномії тощо), так і екстралінгвальними чинниками. Останні зокрема позначені ставленням

соціуму до цього мовного прошарку, який відображає деструктивну свідомість, недосконалість, перевагу негативу й агресії над позитивом, спрямованість на створення особливої комунікативної тональності, зниження етикетних норм спілкування, його фамільярність і вульгарність, що перетворюється на образ і спричинює конфліктний мовленнєвий акт. З огляду на це пропонуємо тлумачити **інвективу** як *вербально виражене ставлення адресанта до адресата, яке має на меті різке звинувачення, осуд з метою образити, принизити й зганьбити опонента та дискредитувати його.*

**Мета статті** – полягає в розкритті семантичних і стилістичних особливостей інвективи в сучасних інтернет-виданнях, які створюють комунікативно-прагматичний потенціал інвективного простору. Мета зумовила розв'язання таких завдань: 1) з'ясувати визначення терміна «інвектива» в українській мові; 2) обґрунтувати мотив вживання інвективи; 3) схарактеризувати інвективи як засіб комунікативної інтеракції в сучасних інтернет-виданнях.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Інвектива реалізується перш за все на лексичному рівні, що в словниках виражено в системі стилістичних позначок, які вказують на виразні відтінки слів: *лайка, несхвальне, презирливе, зневажливе, докірливе, вульгарне*. Цілком очевидно, що ступінь негативної оцінності, позначуваної цими позначками, варіюється. Сьогодні в будь-якому жанрі інтернет-видань можемо натрапити на інвективу, як-от: *дурня, кретин, лайно, придурок, баран, чмо, лох, курва, курка облізла, бугай, жеребець, кобель, свиня, бидло* та ін.

**Матеріалом дослідження** слугували інтернет-видання України: «Українська правда»; «Інтернет-видання «Полтавщина». Проаналізовано різножанрові тексти: аналітичні статті, коментарі, інтерв'ю, форумні діалоги. Нами дібрано 60 інвективних лексичних одиниць, кількість їх слововживань – 102 одиниці.

Розглянемо фактичний матеріал:

*А що ви робите щоб вас не називали сільським бидлом? Неприємно, правда, коли вас називають сільським бидлом? Мені неприємно ... (Інтернет-видання «Полтавщина»); Якщо людина не бидло то паркуватись на тротуарі не буде. І не буде шукати цьому виправдань (Українська правда); ... Просто у голові не вкладається: це ж якими ж негідниками треба бути, це ж як треба зневажати людей і тримати їх за бидло (Українська правда); Великий червоний транспарант зі словами: «Думай! Ти – не бидло!..» (Українська правда); Разом доведемо, що ми не бидло, а потужна територіальна громада! (Інтернет-видання «Полтавщина»); Ділять людей на високо інтелектуально розвинутих і «бидло» за ознакою чистоти мови (Інтернет-видання «Полтавщина»); Натомість нам пропонують: будеш слухняним бидлом – матимеш бізнес, друзів, дамо віру, а на додачу й жінку... (Українська правда).*

Лексикографічні джерела дають таке тлумачення цієї лексеми: Бидло – 3. *лайл*. Скотина, хам [7]; 2. *іст.* Зневажлива назва поневоленних українських селян, яку вживала польська шляхта. 3. *лайл*. Скотина, хам [2, с. 49]. Як бачимо,

ця лексема не лише несе негативну семантику, а і є образою, оскільки містить позначку «*лайливе*», виражається в презирливому ставленні, відразу, зневазі. Інвектива *бидло* є досить частотною і має негативний оцінний компонент. У наведених прикладах яскраво простежується вербальна агресія, як навмисне вираження негативних емоцій, що мають інвективне прагматичне значення з метою виплеснути своє обурення за неадекватну поведінку людей.

Інвектива в мовотворчості майстрів публіцистики та журналістики неодмінно має негативний оцінний компонент, який повною мірою виявляє себе в назвах-характеристиках людей, як-от: *дебіл, ідіот, негідник, йолоп, гад, душолюб, кретин, придурок, виродок, дегенерат* та ін.

Наприклад, *Не знаю, як там за бугром, а в нас реклама розрахована на дебілів (Українська правда); Що ж ви нарobili, негідники! (Українська правда); Телебачення для йолопів? (Інтернет-видання «Полтавщина»); Роздають гаді, якщо помітять! (Інтернет-видання «Полтавщина»).*

Інвективи *дебіл, негідник, йолоп, покидьок, недоумок, гад* позначають людину, як носія обмежених моральних якостей. Внутрішня форма цих номенів у вихідному значенні має негативну експресію, яка в умовах контексту може увиразнюватися прикметниками-означеннями, актуалізуючи семантичну визначеність ненормативної одиниці. Слововживання й словотворення ненормативної лексики у мовленні особливо відзначено в інтернет-виданнях. При цьому їхньою характерною ознакою є досить часте використання саме в заголовному комплексі інвективної лексики й лихослів'я.

Доволі багато ненормативної лексики і всередині журналістських текстів, як-от: *Я не можу знайти жодних раціональних пояснень, чому ми говорили про свободу слова, економічну кризу, шоу-бізнес в літературі, а не про бухло, наркотики, рок-н-рол і курвів... Свобода – це взагалі така суча матерія... Бог же дивиться на тебе, і коли ти стаєш сучою – Він у тебе все забирає (Українська правда); Отже, варто критичній масі соціальних тварюк лише промовити слово «криза» – і нате вам ху..ві факти і наслідки засіють і без того роздубану масову свідомість прогнозами, здатними безпосередньо викликати отого мудака мертвого Джимі, чие ім'я на «-ець»... А сутність кризи набагато простіша, ніж підстави виникнення дарвінізму: намахай ближнього свого, бо інакше тобі не воздасться (Українська правда).*

Інвективи *курвів, суча матерія, сучою, тварюк, ху...ві факти, мудака, на – ець, намахай* викривального характеру. Вони містять негативну образливу семантику, вирізняються експресією й оцінкою кризової ситуації, що склалася в суспільстві. Їх можна кваліфікувати як лексеми-напади. У наведеному фактичному матеріалі прозоро спостерігаємо комунікативну стратегію дискредитації й злободенну критику, спрямовану на приниження й звинувачення. «Зазначені інвективи можемо кваліфікувати як жанр образливого, згрубілого, огидного, немилосердного глуму, який засновано на антипатії» [10, с. 90].

На нашу думку, вживання некодифікованої лексики в інтернеті (насамперед не тільки як



виразного емоційного, епатажного засобу, але й як вияву вербальної агресії, примітивної форми афективного мовлення) у таких випадках не лише дискредитує журналіста, який є автором того чи іншого матеріалу, але й знеособлює адресата – реального чи потенційного читача журналістського продукту, заперечує етичні норми й правила, що є прийнятними в суспільстві. Це лексика (найчастіше табуована суспільством), яка містить у своїй семантиці, експресивному забарвленні чи оцінному компоненті намір принизити, образити, знаньбити адресата мовлення чи третю особу в різкій і цинічній формі.

Зазначимо, що в сучасних інтернет-виданнях все більшого поширення серед некодифікованої лексики набувають інвективи, кількість яких обмежена загальною концепцією цих видань. Тому ми звернулися до сучасного форумного дискурсу, особливо політичної спрямованості, де найчастіше боротьба ведеться з використанням нечесних прийомів та емоційного впливу за допомогою інвектив. Оцінки нерідко заміняють у форумному обговоренні логічну аргументацію, точніше, будучи розрахованими на емоційне сприйняття читачами форуму, самі здобувають характер аргументів (або псевдоаргументів). З цією метою й використовуються різні види інвектив. Стійкі, відомі всім асоціації-інвективи створюють негативно-іронічне відношення до позначуваних ними осіб, ці інвективи на адресу своїх ідейних супротивників покликають принизити їх. В ролі інвектив можуть виступати й нормативні лексеми, якщо вони вжиті з метою принизити опонента або надати його образу негативної характеристики.

Розглянемо фактичний матеріал, в основу якого покладено форумне спілкування львів'ян на інтернет-ресурсі «Львів. Форум Рідного Міста». Одна із груп образливого мовлення – це інвективи, які вжиті з метою завдати моральної шкоди. Використання інвектив у чоловічому мовленні, зокрема у форумному дискурсі, характеризує більша лексична експресія й стилістична зниженість, використання слів з емоційно-оцінним забарвленням не відповідає стилістичній тональності контексту й етичним нормам. У ході дискусії нерідко застосовують цілий арсенал знижених, грубих, лайливих, оцінних засобів.

Помітним у форумному спілкуванні є тяжіння до ярликових оцінок іронічного характеру, що націлені на зниження рівня самооцінки опонента: *нечиста, жах, маразм*.

Розглянемо фактичний матеріал:

*Прошло 2000 років, суспільство зробило величезний крок вперед, як на мене, а стереотипи лишилися тими самими. Виходить, що жінка, з погляду релігії, – це насамперед самка для народження потомства, і в ній нема тої духовності, що є в чоловікові. **Нечиста. Жах** [11]; Для мене не потрібні ніяких пояснень, адже я на підсвідомому рівні розумію, що прагнення жінок стати священником, щоб тільки довести те, що жінка не гірша за чоловіка і що має однакові права – це **маразм і все!** [11].*

У мовленні опонентів можуть бути використані й оцінки, що, як правило, мають їдкий іронічний характер за рахунок використання знижених, стилістично конотованих одиниць: *тріскотня, рагулі, євроінтегратори, бідним, зацькованим*

*жінкам, сектанти та відступники. Отже, одним із завдань інвектив, які зазначено на основі нашого мовного матеріалу, є прагнення принизити соціальний статус адресата, як-от: *Ліну Василівну зачепила зовсім не **тріскотня** нікому не відомих письменників, а той факт, що на ній спробували заробити!* – розповіла подруга. – *Львів став єдиним містом, де влаштували продаж квитків – по 30-100 грн. Хоча скрізь запрошення роздавалися безкоштовно. **Рагулі...** [11]; *Здається, мені **євроінтеграторів** поменшало... У нас на Форумі принаймні. Дехто навіть чи не автаркію будуватиме...* [11]; *Точно. Не в брів, а в око. І стереотипи лишилися тими самими – і щодо релігії також. А **бідним, зацькованим жінкам** і досі не дають відправи в церкві служити! **Как страшно жить** [11]; Так проблема в тому, що традиційні для нас конфесії занадто часто **обзивають** одне одного **сектантами та відступниками**. От наприклад при татворенні ГКЦ, ті, що «за» відлучили від церкви тих, що були «проти». А ті, що «проти», відповіли їм так само... [11].***

Очевидним є і прагнення через інвективу домогтися зміни поведінки адресата: *ткнути фейсом, соцреалізм, закиди в стилі сов'єцької пропаганди, багатовекторну задницю*. Наприклад, *В записках сконцентровано негатив, не відмічено позитивних подій – а може в тому і суть – **ткнути фейсом** в проблеми, загострити їх? (там на зустрічі хтось так і казав). Вимога відображати і позитив теж мені нагадує «соцреалізм» [11]; Про ксенофобію, а особливо фраза «причому тут священний місяць рамадан» – ну це вже чисто **закиди в стилі сов'єцької пропаганди**»; «Практично тому є тільки три дороги: 1. В Європу. 2. В Росію. 3. В багатовекторну задницю [11].*

У форумному спілкуванні інвективи часто виступають як засіб відношення мовця до предмета мовлення, як-от: *отыметь нас, звиженні борці, мляві посилення, містичні забобони*

Розглянемо приклади: *Мені чомусь здається, що і Росія, і ЄС **однаково намагалися отыметь нас за наші ж гроші** [11]; *І це не є, придумане **звизненими борцями** за права жінки бути мужчиною, порушення якихось прав. Просто мужчина і жінка різні, і не лише фізіологічно [11]; *Росте, ви навіть не здогадуєтесь, наскільки позбавлена сенсу ця суперечка для мене, адже я – атеїст. Просто хотілося почути АРГУМЕНТИ, а не **мляві посилення** на Біблію і загадкові начала у Всесвіті. Я їх не почула [11]; *Те, що хтось відчуває себе погано, якщо десь священником є жінка, мені видається ненормальним. Тре накінець відкинути всі **містичні забобони**, і відчутти себе європейцями [11]; *На Франка є вивіска – «Лімож». Написане ніби українською (там поруч, чи то крамниця яка, чи фітнес-центр), але... французьке місто Лімож по-нашому як вимовлятиметься, так і писатиметься: Лімож. То просто **недолуго** написано, і край [11].*****

Таким чином, використання інвективи в мовленні, особливо в мовленні журналіста, який кваліфікує себе як «четверта влада», не може бути свідомим вибором адресанта, навіть тоді, коли цього вимагає ситуація спілкування, оскільки цьому суперечать етикетні норми й мораль.

**Висновки і пропозиції.** Спостереження над сучасними інтернет-виданнями переконливо свідчать про те, що сьогодні на мовлення й на публіцистику інтернет-видань значний вплив справляє усне мовлення. Аналізуючи мовлення сучасної української інтернет-публіцистики, доходимо висновку, що джерелом стилістично зниженої, зокрема ненормативної лексики, є як розмовно-літературна, так і розмовно-нелітературна лексика. Ненормативні одиниці функціонують з різним ступенем частотності – переважає розмовна лексика, менш уживаними є інвективи, найменшу частотність виявляють жаргонні й просторічні елементи, сленг. Найважливішою функцією інвективи є її використання як знаряддя боротьби з опонентом, зокрема ідейної та політичної. Із цієї загальної функції випливають такі приватні різновиди, як обвинувачен-

ня, дискредитація, приниження, деморалізація опонента. Причому в ролі інвектив можуть виступати й нормативні лексеми, якщо вони вжиті з метою принизити опонента або надати його образу негативної характеристики. У плані мовного вираження, як спостерігаємо, є наступні види інвектив: лайливі інвективи, інвективні ярлики, іронічні інвективи.

Розкутість, невимушеність та невнормованість повсякденного мовлення накладає свій відбиток на оформлення висловлювань, що відбивається на доборі й ужитку інвектив. Це свідчить про безкультур'я адресантів, які в мовленні дозволяють собі свободу, стихійність, неприродність, анархічність та спонтанність.

Перспективу дослідження вбачаємо в аналізі вербальних і невербальних засобів у мовленні українських телеведучих.

### Список літератури:

1. Ахманова Е.С. Словарь лингвистических терминов / Е.С. Ахманова. – М., 1969.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К.; Ірпін: ВТФ «Перун», 2003. – 1440 с.
3. Голев Н.Д. Об объективности и легитимности источников лингвистической экспертизы / Н.Д. Голев // Юрислингвистика – 3 : Проблемы юрислингвистической экспертизы. – Барнаул: Изд-во Алтайского университета, 2002. – С. 3-29.
4. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов / Л.П. Крысин. – М.: Русский язык, 2000.
5. Мацько Л.І. Стилістика української мови : підр. для філол. спеціальностей вищих навч. закладів / Л.І. Мацько, О.М. Сидоренко, О.М. Мацько. – К.: Вища шк., 2003. – С. 431-453.
6. Радевич-Винницький Я. Етикет: культура спілкування / Я. Радевич-Винницький. – Львів: Сполом, 2001. – 224 с.
7. Словник української мови : в 11-ти томах / редкол. І.К. Білодід (голова) [та ін.] Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/>. – Назва з екрану.
8. Советский энциклопедический словарь / гл. ред. А.М. Прохоров. – [4-е изд.]. – М.: Сов. энциклопедия, 1988. – 1600 с., ил.
9. Толковый словарь русского языка / [сост. Г.О. Винокур, Б.А. Ларин, С.И. Ожегов, Б.В. Томашевский, Д.Н. Ушаков]; под ред. Д.Н. Ушакова. – Т. 1. – М.: ОГИЗ, 1935. – 1562 с.
10. Форманова С.В. Інвективи в українській мові : дис. ... докт. філол. наук : 10.02.01 / Світлана Вікторівна Форманова / ОНУ імені І.І. Мечникова. – Одеса, 2013. – 450 с.
11. Форум: Львів. Форум Рідного Міста. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://misto.ridne.net/>. – Назва з екрану.

**Форманова С.В.**

Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова

## ИНВЕКТИВА В СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯХ

### Аннотация

Статья посвящена анализу инвективы в современных Интернет-изданиях. В последнее время прослеживается тенденция к употреблению в средствах массовой коммуникации, особенно на страницах Интернет-изданий, не только стилистически сниженных лексических средств, но и инвективы, которая является средством низкого в морально-этическом плане слоя лексики.

**Ключевые слова:** инвектива, стилистически сниженная лексика, некодифицированная лексика, средства массовой коммуникации, интернет-издания.

**Formanova S.V.**

Odesa I.I. Mechnikov National University

## INVECTIVE IN MODERN INTERNET ISSUES

### Summary

The article is devoted to the analysis of invective in modern Internet publications. Recently, the tendency to use in the mass media, and especially on the pages of Internet publications not only stylistically reduced lexical means, but also invective, which is the means of the lowest moral-ethical plan of the vocabulary layer, is traced.

**Keywords:** invective, stylistically reduced vocabulary, uncodified vocabulary, mass media, Internet publication.

УДК 81'1+82+808.1+801.82

## НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КОМУНІКАЦІЇ (НА МАТЕРІАЛІ ІНТЕРВ'Ю З ЖУРНАЛІСТОМ МАЙКЛОМ ЩУРЕМ)

Форманова С.В., Ленець Є.І.

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

У статті аналізується значення наукового інтересу до вивчення невербальних засобів вираження комунікативного простору, а також з'ясовується необхідність системного підходу до цієї проблематики. Автор простежує невербальну поведінку журналіста й зосереджує увагу на тому, як це впливає на комунікативну інтеракцію.

**Ключові слова:** невербальні засоби, невербальна поведінка, комунікативний простір, комунікативна інтеракція, засоби масової комунікації.

**Актуальність** статті зумовлена тим, що невербальне спілкування включає такі форми самовираження, які не спираються на слова та інші мовні символи, воно спонтанне й виявляється несвідомо; воно потребує ґрунтовного аналізу, унормування й закріплення в лексичній і термінографічній системах.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Паралінгвістика з'явилася наприкінці ХХ століття у дослідженні комунікативної поведінки (М. Кричлі, Ч. Морріс, А. Піз, Дж. Фаст, М. Андріанов, І. Горелова, Г. Крейдлін, Х. Міккін, В. Морозов, А. Паславська та ін.). Тому вважаємо, що до предмета нашого дослідження необхідно уналежнити не лише мовні, а й невербальні засоби, насамперед жести та поставу тіла, які яскраво засвідчують поведінку людини, щоб прослідкувати, що саме провокує її вчинки й певні дії. Дослідженню цієї проблеми в сучасному мовознавстві також приділяли увагу як вітчизняні, так і зарубіжні мовознавці: Є. Асмолов, Ф. Бацевич, Р. Бердґуїстелл, Г. Калеро, Г. Кириленко, В. Лабунська, М. Лисіна, Д. Ниренберг, Л. Порше, С. Форманова, Т. Чмут, Г. Чайка, А. Штангаль та ін.

**Формулювання мети статті й постановка завдань.** Метою статті є з'ясування причини виникнення невербальних засобів як складника комунікативного простору. Мета зумовила розв'язання таких завдань: 1) визначити роль невербальних засобів в інтерв'ю з журналістом; 2) покласифікувати невербальні засоби; 3) потрактувати семантику жестів журналіста в комунікативній інтеракції.

Ефективність спілкування визначається не лише ступенем розуміння слів співрозмовника, але й умінням правильно оцінити поведінку учасників комунікативного акту, їхню міміку, жести, рухи, поставу, спрямованість погляду, тобто зро-

зуміти мову невербальної комунікації. Ця мова дозволяє мовцю повніше висловити свої почуття, показує, наскільки учасники комунікативного акту володіють собою, як вони ставляться один до одного, оскільки невербальне спілкування найяскравіше свідчить про реальне «обличчя» комунікантів [5, с. 472].

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вербальні компоненти відіграють провідну роль у міжособистісному спілкуванні, оскільки саме вони є основними носіями значень повідомлень [4]. Цілком природно, що ця складова частина комунікативного акту є більш дослідженою. Проте деякі дослідники стверджують: частка невербальних сигналів у міжособистісному спілкуванні становить 60–80% [4], що доводить важливість дослідження елементів інших семіотичних систем. Існують різні типології невербальних засобів спілкування, оскільки їх утворюють і сприймають різні сенсорні системи: зір, слух, тактильні відчуття, смак, нюх, а також ураховується момент, коли відбувається спілкування [4]. За класифікацією Ф. Бацевича, невербальні засоби спілкування поділяються на акустичні, оптичні, тактильно-кінестезичні, ольфакторні, темпоральні [1, с. 58]:

Невербальні засоби спілкування

Невербальні повідомлення мають певні особливості. Вони зазвичай неструктуровані, їх неможливо розкласти на окремі складники, оскільки вони є виявом темпераменту людини, її емоційного стану, самооцінки, соціальних статусів, належності до певної групи, субкультури тощо. Тому наш аналіз буде здійснений саме на оптичних (кінесика) засобах спілкування, які найширше представлені в інтерв'ю в студії Телеканалу новин «24» з ведучим програм «Але є одне Але» і «Утеодин» – Майклом Щурем.

Акустичні		Оптичні		
екстралінгвістика	просодика	кінесика	проксемика	зовнішній вигляд
– паузи	– темп мовлення	– жести	– відстань між мовцями	– фізіономіка
– кашель	– тон	– міміка	– вплив території	– тип і виміри тіла
– зітхання	– тембр	– поставу тіла	– вплив орієнтації	– одяг
– сміх	– висота гучності	– хода	– дистанція	– прикраси
– плач	– манера мовлення	– контакт очима	– просторове розміщення співбесідників	– зачіска
	– спосіб артикуляції			– косметика
				– предмети особистого вжитку

(Журналіст розповів, як відвідав виборчу дільницю та поділився враженнями) [3].

Кінесика (з грец. *kinesis* – рух) – це один із найважливіших засобів невербального спілкування, який найбільшою мірою впливає на його перебіг. Її ще називають «мовою тіла» [1, с. 61].

Науковим підґрунтям аналізу фактичного матеріалу стали праці Ф. Бацевича, А. Піза, Д. Співака. Це дало змогу покласифікувати невербальні засоби спілкування таким чином:

1. Жести (руки й кісті рук).
2. Міміка (контакт очима).
3. Екстралінгвістичні та проксодичні засоби.
4. Постава тіла.
5. Проксеміка.

*Жести* – це різноманітні рухи руками й головою, у спілкуванні є носіями різного типу інформації, пов'язані з емоційними станами комунікантів [1, с. 68].

У розмові журналіста з ведучою (про вибори) спостерігаємо, що більшість жестів спрямовані на вираження:

**оборони:** руки схрещенні на грудях, напружена шия:... *Я вже можу головувати, але Аманду (його дитина. – С. Ф., Є. Л.) та кота не брав, бо вони ще не вирости та не можуть голосувати, але я над тим працюю, голосував добре, черги не було, трошки постояв біля столу і взяв документи, і все, все...* [3]. Тут інтерв'юер описує свою поведінку під час голосування до дрібниць, після кожної думки махає рукою (показуючи що так робить кожен пересічний українець), але поза з схрещеними на грудях руками залишається незмінною. Таким чином, він закритий від співрозмовника, не бажає відкриватися; така поза вказує на приховування своєї особистості та недовіри до людей;

**втрати інтересу:** *Ні...ні, мене не впізнали в дільниці, я не ховався під шапкою, я не згадаю, які були пломби на урнах... мали бути фіалкові, найбезпечніші в світі* [3]. Під час цього монологу журналіст опускає очі, дивиться вбік мотивуючи тим, що не хоче вдаватися до подробиць; у його мовленні наявний повтор частки *ні...ні*, що вказує на нервовість при відповіді на поставлене запитання; погляди в бік позначають, що він боїться осуду (мова про фіалкові пломби);

**приховування:** *...те що позаді нього блакитний фон... і мелодія йому сподобалась.. видно перед тим, як все відбулося, я долучився.* Під час розмови журналіст торкається різних частин свого обличчя (носу, лоба, підборіддя), але частіше носа, ніби прикриваючи губи, тобто приховує певну інформацію.

Як доводить фактичний матеріал, виражені жести відповідають змісту й значенню певної фрази чи окремого слова. Мова журналіста уривчаста, здвогими паузами, що засвідчує напруження й психофізіологічну симптоматику.

*Міміка (вираз обличчя)* – найважливіший засіб невербальної комунікації. Її відсутність унеможлиблює спілкування. Головною характеристикою міміки є її цілісність і динамічність [1, с. 62]. Американський психолог П. Екман разом з колегами опрацював техніку, яка отримала назву «Система кодування рухів обличчя» [1, с. 59], в якій зазначено, що найменшому контролю підлягають очі.

Розглянемо фактичний матеріал:

*...Жінка після того, як показали фіалкові пломби, хоче диван, бо вважає його безпечним місцем в будинку...* [3]. Приклад показує внутрішні роздуми журналіста, які не стосуються предмета розмови. Очі нерухомі, що говорить про те, що журналіст не лише над чимось замислився, а його думки далекі від предмета розмови. Його рухи спокійні.

Наступний приклад: *...Я не болотувався в нардепи, бо в Раді треба писати закони, а не виступати в трибуни...* [3], – засвідчує характерну для стану обурення іронію, в якій загострено відчуття й сприйняття. Говорячи це, журналіст піднімав очі вгору. Це означає, що він обізнаний в цій сфері набагато більше, ніж показує, але приховує інформацію.

*Екстралінгвістичними (позамовними) засобами комунікації є паузи, покашлювання, сміх, позіхання, плач, просодичними* – характеристика голосу, темп, тембр, висота, гучність, наголошування, акцент мовлення. Кожен із цих компонентів по-своєму впливає на сприйняття проголошеної інформації й особистості, яка цю інформацію доносить. Значний комунікативний потенціал має голос як інструмент спілкування, джерело інформації, засіб впливу. Він наділений унікальними можливостями щодо передавання інформації, сигналів, не обмежених словесним змістом [2].

Майкл Щур під час інтерв'ю робить довгі паузи, покашлює, що відволікає увагу респондентів від неправдивої відповіді. Ці засоби комунікації дають змогу йому уникати відповіді на конкретні запитання.

Залежно від звучання слово може сприйматись по-різному, виражати найрізноманітніші відтінки у ставленні, поведінці, оцінках, почуттях. Наприклад, в наявному інтерв'ю журналіст після кожного поставленого запитання ведучою каже слово «так», за допомогою якого можна виразити схвалення, задоволення, радість, роздратування, гнів, осуд тощо (*...ті, хто живуть за кодоном – Так, (задоволення) мають краще уявлення, як будувати Україну – Так... (осуд), або (...пан Пшонка – Так (роздратування) ... то є цікавий персонаж...), або (Так (радість) мені краще жити, я хочу щоб швидше збудували країну)* [3].

Швидкість мовлення свідчить про темперамент людини. Якщо у людини надто швидкий темп мовлення, що наявне в інтерв'юера, це означає, що він імпульсивний, жвавий, впевнений у собі. Але, якщо темп поступово уповільнюється, це сигналізує, що людина втомилася (*...на фейсбуці вони публікували, як проходять вибори...*) [3], втратила впевненість (*...там голова дільничої комісії є феноменальною...*) [3]. Як бачимо, для досягнення переконливості сказаного, ефективного впливу на інших, доцільно сповільнити свою мову, яка, однак, має звучати в межах природного діапазону свого голосу, в іншому разі можливий ефект нещирості.

У комунікативній взаємодії між комунікантами багато залежить від тональності, інтонації (сукупності звукових засобів, що організують мову), інтонаційної виразності мовлення (вираження почуттів і емоцій за допомогою голосу), ритміко-мелодійних аспектів мови (мелодії, ритму, інтенсивності, темпу, тембру, фразових і логічних

наголосів). Інтонація виражає думки й почуття, супроводжуючи слово, а іноді – всупереч йому. Будучи не цілком контрольованим свідомістю «звуковим жестом», вона часто несе достовірнішу інформацію про емоційний стан співрозмовника, ніж інші комунікативні засоби. Своєю енергетикою, іншими чинниками вона адресується підсвідомості, підкорковим структурам мозку [2]. Основними функціями інтонації є: доповнення, заміщення, передбачення мовного висловлення, регулювання мовного потоку, акцентування на повідомленні, економія мовного висловлення. Інтонація у деяких словах журналіста поліфункціональна, про що свідчить вимова слів: («Що?» («Коли?») я читав, що йому лишається робити [3]) – було сказано зі здивуванням, з острахом, погрозою, із зацікавленням; висловлення («Х-ха!» наші демократичні руки дійдуть і до нього [3]) – засвідчує ставлення з презирством, посмішкою, байдужістю, зі здивуванням тощо.

Інтонаційне багатство організовує і динаміку тексту, яка залежить від порядку слів, зв'язків на рівні складного синтаксичного цілого і від темпу мовлення. Загострити увагу до найістотніших положень матеріалу можуть одна-дві фрази на іншу тему, вимовлені у швидкому темпі, пауза – тимчасова зупинка, перерва у мовленні, яка сприяє смислово уточненню змісту, розділяє мовленнєвий потік на частини, відіграючи значну роль у сприйманні та засвоєнні матеріалу [2]. Журналіст застосовує логічні паузи вони дають змогу обдумати наступну фразу та організаційні які, допомагають зосередитися, перейти від одного етапу спілкування до іншого, стимулюють мимовільну увагу). Паузи є цінним компонентом у побутових розмовах. Вони свідчать про повагу до співрозмовника, уміння зосередитись на предметі розмови.

**Постава** – положення людського тіла значуще для комунікації. Постава показує, як людина сприймає свій статус по відношенню до статусу інших присутніх осіб [1, с. 65].

Розглянемо приклад: *...звідти дивитися на країну... будувати якимось простіше... якимось країну України* [3]. Перервані речення й повтори да-

ють змогу говорити про те, що журналіст боїться осуду за намір покинути країну. Його настрої характеризується швидким плином думок. Журналіст відхилив спину назад, що свідчить про внутрішню відкритість, але повертається зразу в позицію «оборони».

Наступний приклад: *...те все було сплановане, перед тим, як розлучитися, він сам керує та вирішує...* [3]. Не пов'язані за змістом словосполучення наштавхують на роздратування та протистояння (стиснуті кулаки й плече, висунете вперед) Він не замислюється над тим, що говорить, але невербальні засоби засвідчують етапність його дій.

Проксеміка (лат. Proximus – розташований близько) – просторові стосунки людей у процесах спілкування. Цей термін належить сучасному американському вченому Е. Халлу, який першим акцентував на ролі просторових чинників у комунікації. Він тлумачить проксеміку як спосіб структурування й використання людьми мікропростору, наприклад, відстань між учасниками спілкування та їх розміщення, форма столів під час вирішення ділових питань тощо [1, с. 65].

Як засвідчує інтерв'ю з Майклом Щурем, комуніканти сиділи один навпроти іншого; таке розташування учасників комунікативного акту налаштує на офіційність.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальшого розвитку в цьому напрямку.** Специфікою інтерпретації невербальних засобів як складника комунікативного простору є відображення психічної поведінки людини через призму системи знаків, що використовуються під час спілкування. Невербальна поведінка відрізняється від мовних засобів формою їх виявлення. Невербальні засоби вираження дають змогу зрозуміти, як емоційний стан впливає на поведінку й вчинки реципієнта, правильно оцінити його поведінку, міміку, жести, рухи, поставу, спрямованість погляду, тобто зрозуміти мову невербальної комунікації, яка показує, наскільки людина володіє собою. Отже, невербальне спілкування найяскравіше засвідчує реальне «обличчя» мовної особистості.

## Список літератури:

1. Бацевич Флорій. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Флорій Бацевич. – К.: «Академія», 2004. – 344 с. (Альма-матер).
2. Екстралінгвістичні та проксоцидичні засоби комунікації Електронний ресурс; [сайт]. – Режим доступу: <http://studentam.net.ua/content/view/3469/97/>. – Назва з екрану.
3. Інтерв'ю з журналістом Майклом Щурем Електронний ресурс; [сайт]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=jPb7WONTRV8&t=416s>. – Назва з екрану.
4. Лабунська В.А. Невербальна поведінка / Електронний ресурс; [сайт]. – Режим доступу <http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUPSTUbooks107745>. – Назва з екрану.
5. Форманова С.В. Невербальна комунікація як форма образи / С.В. Форманова // Одеська лінгвістична школа: координати сучасних пошуків : колект. моногр. / кол. авт. ; за заг. ред. Ковалевської Т.Ю. – Одеса: видавець Букаєв Вадим Вікторович, 2014. – С. 471-483.

**Форманова С.В., Ленец Е.І.**

Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова

## **НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРВЬЮ С ЖУРНАЛИСТОМ МАЙКЛОМ ШУРЕМ)**

### **Аннотация**

В статье анализируется значение научного интереса к изучению невербальных средств выражения коммуникативного пространства, а также выясняется необходимость системного подхода к этой проблематике. Автор прослеживает невербальное поведение журналиста и сосредоточивает внимание на том, как это влияет на коммуникативную интеракцию.

**Ключевые слова:** невербальные средства, коммуникативное пространство, невербальное поведение, коммуникативная интеракция, средства массовой коммуникации.

**Formanova S.V., Lenets E.I.**

Odesa I.I. Mechnikov National University

## **NON-VERBAL MEANS OF COMMUNICATING (BASED ON AN INTERVIEW WITH JOURNALIST MICHAEL SCHUR)**

### **Summary**

The article analyzes the importance of scientific interest in the study of non-verbal means of expressing the communicative space, and also the necessity of a systematic approach to this problem is clarified. The author traces the non-verbal behavior of the journalist and focuses on how it affects communicative interactions.

**Keywords:** non-verbal means, non-verbal behavior, communicative space, communicative interactions, mass media.

УДК 070:304:(477)

## **ВИСВІТЛЕННЯ ПОНЯТТЯ ФРЕЙМУ ЯК ЗАСОБУ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ТА МАНІПУЛЮВАННЯ В НАВЧАЛЬНИХ КУРСАХ МЕДІАГРАМОТНОСТІ**

**Харитоненко О.І.**

Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

Узагальнено і описано підходи до розуміння поняття фрейму. Проаналізовано особливості застосування фреймів. Визначено й продемонстровано на прикладах можливості викладання теоретичних аспектів фреймінгу в межах курсів медіаграмотності. Стаття призначена для фахівців, залучених до процесу впровадження медіаосвіти в навчальний процес.

**Ключові слова:** фрейм, фреймінг, фреймування, фрейм-аналіз («рамковий аналіз»), інтерпретація, маніпулювання.

**Постановка проблеми.** Поняття фрейму і фреймінгу виникли в соціології в 70-х роках минулого століття. З тих пір вони є предметом вивчення в межах різних галузей знань, в тому числі соціальних комунікацій. Журналістика стала благодатним ґрунтом для дослідження цих явищ, оскільки тут фрейми одночасно є елементами архітекtonіки, маркерами інтерпретації змісту повідомлення, засобами поетики, впливу й маніпулювання. Значною мірою саме через значний їхній маніпулятивний потенціал протягом останніх років зацікавлення як науковців, так і журналістів-практиків питаннями фреймінгу посилюється.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сучасні уявлення про природу й різновиди фреймів як стереотипних шаблонів, які допомагають структурувати все розмаїття знань і уявлень про дійсність, базуються на фундамен-

тальних працях канадського соціолога, нащадка українських емігрантів Ірвінга Гофмана «Аналіз фреймів: Есе про організацію повсякденного досвіду» (1974), американського дослідника в галузі штучного інтелекту Марвіна Мінського «Фрейми для представлення знань» (1979), американських лінгвістів Джорджа Лакоффа «Метафори, якими ми живемо» (1980) і Чарлза Філлмора «Фрейми і семантика розуміння» (1988).

Протягом останніх років в Україні проблеми фреймінгу досліджували О. Барбанюк (функціонування фреймів у художній літературі), С. Бронікова «Рефреймінг як засіб впливу: когнітивна сутність», 2007), В. Василькова («Фреймирование в политической деятельности: от Майдана к Евромайдану», 2015), В. Карпиленко («Поняття фрейму та фреймінгу в текстах новин українських ЗМІ», 2012), С. Козак («Релевантність теорії фреймів у сучасній лінгвіс-

тиці», 2007), О. Коляденко («Термін фрейм у лінгвістиці», 2013), М. Комова («Фреймінг як технологія масового інформаційного впливу», 2017), С. Лазарев («Формування фрейму “ресурсного поля”»), Г. Почепцов (у посібнику «Інформаційна політика», 2008; у главі «Маніпуляції в медіа» колективного підручника «Медіаосвіта та медіаграмотність», 2012; статті «Когнітивні підходи до аналізу інформаційного простору», 2012), А. Скрипнікова («Фреймирование и рефреймирование в масс-медиа», 1988).

У фокусі уваги науковців визначення й класифікація фреймів; опис їхньої структури; кореляція з такими поняттями, як концепт, семантичне поле, метафора, пізнання, рецепція, інтерпретація, маніпуляція, нейролінгвістичне програмування, методика фрейм-аналізу («рамкового аналізу») публікацій.

Потрібно відзначити, що праці, присвячені висвітленню ролі фреймів у журналістиці, акцентують увагу переважно на можливостях інтерпретації фактів за допомогою фреймів: «накладаючи» різні фрейми на подію, журналіст робить одні аспекти більш помітними, інші ж «виводить в тінь». Трансформації ж самих фреймів або ж створення нових, а також участь мас-медіа в подібних процесах поки що не досліджені.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Визначення фрейму, запропоновані в межах різних наукових дискурсів, пов'язують це поняття з великою кількістю проблем у царинах соціології, психології, лінгвістики, літературознавства, соціальних комунікацій, а також із значним масивом методів і методик дослідження цього явища. Відповідно, це ускладнює процеси розуміння природи, функцій, видів, особливостей використання фреймів і стримує можливості навчання ефективного й доречного їх застосування. Чітка класифікація і узагальнення найтипівіших засобів роботи з фреймами, пояснення суто практичних завдань, які можуть при цьому виконуватися, наявність конкретних прикладів фреймування – це ті кроки, які потрібні для «адаптування» наявної на сьогодні теорії фреймів до можливостей сприймання її студентами в процесі навчання медіаграмотності.

**Мета статті.** Головною метою роботи є актуалізація концепції фреймів І. Гофмана, демонстрація найдієвіших прийомів впливу на маси за допомогою фреймування, опис одного з можливих підходів до навчання фреймінгу в межах сучасних медіаосвітніх програм для вищих навчальних закладів.

**Виклад основного матеріалу.** В «Аналізі фреймів: Есе про організацію повсякденного досвіду» [1] І. Гофман запропонував цілісну, обґрунтовану концепцію. У більшості досліджень сьогодні є посилення на цю книгу, однак висновки науковця висвітлюються вибірково. Натомість ми переконані: попри те, що спостереження І. Гофмана майже півстоліття тому і не мали на меті демонстрацію саме процесів маніпулювання свідомістю мас, більшість висновків актуальні до сьогодні і допомагають розкрити механізми деструктивних впливів, пов'язаних із пропагандою і маніпуляціями.

Дослідник розглядає фрейм («рамки») в індивідуальному і колективному досвіді як інструмент структурування реальності. Усі явища і процеси життя розкладаються на ситуації, що мають сталі, визнані всіма характеристики. **Структура фрейму** передбачає наявність 1) «дужок», тобто

зовнішніх та внутрішніх просторово-часових обмежень (підняття і опущення завіси в театрі на початку і в кінці вистави задають часові рамки фрейму, антракти – визначені переривання фрейму всередині дійства, сцена і зал – просторові координати); 2) ролей, які беруть на себе люди в межах заданої ситуації – «рольових формул особистостей» (зокрема, в школі, казино, церкві, на засіданнях люди поводять себе так, як «належить», тобто виконують певну роль – учня, гравця, прихожанина, керівника установи чи підлеглого); 3) «незв'язностей», нерелевантних, не пов'язаних напряму із фреймом деталей, які не мають значення для його ідентифікації (для гравців у шахи, безперечно, важливо, у що вони грають, але в межах фрейму прибиральниці закладу, де відбуваються змагання, вид гри несуттєвий); 4) індивідуальності, яка завжди проглядає за ролі (мовлення і міміка актора завжди впізнавані, яку б роль він не виконував).

Найважливішими функціями фреймів науковець вважав: 1) упорядкування світу навколо; 2) ідентифікацію поточних подій і усвідомлення їхнього значення; 3) адаптування в межах нового досвіду за допомогою інтерпретації та трансформації старих «схем»; 4) фабрикацію, або обман.

Упорядкування реальності за допомогою фреймів забезпечує комфорт існування. Неможливість співвіднести подію або факт із наявними в досвіді матрицями, випадіння з прийнятого фрейму, накладання різних фреймів завжди викликає відчуття тривоги, незадоволення, ніяковості. Прикладами можуть бути реакції людей на трюки і фокуси, помилки й падіння, випадковості, коли щось іде не за планом, незручності в двозначних ситуаціях. Крім того, кожна людина обтяжена «комплексом незвичного»: щойно ми стикаємося з тим, що не має розумного пояснення (наприклад, повідомлення про НЛО), ми починаємо це пояснення шукати [1, с. 89].

Людина народжується в уже впорядкованому світі, поділеному фрейми – первинні, сталі, «продиктовані дійсністю», і вторинні, сформовані в результаті трансформацій первинних (сюди відносимо все, що стосується вимислу, зокрема, мистецтво; ігри і спортивні змагання; церемоніали і ритуали; технічні перекодування – презентації, інсценування, виставки, моделювання, тренування). Однак процес фреймування реальності не зупиняється ніколи: під впливом об'єктивних факторів створюються нові й нові фрейми.

Ідентифікація проявляється, коли ми, наприклад, розрізняємо «змах рукою як сигнал для таксиста від дружнього привітання» [1, с. 98]. Потік подій ми розчленовуємо на систему фреймів. Похибки тут можливі в ситуаціях недосвідченості, хвороби чи зіткнення різних культурних парадигм. Помилитися, відповідно, легко дитині, іноземцеві, людині з певними психічними відхиленнями.

Інтерпретація потрібна в процесах пізнання, «когнітивного осмислення того, що відбулося»: «Вочевидь, – зазначає І. Гофман, – одна й та сама подія, яку ми спостерігаємо, у різних випадках має різний зміст. Людину, яка з'їдає все, що в неї було на тарілці, можуть оцінити як голодну, ввічливу, ненажерливу або ошадливу. Здебільшого контекст ситуації виключає неадекватні інтерпретації і дає її правильне розуміння» [1, с. 544].

*Маніпулятивна інтерпретація* в термінології І. Гофмана – це активація хибних фреймів для пояснення події з метою формування негативного досвіду. Будь-яка інтерпретація ризикована з погляду точності оцінювання ситуації: завжди можна не врахувати якихось важливих обставин або ж висловитися двозначно (саме мовлення часто продукує непорозуміння). Однак у цих випадках автор намагається унеможливити хибні трактування і прикладає до цього зусилля. Маніпулятиви ж від початку містять обман.

Несвідомі маніпуляції зумовлені переважно такими чинниками: 1) брак інформації щодо події (типово для інтерпретації нетипових ситуацій або віддалених у часі історичних подій); 2) єдине й непевне джерело інформації; 3) втрати при трансляції та представленні. Звертаючись до досвіду мас-медіа, І. Гофман доводить, що журналісти, власне, приречені на тотальне маніпулювання, адже самі процеси редагування, зйомки, монтажу пов'язані з відбором, композиванням, коментуванням, апріорі деформують повідомлення, створюючи до того ж ілюзію достовірності.

Свідомі маніпулятиви, на думку І. Гофмана, реалізуються за допомогою таких засобів: 1) допоміжні «дизайни» (супровідні дані), за допомогою яких досягають викривлення факту (створення «незалежних свідчень», демонстрація «багато-значних подробиць», поширення видуманих свідчень, використання для доведення фальшивих джерел, документів); 2) швидкі перемикання між фреймами за принципом «добрий» і «поганий» слідчі; 3) обманні ходи (відволікання уваги, маскування незвичного звичним, ігнорування основного і посилення другорядного, нанизання обманів за типом «скринька в скриньці»); 4) пошук фальшивих зв'язків (сьогоднішньою мовою – конспірологія); 5) несподіваний поворот теми; 6) переакцентування уваги на зовнішні атрибути (вигляд людини, жести, прояви почуттів); 7) повідомлення в туманній, завуальованій формі з можливістю подальшого перетлумачення своїх слів; 8) експлуатація здатності людини втягуватися у нав'язаний їй фрейм (наприклад, популяризація публічних суперечок про справжні сенси політичних подій); 9) мовленнєві характеристики акторів фрейму і мовленнєві засоби впливу; 10) «пастки в структурі фрейму» – власне, алогічні прив'язки в мовленні одного фрейму до іншого. Приклад, який став уже класичним прекрасно демонструє цей прийом: чоловік, який ніколи не бив свою дружину і якого запитують «Чи припинили ви бити свою дружину?» автоматично потрапляє в пастку. Нав'язана реальність виходить за межі звичних відповідей «так» і «ні», а будь-яка інша реакція не сприймається серйозно.

*Фабрикування самих фреймів* має на меті створення неправильного, викривленого сприйняття дійсності. Це якраз той момент, який майже не привертає увагу сучасних дослідників: І. Гофман стверджує, що ефективно маніпулювати можна не лише шляхом інтерпретації, нав'язуючи певні фрейми для тлумачення ситуації; не менш дієвим засобом впливів як на людину, так і на маси є робота з самими фреймами. Постійний рефреймінг, здійснюваний людьми, впливає не тільки на сприйняття фактів дійсності, а й на самі фрейми. До методів рефреймінгу віднесені: 1) фабрикація

самих фреймів («йдеться про візонерство, візити гуманодів, астрологічні прогнози... Фабрикується не просто діяльність, але й сама можливість діяльності такого роду. Оскільки ці можливості базуються на втручанні потойбічних сил, в принципі не сумісних з системою наших емпіричних знань... можна стверджувати, що в цьому випадку йдеться про фабрикацію самих систем фреймів» [1, с. 264]); 2) реструктуризація фрейму (зміни його часово-просторових координат, системи ролей, ролі, рольової формули основного персонажа; 3) дискредитація, саботаж, провокування, переривання фрейму та інші форми ексцентричної нетипової поведінки актора всередині фрейму; 4) фабрикація налаштувань фрейму, «шахрайство під прикриттям» – пояснення нового фрейму спантеленим спостерігачам. Вони рідко бувають переконливими, але це вже не має значення, оскільки самим фактом надання таких пояснень шахрай легалізує обман. І. Гофман наводить приклад, коли заборонені еротичні шоу маскувалися під майстер-класи з кінорежисури; 5) фабрикація фабрикації – створення ланцюжка оманливих фреймів, коли один обман прикривається іншим.

І. Гофман розрізняє фабрикації, які робляться з позитивними намірами (розіграші для веселощів чи для того, щоб когось провчити; навчальний обман; «життєві перевірки» на вірність чи правдивість; «патерналістські конструкції», де обман виступає як прояв турботи), і фабрикації, які формують негативний досвід (порушення закону, застрашування, лжесвідчення, дискредитація тощо). Науковець підкреслював, що другий негативний тип фабрикування був взятий на озброєння під час Другої світової війни і після неї для ведення «психологічних операцій» [1, с. 530].

Продемонструємо тепер на прикладах, як здійснюється робота з фреймами з метою впливу на свідомість людей. Для більшої наочності візьмемо один фрейм – весілля. Зауважимо, що сам ритуал весілля, різний в усіх народів, змінювався неодноразово під впливом зовнішніх чинників. Попри це структура фрейму в уявленні більшості рецепієнтів залишається сталою: часово-просторові координати (від підготовки до весільної подорожі), система ролей (наречені, батьки, свідки, гості, реєстратори), сценарії з безліччю релевантних і нерелевантних деталей (приїзд, вінчання, вітання, святкування тощо), ситуації, в яких проявляється індивідуальність (радість, сльози, подив, захоплення, байдужість тощо).

Спочатку розглянемо лише *випадки фабрикації самого фрейму*. Зауважимо, що засоби масової інформації, як і засоби маскульту відіграють тут роль посередників впливу.

Найтиповішим є прийом *реструктурування фрейму*. Зауважимо, що переосмислення часово-просторових координат, ролей і функцій може відбуватися як приховано, непомітно для об'єкту впливу, так і явно, нарочито.

Один із дуже показових прикладів завуальованого рефреймінгу знаходимо в документальному серіалі «Хроніка надій та ілюзій. Дзеркало історії» студії «Телекон» (2003). Серія «Весілля» засвідчує: з кінця 50-х років влада в СРСР звернула увагу на те, що в народі ще живе ностальгія за обрядом вінчання; щоб уникнути наростання невдоволення, впровадили ритуали, які «калькували»



форму попередників, однак пропонували абсолютно нові змісти. Оздоблення палаців одруження не поступалося церковному, вбрання реєстраторів нагадувало ризи священників. Були і свічки, і «ікони» – портрети вождів. Невдоволення людей «заколисали» зовні подібними атрибутами.

Явне переосмислення – контрверсійне «вживляння» нового в традиційний фрейм – має зазвичай протилежну мету. Воно націлене на обман не шляхом заспокоєння, примирення, а навпаки, провокує до сплеску емоцій, скандалу, конфлікту. ЗМІ розважальної спрямованості дають безліч прикладів епатажних весіль котів і собак, церемоній у стилі фільмів жахів чи популярних комп'ютерних ігор, реаліті-шоу типу «Одруження наосліп». Ефект від такого рефреймінгу може бути використаний по-різному – щоб відволікти, розважити, загострити якісь протиріччя, перевірити суспільство на лояльність, популяризувати якусь ідеологію тощо.

В обох зазначених випадках ми мали справу зі своєрідними переналаштуваннями одного фрейму. Ще одним варіантом реструктурування є накладання абсолютно різних, часто – навіть протилежних за конотаціями фреймів. Загальновідомо, що в різних народів побутують традиції використання весільної атрибутики в поховальних обрядах, метафори бою як весільного святкування. Природно, подібні «зрощення» експлуатуються і в масовій культурі й неодмінно при цьому привертають увагу ЗМІ. У мережах поширюються відео типу «Бій без правил на весіллі у Чернівцях» (фрейм показового бою використаний як розвага для гостей). Неодмінно резонансними стають повідомлення про весілля на війні: «У київському військовому шпиталі відгуляли весілля» (<https://tsn.ua>, 2014), «Весілля на війні: боєць з Галичини одружився у зоні АТО» (<http://versii.if.ua>, 2016), «У 24 мехбригаді відгуляли фронтове весілля» (<http://www.5.ua>, 2017).

*Дискредитація фрейму* здійснюється зазвичай шляхом підміни, заміщення з очевидною невідповідністю нової моделі тій, яку замінюють. Мета – створення напруги, розгубленості, шокування. Пригадаймо фільм «Наречена-втікачка». «Рольова формула особистості» багаторазово була порушена головною героїнею, яка постійно втікала від різних наречених у день весілля. Власне, нею створювався новий фрейм, сутність якого для більшості людей була незрозумілою. Аналогами можуть бути і ситуації переривання весілля через невідомі раніше факти, арешт одного з наречених тощо – загалом, улюблені мотиви як класичної, так і масової літератури.

Нетипова поведінка в межах дуже узвичаєних обставин спантеличує. У цьому ми переконалися на початку 2014 року: всі чітко знали, що озброєні люди в Криму, які не належать до МВС і ЗСУ України, – це агресор, а сам факт їхньої присутності на території нашої держави – «загарбання». Однак протягом тривалого часу з дитячою безпосередністю слухали казки про «зелених чоловічків» і «зв'ичливих людей». Ми просто не здатні були повірити в очевидність підміни і не усвідомлювали своєї приреченості до втрати частини території. До речі, в останньому випадку було використано ще й метод *фабрикації налаштування фрейму*. Реальний злочин спрово-

джувався поясненнями, які нагадували маячню, але імітували законність.

*Фабрикація самих фреймів* – улюблений прийом у сценарній роботі розважальних медіа: «Чому замість весілля дівчина потрапила на бал мерців?» (програма «Містичні історії» з Павлом Костіциним на СТБ), «Наймістичніший проект країни у неділю буде шукати та знайде шлюбного афериста в день його весілля на черговій жертві...» («Битва екстрасенсів», СТБ).

Тепер розглянемо *фреймування*, яке використовується не для зміни самих фреймів, а як засіб *інтерпретації чи маніпуляції під час повідомлення тих чи інших фактів*. Тут, на наш погляд, варто розрізнити прийоми роботи з самими текстовими матеріалами і засоби їх представлення.

У межах тексту зазвичай застосовують: 1) вибір кута подачі й жанру; 2) засоби композиції та структурування оповіді; 3) введення вставних оповідей, які дозволяють провести паралелі або акцентувати протиставлення в межах різних фреймів; 4) потенціал слововживання і синтаксису (використання емотивної лексики і конструкцій мовлення, незрозумілих слів, індивідуальних мовленнєвих характеристик персонажу).

*Вибір кута подачі*. Візьмемо для прикладу факт королівського весілля Меган Маркл і принца Гаррі, яке відбулося 19 травня 2018 року, й поглянемо, як ця подія висвітлювалася в ЗМІ. Щоразу обирався специфічний кут подачі, факт церемонії одруження інтерпретувався з погляду абсолютно різних фреймів. Українські медіа робили акценти на такому: «Детально розглядаємо *сукню* Меган» (BBC News Україна), «Подарунок принца Гаррі – каблучка матері Гаррі, *принцеси Діани* – розтопив серця мільйонів» (<https://znaj.ua>), «*Скільки витратила і заробила* на королівському весіллі Велика Британія» (<https://tsn.ua>), *трансформація традиційного церемоніалу* – використання евангельського хору (<https://zik.ua>); «Меган Маркл *упіймали на лайці*» (<https://maximum.fm>); «Принц Гаррі і Меган Маркл визначилися з місцем *весільної подорожі*» (<https://vogue.ua>). Увагу відстороненого читача і глядача до події з-за кордону, як бачимо, привертала за допомогою сенсаційних подробиць і завжди резонансних у межах весільного ритуалу фактів. Закордонні медіа, розуміючи «включеність» своєї аудиторії в процес, акцентували ще й на дуже прагматичних речах, таких як перебіг подій, детальний сценарій, погода в день весілля тощо: «Prince Harry and Meghan Markle marry: how the royal wedding unfolded» (<https://www.theguardian.com>); «Royal wedding: Prince Harry and Meghan Markle set for dry and warm» (<https://news.sky.com>).

*Вибір жанру* – не менш дієвий засіб інтерпретації. І. Гофман називав проведення репетиції мюзиклу яскравим прикладом багатощарового фрейму, оскільки в ньому поєднано перетворення історії з життя на роман, роману на п'єсу, п'єси на мюзикл [1, с. 136]. Кожен із жанрів журналістики здатен по-своєму фреймувати і розглянуту вище тему весілля Гаррі й Меган: інтерв'ю продемонструє характер взаємин пари (що б вони не розповідали, реципієнт буде «зчитувати» почуття), репортаж розкриє послідовність подій і атмосферу свята, стаття введе в курс британських традицій тощо.

*Засоби композиції.* А. Скрипнікова в статті «Фреймування і рефреймування в мас-медіа» наводить цілу серію прикладів, коли маніпулятивний зачин (вступ) вводить у свідомість читача абсолютно хибний фрейм і таким чином зміщує акценти повідомлення: «Близ Медео лавиною накрыло группу туристов – по такому сценарию в алматинских горах прошли учения служб ЧС» [7, с. 1235, 1236]. Початок, позначений фреймами «катастрофи», привертає увагу читача. Потім відбувається перемикання на потрібний фрейм, однак його сприйняття все одно вже не буде адекватним, оскільки марковане як скандальне. У межах фрейму весілля подібне фреймування могло мати такий вигляд: «Весілля зірвано... На щастя, ці побоювання наречених виявилися марними». Такий самий прийом часто використовується з лідами і анонсами в інтернет-виданнях.

*Фреймування в межах структури оповіді.* Цей засіб нечасто є предметом уваги в журналістиці. Однак аналіз наративу завжди надзвичайно корисний для демонстрації прийомів маніпулювання. Наприклад, розглянемо фразу: «Те, що молодята змушені були виконати всі архаїчні й дивакуваті весільні обряди, ніяк не вплинуло на загальну атмосферу свята». Як і в попередньому випадку, бачимо зіткнення двох фреймів: «примус до дії» і «свято». Зазвичай оповідь структурується таким чином, що читач здатен відмежувати інформацію про об'єктивний перебіг подій від оціночних суджень, які надаються персонажами чи автором. У наведеному прикладі це правило порушено: по-перше, автор втрутився в межі фрейму, по-друге, об'єднав факти й оцінки. У результаті читач навряд чи зрозуміє остаточно, хто саме вважає весілля застарілою традицією – автор чи самі молодята; маємо ми справу з самовпевненим автором, який свої особисті переконання вважає загальноприйнятими, чи з нареченими, яких змусили дотримуватися традицій.

*Вставні оповіді.* Прийом введення в повідомлення історії, яка, на перший погляд, сумнівно дотична до основної теми, але здатна забезпечити потрібний поворот в інтерпретації або потрібні налаштування в сприйманні, використовується доволі широко – від художньої літератури до реклами. Погляньмо, що відбувається, коли новина про весілля принца Гаррі доповнюється таким відступом: «Нагадаємо, відома співачка з Прикарпаття повідомила дату шлюбу. Міка Ньютон...

зізналася, що виходить заміж...» (westnews.com.ua). Природно, таке відхилення від теми миттєво «перереформатує» фрейм «грандіозна, очікувана подія» на фрейм «банальна світська хроніка».

До засобів фреймування в межах презентації повідомлення відносимо 1) номінацію в межах заголовкового комплексу (вибір заголовка, рубрики, добірки, візиту, ліду, анонсу, виділених цитат – класичні архітектонічні прийоми інтерпретації повідомлення); 2) розташування в номері чи в сітці мовлення (на початку чи в кінці, у межах «горища» чи «підвалу», в прайм-тайм чи ні тощо); 3) взаємодія текстових, візуальних і аудіо-компонентів (ілюстрування, інтонування) шляхом їхнього взаємного доповнення чи, навпаки, протиставлення (наприклад, позитивно марковані висловлювання доповнюються картинкою, яка виставляє персонаж у неприглядному ракурсі, або проговорюються швидко і невиразно, ніби мимохіть).

**Висновки і пропозиції.** Оскільки викладання теорії фреймів у межах курсів із медіаграмотності передбачає, перш за все, акцентування уваги на засобах інтерпретування інформації та маніпулювання, доцільно привертати увагу студентів до прийомів рефреймінгу, які стосуються як можливостей різноаспектного тлумачення повідомлення за допомогою накладання різних фреймів, так і технологій зміни самих фреймів, що, власне, вичерпно пояснено в межах концепції І. Гофмана. Для опанування матеріалу можна пропонувати виконати такі завдання: 1) описати відомі з історичних джерел або з власного досвіду трансформації в структурі таких фреймів, як «навчання в школі», «відвідування бібліотеки», «ярмарок», «подорож», «похід в гори», «теленюни» тощо; 2) здійснити фрейм-аналіз двох публікацій на одну тему в двох різних виданнях; 3) створити два варіанти фреймування однієї новини за допомогою заголовка, рубрики, добірки, анонсу; 4) описати можливі варіанти інтерпретації («кути подачі») класичних, відтворюваних щороку в межах календарного циклу «сезонних» тем, пов'язаних із святами, погодними умовами, хворобами, комунальними проблемами тощо; охарактеризувати взаємодію фреймів, що накладаються; 5) спрогнозувати можливості розкриття певної теми в двох різних жанрах; 6) порівняти засоби фреймування в фото- чи відеорепортажах на одну тему в різних ЗМІ.

## Список літератури:

1. Гофман И. Аналіз фреймов: Ессе об организации повседневного опыта / Пер. с англ. Р.Е. Бумагина, Ю.А. Данилова, А.Д. Ковалева, О.А. Оберемко под ред Г.С. Батыгина и Л.А. Козловой. – М.: Институт социологии РАН; ФОМ, 2003. – 752 с.
2. Карпиленко В.А. Поняття фрейму та фреймінгу в текстах новин українських ЗМІ / В.А. Карпиленко // Наукові записки Інституту журналістики. – Том. 46. – 2012. – Січень-березень. – С. 105-109.
3. Комова М. Фреймінг як технологія масового інформаційного впливу / М. Комова, Н. Канюка // Information, communication, society (ICS-2017) 18-20 May 2017, Slavske, Ukraine.
4. Лазарев С.С. Формування фрейму «ресурсного поля» / С.С. Лазарев // Актуальні проблеми політики. – 2014. – Вип. 51. – С. 211-218.
5. Почепцов Г. Інформаційна політика : навч. посіб. / Г.Г. Почепцов, С.А. Чукут. – 2-ге вид. – К.: Знання, 2008. – 663 с.
6. Почепцов Г. Фрейми // Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / ред.-упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенюк; за науковою редакцією В.В. Різуна. – Київ: Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
7. Скрипнікова А.И. Фреймирование и рефреймирование в масс-медиа / А.И. Скрипнікова // Молодой ученый. – 2014. – № 4. – С. 1235-1238.

**Харитоненко Е.И.**

Национальный педагогический университет имени М.П. Драгоманова

## ОСВЕЩЕНИЕ ПОНЯТИЯ ФРЕЙМА КАК СРЕДСТВА ИНТЕРПРЕТАЦИИ И МАНИПУЛИРОВАНИЯ В УЧЕБНЫХ КУРСАХ МЕДИАГРАМОТНОСТИ

### Аннотация

Описаны подходы к пониманию понятия фрейм. Проанализированы особенности применения фреймов. Определены и продемонстрированы на примерах возможности преподавания теоретических аспектов фрейминга в пределах курсов медиаграмотности. Статья предназначена для специалистов, вовлеченных в процесс внедрения медиаобразования в учебный процесс.

**Ключевые слова:** фрейм, фрейминг, фреймирование, фрейм-анализ («рамочный анализ»), интерпретация, манипулирование.

**Kharytonenko O.I.**

National Pedagogical Dragomanov University

## LIGHTING THE CONCEPT OF FRAME AS MEANS OF INTERPRETATION AND MANIPULATION IN THE PROCESS OF MEDIA EDUCATION

### Summary

The approaches to understanding the concept of a frame are described. Features of application of frames are analyzed. Examples of the possibilities of teaching theoretical aspects of framing within the process of media education have been identified and demonstrated. The article is intended for specialists involved in the process of introducing media education into the educational process.

**Keywords:** frame, framing, frame analysis, interpretation, manipulation.

УДК 075/077:659.127

## ВИКОРИСТАННЯ ПРИЙОМІВ МАНІПУЛЯЦІЇ У РЕКЛАМІ

**Чередник Л.А.**

Полтавський національний технічний університет  
імені Юрія Кондратюка

У статті досліджуються особливості сучасної реклами, в якій використовуються різноманітні технології. Також зроблено спробу узагальнити існуючий досвід щодо практичного застосування прийомів маніпуляції свідомістю людини з метою підвищення інвестиційної привабливості товарів чи послуг. Детальне вивчення подібних практик дозволить розробляти найбільш вдалі рекламні технології для успішної реалізації товарів.  
**Ключові слова:** реклама, структура, маніпуляція, свідомість, прийом.

**Постановка проблеми.** Наше сьогодні вже просто неможливо уявити без реклами, що супроводжує нас скрізь: з екранів телевізорів, дисплеїв комп'ютерів і мобільних телефонів, вуличних білбордів, у транспорті тощо. Виникнувши у давні часи, реклама стала невід'ємним елементом нашого життя.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасному світі будь-яка реклама уже давно перетворилася на чітко визначену психологічну технологію і використовується для досягнення певних результатів не лише в торгівлі чи економіці, а й у соціально-політичній сферах. Феномен реклами у ХХІ столітті полягає у тому, що вона здатна впливати на світоглядні позиції особистості, навіть змінювати її поведінку. Тому це явище нині досліджується фахівцями різних наукових галузей. З цієї теми заслуговують на увагу роботи О.А. Феофанова, О.О. Титаренка,

В.Г. Зазикіна, Л.М. Федотова, П.К. Власова та багатьох інших.

**Метою статті** є дослідження прийомів маніпуляції у процесі їхнього використання у рекламі.

**Виклад основного матеріалу.** Нині реклама сприймається як поліаспектне явище, тому не дивно, що існує безліч її визначень. Наприклад, реклама окреслюється як «будь-яка форма неособистої пропозиції та просування комерційних ідей, товарів чи послуг коштом чітко визначеного замовника» [7, с.144]. Інші вважають рекламу соціальним феноменом, що «...функціє..., створюючи уявні світи, в яких ніхто не живе, але куди намагаються дістатися всі» [8, с. 130]. Треті говорять, що реклама – «це... психологічне програмування людей» [6, с. 42]. Досить популярною нині є думка про те, що реклама – це «вид творчості і навіть вид мистецтва, оскільки втілює у собі не лише процес сприйняття дійсності, а й спо-

сіб його вираження» [4, с. 51]. У Законі України «Про рекламу» термін «реклама» визначається як «спеціальна інформація про осіб чи продукцію, яка розповсюджується у будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого або опосередкованого одержання прибутку» [1].

Загалом, підвищення ролі реклами у суспільстві пов'язано з тим, що, надаючи детальну інформацію про товар, вона створює попит на нього і врешті-решт спонукає придбати або вибрати ту чи іншу послугу.

Безумовно, створення успішної реклами супроводжується низкою чинників. На думку дослідників, на структуру тексту реклами впливає аудиторія, характер товару, носій реклами (ТБ, журнал, газета, радіо). Окрім того, реклама має бути емоційною і надавати правдиву інформацію про товари чи послуги, їхні принади мають бути доказовими, доступно виголошеними. Усі сучасні реклами найчастіше мають таку структуру, що й розкриває сутність того чи іншого товару або послуги: слоган – заголовок – основний текст – ехо-фраза (резюме).

Більшість науковців суголосні у тому, що у рекламі значну роль відіграють психологічні чинники і виділяють п'ять своєрідних «центрів тяжіння», а саме: «формат повідомлення, внутрішній світ споживача, органи чуття людини, логіка побудови рекламного повідомлення і форми подання статистичних даних» [5, с. 278].

Як показує досвід, сучасна реклама відіграє подвійну роль у житті. Насамперед, це детальна інформація про продукт чи послугу. Але є і певні негативні моменти, пов'язані з тим, що реклама стає тим важелем, який спричинює вироблення певних стереотипів мислення, нав'язує стандарти життя, шаблони краси тощо. У свідомості людини виникає думка, що її щастя, успіх, підвищення статусу залежить саме від придбаної речі. Тобто, відбувається елементарне маніпулювання свідомістю людини. Зазначимо також, що маніпулятивні прийоми можуть бути як позитивними, так і негативними. Розглянемо деякі методики маніпуляції.

Однією з існуючих технік маніпулятивного впливу є застосування в рекламних повідомленнях так званого нейролінгвістичного програмування (НЛП). Так, одним з базових в НЛП є поняття репрезентативних систем особистості: візуальної, аудіальної, кінестетичної. Це пов'язано зі способами отримання, обробки та зберігання інформації у пам'яті людини. При розробці такого рекламного повідомлення необхідно використовувати всі три системи для формування у свідомості найбільш повного і насиченого образу, а також з метою створення його універсальності в плані репрезентативних систем, оскільки найбільш швидке розуміння і прийняття інформації людиною досягається в тому випадку, якщо вона подається в характерній для нього репрезентативній системі.

На думку вчених Б.Ф. Поршнева, А.А. Брудного, у процесі реклами ефект від навіювання думок про перевагу певних продуктів чи послуг допоможе створити відповідний допоміжний фон, який дослідник А.А. Брудний називає фасцінацією (від англ. *fascination* – зачарування) [2, с. 178]. Прикладом фасцінації може слугувати музика чи колір, які роблять рекламу більш привабливою. Фактично відбувається змішання інформаційних каналів з метою продемонструвати усі характеристики

товару: колір, звук, смак, аромат тощо. Більшість популярних нині кліпів пропонує безліч «райської насолоди», «спокуси смаком», містить сексуально забавлені образи. Отже, клієнтам намагаються веселити думку про те, що дані речі чи продукти викликають лише задоволення. Тобто, відбувається маніпулювання чуттєвим досвідом людини.

Зазначимо, що у деяких випадках творці реклами використовують найрізноманітніші емоції, наприклад: радість, жалість, страх, заздрість тощо. Ці почуття мають на меті настільки запалонити людину, щоб вона не мала змоги адекватно реагувати на ситуацію. Наприклад: «Ви ж не хочете захворіти? Тоді купіть вітаміни».

Рекламисти, або криейтори, досить часто звертаються до відомих міфів, казок, використовуючи їх для створення своєї реальності. Зараз існує багато імпровізацій давнього сюжету казки про Попелюшку. Ситуації можуть бути різними, але завжди в основі факт якогось перетворення (колір волосся, одяг тощо).

Іноді використовуються і різноманітні «чарівні речі». Наприклад, популярною на телебаченні є тема наведення ідеальної чистоти. На допомогу господині у видаленні бруду приходять сусідка, мати, тьотя Ася, містер Пропер та інші. Чарівними тут є миючі засоби, за допомогою яких і перетворюють дім на справжній рай.

Привабливою є також різдвяна та новорічна реклама компанії *Coca-Cola* з їхнім веселим слоганом («Свято наближається, свято наближається!»), традиційним Санта Клаусом, чарівними оленями, дзвіночками, гірляндами, на фоні яких подається продукція відомого бренду.

Надзвичайно поширеним у рекламі є прийом, який має назву «брак часу». Основна його мета – створення у покупця своєрідного психозу, в якому він біжить купувати рекламовану продукцію. Наприклад: «Шалені знижки!», «Сенсаційні знижки! Поспішайте!» тощо. Досить часто тут використовують слова «тільки сьогодні», «незабаром», що створюють ситуацію нагнітання ситуації: «Тільки сьогодні і тільки у нас знижки! Літні знижки на 50%!».

У зв'язку з цим використовують ще і прийом контрасту: «Найкраще тільки у нас!». Хоча це один з видів інформаційно порожніх протиставлень, оскільки покупець у дійсності не знає, з чим порівнюється той чи інший товар.

Наступний прийом має назву «апеляція до прогресу» В його основі – уміння переконати клієнта, що даний продукт є абсолютно новим, модним. Популярними у цьому випадку є словосполучення «новий дизайн», «новий смак», «новий аромат» тощо.

Іноді у рекламі товару використовують звернення до добрих почуттів особистості, тобто відбувається своєрідна інтимізація комунікативного простору. Це такі теми, як зустріч із батьками, піклування про них, намагання допомогти матері, спілкування з друзями тощо. Наприклад, уже упродовж тривалого часу реклама кави «*Jacobs Monarch*», пропагує щире спілкування між людьми. Така реклама викликає позитивні емоції і, безумовно, викличе бажання придбати товар.

Автори реклами можуть вдаватися і до певного шантажу, звертаючись до інстинкту самозбереження: «Обов'язково користуйся нашою зубною пастою, інакше твої зуби з'їсть карієс», «Тільки наші тампони забезпечать жінці 100-відсотковий захист».

Деякі види телереклам вдаються до використання ілюзії переконливості, посиляючись на численні «професійні асоціації стоматологів, гінекологів» або інших фахівців, які нібито мають достатньо даних, що підтверджують перевагу рекламованого товару над усіма іншими (наприклад, зубні паста і з фантастичним ефектом відбілювання).

У рекламі широко використовуються трюїзми (англ. truism) – загальновідома істина, банальність). Прикладами трюїзмів є фрази типу «усі знають, що...», «усі жінки купують це...», «усі батьки люблять своїх дітей...» тощо, наприклад: «Усе стає на свої місця з «Gillette»! «Gillette» – найкраще для чоловіків!».

Маніпуляція свідомістю клієнтів викликається і використанням так званих «хитрих слів», що спотворюють дійсний стан речей: «Усього тільки 999,99 грн.», «Просто підніміть трубку і зробить покупку всього лише на 499 грн.».

Іноді творці реклами спекулюють на патріотизмі українців. Прикладом цього є реклама пива «Оболонь»: «Пиво «Оболонь» – пиво твоєї Батьківщини!». Покупці вважають, що вони підтримують вітчизняного покупця і рідну країну. Та виникає цілком закономірне питання щодо того, чи здатне пиво покращити життя в Україні. До речі, цей ролик часто повторюється, тобто спрямований на збільшення кількості покупців. Є ще один аспект: виховний. Подібні ролики рекламують алкогольну продукцію, і навіюють думку, що вживання пива є патріотичною справою. Хоча це твердження є хибним.

Інший приклад – реклама горілки «Козацька рада». Чоловік-атлет, що здатен впоратися з конем, вражає глядача. Цьому сприяє і текст: «Ти – козак! У тобі сила! Ти не схибиш! Ти усе здолаєш! «Козацька рада»! Будь козаком!». Звичайно, люди будуть купувати товар, але ж не слід забувати про те, що це алкоголь.

На перший погляд, патріотичною є й реклама горішків: «Справжнім чоловікам потрібно поповнювати енергію. Спробуй горішки «Козацька слава»!». Чоловік, що заплітає коси доньки, витримує шопінг дружини і ще багато інших побутових проблем. Отже, це дійсно корисний продукт.

Нерідко для реклами запрошують відомих акторів, спортсменів. Це прийом має назву «авторитет»: Ольга Фреймут рекламує йогурт «Активію», брати Клички під час святкування перемоги смакують пиво «Чернігівське», Ігор Кондратюк насолоджується затишком із вікнами «Vevo» тощо. У людей виробляється стереотипність мислення, що криється у такій фразі: «Якщо цей продукт купують такі відомі люди, то я теж маю його мати». Усе це приведе до зростання продажу товарів.

Як уже зазначалося, неабияку роль відіграє кольорова гама реклами. Часто блідій, іноді навіть чорно-сірій, картинці буденного життя протиставляються яскраво насичені кольори рекламованого товару. Результат реклами матиме позитивну реакцію на товар.

Є прийоми, що можуть знизити критичність сприйняття товару. Наприклад,

рекламісти іноді прагнуть викликати інформаційне переважання тексту, словами диктора «за кадром». Тобто, така поліфонія викликає затримку сприйняття, втому, але товар запам'ятовується.

Також любляють використовувати і звукові ефекти. Раптова зміна звуку під час перегляду фільму, що перериває дійство, неприємно впливає на слух людини і може викликати навіть певне незадоволення.

Значна роль у правильній побудові реклами належить засобам лінгвістичної маніпуляції.

У рекламних текстах надають перевагу означено-особовим реченням, присудок у яких виражений дієсловом наказового способу: «Живи з усмішкою!», «Залишайся вірним!», «Отримуй щодня!» тощо. Уважається, що дієслова наказового способу недоконаного виду передають рішучість, різкість [3, с. 130], а доконаного виду – виражають волевиявлення [3, с. 131]. У деяких випадках слова лунають пом'якшено: «Відчуй смак легенди! Зустрінь свято з нами!», «Подаруй собі Danissimo!». Оскільки дієслова наказового способу мають відтінок побажання, доброзичливої поради, то така реклама подобається споживачам і привертає їхню увагу. Такі структури сприяють досягненню головної мети реклами – швидко вплинути на того, хто її сприймає. До того ж вони короткі, тому легко запам'ятовуються.

Засобом спонукання у рекламі, особливо на телебаченні, слугують квантитативно-генітивні речення. На українському телебаченні в мові реклами вони лунають здебільшого напередодні свят як привітання від тих чи інших виборчих блоків, партій: «Багато радості вам!», «Море сміху! Ласощів усяких!».

Використовуються і лексеми з різноманітними суфіксами, що передають суб'єктивну оцінку: «Називин! Для носів та носиків!».

Реклами сприяє і гіперболізація тексту (реклама вафель «Siesta»: «Найхрумкіший смак!»; реклама бритви: «Найкраще для чоловіків – «Gillette»!), використання ступенів порівняння («Добре, а з ЛЮКС ще краще!» (реклама чіпсів «Люкс»)).

Часто вживаються евфемізми, особливо у політичній рекламі, що допомагають уникнути конфлікту в спілкуванні та під час виступів, приховати негативні факти. Наприклад, в американських ЗМІ безробітних називають непрацевлаштованими, бідних – недостатньо привілейованими тощо. Військовий конфлікт між Україною і Росією тривалий час називали АТО, а не війною.

**Висновки і пропозиції.** Отже, у результаті нашого дослідження можна зробити низку висновків.

На сьогоднішній день немає єдності у визначенні терміна «реклама», оскільки поняття сприймається як поліаспектне явище (соціальне, економічне, психологічне, лінгвістичне, естетичне тощо).

Реклама є як елементом маркетингу, так і елементом системи суспільної комунікації. Як елементу суспільної комунікації їй властива ідеологічно-прагматична функція, яка полягає у тому, щоб у результаті передачі інформації здійснити вплив на адресата реклами, привернути його увагу та переконати його придбати певний товар.

У зв'язку з цим рекламісти часто використовують різноманітні прийоми маніпулювання свідомістю людей.

Тенденції розвитку сучасного ринку вказують на те, що роль реклами в XXI столітті буде лише зростати. Тому необхідно працювати над розробкою нових креативних методів і прийомів рекламування товарів і послуг.

**Список літератури:**

1. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 № 2657-ХІІ (Редакція станом на 01.01.2017).
2. URL: <https://detector.media/.../2002-07-18-zakon-ukraini-pro-rekl>.
3. Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации М., 2011. 232 с.
4. Капелюшний А. Практична стилістика української мови. Львів, 2001. 576 с.
5. Ковалевська Т.Ю. Реклама як маніпулятивний дискурс. Актуальні проблеми вербальної комунікації: Мова та суспільство: зб. наук. пр. К., 2004. С. 51-56.
6. Матвієнко В.Я. Соціальні технології. К.: Українські пропілеї. 2001. 446 с.
7. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы : учеб. пособ. М., 2003. 230 с.
8. Словник термінів /упор. Р.Г. Іванченко. К., 1998. 208 с.
9. Телетов О.С. Рекламний менеджмент: підручн. для ВНЗ. Суми, 2015. 367 с.

**Чередник Л.А.**

Полтавский национальный технический университет  
имени Юрия Кондратюка

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИЕМОВ МАНИПУЛЯЦИИ В РЕКЛАМЕ****Аннотация**

В статье исследуются особенности современной рекламы, в которой используются разнообразные технологии. Также сделана попытка обобщить существующий опыт по практическому применению приемов манипуляции сознанием человека с целью повышения инвестиционной привлекательности товаров или услуг. Детальное изучение подобных практик позволит разрабатывать наиболее удачные рекламные технологии для успешной реализации товаров.

**Ключевые слова:** реклама, структура, манипуляция, сознание, прием.

**Cherednyk L.A.**

Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University

**USING RECEPTIONS MANIPULATIONS IN ADVERTISING****Summary**

The article explores the features of modern advertising, which uses a variety of technologies. An attempt has also been made to generalize the existing experience in the practical application of methods of manipulating the mind of a person with the aim of increasing the investment attractiveness of goods or services. Detailed study of such practices will allow developing the most successful advertising technologies for the successful sale of goods.

**Keywords:** advertising, structure, manipulation, consciousness, reception.

УДК 821.161.2

## МАСОВІ ВІДКРИТІ ОНЛАЙН КУРСИ ЯК МОЖЛИВІСТЬ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАХІВЦЯ

Шарова Т.М., Шаров С.В.

Мелітопольський державний педагогічний університет  
імені Богдана Хмельницького

У статті розглянуто особливості масових відкритих онлайн курсів з гуманітарних дисциплін. Досліджено, що їх використання засновано на принципах відкритості, рівності учасників освітнього процесу, індивідуалізації освіти, глобалізації освітнього простору, інтернаціоналізації освітніх систем. Наголошено на тому, що масові відкриті онлайн курси доступні для будь-якого користувача. Існують англійські та українські освітні ресурси, які надають змогу опанувати різними дисциплінами у дистанційному режимі. В якості приклада розглядаються особливості проходження курсу «Українська мова» на онлайн платформі EdEra. Після проходження таких курсів, як правило, видається сертифікат, який засвідчує результат роботи курсанта та його знання у певній галузі.

**Ключові слова:** масові відкриті онлайн курси, освітня онлайн платформа, EdEra, філологія, українська мова.

**Постановка проблеми.** Сьогодні Міністерство освіти і науки України підтримує ініціативи з питань впровадження онлайн курсів, за допомогою яких можна краще підготуватися до ЗНО чи опанувати необхідними знаннями для подальшого працевлаштування. Безумовно, слушною є думка Міністра освіти Гриневич Л.М., яка акцентує увагу на тому, що: «Сьогодні масові онлайн курси набувають особливої популярності. І не тому, що це просто модно, а тому, що ці технології допомагають відповісти на значні виклики сьогодення – створення інтерактивних та цікавих матеріалів для дітей, забезпечення доступу до якісної освіти, надання можливостей для навчання впродовж життя. Усі ці виклики є особливо важливими й для України. Сучасним дітям нудно в теперішній українській школі, ми маємо молодь на невідконтрольованих територіях, яка взагалі не має доступу до української освіти, та дітей у сільських школах, де якість освіти є нижчою за міську» [3]. З огляду на це, актуальними є питання щодо впровадження та використання масових відкритих онлайн курсів у закладах освіти.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні аспекти та особливості масових відкритих онлайн курсів заклали англійські вчені, зокрема Д. Левін, Т. Фенвік, Н. Хард. В Україні питанням вивчення досвіду та використання масових відкритих онлайн курсів присвячено дослідження І. Бацуровської, М. Кухаренко, А. Джаландінової, Н. Сиротенко, Н. Тихомирова, І. Примаченко та інших вчених.

**Мета статті.** Метою статті є повідомлення про переваги та види масових онлайн курсів, аналіз можливостей онлайн платформи EdEra для вивчення курсу «Українська мова».

**Виклад основного матеріалу.** Під масовими відкритими онлайн курсами (МВОК) будемо розуміти освітні ресурси для широкого кола людей, вільний доступ до яких здійснюється через мережу Інтернет. Якщо мати на увазі англійський варіант терміну «масові відкриті онлайн курси» (Massive Open Online Courses, MOOC), то під ним розуміється курси, що спрямовані на широкомасштабну інтерактивну участь учасників навчального процесу та відкритий доступ через Інтернет [8]; онлайн курси, які мають дві додаткові функції: відкритість та масовість [7, с. 48].

На думку дослідників І. Бацуровської та А. Джаландінової, термін «масові відкриті онлайн курси» можна пояснити через трактування кожного слова окремо. Так, наприклад, слово «масовий» означає залучення до певного процесу великої кількості учасників, які можуть перебувати у різних куточках світу. Слово «відкритий» трактується таким чином: кожен учасник освітнього процесу має право у будь-який зручний для нього час безкоштовно використовувати розташований на освітньому ресурсі навчальний матеріал, розказувати про його існування будь-кому. Коли мова йде про слово «онлайн», то це означає, що всі курси знаходяться у мережі Інтернет. Говорячи про слово «курс», слід зазначити, що до кожного навчального процесу будь-якого напрямку можуть існувати певні правила. Різні курси можуть відрізнятися не лише структурою, а й обсягом навчального матеріалу [1, с. 64].

До основних переваг онлайн курсів можна віднести: відкритість для всіх, незалежно від віку, місця проживання та соціального статусу; можливість вивчати різні дисципліни, не прив'язуючись до конкретної спеціалізації [2]; безкоштовне використання; спілкування з однодумцями; швидкий пошук інформації; уся навчальна інформація зібрана одному місці. Головною особливістю таких курсів можна вважати їх інтерактивність, використання у будь-який зручний для користувача час.

Слід зазначити, що масові відкриті онлайн курси поділяються на дві великих групи (xMOOC та cMOOC), що мають різну природу. Так, системи cMOOC зорієнтовані на слухачів, які опановують знаннями за допомогою соціальних мереж, колективного спілкування тощо для пошуку та освоєння знань. З іншого боку, курси xMOOC забезпечують більш академічний підхід до отримання знань, чіткий графік проходження курсу тощо [6, с. 52]. Звичайно, користувач одночасно можна користуватися різноманітними онлайн платформами, де представлена різна кількість предметів, дисциплін або курсів. Після проходження таких курсів, як правило, в електронному вигляді видається сертифікат, що засвідчує результат роботи курсанта та його знання у певній галузі.

Серед значної кількості онлайн платформ, які подають інформацію на англійській мові, можна назвати: Coursera (<https://www.coursera.org/>); Edx (<https://www.edx.org/>); Udacity (<https://www.udacity.com/>); Kadenze (<https://www.kadenze.com/>); Udemy (<https://www.udemy.com/>).

Також можна користуватися освітніми ресурсами, де інформація для користувачів представлена українською мовою, а саме: Prometheus (<http://prometheus.org.ua/>); EdEra (<https://www.ed-era.com/>); Відкритий Університет Майдану (<http://vum.org.ua/>). Дві україномовні онлайн платформи (Prometheusta EdEra) підтримуються Міністерством освіти і науки України.

На освітньому ресурсі EdEra існують онлайн курси з різних напрямів діяльності: підготовка до ЗНО, програмування, менеджмент, право, управління бізнесом та ін. Міністр освіти і науки України Л.М.Гриневич вважає обов'язковим курс для вчителів початкових класів, які цього рік планують брати перший клас [4]. Ознайомитись з інформацією щодо використання онлайн платформи EdEra вчителями початкових класів можна, скориставшись наказом МОНУ № 34 від 15.01.2018 р.

Досить зручно на онлайн платформі EdEra проходити курси з української мови. Таке навчання дозволить слухачам ознайомитися не лише з основними правилами, а й прослухати лекції, переглянути відео та насолодитись милозвучною українською мовою. Різноманітні завдання, які повинен виконувати слухач у процесі вивчення української мови, стосуються таких частин українського мовознавства, як: фонетика, фразеологія, графіка, лексикологія, орфоепія, будова слова та словотвір.

Для зручності користувачам запропонована покрокова інструкція, яка надасть змогу досить швидко входити в систему, проходити тести, переглядати відео, ознайомлюватися з текстовою інформацією, яка знадобиться під час періодичного та підсумкового контролів. Інформація, яка розташована на сайті EdEra, полегшує роботу користувача та дозволяє побачити орієнтовні терміни публікації усіх навчальних матеріалів, що стосуються конкретного курсу. Додатки розміщені відповідно на часті запитання користувачів, які вивчають курс у дистанційному режимі та подають покрокову інструкцію з питань реєстрації на онлайн платформі. Користувачі, які не зможуть знайти відповіді на свої питання, можуть скористатися зворотнім зв'язком та вчасно отримати потрібну інформацію.

Практична реалізація знань курсу «Українська мова» відбувається за допомогою виконання домашніх завдань, які розміщені до кожної великої теми. Під час виконання домашнього завдання з української мови на онлайн платформі EdEra потрібно не лише відповідати на питання у вигляді тестів, а й вписувати правильні слова, вказувати на їх закінчення чи корінь, знаходити синоніми, попередньо перевіривши правильність їх написання.

Кожен слухач онлайн курсу «Українська мова» для виконання того чи іншого завдання має різну кількість спроб. Так, наприклад, для виконання тестів у рубриці «Лекційні питання» дається дві спроби, а для виконання домашніх вправ можна використати три спроби. Досить часто слухачі курсу повинні вписати правильні слова чи обрати декілька варіантів відповіді (рис. 1).

The screenshot shows the EdEra online course interface. At the top, there is a navigation bar with a search bar, a language selector (English), and a notification icon. The main content area is divided into two columns. The left column lists course modules and assignments, while the right column shows the details of the selected assignment.

**Left Column (Course Structure):**

- Лекція 1: Фонетика та графіка I** (Lecture 1: Phonetics and Graphology I)
  - Українська абетка (Ukrainian Alphabet)
  - Семінар 1 (Seminar 1)
  - Домашнє завдання 1 (Homework 1)
- Лекція 2: Фонетика та графіка II** (Lecture 2: Phonetics and Graphology II)
  - Семінар 2 (Seminar 2)
  - Домашнє завдання 2** (Homework 2) - This is the selected assignment.
- Тиждень 2: Лексикологія, фразеологія, будова слова, словотвір** (Week 2: Lexicology, Phraseology, Word Structure, Morphology)
- Проміжний іспит** (Intermediate Exam)
- Тиждень 3: Морфологія, Іменник, прикметник** (Week 3: Morphology, Noun, Adjective)

**Right Column (Assignment Details):**

- Score: (4/4 points)
- Встановіть відповідність (Match the items)
- Упорядкування за глухістю відбувається у слові (Ordering by voiceless consonants in the word)
- ✓ розсіпати (scatter) - dropdown menu
- Упорядкування за дзвінкістю відбувається у слові (Ordering by voiced consonants in the word)
- ✓ вокзал (train station) - dropdown menu
- Упорядкування за м'якістю відбувається у слові (Ordering by softness in the word)
- ✓ кінця (end) - dropdown menu
- Упорядкування за місцем і способом творення відбувається у слові (Ordering by place and way of formation in the word)
- ✓ безжурний (careless) - dropdown menu
- ПОКАЗАТИ ВІДПОВІДЬ** (Show Answer)
- Ви використали 3 з 3 можливостей надіслати свої матеріали на розгляд. (You have used 3 of 3 opportunities to submit your materials for review.)

Рис. 1. Домашні завдання онлайн-курсу «Українська мова»



Кожна тема онлайн курсу «Українська мова» має різну кількість питань, відповідно, їх вага оцінювання також різна. Однак, у кінцевому результаті слухач успішно повинен відповісти на лекційні питання, виконати домашнє завдання, пройти проміжний та підсумковий тест. Слідкуючи за власним прогресом, потрібно набрати мінімум 60% успішності та у результаті отримати електронний сертифікат з унікальним номером, який підтверджує його легальність. Головною перевагою онлайн курсів слід вважати той факт, що слухач може обрати для вивчення будь-яку кількість курсів, причому це не буде переобтяжливо для його гаманця, оскільки вони безкоштовні.

Слухачі, які проходять масові відкриті онлайн курси, мають можливість прослухати лекції провідних фахівців. Тут доречними та цікавими можуть бути методичні настанови чи поради, нові методики чи моделі навчання. Після прослуховування лекції, слухачі мають можливість поставити лекторам запитання, оскільки на онлайн-платформах є зворотній зв'язок та можливість обговорення інформації, яка подається до будь-якого курсу.

Досить часто фахівці-методисти пропонують проходження таких курсів вчителям-початківцям, які можуть суттєво підвищити свою кваліфікацію та професійний рівень. Звичайно, перевірка таких знань буде доречною, коли вчитель перевірятиме власні знання за профілем своєї діяльності. Коли мова йде про досвідчених вчителів, які планують пройти онлайн курс, то зовсім не обов'язково їм прослуховувати усі лекції. Можна одразу почати з проходження тестового контролю, тобто пройти періодичний та підсумковий тести та визначити власний рейтинг успішності слухача. Слід наголосити на тому, що окремі слухачі вбачають у такій підготовці не лише позитивні моменти, а й певні недо-

ліки (можливість зовнішньої допомоги, недостатня кількість інтерактивних практичних завдань тощо).

Останнім часом у вищих навчальних закладах активно стали використовувати програмні педагогічні засоби, які допомагають краще засвоїти програмний матеріал з конкретної дисципліни чи курсу. Такі електронні засоби навчального призначення майже схожі з курсами в онлайн режимі, тільки призначені вони більше для роботи на персональному комп'ютері. Для розуміння того, як використовувати електронні засоби навчального призначення, доречно скористатися навчально-методичний посібник «Методологічні аспекти комп'ютерної підтримки самостійної роботи студентів-філологів» [5, с. 4], який містить теоретичний матеріал щодо самостійної навчальної діяльності студентів в умовах інформаційного освітнього середовища.

**Висновки і пропозиції.** Отже, поява відкритих масових онлайн курсів заснована на принципах відкритості, рівності учасників освітнього процесу, індивідуалізації освіти, глобалізації освітнього простору, інтернаціоналізації освітніх систем. До головних переваг використання масових відкритих онлайн курсів слід віднести: масовість, відкритість, глобальність, безкоштовність, доступність; можливість залучення кращих фахівців з різних університетів або інших закладів освіти; можливість використання елементів традиційного навчання, зокрема графіків, схем, таблиць, текстової інформації тощо. Безкоштовне проходження курсів з різних напрямів діяльності людини дозволить дізнатися про свій рівень знань з конкретної галузі знань. По завершенню курсів слухач отримує електронний сертифікат, а вся інформація про проходження курсу залишається у нього на сторінці.

## Список літератури:

1. Бацуровська І.В. Історія розвитку масових відкритих онлайн курсів в освіті / І.В. Бацуровська, А.М. Джаландінова // Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології. – 2015. – Вип. 1. – С. 63-66.
2. Белейчик А.В. Використання освітніх онлайн-середовищ для професійного розвитку вчителів інформатики: [Електронний ресурс] / А.В. Белейчик. – Режим доступу: <http://elar.ipro.edu.te.ua:8080/bitstream/123456789/3994/1/Beleychik.pdf>.
3. Масові онлайн курси дають більше можливостей для якісної освіти дітей з сільських шкіл та невідконтрольних територій: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/news/1-be-smart-presentation>.
4. На платформі Edera стартував онлайн курс підвищення кваліфікації вчителів початкової школи: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/news/na-platforni-edera-ctartuvav-onlajn-kurs-pidvishennya-kvalifikaciyi-vchiteliv-pochatkovoyi-shkoli-na-dopomogu-pedagogam-mon-pidgotuvalorozyasnennya-ta-instrukciyi>.
5. Шаров С.В. Методологічні аспекти комп'ютерної підтримки самостійної роботи студентів-філологів: навч.-метод. посіб. – [2-ге видання доп. і перероб.] / С.В. Шаров, Т.М. Шарова. – Харків: Федорко, 2014. – 200 с.
6. Шаров С.В. Аналіз відкритих онлайн курсів для вивчення програмування / С.В. Шаров, Р.В. Печерський // Проблеми та інновації в природничо-математичній, технологічній і професійній освіті: зб. матеріалів VI-ї Міжнар. наук.-практ. онлайн-інтернет конф. (м. Кропивницький, 19-20 квітня 2018 р.). – РВВ ЦДПУ ім. В. Винниченка, Кропивницький, 2018. – С. 52-53.
7. AlDahdouh Alaa A. Planning To Design MOOC? Think First! / Alaa A. AlDahdouh, Antonio J. Osorio // The Online Journal of Distance Education and e-Learning. – 2016. – Volume 4, Issue 2. – P. 47-57.
8. Littlejohn A. Understanding Massive Open Online Courses: [Електронний ресурс] / A. Littlejohn. – Режим доступу: [http://cemca.org.in/ckfinder/userfiles/files/EdTech%20Notes%202\\_Littlejohn\\_final\\_1June2013.pdf](http://cemca.org.in/ckfinder/userfiles/files/EdTech%20Notes%202_Littlejohn_final_1June2013.pdf).

**Шарова Т.М., Шаров С.В.**

Мелітопольський державний педагогічний університет  
імені Богдана Хмельницького

## **МАССОВЫЕ ОТКРЫТЫЕ ОНЛАЙНКУРСЫ КАК ВОЗМОЖНОСТЬ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА**

### **Аннотация**

В статье рассмотрены особенности массовых открытых онлайнкурсов по гуманитарным дисциплинам. Доказано, что их использование основано на принципах открытости, равенства участников образовательного процесса, индивидуализации образования, глобализации образовательного пространства, интернационализации образовательных систем. Отмечено, что массовые открытые онлайн-курсы доступны для любого пользователя. Существуют англоязычные и русскоязычные образовательные ресурсы, которые дают возможность овладеть различными дисциплинами в дистанционном режиме. В качестве примера рассматриваются особенности прохождения курса «Украинский язык» на онлайн платформе EdEra. После прохождения таких курсов, как правило, выдается сертификат, удостоверяющий результат работы курсанта и его знания в определенной области.

**Ключевые слова:** массовые открытые онлайн курсы, образовательная онлайн платформа, EdEra, филология, украинский язык.

**Sharova T.M., Sharov S.V.**

Bohdan Khmelnytsky Melitopol State Pedagogical University

## **OPEN MASS ONLINE COURSES AS POSSIBILITY OF RISING THE COMPETITIVENESS OF THE SPECIALIST**

### **Summary**

The article focuses on the peculiarities of the mass open online courses of humanities. It was researched that their used is based on the principles of openness, equality of participants in the educational process, the individualization of education, the globalization of educational space, the internationalization of educational systems. It is emphasized that massopen online courses are available to any user. There are English-speaking and Ukrainian educational resources that allow you to learn various disciplines in the remote mode. As an example, the peculiarities of the course «Ukrainian language» on the EdEra online platform are represented. After passing such courses, as a rule, a certificate is issued that certifies the results of the work of the student and his knowledge in a particular field.

**Keywords:** mass open online courses, educational online platform, EdEra, philology, Ukrainian language.

УДК 82-97:001.8

## **МЕТОДИКА РОБОТИ З ТЕМОЮ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ТВОРУ**

**Шебеліст С.В.**

Полтавський національний педагогічний університет  
імені В.Г. Короленка

Досліджено теоретико-методологічні засади роботи з темою журналістського твору. У статті простежено всі етапи реалізації творчого процесу: зародження задуму, накопичення фактичного матеріалу, його обдумування, безпосередня робота над матеріалом, перевірка точності й достовірності даних, остаточне редагування твору самим автором. Осмислено феномен цікавого в журналістиці. Розкрито питання роботи з джерелами інформації, вказано на типові помилки на цьому етапі. З'ясовано принципи, за якими добирають героїв журналістських матеріалів і коментаторів подій. Проаналізовано способи втілення публіцистичної ідеї.

**Ключові слова:** задум, тема, концепція, ідея, факт, цікавість.

**Постановка проблеми.** Важливим складником журналістської майстерності й одним із мірил професійності є вміння працювати із темою матеріалу. Успіх будь-якого твору – статті, теле- або радіо сюжету – значною мірою залежить того, наскільки повно, всебічно, багатогранно й цікаво автор зуміє подати і розкрити тему.

Осмислення цього явища належить до завжди актуальних наукових проблем, адже журналістика перебуває в постійному розвитку, в її функціонування привносяться нові світові тенденції, зрештою, неможливо не реагувати на запити та смаки аудиторії, котрі також визначають тематичну палітру сучасних мас-медіа.

Водночас самі ЗМК не лише безоглядно йдуть назустріч очікуванням публіки, але й намагаються вести її за собою, пропонуючи їй цікавий контент. Усі ці обставини вимагають від журналіста бути гнучким, активним, креативним, універсальним, уміти зорієнтуватися в насиченому інформаційному просторі, відокремити головне від другорядного й загалом ефективно працювати з темами матеріалів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Про етапи роботи над журналістським твором написано чимало праць вітчизняних і зарубіжних науковців (Д. Прилюк, В. Здоровега, В. Різун, М. Недопитанський, М. Карась, В. Ільченко, П. Сілігей, Є. Прохоров, В. Ученова, М. Кім, С. Корконосенко, Г. Лазутіна, В. Горохов та ін.), в яких розкриваються питання журналістської майстерності. Багато положень, викладених у цих розвідках, залишаються актуальними й нині, проте сучасні реалії існування медіапростору вимагають деякого переосмислення методологічних підходів, зокрема до розробки теми журналістського матеріалу.

Останнім часом з'явилося багато публікацій, в яких інтегровано практичний досвід конкретних журналістів і редакцій. Це, як правило, текстові версії численних майстер-класів, викладених на сторінках таких Інтернет-видань, як «Детектор медіа» та «MediaLab», що займаються аналізом медіасфери і підвищенням рівня професійності практикуючих медійників або тих, хто прагне ними стати. На цих сайтах є спеціальні рубрики, в яких докладно й доступно роз'яснено, як знайти героя для тексту, писати «людською мовою», підготуватися до інтерв'ю, порозумітися з редактором і вигадувати заголовки. Ці поради є гарним доповненням до теоретичних засад, викладених у статтях, підручниках і монографіях, яким нерідко закидають відірваність від безпосередньої журналістської практики.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Нині, як зазначають науковці, докорінно змінюється тематична кон'юнктура ЗМК. Якщо раніше домінували громадсько-політичні матеріали, то нині акцент зміщується в бік зацікавленості людиною, її смаками і вподобаннями. Інформація має бути не лише цікавою для неї, а й корисною з практичної точки зору. Відтак постає питання про добір тем, обґрунтування їхньої важливості й цікавості, що далеко не завжди є рівнозначними категоріями. Це підтверджують дослідження соціологів про те, що найбільше хвилює українців (війна на Сході, рівень життя, економічна ситуація в країні), і рейтинги програм, найбільш популярні з яких – інформаційно-розважальні та розважальні.

Існує необхідність підсумувати сучасні тенденції роботи з темою журналістських матеріалів, із джерелами, звідки черпають інформацію журналісти, та з експертами, яких вони запрошують коментувати явища і події. Нині це стало справді проблематичним, адже багато медійників нехтують професійними стандартами об'єктивності й неупередженості. Також чимало дискусій в медіаспільноті та на сторінках дотичних видань викликають критерії професійності експертів. Для цього мають бути встановлені чіткі, загальноприйняті рамки, яких повинні дотримуватися журналісти. Так само про це має

знати й суспільство, яке часто почувається дезорієнтованим в інформаційному середовищі. Усі ці проблеми потребують наукового осмислення, вирішення та імплементації в щоденну практику.

**Мега статті.** Головна мета статті полягає в дослідженні теоретико-методологічних аспектів роботи з темою журналістського твору, аналізі різних її етапів й узагальненні практичного досвіду відповідно до актуальних вимог медіапростору.

**Виклад основного матеріалу.** Складно не погодитися з тезою В. Здоровеги про те, що «написання, проголошення будь-якого журналістського виступу починається не за столом, не перед камерою, мікрофоном. Цьому вирішальному моменту в роботі кожного літератора передують більший чи менший, іноді, як під час підготовки оперативних матеріалів, зведений до кількох хвилин, “дозастольний” період творчості, тобто творчий мислений процес, від якого залежить успіх майбутнього твору» [2, с. 67].

Майже аксіоматичність цього твердження доводить практика. Задум і тема журналістського твору (що з них первинне, є дискусійним питанням у наукових колах) справді спочатку з'являються в голові й лише потім реалізуються у статтях і сюжетах. Як це все відбувається, досліджено в психології творчості, кожен із видів котрої має свою специфіку. Але загалом послідовність етапів роботи ідентична. Це виникнення задуму, збір необхідної інформації, систематизація фактичного матеріалу, реалізація творчого задуму, перевірка точності, саморедагування. У журналістиці до цього переліку додають іще соціальну дію, тобто практичні результати після оприлюднення матеріалу, що радше мають прикладний характер і не стосуються безпосередніх творчих аспектів.

Пошук тем журналістських матеріалів – одна із «вічних» проблем, з якою стикаються не лише початківці. Нині це критерій, за яким оцінюють професійну придатність творчого працівника мас-медіа. Особливе чуття, ба навіть «нюх» на новини має бути притаманне журналістові за замовчуванням, «тому що знайти в повсякденному житті дещо примітне й цікаве, в надокучливому явищі чи предметі якісь нові, доти невідомі грані можна лише за певної гостроти зору в пошуку проблем» [3].

Сьогодні журналіст повинен уміти миттєво запропонувати редакторові з десяток тем, які можуть і будуть цікавими не лише особисто йому, а й ширшій аудиторії, пояснивши, чому це цікаво і кому це цікаво. Без розуміння і сприйняття цих умов творчий процес не буде успішним і ефективним. Мас-медіа повинно знати й відчувати свою аудиторію, спираючись у тому числі на соціологічні дослідження. Зокрема, не намагатися охопити всі категорії публіки, якщо конкретне ЗМК працює з певною цільовою групою, задовольняючи її смаки й інтереси.

Саме тому журналісти і створюють матеріали на теми, які перебувають на слуху й на вустах, цього вимагає інформаційна кон'юнктура. Основними поштовхами до роботи є редакційне завдання, коли журналістові доручають працювати над конкретним питанням, яке цікавить аудиторію, або ж його власна ініціатива, коли він може самостійно запропонувати редакторові свою тему й аргументовано довести, чому це важливо і чому

саме він може впоратися із завданням найкраще. Обидва варіанти є прийнятними. Кожен із них має як недоліки, так і переваги. Але навіть якщо журналіст виконує завдання за редакційною вказівкою, у творчому плані він почуватися вільно. Він може самостійно обирати жанр матеріалу, способи і ракурси його подачі. Журналіста обмежують хіба терміни подачі твору, його обсяг чи хронометраж. Якщо ж він сам виступив ініціатором теми чи постійно її «веде», глибоко в ній розбирається, то і працює охоче, активно, з віддачею.

«Та незалежно від способу зародження задуму, у журналіста має бути своє, особисте зацікавлення відповідною темою, – стверджує В. Здоровага. – Публіцистичний виступ тоді цікавий, коли запропонована чи знайдена тема збігається і пов'язується з тим, що болить самого автора як людину, як громадянина. Не випадково журналісти з більшим задоволенням працюють над близькими їм задумами й темами, які народжуються з особистого інтересу, часто несподіваного імпульсу. І навпаки, однією з причин появи посередніх, сірих і нудних творів є те, що їхні автори є байдужими до важливих, потрібних редакції тем і проблем» [2, с. 67].

Основними джерелами, з яких журналіст черпає інформацію та знаходить приводи, є його власні спостереження, безпосереднє спілкування з людьми та робота з різноманітними документами. Щодо останнього виду джерела, то нині завдяки значній відкритості й доступності документальної бази активно розвивається журналістика даних. Сьогодні медійникові необов'язково добувати матеріали за межами редакції, писати запити, діставати копії від інсайдерів. Безліч інформації він може отримати з цілком відкритих джерел. Численні відомства мають свої сайти і регулярно публікують там новини, заяви та іншу інформацію, котра може бути цікавою журналістам. Тому перевірка публікацій на вебсторінках президента, парламенту, уряду, обласної адміністрації, мерії, поліції, рятувальної служби та ін. для багатьох стало вже необхідністю і професійною звичкою.

Але це явище має також зворотній бік. Як значають М. Недопитанський, М. Карась і В. Ільченко, «останнім часом практичній журналістиці закидають пасивність інформаційного пошуку. Дійсно, замість добутої власними зусиллями інформації репортери здебільшого послуговуються опрацьованими повідомленнями прес-служб, інформаційних агентств, інтерпретуючи їх відповідно до тематичного контенту. Тобто домінує журналістика точок зору, а не журналістика розслідування» [4, с. 4].

До відкритих джерел потрібно ставитися уважно й відповідально, неодмінно перевіряючи їх на достовірність. Те саме стосується публікацій у соціальних мережах. Так, вони можуть дати поштовх до створення матеріалу, проте не варто розглядати їх як єдине джерело задумів і тем. Головне, щоб вони були цікавими. Одним із критеріїв цікавості інформації є бажання розповісти про неї комусь. Це або новизна факту, або новизна думки, або їх поєднання.

Залежно від формату ЗМК розуміння цікавого може бути різним. Мас-медіа загального інтересу намагаються вдовольнити запити якомога

ширшої аудиторії, нішеві – працюють на інтереси конкретно визначеної публіки (зіркове життя, спорт, мода, кулінарія, подорожі, авто, в'язання, городництво). Як правило, журналісти спеціалізуються на одній чи кількох темах, проте нині ринок диктує умови та спонукає їх бути значною мірою універсалом, який бодай у загальних рисах може розібратися у різних аспектах життя.

Коли журналіст має задум і тема визріла, він починає накопичувати фактичний матеріал, черпаючи його із власних спостережень, преси і різних документів, спілкування з очевидцями подій і компетентними в досліджуваному питанні людьми. Науковці вже неодноразово відзначали, що «запрограмувавши себе на певну тему, журналіст зосереджується на ній енергетично, у нього ніби формується емоційна аура. У таких випадках здається, що інформаційний масив стосовно цієї теми ніби сам пливе до рук. Тоді виникає неабиякий творчий запал і задоволення від пошуку» [1, с. 256].

У підсумку в журналіста формується концепція твору, уявлення про те, який вигляд він матиме, якими фактами, аргументами й коментарями буде супроводжений, до яких висновків дійшов чи підштовхує автор. Це, однак, не означає, що кінцевий результат творчих зусиль журналіста буде абсолютно ідентичним до початкових намірів, що первинна гіпотеза підтвердиться, бо все у процесі роботи може коригуватися і навіть змінюватися.

Чітко сформульований, докладний план роботи необов'язково існує на папері. Проте в деяких редакціях практикується подача заявки на розробку теми. Це дозволяє в систематизованому вигляді обгрунтувати цікавість теми та прописати алгоритм роботи над її розкриттям. Якщо для звичайної замітки це необов'язково, то для розлогих і тим паче колективних аналітичних робіт – це необхідність. Автори навчального посібника «Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво» [1, с. 256-257] запропонували структуру тематичної розробки, яка, на нашу думку, є цілком релевантною в сучасних умовах:

Основна ідея теми (назва, теза, гасло, анонс).

Актуальність і мотивація (інформаційний привід).

Об'єкт та учасники дослідження теми.

Інформаційна база (преса, Інтернет, ТБ, власні спостереження).

Ключові аспекти дослідження теми (правовий, соціальний, історичний, культурологічний, етнографічний тощо).

Перелік запитань для інтерв'ю (щонайменше п'ять запитань).

Підсумок (резюме, що впливає з усього інформаційного масиву).

Користуючись цією робочою схемою, наповнюючи її реальним фактажом і коментарями героїв та експертів, можна створити адекватний журналістський матеріал. Цікаві герої, вміння їх розгортати і розкрити – ще одна грань майстерності журналіста, який має змогу розповідати не лише про медійно впізнаваних персон, а і про звичайних людей, котрі мають цікаву історію. Водночас залучення експерта має бути вмотивованим. Він передусім повинен бути компетентним у своїй галузі. Це неабияка проблема для українського медіапростору, коли чимало випадкових людей

беруться коментувати події, в яких ледве розбираються, але роблять це з апломбом фахівця.

Тому, як зауважує Н. Стеблина, «обираючи експерта, потрібно контролювати фактор компетентності. Це може бути науковий статус – наявність наукового ступеня, вагомих розробок в обраній сфері. Проте, як ми знаємо, іноді наукове звання може не викликати довіри. До того ж, можливі ситуації, коли людина, яка не захистила дисертації, краще і глибше орієнтується у проблемі, ніж кандидат чи доктор наук. Окрім того, деякі сфери не передбачають наявність наукового ступеня. У такому випадку можна перевірити професійний статус – тобто визнання колег» [5, с. 53–54].

Провідна ідея, як правило, висловлюється наприкінці твору. Хоча вона може й декларуватися на самому початку матеріалу, виклад якого аргументовано розкриває і доводить її слушність. Головна думка твору пронизує весь матеріал і визначає його ідейну спрямованість ще на етапі підготовки. Автор узагальнює все сказане, робить власні висновки чи ненав'язливо скеровує до них аудиторію, котра зазвичай не любить пафосу, дидактичного тону й моралізаторства. Не варто поспішати з категоричними висновками особливо тоді, коли ситуація перебуває в розвитку. Перед оприлюдненням матеріал має трохи «відлежати», аби автор поглянув на нього свіжим оком,

власноруч виправив можливі неточності, додав нові суттєві подробиці й остаточно подбав про його композиційну стрункість.

**Висновки і пропозиції.** Працюючи над темою журналістського твору, журналіст повинен виходити з інтересів аудиторії. При тому не просто улягати вподобанням і очікуванням мас, але також підвищувати їхній рівень, пропонувати якісний контент: ексклюзивну інформацію, котру особливо цінує публіка, та цікаві історії про пересічних людей, загалом про незвичайне у звичному та давно відомому. Задум, тема, концепція та ідея повинні бути продуманими та структурованими, хоча й не конче формалізованими. Це може бути як докладна схема дослідження чи принагідні чернеткові нотатки, так і план, чітко сформульований «у голові», котрий можна відтворити без папірця.

Кожен журналіст має власний алгоритм роботи, проте знання і застосування проаналізованих засад розробки теми матеріалу може підвищити ефективність його творчої діяльності. Перспективними напрямками подальших наукових досліджень є вивчення тематичної спеціалізації та універсальності журналістів, тематичної кон'юнктури ЗМК та інформаційних запитів самої аудиторії, більшість з яких визначають ті ж таки мас-медіа, створюючи таким чином свій віртуальний порядок денний.

## Список літератури:

1. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник. – 2-ге вид., перероб. і допов. / Т.О. Приступенко, Р.В. Радчик, М.К. Василенко та ін., за ред. В.В. Різуна. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. – 352 с.
2. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. – 3-тє вид. / В.Й. Здоровега. – Львів: ПАІС, 2008. – 276 с.
3. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения [Электронный документ] / М.Н. Ким. – Режим доступа: <http://www.eartist.narod.ru/text/71.htm>.
4. Недопитанський М.І., Карась М.А., Ільченко В.І. Уроки з журналістської практики: практичний посібник / М.І. Недопитанський, М.А. Карась, В.І. Ільченко. – К.: Україна молода, 2010. – 120 с.
5. Стеблина Н.О. Етика у сфері соціальних комунікацій. Професійні стандарти у журналістиці, рекламі та PR : навч.-метод. посіб. / Н.О. Стеблина; наук. ред.: О.А. Іванова. – Львів: ПАІС, 2014. – 227 с.

### Шебелист С.В.

Полтавский национальный педагогический университет  
имени В.Г. Короленка

## МЕТОДИКА РАБОТЫ С ТЕМОЙ ЖУРНАЛИСТСКОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ

### Аннотация

Исследованы теоретико-методологические основы работы с темой журналистского произведения. В статье прослежены все этапы реализации творческого процесса: зарождения замысла, накопления фактического материала, его обдумывание, непосредственная работа над материалом, проверка точности и достоверности данных, окончательное редактирование произведения самим автором. Осмыслен феномен интересного в журналистике. Раскрыт вопрос работы с источниками информации, указано на типичные ошибки на этом этапе. Определены принципы, по которым подбирают героев журналистских материалов и комментаторов событий. Проанализированы способы воплощения публицистической идеи.

**Ключевые слова:** замысел, тема, концепция, идея, факт, интерес.

**Shebelist S.V.**

Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University

## METHODS OF WORKING WITH THE TOPIC OF A PIECE OF JOURNALISM

### Summary

The theoretical and methodological principles of work with the topic of a piece of journalism are researched. The current article traces all stages of the realization of the creative process: the origin of the plan, the accumulation of the factual material, its reflection, direct work with the material, verification of the accuracy and reliability of the data, the final self-editing of the work by the author. The phenomenon of interest in journalism is comprehended. Issues of work with sources of information are revealed, typical mistakes at this stage are indicated. The principles according to which the heroes of journalistic materials and commentators of events are selected are found out. The ways of implementing a journalistic idea are analyzed.

**Keywords:** plan, topic, conception, idea, fact, interest.

УДК 005.21-021.272:[303.436.2:378-027.63]

## ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАРУБІЖНИХ УНІВЕРСИТЕТСЬКИХ БІБЛІОТЕК ЯК ЦЕНТРІВ КОМУНІКАЦІЇ

**Шевченко О.В., Боднарюк М.В.**

Одеський національний політехнічний університет

Дослідження спрямоване на аналіз та узагальнення наявного досвіду стратегій розвитку та технологій вивчення університетських бібліотечних проектів міжнародного рівня. Методологічною основою дослідження є загальнотеоретичні наукові методи – аналізу та синтезу, що дали змогу дослідити особливості вивчення та оптимальну характеристику зарубіжних та вітчизняних бібліотечних публікацій, провести порівняльний аналіз вивчених робіт. Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше проаналізовано науковий досвід роботи спеціалістів бібліотек університетів зарубіжних країн на основі журналу обмеженого доступу «The Journal of Academic Librarianship».

**Ключові слова:** бібліотечна справа, зарубіжні видання, бібліотека університету, діяльність зарубіжних бібліотек, бібліотечна робота, інформаційне середовище.

**Постановка проблеми.** У наші дні доступного інформаційного середовища, коли починаючому науковцю потрібно зібрати необхідні ресурси для своєї роботи, додатковою увагою потребує вивчення досвіду стратегій розвитку діяльності бібліотек університетів у різних країнах як центрів комунікаційного середовища. Найбільшими обсягом такої інформації володіє закордонний журнал обмеженого доступу «The Journal of Academic Librarianship» (створений в 1975 році, публікується Elsevier) – це рецензований науковий журнал, який охоплює всі теми, що стосуються академічних бібліотек, аналітичні статті, огляди книг, бібліографічні нариси. Тому набуває актуальності вивчення періодики обмеженого доступу у спрямуванні університетської бібліотечної галузі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Останнім часом до огляду зарубіжних видань університетської інформаційно-бібліотечної тематики звернулися вітчизняні дослідники, зокрема Л. Бакуменко, О. Мар'їна, Т. Колесникова, Є. Костюк, В. Попик, Ю. Шевцова та ін.

Так Л.Бакуменко аналізує досвід зарубіжних та вітчизняних бібліотек у створенні корпоративних інституціональних репозитаріїв та визначає перспективи їхнього розвитку в Україні. О. Мар'їною на досвіді реалізації зарубіжних проектів охарак-

теризовано інструментальні підходи у моделюванні поведінки користувачів, що сприяють розвитку функціональних можливостей електронних бібліотек. Т. Колесникова та А. Миргородська доводять можливість і необхідність впровадження в бібліотеках закладів вищої освіти України моделі "Бібліотечне видавництво" («Library Publishing»), яка доповнює друковану академічну пресу фокусуванням на наукових електронних журналах відкритого доступу. Крім того, функціонування видавничих центрів при бібліотеках розкриває Є. Костюк, який в умовах інформаційного суспільства висвітлює функції та завдання Національної наукової бібліотеки Академії наук Китаю та визначив особливості її організаційної структури та місце у системі наукової комунікації. У свою чергу В. Попик аналізує досвід найбільших бібліотек світу у систематизації друкованих та електронних біографічних інформаційних ресурсів, підготовку путівників щодо фондів бібліотек, біобібліографічних покажчиків, словників і довідників. Ю. Шевцовою було розглянуто зарубіжні публікації щодо застосування бібліометричних методів для аналізу періодики бібліотечнознавчого профілю, де автор виокремилася декілька груп.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Проте, напрями університетських бібліотечних досліджень зарубіжних періодичних видань обмеженого доступу не були предметом до-

слідження, що зумовлює актуальність обраної теми статті.

**Метою статті** є аналіз, систематизація та узагальнення наявного досвіду розвитку діяльності та технологій вивчення університетських бібліотечних проектів закордонних країн, а також виявлення дослідницьких лідерів у бібліотечній діяльності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У дослідженні для огляду обрано наукові публікації журналу «The Journal of Academic Librarianship» за 2017 рік, які згруповано у таблиці 1.

Як видно із таблиці 1, серед дослідження питань розвитку діяльності бібліотек зацікавлення виникає не у бібліотечних установах, а серед університетів чи коледжів, при яких функціонують зазначені бібліотеки, що приводить до розгляду застосування такої практики у вітчизняних закладах вищої освіти.

На основі інформації, поданої в таблиці 1, нами було створено діаграму активності країн, з якої видно, що закордонним лідером в галузі бібліотечних досліджень є Сполучені Штати, якими із тринадцяти загальних, опубліковано сім статей. Наступними по рейтингу активності виступає Австралія з двома публікаціями, а у інших країн лише по одному дослідженню (рис. 1).

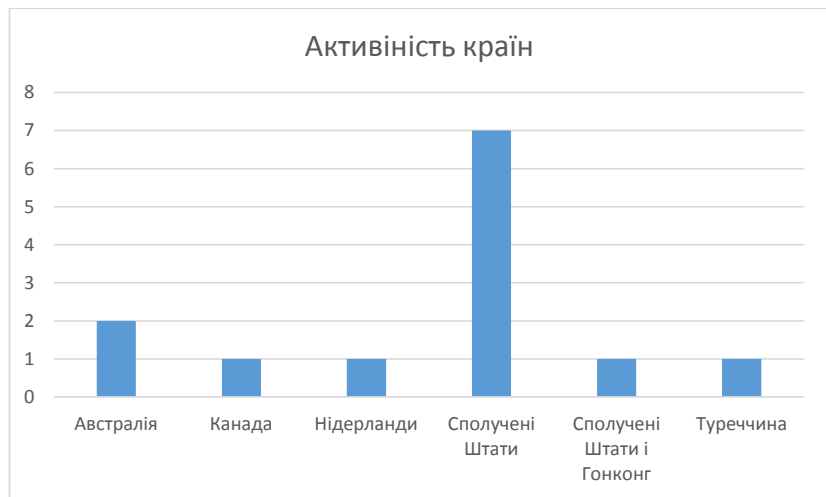


Рис. 1. Діаграма активності країн

Джерело: розроблено авторами

Для більш детального порівняння досліджень, охарактеризуємо основні питання кожної публікації, відповідно до послідовності країн у таблиці 1.

Університетські бібліотеки зіштовхуються зі зростаючими вимогами клієнтів щодо послуг у підтримці досліджень, особливо в галузі бібліометрії. Частина цієї тенденції полягає у задоволенні запитів кількісних показників впливу досліджень у зв'язку з поданням заяв на просування по службі або грантами. Проте, нещодавній

Таблиця 1

#### Систематизація досліджень

№	Країна	Питання розвитку бібліотек	Організація
1.	Австралія, Barnes	Прогаляни бібліотекарів у знаннях в області бібліометрії	University of New England
2.	Австралія, Harland	Роль директора бібліотеки у забезпеченні відповідності бібліотечної установи до університету	Queensland University of Technology
3.	Канада, Winn	Вивчення даних використання соціальних медіа на прикладі університетських бібліотек Монреаля	Concordia University
4.	Нідерланди, Wilders	Підвищення функції відкритих полиць на досвіді університетської бібліотеки Університету Утрехта	Utrecht University Library
5.	Сполучені Штати, Bowron	Тенденції у використанні послуг довідкового сервісу	Austin Peay State University
6.	Сполучені Штати, Jackson	Існування співпраці між бібліотекою та центром письма	Wright State University
7.	Сполучені Штати, Keyes	Використання в якості бібліотечних асистентів – бакалаврів для роботи зі співробітниками служб аналітики чату в університетській бібліотеці	Albertsons Library (Boise State University)
8.	Сполучені Штати, Oliver	Загальна підготовка університетських бібліотекарів, які отримали диплом з бібліотечної справи та шляхи їх кар'єри	Fort Lewis College
9.	Сполучені Штати, Riley-Reid	Вивчення явних та неявних бар'єрів расової дискримінації, з якими стикаються академічні бібліотекарі	The City College of New York
10.	Сполучені Штати, Rose-Wiles	Необхідність в інструкціях з інформаційної грамотності від бібліотекаря у підготовці аспірантів для їхньої ролі молодшого викладача	Seton Hall University Libraries (Seton Hall University)
11.	Сполучені Штати, Walters	Визначення факторів впливу, які лежать в основі набору показників рейтингу журналів	Mary Alice & Tom O'Malley Library (Manhattan College)
12.	Сполучені Штати і Гонконг, Huang	Взаємодія університетських бібліотекарів та користувачів, застосовуючи інструменти соціальних мереж Twitter і Weibo	University of South Florida & The University of Hong Kong
13.	Туреччина, Afacan	Вимоги щодо кліматичного контролю для збереження спеціальних книжкових колекцій	Bilkent University Faculty of Art, Design and Architecture

Джерело: [7 9, 11–13, 15 21]

досвід виявив широке поширення прогалін бібліотекарів у знаннях, навичках та компетентності щодо бібліометрії [10, 642]. Так, автор С. Barnes із Австралії у своїй статті розкриває напрями подолання розриву, надаючи бібліотекарям рекомендації для обговорення в рамках біометричних вимірювань за h-індексом [8].

Наступна дослідниця F. Harland у своїй праці обґрунтовує теорію про те, як директор бібліотеки може забезпечити відповідність бібліотеки університетам та зовнішнім зацікавленим особам у зв'язку зі швидкими змінами технологій [11]. Конструктивний підхід включав структуровані інтерв'ю з дванадцятьма директорами університетських бібліотек Австралії та США. Теорія предмету та концептуальна модель, розкритих у її дослідженні, показують, що директор бібліотеки реагує на проблему швидких змін шляхом прийняття наступних стратегій: узгодження стратегічного бачення з університетом; постійним перебудовуванням бібліотеки; залученням зацікавлених сторін; побудовою гнучкої та мотивованої бібліотечної культури; демонстрацією наукової значущості університету. Зазначені стратегії взаємодіють у циклічній схемі як оригінальна теорія, яка підкреслює важливу роль директора бібліотеки як агента моделі стратегії розвитку бібліотеки. Керівникам бібліотек пропонується бути стратегічними мислителями, брати участь у процесах продуктивного планування, спрямованих на безперервне вдосконалення, що робить бібліотеку логічною та залученою до зацікавлених сторін.

Незважаючи на те, що університетські бібліотеки продовжують застосовувати соціальні медіа для заохочення студентів користуватися бібліотекою та просувати бібліотечні ресурси і послуги, вивчення даних використання соціальних медіа в університетських бібліотеках Монреалю ще не проводилося. Так, D. Winn із Канади розглядає облікові записи соціальних мереж чотирьох університетських бібліотек у м. Монреаль і на підставі даних, отриманих протягом восьми місяців, робить спробу визначити вплив соціальної діяльності кожної бібліотеки [21]. Так, успіх визначався вимірюваним зростанням кількості прихильників протягом досліджуваного періоду. Для трьох університетів з обліковими записами Facebook і Twitter, який вважається найбільш успішним, був той, хто має найвищий рівень взаємодії. Результати показують, що всі бібліотеки були успішними, але бібліотеки з меншою кількістю публікацій мали вищий рівень зацікавленості користувачів.

Бібліотеки університетів ставлять під сумнів додану вартість відкритих стелажів з книгами, книжкових виставок, оскільки наукові публікації доступні в електронному форматі, виникає запитання щодо доцільності книжкових виставок у бібліотечному просторі. Вивчення університетської бібліотеки Університету Утрехта пропонує бібліотекарям переосмислити питання щодо підвищення функції відкритих виставок бібліотеки. Базуючись на даних про придбання та використання, а також на інтерв'ю з видавцями і користувачами, нідерландський вчений С. Wilders передбачає, що в 2025 р. книжкові виставки можуть відігравати важливу роль у забезпеченні доступу

до тих видань, які користувачі вважають за кращими в паперовому форматі [20]. Проте, книжкові полиці не повинні фокусуватися виключно на паперових публікаціях, необхідно звертати увагу на цифрові видання, оскільки більшість бібліотечних фондів стають гібридними. Крім того, бібліотеки повинні також підвищувати роль книжкових виставок, тоді відкриті виставки змогли б додати цінність в бібліотечний простір майбутнього, забезпечуючи доступ до гібридної колекції та слугувати науковим дослідженням.

Також залишається важливим зберігання і аналіз даних щодо еталонних транзакцій в університетських бібліотеках, що яскраво висвітлюють вчені Сполучених Штатів. Зокрема, еталонні дані транзакції можуть містити інформацію, яка буде використовуватися бібліотекою для прийняття рішень щодо штатного розпису та складання планування, підготовки персоналу, розробки збору даних, а також діяльності з підтримки та навчання. Так, Christopher Ross Bowron вивчає тенденції використання послуг довідкового сервісу та відповідності зібраної інформації способу використання службової бази [9]. З огляду на кількість еталонних транзакцій з 2010 р. було виявлено в середньому 3200 запитів, які щорічно надходять до 15 референтних фахівців Вудвордської бібліотеки. Довідкова служба була доступна на протязі 69,5 годин на тиждень в різних режимах, що включали не лише спілкування, а й телефонні дзвінки, електронну пошту, чат та SMS. На всі довідкові запити відповідав будь-який фахівець бібліотеки, після чого результати дослідження були оцінені, виходячи з інформаційного запиту користувачів.

Різновид відповідей, що міститься в опитуванні американської дослідниці Holly A. Jackson показує, що більшість кампусів мають певний тип репетиторських послуг, а кількість співпраці з бібліотекою кампусу між установами має відмінності [13]. Проте, більшість респондентів зазначили про існування співпраці між бібліотекою та центром письма (або написання групи репетиторських послуг), масштаби цих відносин не є послідовними по всій країні. У поєднанні з кількома стратегічними цілями та спільним оцінюванням, більш детальне планування та навчання можна було б вивчати між бібліотеками та письмовими центрами щодо партнерських зв'язків. Окрім досвіду роботи у спільному просторі, варто провести дослідження щодо спільних зусиль у межах кампусу. У цілому, читачі, викладачі, ректорат зацікавлені у співпраці, щоб допомогти успіхам та розвитку студентів – це лише питання визначення найкращих практик.

Закордонні університетські та публічні бібліотеки мають досвід експерименту як штаб-квартири довідкового бюро. Останні тенденції в університетських бібліотеках вказують на побудову моделі різнопланової штатної служби, спираючись на співпрацю професійних бібліотекарів, студентів та аспірантів. Варто звернути увагу, що університетські бібліотеки набагато менше залучають до роботи в довідковому центрі студентів рівня підготовки бакалавр. Так, Kelsey Keyes із Albertsons Library (США) розглядає питання залучення до праці бібліотечними асистентами студентів бакалаврів як співробітників



служб аналітики чату в університетській бібліотеці [15]. Автором було проаналізовано транскрипти змісту чату та порівняно якісний рівень наданих відповіддей професійних бібліотекарів та студентів старших курсів. Для аналізу були відібрані 451 протокол транскриптів з чатом та визначено, що студенти бакалаврського рівня підготовки можуть надавати задовільні інформаційні послуги у чаті, які можна порівняти за якістю та змістом з рівнем професійних бібліотекарів. Дані засвідчують, що підготовка студентів-бакалаврів до роботи у студентському чаті є фактово придатною та бажаною альтернативою для університетських бібліотек.

Дослідження, які розкривають мотивацію праці бібліотекарів, досить часто фокусуються на типах бібліотек або на студентах, які бажають отримати освіту у бібліотечній сфері. Американець Astrid Oliver використав анкетування 1872 університетських бібліотекарів, які отримали диплом з бібліотечної справи з метою вивчення їхньої загальної підготовки та кар'єрного зростання [16]. Автор показує, що більше двох третин респондентів бажали б отримати бібліотечну освіту більш ніж через рік після отримання ступеня бакалавра. Більшість респондентів мали досвід роботи перед тим, як отримати бібліотечну освіту. Виявлено, що досвід роботи в бібліотеці залишається серйозним впливом на рішення про отримання освіти у бібліотечній сфері.

Культурні надбання американців виявляються в їх спадщині та ментальності нації. Проте, різноманітність не пронизує аспекти їх буденного життя в академічному середовищі та бібліотеках. Огляду літератури приділена увага автора Trevar Riley-Reid, яка вивчала окремі бар'єри, з якими стикаються академічні бібліотекарі афроамериканці [17]. Так, явні бар'єри впливають безпосередньо із расизму та сприймаються як «інше», тоді як неявні бар'єри є витонченими й обумовлені прихованим пошкодженням формування кар'єри та досвіду роботи бібліотекарів афроамериканських національностей. Цей аналіз пропонує способи приборати виявлені бар'єри за допомогою наставництва для роботи установ, які дозволяють успішному кар'єрному зростанню бібліотекарів афроамериканських національностей.

Міждисциплінарний проект АТМ, який вивчав концепцію інтеграції «вбудованого бібліотекаря» до першого курсу в лабораторії біології протягом кількох семестрів, був успішним у вдосконаленні розуміння студентами процесу навчання та роботи з літературою. Так, студенти продемонстрували вищий рівень розуміння інформаційної грамотності, виходячи з трирічного досвіду зареєстрованих результатів та неофіційних відгуків у Seton Hall University. Науковець Rose-Wiles акцентує увагу на необхідності підготовки аспірантів до їхньої наукової праці як викладача та допомоги, яку вони отримали від бібліотекарів в інструкціях з інформаційної грамотності [18]. Виявлено, що для задоволення очікувань студентів нинішнього покоління необхідні більш інтерактивні та інноваційні підходи до навчання інформаційної грамотності. Пропонуючи студентам-першокурсникам зрозуміти наукову літературу з дисциплін та застосовувати її до власних досліджень, важливо надати практич-

ні навички у навчанні. Також підтверджено, що узагальнений емпіричний метод (GEM) Бернарда Лонергана є цінним інструментом для здійснення позитивних змін у сучасному інформаційному комунікативному середовищі як для студентів, так і для викладачів.

Науковець William H. Walters використовує цитування та опитування 55 журналів з інформатики та бібліотечної діяльності з метою визначення трьох факторів, які лежать в основі набору з 11 показників рейтингу журналів (6 показників цитування та 5 показників зазначених переваг) [19]. Так, три фактори рейтингу представляють (1) вплив цитування типової статті, (2) суб'єктивну репутацію та (3) вплив цитування журналу в цілому (всі статті об'єднані), разом вони складають 77% загальної дисперсії в рамках 11 показників. Старі журнали (створені до 1953 року) та неприбуткові журнали, як правило, мають високі репутаційні оцінки відносно їх цитування. На відміну від попередніх досліджень, дане дослідження не містить доказів відмінності журналів, що мають найбільше значення для науковців і практиків.

Дослідження Hong Huang із США (University of South Florida), разом із колегами із Гонконгу висвітлює способи взаємодії університетських бібліотекарів та користувачів щодо застосування інструментів соціальних мереж (Twitter і Weibo), зміни їх уявлень про види взаємодії за допомогою соціальних медіа [12]. Авторами було проаналізовано 1600 мікроблогів, відібраних з двадцяти університетських бібліотек у Weibo (китайський Twitter) та двадцяти бібліотек у Twitter в англійських країнах. Так, отримані результати засвідчують, що нині бібліотекарі університетів в англійських країнах користуються інформацією для публікацій, що стосується бібліотеки (новини та події) та кваліфіковано відповідають на запити. У той же час, бібліотекарі університетів Китаю застосовують Weibo для спілкування з користувачами та поширення новин бібліотеки. Враховуючи відсутність попередніх досліджень щодо соціальних медіа, що полегшує спілкування бібліотекарів університетів та користувачів в Англії та Китаї, це дослідження надає вагому інформацію щодо комунікаційної взаємодії між бібліотекарями та користувачами інформації в середовищі соціальних мереж.

Зростання інтересу до стійких середовищ – це інноваційна зміна функціонування університетських бібліотек. Нині бібліотекою університету вважається та бібліотека, яка приєднана до закладу вищої освіти, підтримує виконання навчальних планів та сприяє науковим дослідженням викладацького складу і студентів [14, 164]. Так, Yasemin Afacan з Туреччини розглядає виклики сучасності щодо вимог кліматичного контролю збереження книг зі спеціальних колекцій за допомогою дизайнерського підходу, орієнтованого на користувача та заснованого на трьох етапах, а саме: анкетування (надавалось 240 учасникам інтернаціональної архітектури і були з'ясовані потреби користувачів); учасникам, на волонтерській основі було запропоновано розробити архітектурні рішення для спеціальної колекції книг у бібліотеці Білкентського університету на основі принципів сталого дизайну; альтернативні рішення були оці-

нені та систематизовані для визначення ключових «зелених дизайнерських атрибутів» для книг зі спеціальних колекцій [7].

**Висновки і пропозиції.** Охарактеризований вітчизняний та міжнародний досвід дає можливість комплексного збору інформації, є джерелом оптимізації нових досліджень для вітчизняних науковців. Під час розгляду ресурсів основну увагу було сконцентровано на вивчення бібліотек університету (за матеріалами журналу «The Journal of Academic Librarianship»), які дозволяють сформулювати сучасну картину діяльності університетської бібліотечної

сфери за кордоном, де активним лідером у розвитку наукових досліджень було виявлено Сполучені Штати. Порівняльний аналіз досвіду зарубіжних бібліотечних фахівців розкриває можливості та перспективи впровадження інноваційних проектів на вітчизняному підґрунті при бібліотеках закладів вищої освіти. Проаналізований науковий досвід роботи закордонних фахівців на основі журналу надає можливість розуміння проблем університетських бібліотек зарубіжних країн, сформована діаграма по активності країн розкриває лідера в галузі бібліотечних досліджень зарубіжжя.

## Список літератури:

1. Бакуменко Л.Г. Корпоративні інституціональні репозитарії бібліотек вищих навчальних закладів: відкритий доступ до наукових публікацій. Вісник Книжкової палати, 2012. № 10. С. 18-22.
2. Колесникова Т.О., Миргородська А.І. Науково-видавнича модель «Library Publishing» в університетських бібліотеках України та світу. Вісник Книжкової палати. 2015. № 3. С. 24-28.
3. Костюк Є. Національна наукова бібліотека Академії наук Китаю. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. К., 2012. № 34. С. 212-221.
4. Мар'їна О. Моделювання поведінки користувачів електронних бібліотек: із досвіду реалізації зарубіжних проектів. Вісник Книжкової палати, 2015. № 2. С. 19-21.
5. Попик В. Місце і роль бібліотек у формуванні та інтеграції ресурсів біографічної інформації. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського, 2012. № 34. С. 477-491.
6. Шевцова Ю.О. Бібліометричний аналіз професійних журналів у зарубіжному бібліотекознавстві. Вісник Харківської державної академії культури, 2018. № 52. С. 121-130.
7. Afacan Y. Sustainable Library Buildings: Green Design Needs and Interior Architecture Students' Ideas for Special Collection Rooms. The Journal of Academic Librarianship, 2017. Vol. 43. № 5. P. 375-383.
8. Barnes C. The hindex Debate: An Introduction for Librarians. The Journal of Academic Librarianship, 2017. Vol. 43. № 6. P. 487-494.
9. Bowron C.R., Weber J.E. Implementing the READ Scale at the Austin Peay State University Library. The Journal of Academic Librarianship, 2017. Vol. 43. № 6. P. 518-525.
10. Corral S., Kennan M.A., Afzal W. Bibliometrics and research data management services: Emerging trends in library support for research. Library trends. 2013. Vol. 61. № 3. P. 636-674.
11. Harland F., Stewart G., Bruce C. Ensuring the academic library's relevance to stakeholders: The role of the Library Director. The Journal of Academic Librarianship. 2017. Vol. 43. № 5. P. 397-408.
12. Huang Hetal. Understanding User-Librarian Interaction Types in Academic Library Microblogging: A Comparison Study in Twitter and Weibo. The Journal of Academic Librarianship, 2017. Vol. 43. № 4. P. 329-336.
13. Jackson H.A. Collaborating for student success: An e-mail survey of US libraries and writing centers. The Journal of Academic Librarianship, 2017. Vol. 43. № 4. P. 281.
14. Jankowska M.A., Marcum J.W. Sustainability challenge for academic libraries: planning for the future. College & research libraries, 2010. Vol. 71. № 2. P. 160-170.
15. Keyes K., Dworak E. Staffing Chat Reference with Undergraduate Student Assistants at an Academic Library: A Standards-Based Assessment. The Journal of Academic Librarianship, 2017. Vol. 43. № 6. P. 469-478.
16. Oliver A., Prosser E. Choosing Academic Librarianship: An Examination of Characteristics and Selection Criteria. The Journal of Academic Librarianship, 2017. Vol. 43. № 6. P. 526-531.
17. Riley-Reid T. Breaking Down Barriers: Making it Easier for Academic Librarians of Color to Stay. The Journal of Academic Librarianship, 2017. Vol. 43. № 5. P. 392-396.
18. Rose-Wiles L.M., Glenn M., Stiskal D. Enhancing information literacy using Bernard Lonergan's Generalized Empirical Method: A three-year case study in a first year biology course. The Journal of Academic Librarianship, 2017. Vol. 43. № 6. P. 495-508.
19. Walters W.H. Composite journal rankings in library and information science: A factor analytic approach. The Journal of Academic Librarianship, 2017. Vol. 43. № 5. P. 434-442.
20. Wilders C. Predicting the Role of Library Bookshelves in 2025. The Journal of Academic Librarianship, 2017. Vol. 43. № 5. P. 384-391.
21. Winn Detal. MTL 2.0: A Report on the Social Media Usage and User Engagement of the «Big Four» Academic Libraries in Montréal. The Journal of Academic Librarianship, 2017. Vol. 43. № 4. P. 297-304.

**Шевченко Е.В., Боднарюк М.В.**

Одесский национальный политехнический университет

## **СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАРУБЕЖНЫХ УНИВЕРСИТЕТСКИХ БИБЛИОТЕК КАК ЦЕНТРОВ КОММУНИКАЦИИ**

### **Аннотация**

Исследование направлено на анализ и обобщение имеющегося опыта стратегий развития и технологий изучения университетских библиотечных проектов международного уровня. Методологической основой исследования являются общетеоретические научные методы – анализ и синтез, что позволило исследовать особенности изучения и дать оптимальную характеристику зарубежных и отечественных библиотечных публикаций, провести сравнительный анализ изученных работ. Научная новизна работы заключается в том, что впервые проанализирован научный опыт работы специалистов библиотек университетов зарубежных стран на основе журнала ограниченного доступа «The Journal of Academic Librarianship».

**Ключевые слова:** библиотечное дело, зарубежные издания, библиотека университета, деятельность зарубежных библиотек, библиотечная работа, информационная среда.

**Shevchenko E.V., Bodnaruyuk M.V.**

Odessa National Polytechnic University

## **COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF STRATEGIES DEVELOPMENT OF EXTERNAL ACTIVITIES UNIVERSITY LIBRARIES AS A COMMUNICATION CENTER**

### **Summary**

The research is aimed at analyzing and generalizing the existing experience of development strategies and technologies for the study of university librarianship projects of an international level. The methodological basis of the research is the general theoretical scientific methods – analysis and synthesis, which made it possible to study the peculiarities of studying and optimal characterization of foreign and domestic libraries publications, to conduct a comparative analysis of the studied works. The scientific novelty of the work is that for the first time the scientific experience of the specialists of the libraries of universities of foreign countries on the basis of the journal of limited access «The Journal of Academic Librarianship» has been analyzed.

**Keywords:** library business, foreign publications, university library, activity of foreign libraries, library work, information environment.

УДК 811.161.2'367.332.7:07

## **ФУНКЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРЕДИКАТИВ З ІНВАРІАНТНОЮ СЕМАНТИКОЮ «СУБ'ЄКТ – ЙОГО ВНУТРІШНІЙ СТАН» В УКРАЇНСЬКОМУ МАСМЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ «ПОЛТАВЩИНА»)**

**Шрамко Р.Г.**

Полтавський національний педагогічний університет  
імені В.Г. Короленка

У статті йдеться про варіантність лексико-граматичної реалізації предикатів внутрішнього стану / ставлення суб'єкта в текстах українського інтернет-видання «Полтавщина». З'ясовано спектр частиномовного вираження цих предикатів у масмедійному просторі. Вивчено місце вербативів та ад'єктивів / вербоїдів фізичного, фізіологічного, психоемоційного й інтелектуального стану / ставлення носія як конститuentів ізофункційних синтаксичних парадигм в українській мові. Визначено потенціал активності предикатів цього зразка в українських мас-медіа. Окреслено перспективніс-ть аналізу інших аспектів функціонування таких предикатів у масмедійному просторі сучасся.

**Ключові слова:** предикат стану / ставлення суб'єкта, експерієнсив, ізофункційна компонентна синтаксична парадигма, масмедійний дискурс, функційна активність.

**Постановка проблеми.** Український мас-медійний контент поч. ХХІ ст. є людиноцентричним за своїм спрямуванням. Він зорієнтований на сучасного вдумливого читача й об'єктивує його потреби заповнити емоційний вакуум, зануритися в інформаційний простір,

рієнтований на сучасного вдумливого читача й об'єктивує його потреби заповнити емоційний вакуум, зануритися в інформаційний простір,

суголосний настрою та думкам самого реципієнта, вибудувати міцний емоційний зв'язок із масмедійним виміром, отримати внутрішню самореалізацію, а також стимулювати самоусвідомлення. Такий контент віддзеркалює події та явища об'єктивної реальності. Водночас він є чутливим до таких доміант, як **душа, особистий простір, відчуття, настрої, емоції** тощо, оскільки сфокусований на істоті (насамперед людині, зрідка – тварині), що переживає певний стан, повністю або частково охоплена ним, відчуває щось під впливом певних обставин чи внутрішніх стимулів. У неперервному інформаційному потоці сьогодення саме людина, спроможна відчувати й переживати, співчувати й відгукуватися на внутрішній стан іншої істоти, стає тим мірилом, за яким оцінюють гуманність суспільства нового тисячоліття, його моральний дух, а отже, майбутнє людства загалом. Суб'єкт того чи того стану, з одного боку, та читач, наділений здатністю до емпатії, з іншого, генерують значний спектр синтаксичних структур на позначення настрою, особливостей психофізичної діяльності та інтелектуальної роботи. Саме тому питання вживання статальних предикатів у реченнях масмедійного дискурсу, а також специфіка формування ними ізофункційних синтаксичних парадигм набувають виняткової значущості. Актуальність і новизна обраного напряму дослідження пов'язані й з об'єктивною потребою вивчити комунікативно-прагматичну організацію синтаксичних конструкцій із предикатами стану / ставлення суб'єкта і випрацювати механізм структурування ними ізофункційних субпарадигм у сучасних засобах мас-медіа.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Валентнісно-інтенційний потенціал предикатів стану / ставлення суб'єкта утрадиційнено належить до таких питань, що перебувають у колі досліджень українських науковців. Релевантні ознаки речень цього взірця на логіко-денотативному, семантико-синтаксичному й формально-граматичному рівнях системно аналізують І. Вихованець, К. Городенська [2], А. Загнітко [3], Н. Кавера [4], О. Леута [7] тощо. Окремі аспекти функціонування предикатів стану / ставлення носія на формально-граматичному рівні розглядають у своїх працях М. Фенко [8], В. Каленич [5], О. Болюх [1] й ін. Теоретичні засади синтаксичної ізофункційності обґрунтовано в наукових розвідках Ю. Леденцова [6].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Нагального висвітлення водночас потребує проблема лексико-граматичного вираження та функційної еквівалентності предикатів фізичного, фізіологічного, психоемоційного й інтелектуального стану / ставлення носія в українських масмедійних джерелах сучасності.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Пропоноване дослідження має на меті цілісно схарактеризувати функційні особливості лексико-граматичних репрезентантів предикатів внутрішнього стану / ставлення носія в ізофункційних компонентних синтаксичних парадигмах на базі інтернет-видання «Полтавщина». Реалізація окресленої мети передбачає розв'язання таких завдань:

– розкрити спектр частиномовних виразників предикатів, що експлікують семантику внутрішнього стану / ставлення суб'єкта, у синтаксичних структурах на матеріалі текстів інтернет-видання «Полтавщина»;

– уточнити потенціал їхньої активності у складі ізофункційних компонентних синтаксичних парадигм сучасної української мови.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.**

У сучасній українській мові предикати стану суб'єкта є особливим типом предикатів, зорієнтованим на вираження внутрішнього стану носія, зокрема, його фізіологічних реакцій на зовнішні чи власне-внутрішні подразники, фізичного стану внаслідок впливу певних обставин, емоцій та почуттів, рис характеру та вдачі, морально-етичних показників, особливостей специфіку самоусвідомлення людини на базі її інтелектуальної діяльності. Носій мислиться як істота, що відчуває той чи той стан, проте позбавлена можливості впливати на його катализатор або корегувати умови перебігу, тривалість чи інтенсивність вияву загалом. Предикати ставлення суб'єкта віддзеркалюють увесь спектр його взаємин з іншими людьми під час комунікації чи на основі отриманого раніше позитивного / негативного досвіду.

Системний науковий пошук на базі текстових масивів інтернет-видання «Полтавщина» уможливив укладення картотеки в 200 фіксацій, отриманих способом суцільної вибірки. Ґрунтовний аналіз представлених синтаксичних структур дає змогу стверджувати, що типовими лексико-граматичними експлікаторами предикатної семантики фізичного, фізіологічного, психоемоційного й інтелектуального стану / ставлення носія є вербати (80%, 160 одиниць) (тут і далі показник обчислено до загальної суми в 200 фіксацій) й ад'єктиви / вербоїди (20%, 40 одиниць). На формально-граматичному рівні речення з цими ознаковими словами конституюють ізофункційні три-/двокомпонентні синтаксичні парадигми такого зразка:  $N_1 + V_f / N_1 + V_f + N_x \rightarrow N_1 + Adj / Part / N_1 + Adj / Part + N_x \rightarrow \dot{N}_3 + Ad / N_3 + Ad + N_x$  [9], наприклад: *Мої перші учні дякували за те, що я навчила їх скорочено писати...* (<https://poltava.to/project/3579/>) → *Вони вдячні і за одне, й за інше* (<https://poltava.to/project/3579/>); *Дитина починає часто хворіти* (<https://poltava.to/news/47704/>) → *Вона була хвора, вже мала спроби самогубства* (<https://poltava.to/news/46823/>).

Найвищою функційною активністю в масмедійному просторі наділені синтаксичні конструкції з дієсловами психоемоційного стану / ставлення суб'єкта (70%, 84 одиниці). Вони фокусують у собі емоції носія, передають його негативні / позитивні взаємини з докільням, окреслюють ставлення до подій та фактів об'єктивної реальності. Аналізовані речення мають таке семантичне наповнення: 1) «**радість**» – коли суб'єкт відчуває нервово збудження, сповнений задоволення, утіхи, душевно піднесений, тішитися з певної нагоди / за ко-

го-небудь, позбувся неспокою або тривоги через когось / щось ( $N_1 + радіти$  (*радуватися*) →  $N_1 + рад$  (*радий* / *радісний*) (//  $N_1 + (в/у)$  *радуваний*) →  $N_3 + радо$  (*радісно*);  $N_1 + радіти$  (*радуватися*) + [преп від / од, з / зі / із]  $N_2 / N_3$  / [преп за]  $N_4 / N_5$  / [преп з / зі / із]  $N_5$  →  $N_1 + радий$  (*радий*) + [преп від / од, з / зі / із]  $N_2 / N_3$  / [преп за]  $N_4$  (//  $N_1 + (в/з/у)$  *радуваний* +  $N_5$ ) →  $N_3 + радо$  (*радісно*) + [преп від / од, з / зі / із]  $N_2$  / [преп за]  $N_4$  / [преп з / зі / із]  $N_5$ ): *А випускники розповідають та хизують ся, що навчалися в мене. Усі підтримують та щиро радіють* таким перемогом (<https://poltava.to/project/3183/>); 2) «сум» – коли суб'єкт охоплений загальним негативним відчуттям, журиться у зв'язку з кимось / чимось, смутиться через когось / щось, має невеселий настрій, спричинений горем, невдачею або якимись подіями чи їх відсутністю, печалиться внаслідок певних обставин тощо ( $N_1 + смутитися$  →  $N_1 + смутний$  (//  $N_1 + засмучений$ ) →  $N_3 + смутно$ ;  $N_1 + смутитися$  (*смуткувати*) + [преп без]  $N_2$  / [преп про]  $N_4$  / [преп за]  $N_5$  / [преп по]  $N_6$  →  $N_1 + смутний$  + [преп без]  $N_2$  →  $N_3 + смутно$  + [преп без]  $N_2$  / [преп за]  $N_5$ ): *Невроз супроводжується погіршенням самопочуття та підвищеною втомлюваністю. Через це діти стають драгіливими, легко засмучуються і плачуть* (<https://poltava.to/news/47704/>).

Функційно пасивними в межах парадигм є ті дієслівні речення, що виражають фізичний / фізіологічний стан істоти (10%, 12 одиниць). Вони уточнюють стан носія внаслідок дії загалом негативних зовнішніх чинників, розкривають специфіку фізіологічних реакцій організму на певні подразники. Синтаксичні конструкції з предикатами цього взірця згруповано за семантикою «нездужання» – коли суб'єкт охоплений слабкістю, має певні порушення нормальної життєдіяльності організму через вплив довкілля або власного психоемоційного чи інтелектуального стану, страждає на якусь хворобу тощо ( $N_1 + хворіти$  →  $N_1 + хворий$ ;  $N_1 + хворіти$  + [преп на]  $N_4 / N_5$  →  $N_1 + хворий$  + [преп на]  $N_4 / N_5$ ): *Дитина починає часто хворіти. Все це відбувається через невиконані обіцянки батьків* (<https://poltava.to/news/47704/>) → *За попередньою інформацією, загиблий був хворий на рак і таким чином вирішив накласти на себе руки*

(<https://poltava.to/news/47596/>). Еквівалентний потенціал функціонування в сучасній українській мові реалізує синтаксична конструкція  $N_1 + страждає$  + [преп на]  $N_4 / N_5$ , що описує стан нездужання істоти через певні порушення, наприклад: *У лютому цього року експерти зробили висновок, що підозрюваний страждає на хронічне психічне захворювання у формі параноїдної шизофренії* (<https://poltava.to/news/46450/>).

Серед ад'єктивних / вербойдних речень із предикатами розглядуваного зразка як компонентів парадигм зафіксовано структури зі значенням «ставлення» – коли суб'єкт сповнений позитивного ставлення до когось / чогось, позитивно реагує на певні події чи явища, задоволений через когось / щось, пишається внаслідок досягнутого успіху в чомусь й ін. ( $N_1 + гордитися$  →  $N_1 + гордий$  →  $N_3 + гордо$ ;  $N_1 + гордитися$  + [преп з / зі / із]  $N_2$  →  $N_1 + гордий$  + [преп з / зі / із]  $N_2$  / [преп за, на]  $N_4 / N_5$  →  $N_3 + гордо$  + [преп з / зі / із]  $N_2$ ;  $N_1 + (в/за/у)$  *довольнятися* + [преп з / зі / із]  $N_2 / N_5$  →  $N_1 + (в/за/у)$  *довольний* + [преп з / зі / із]  $N_2 / N_5$ ): *Я знаю, що мої учні горді тим, що у них такий вчитель* (<https://poltava.to/project/3183/>); *Чоловік задовольний, що причетний до скульптури, і до об'ємного мистецтва* (<https://poltava.to/project/3649/>).

Слід водночас зазначити, що в досліджених масивах текстів не зафіксовано речення з адвербативами стану / ставлення носія – компоненти ізофункційних синтаксичних парадигм. Цей факт засвідчує їхню функційну інертність у вказаному інформаційному просторі й відкриває подальшу перспективу їхнього вивчення в інших масмедійних джерелах ХХІ ст.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальшого розвитку в цьому напрямку.** Отже, максимальною функційною активністю в українському масмедійному просторі наділено предикати психоемоційного стану / ставлення носія. Вони розкривають увесь діапазон почуттів та емоцій як носія, охопленого певним станом чи психічною діяльністю, так і читача, здатного співпереживати і співчувати цьому суб'єктові. Подальшу перспективу вбачаємо в усебічному аналізі ізофункційних компонентних синтаксичних субпарадигм в українських масмедійних джерелах поч. ХХІ ст.

## Список літератури:

1. Боллох О.В. Семантико-синтаксична структура безособового речення : автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. філол. наук : спец. 10.02.02 «Українська мова» / О.В. Боллох ; НАН України; Ін-т укр. мови. – К., 1992. – 17 с.
2. Вихованець І.Р. Семантико-синтаксична структура речення / І.Р. Вихованець, К.Г. Городенська, В.М. Русанівський та ін. – К.: Наук. думка, 1983. – 219 с.
3. Загнітко А.П. Теорія сучасного синтаксису / А.П. Загнітко. – Донецьк: ДонУ, 2006. – 378 с.
4. Кавера Н.В. Семантична типологія предикатів стану : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / Н.В. Кавера ; Нац. акад. наук України. Ін-т укр. мови. – К., 2008. – 24 с.
5. Каленич В.М. Семантико-синтаксичні параметри речень з одновалентними дієслівними предикатами стану / В.М. Каленич // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені М. Коцюбинського. Сер. Філологія : зб. / Вінниц. держ. пед. ун-т імені М. Коцюбинського; редкол. Н.Л. Іваницька (гол. ред.) та ін. – Вінниця, 2009. – Вип. 11. – С. 122-127.
6. Леденев Ю.Ю. Явления изофункциональности на различных ярусах синтаксической системы языка : автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра філол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» : 10.02.19 «Теория языков» / Леденев Юрий Юрьевич ; Ставропол. гос. ун-т. – Ставрополь, 2001. – 40 с.
7. Леута О.І. Структура і семантика дієслівних речень в українській літературній мові : монографія / Олександр Леута. – К.: Такі справи, 2008. – 208 с.

8. Фенко М.Я. Функціонально-категорійні параметри прикметника та прислівника в семантико-синтаксичній структурі речення : автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / М.Я. Фенко ; Волинський нац. ун-т імені Лесі Українки. – Луцьк, 2009. – 20 с.
9. Шрамко Р.Г. Ізофункційні парадигми в системі предикатів стану в українській мові : монографія / Р.Г. Шрамко, М.І. Степаненко ; Полтав. нац. пед. ун-т імені В.Г. Короленка. – Полтава: ПП «Астрая», 2017. – 284 с.

**Шрамко Р.Г.**

Полтавський національний педагогічний університет  
імені В.Г. Короленка

### **ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕДИКАТОВ С ИНВАРИАНТНОЙ СЕМАНТИКОЙ «СУБЪЕКТ – ЕГО ВНУТРЕННЕЕ СОСТОЯНИЕ» В УКРАИНСКОМ МАСС-МЕДИА ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯ «ПОЛТАВЩИНА»)**

#### **Анотація**

В статье идет речь о вариантности лексико-грамматической реализации предикатов внутреннего состояния / состояния-отношения субъекта в текстах украинского интернет-издания «Полтавщина». Раскрыто спектр частей речи, с помощью которых такие предикаты реализуются в пространстве масс-медиа. Изучено место вербативов и адъективов / вербоидов физического, физиологического, психоэмоционального, интеллектуального состояния / состояния-отношения носителя как конститuentов изофункциональных синтаксических парадигм в украинском языке. Уточнен потенциал активности предикатов этого типа в украинских масс-медиа. Выявлена перспективность исследования других аспектов функционирования таких предикатов в современном масс-медиа пространстве.

**Ключевые слова:** предикат состояния / состояния-отношения субъекта, экспериенсив, изофункциональная компонентная синтаксическая парадигма, масс-медиа дискурс, функциональная активность.

**Shramko R.Hr.**

Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University

### **FUNCTIONAL PECULIARITIES OF THE PREDICATES WITH «SUBJECT – HIS INNER STATE» INVARIANT SEMANTICS IN THE UKRAINIAN MASS-MEDIA DISCOURSE (ON THE BASE OF «POLTAVSHCHYNA» INTERNET EDITION)**

#### **Summary**

The article focuses on lexical-grammatical representatives' variance of the subject inner state / state-attitude predicates in the texts of «Poltavshchyna» Ukrainian internet edition. The whole spectrum of part-language realizations of these predicates in the mass-media dimension was ascertained in succession. Peculiarities of subject physical, physiological, psycho-emotional, and intellectual state / state-attitude verbs, adjectives / participles, and adverbs as isofunctional syntactic paradigms' constituents in modern Ukrainian were under the thorough analysis. The fact each of the subtypes of the latter predicates has its activity potential in Ukrainian mass-media was examined in conclusion. The further availability of other functional aspects of predicates of the type in modern mass-media dimension is the subject of the succeeding studies.

**Keywords:** subject state / state-attitude predicate, experiensive, isofunctional component syntactic paradigm, mass-media discourse, functional activity.

УДК 070.489(71)=161.2

## ІЛЮСТРОВАНІЙ МІСЯЧНИК ДЛЯ ДІТЕЙ «СОНЯШНИК»: ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

Яблонський М.Р.

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

На матеріалі ілюстрованого місячника для дітей «Соняшник» (Торонто, 1956–1961) досліджено специфіку організаційної роботи редактора Петра Волиняка. Закцентовано на ролі назви видання. Проаналізовано такі складники архітектури часопису, як задум зворотного зв'язку із читачами, особливості змісту. З'ясовано редакційно-видавничі недоліки журналу. Наголошено на специфіці роботи редактора з передплатниками видання.

**Ключові слова:** «Соняшник», преса діаспори, дитячий журнал, рубрика, реклама.

**Постановка проблеми.** І. Кедрин у доповіді, виволошеної «на зустрічі Мистців Америки й Канади в Торонті» (1954), характеризує ознаки української еміграційної періодики, зауважив зокрема її бідність, «що проявляється головню в ділянці пресової ілюстрації і в браку часописів для дітей» [4]. На американському континенті в 1920 рр. виходив друком англійською мовою журнал для підлітків «The Ukrainian juvenile magazine» (Jersey City). З 1934 р. в Чикаго видавався Офіційний Орган Ліги Української Католицької Молоді «Українська молодь / Ukrainian Youth» українською та англійською мовами (варіанти дещо відрізнялися), часопис містив відділ «Для наших найменших». У Вінніпегу з 1949 р. друкується «Мій Приятель», визначений редакцією як «Одинокий журнал для всіх українських дітей в Канаді й Америці» (у 1950 рр. – «Єдиний журнал для всіх українських дітей в Канаді й Америці»), який видає Центральні Українці Католиків. 1951 р. – початок виходу журналу української демократичної молоді «Молода Україна» (Торонто), 1954 р. – журналу для дітей кожного віку «Веселка» (Jersey City), 1963 р. – журналу української молоді «Крилаті» (Нью-Йорк).

Про періодичне видання для дітей «Соняшник» інформується в дослідженні д-ра Михайла Боровика «Українсько-канадська преса та її значення для української меншини в Канаді» (Мюнхен, 1977): «Журнал містить дитячі оповідання, поезії, казки та багато ілюстрацій. Матеріал для дитвори незавжди вміло підібраний. «Соняшник» подає звітлення й світлина з дитячих виступів на концертах і академіях, що їх влаштовує «Рідна Школа» у вільному світі.

Головніші співробітники: І. Багрянний, В. Ворскло, С. Риндик, Дм. Соловей. З митців-графіків: Мирон Левицький, М. Битинський, О. Канюка. Журнал передруковує багато матеріалу з української радянської дитячої літератури. На своїх сторінках торговельних оголошень не поміщує» [1, с. 250].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У публікації О. Сидоренко представлено дитячі та пластові видання у європейських таборах переміщених осіб (Німеччина, Австрія, 1945–1950) [7]. Тематичний спектр «Соняшника» проаналізовано у статті У. Лешко ««Соняшник» – дитячий журнал українських емігрантів у Канаді (50–60 рр. ХХ століття)» [5].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Однак поза увагою дослідників – організаційні завдання редактора Петра Волиняка (псевдонім Петра Кузьмовича Чечета. – М. Я.). Тому постала необхідність простежити специфіку цієї ділянки редакційної роботи.

**Мета статті.** Мета роботи – дослідити особливості організаційної роботи редактора в дитячому періодичному виданні.

**Виклад основного матеріалу.** П. Волиняк із 1950 р. видавав у Торонто універсальний місячник «Нові Дні» у власному однойменному видавництві, де на той час побачили світ і його підручники [2; 3], а згодом і ілюстрований місячник для дітей «Соняшник» (1956–1961). Вийшло друком 72 числа. На першій сторінці вказано рік видання, число, ціну (30 центів), на останній – ««Соняшник», ілюстрований місячник для дітей. Редактор – Петро Волиняк», вартість передплати на рік (з урахуванням країни проживання (Канада, США, Австралія, Великобританія, інші країни)), адресу видавництва.

Редактор видання точно не означив віковий ценз читачької аудиторії, але відразу у зверненні до читачів першого числа чітко сформулював мету часопису: «Ваш, діти, журнал «Соняшник» видається для всіх українських дітей поза Україною. У ньому друкуватимуться твори для менших і більших дітей. Тут ви читатимете вірші, оповідання і нариси про Україну та наш народ, про українські міста, ріки, моря, про наші степи та гори.

Тут ви матиме також оповідання з нашої історії, про нашу віру та церкву, про наші свята. Будуть також оповідання про наших великих людей.

У журналі буде багато малюнків та фот. У кожному числі будуть фота українських дітей в українських школах по всьому світі.

Журнал «Соняшник» помагатиме вам пізнати й любити нашу Україну» (1956. Січень, ч. 1).

«Бог і Україна – це провідні ідеї нашої дитячої літератури від її початків донині» – такі скерування визначено у виданні Об'єднання Українських Педагогів Канади «Що повинна прочитати українська дитина? Список книжок для дітей дошкільного і шкільного віку» (Торонто, 1957) [8, с. 6]. Проблематика та тематика періодичного видання П. Волиняка відповідає християнській та патріотичній настанові.

П. Волиняк, маючи досвід видання книг для дітей та підручників у власному видавництві «Нові Дні», в також письменницький досвід (П. Воли-

няк – автор творів, героями яких є діти, – «Лист із Волині» («Мати»), «Де предки спочили»), очевидно, усвідомлював, що комунікативна функція періодичного видання для дітей сприятиме ефективній реалізації навчально-виховних, наукових та розвивальних чи пізнавальних завдань. Водночас редактор і видавець в одній особі не визначає тематичну та функціональну спрямованість видання (часописи пізнавального спрямування (розважально-пізнавальні, розвивально-пізнавальні, науково-пізнавальні, навчальні, духовно-релігійні), ігрові та розважальні). Можна припустити, що П. Волиняк прагнув охопити різні галузі.

Доречно наголосити на ролі назви: образ соняшника формує асоціативні зв'язки з Україною. Загальновідомо, що образи, теми й мотиви, об'єднані патріотичними стрижнем, становлять цілий комплекс національної ідентичності, у якому провідними є Батьківщина (земля-матір), рідна мова, хата (сім'я). Соняшник – складник українського етнопростору, як і хата, верба, калина, садок вишневий, євшан-зілля, чайка, журавлі, степ, Дике поле, Савур-могила і т. ін. Вони апелюють до категорій пам'яті, свободи, як національної, так і особистісної, рідної землі / чужини, межі, межовості буття і т. ін. Тому закономірно, що національно-патріотична тематика – одна з провідних в ілюстрованому місячнику для дітей «Соняшник».

Часопис має окремі редакційно-видавничі недоліки: відсутність нумерації сторінок, не завжди вказано авторство текстів, ілюстрацій і світлин, цитат, якими названо фото, лише подекуди вирізняє рубрики («Весела сторінка», «Знай історію свого народу!» («Вивчай історію свого народу»), «Помізькуймо трохи!» («Подумайте!», «Подумаймо трошки!»), «Наші читачі пишуть» («Читачі пишуть»)).

Важливим складником архітекtonіки ілюстрованого місячника для дітей «Соняшник» є задум зворотного зв'язку зі своїми читачами, втілений у рубриці «Наші читачі пишуть» («Читачі пишуть»). Переважно це листи маленьких читачів, які діляться своїми успіхами, розповідають про Канаду дітям інших країн, про святкування Різдва, пропонуючи іншим читачам поділитися такою інформацією (1960. Лютий, ч. 50); про святкування Великодня (1959. Квітень / Травень, ч. 40/41); висловлюють враження про шевченківські урочистості у школі, захоплено розповідають про свої хобі (1960. Травень / Червень, ч. 53/54); про влаштування учнями святкування шостої річниці української школи в австралійському Ньюпорті (1959. Вересень, ч. 45); про пригоду в літньому таборі (1959. Липень / Серпень, ч. 43/44); про своє навчання (1959. Червень, ч. 42) і т. ін. Розповідь дванадцятилітнього читача Б. Коби з канадського Лондона «На фармі» (1958. Грудень, ч. 36) не вміщено в цій рубриці, хоча за формальними ознаками (авторизація юного дописувача, місце його проживання) могло би бути представлено.

Подекуди в часописі подаються завдання дітям, відповіді на які публікуються в наступних номерах. Наприклад, загадки надруковані у квітневому числі 1957 р., а розгадки – на останній сторінці наступного, травневого, числа.

Пізнавальну та розвиваючу функцію має завдання до малюнка О. Канюки, де зображено

пам'ятник у с. Богінщині на Полтавщині (1957. Березень, ч. 15). У травневому числі редактор у дописі «Кому збудовано цього пам'ятника» інформує про переможців, правда, очікуваних десяти імен не було, бо надіслали листи тільки четверо, всі відповіді були правильними (1957. Травень, ч. 16). Відповідь редактора журналу читачкам Катрусі та Любі Шевченко «з Енфілд Гетіс, Південна Австралія» вміщена в червневому числі (1957. Червень, ч. 18).

П. Волиняк не тільки повідомляє про тих, хто правильно розгадав хрестиківку «Твори Т. Шевченка», а й похвалить за грамотне письмо, нагадає про важливість самостійного виконання завдань (1959. Квітень / Травень, ч. 40/41).

Спонукою до співпраці та водночас до самоорганізації є таке звертання редактора часопису: «Пишіть у “Соняшник”, присилайте фота з ваших шкіл. От напишіть як ви відсвяткували Великдень. Тільки **пишіть самі** (тут і далі виділення в цитатах належать їх авторам. – М. Я.), без допомоги батьєів і вчителів» (1959. Квітень / Травень, ч. 40/41); «Діти, напишіть у “Соняшник”, як ви вшановували сторіччя з дня смерті Тараса Шевченка. Напишіть, які Шевченкові твори ви читали, які його вірші ви знаєте напам'ять» (1961. Березень, ч. 63).

Знахідкою редактора є публікація світлин своїх читачів. Як правило, це колективні фото учнів українських шкіл в українській діаспорі (у бельгійському Льєжі (1956. Січень, ч. 1); «Група школярів української школи православної церкви в Гамільтоні, Онтаріо, Канада під час шкільного концерту» (1956. Червень, ч. 6); група учнів (вчителька – п. Тарнавська) музичної школи в Мельбурні (Австралія) (1956. Жовтень, ч. 10); балетної групи української школи в Аделаїді (Австралія) (1957. Травень, ч. 17); «при православної громаді св. Андрія Первозванного у Західньому Торонті, Канада, із своїм учителем о. прот. М. Овчаренком» (1958. Липень / Серпень, ч. 31/32); при православної церкві св. Покрови в канадському Монреалі (в журналі – Монреаль. – М. Я.) (1958. Жовтень / Листопад, ч. 34/35); «Українська школа ім.Т.Шевченка в місті Ньюпорт, Вікторія, Австралія» (1959. Лютий, ч. 38); «Українська школа “Буковина” при Буковинській православної церкві Святої Трійці у столиці Канада – Оттава» (1959. Грудень, ч. 48); «в Гораті (Тасманія)» (1961. Березень, ч. 63); «в Брукліні (біля Мельбурну, Австралія)» (1961. Березень, ч. 63)). Чимало світлин ілюструють, як активно відпочивають юні читачі, беруть участь у різнопланових конкурсах. Напр., «Відпочинковий дитячий табір торонтонтського православного осередку “Київ”» (1956. Червень, ч. 6); сцени з п'єси-казки «Орися» Л. Петрушевської, вчительки «Рідної школи» в австралійському Канберрі (в журналі – Канберрі. – М. Я.), поставленої її учнями (1956. Жовтень, ч. 10); «Шкільна ялинка української школи у Льєжі (Бельгія)» (1957. Лютий, ч. 14); сцена з вистави «Лісова казка» Рідна Школа ім. Т. Г. Шевченка в Сант Албане (Австралія) (1958. Березень, ч. 27); виступи дітей на святі матері в українській школі «у Брукліні біля Мельбурну, Австралія» (1958. Липень / Серпень, ч. 31/32); світлина Людмили Вересай, учениці української школи «ім. Митрополита А. Шептицького



в Мельбурні, Австралія», яка «здобула другу нагороду на балі-конкурсі на українській стрій» (1957. Лютий, ч. 14); фото 13-літньої читачки Галі Нитченко, чийми малюнками проілюстровано оповідання М.Йогансена «Вовки та верблюденята» (1957. Жовтень, ч. 22), «вона закінчила 5 клас української школи, а зараз дуже гарно вчиться у другій класі англійської гімназії» (1957. Жовтень, ч. 22); «Хор української рідної школи ім. Ів. Франка в Саншайті, Австралія, що здобув першу нагороду, на балю-концерті, улаштованому Українською Шкільною Радою провінції Вікторія в Мельбурні. Керівник хору – пані Марія Липкевич» (1957. Червень, ч. 18); «Частина учнів української школи в Саншайті з керівником школи Д.Носярою (Австралія) на концерті для батьків» (1957. Червень, ч. 18); «Дівочий двоголосий ансамбль хору “ЛАСТІВКА” української школи в Синшайні (біля Мельбурну, Австралія) під керівництвом Лідії Гаєвської. З виступу на шкільному концерті» (1959. Лютий, ч. 38); «Українська школа в Ньюпорті, Австралія, відсвяткувала своє шестиріччя. З цієї нагоди учні влаштували великий шкільний концерт» (1959. Квітень / Травень, ч. 40/41).

Часто світліни супроводжуються коментарем: «Усі без винятку учні школи читають “Соняшник”».

П. Волиняк висловлює подяку малим читачам за допомогу журналові (1959. Січень, ч. 37), вітає із християнськими святами: «УСІХ ЧИТАЧІВ “СОНЯШНИКА” ВІТАЄМО З СВЯТОМ РІЗДВА ХРИСТОВОГО, БАЖАЄМО ЇМ УСІМ ГАРНО КОЛЯДУВАТИ І БАГАТО УСПІХІВ У НАВЧАННІ В НОВОМУ РОЦІ» (1959. Січень, ч. 37); «УСІМ НАШИМ ЧИТАЧАМ БАЖАЄМО РАДІСНОГО ВЕЛИКОДНЯ, ВІТАЄМО УСІХ РАДІСНИМ УКРАЇНСЬКИМ ПРИВІТОМ – ХРИСТОС ВОСКРЕС! – ВОІСТИНУ ВОСКРЕС!» (1959. Квітень / Травень, ч. 40/41).

Однак поза увагою редактора інші важливі та цікаві для дітей пропозиції, як-от організація різноманітних конкурсів на кращий дитячий малюнок чи художній текст і відповідно публікація творів переможців, нагороди (українською книгою, річною підпискою часопису), заохочення до цих задумів дорослих, що сприяло б покращенню фінансового становища видання. Такі акції спонукали б до активної пізнавальної та комунікативної діяльності юних читачів.

Редактор і видавець місячника для дітей намагався привабити своїх читачів насамперед змістовим наповненням. Серед здобутків журналу – пізнавальна рубрика «Знай історію свого народу!» («Вивчай історію свого народу»). Опубліковані в ній матеріали мають науково-популярний характер. Їхня мета – наголосити на державотворчій традиції українського народу; закономірно, що увага редактора спрямована до історії Київської Русі, козацької доби, періоду УНР. Авторство статей (до речі, не завжди зазначене) належить редактору П. Волиняку. На чільному місці в редакційному задумі – релігійне виховання українських дітей. Цій меті підпорядковане представлення науково-популярних публікацій митрополита Іларіона. Закономірно, що різдвяні та великодні святкування стають визначальними у концепції січневих і квітневих / травневих чисел відповідно.

Календарно-тематичний принцип у формуванні змісту, як правило, обумовлений пам'ятними датами в історії української державності та культури. Березневі номери «Соняшника» приурочені постаті Т. Шевченка. Мета таких випусків – наблизити канон національного класика до дитячого сприйняття. Закономірно, що ювілейного 1961 р. простежується особлива увага редактора місячника для дітей до життя і творчості Т. Шевченка. У рік столітнього ювілею І. Франка – до життя та творчості українського Титана праці. Показово є замітка редакції часопису, тобто П. Волиняка, «Століття з дня народження Івана Франка» (1956. Жовтень, ч. 10). У лютневих і серпневих числах «Соняшника» часто вміщена поезія Лесі Українки. 1958 р. вміщена науково-популярна стаття П. Волиняка «Леся Українка» (1958. Липень / Серпень, ч. 31/32), в якій подано основні факти біографії письменниці, особлива увага звернена на дитячі роки, рівень її освіченості; зазначено на патріотичних мотивах її творчості. Примітним є навчально-виховне завершення тексту: «У цьому році українці всього світу відзначають 45 років з дня смерті Лесі Українки. Найкращою пам'яткою для поетки буде вивчення її творів» (1958. Липень / Серпень, ч. 31/32). Публікація супроводжена репродукцією портрета Лесі Українки (художник – Г. Радченко).

Національно-патріотичне виховання дітей досягається в редакторській політиці П. Волиняка і завдяки популяризації «Пласту», як за допомогою художніх творів (оповідання І. Боднарчука «Ми тут перші», поезії Віри Ворскло «Наш табір», «Ранок» (1957. Червень, ч. 18)), так і завдячуючи публікації учасниці національного скаутського руху Г. Нитченко «У шатрі “Пантер”». Із пластового щоденника» (1958. Квітень, ч. 28).

Виховну мету має і рубрика «Весела сторінка», представлена в окремих числах часопису (1956. Лютий, ч. 2; 1958. Травень, ч. 29; 1958. Вересень, ч. 33). Подекуди гумористичні твори друкуються поза названою рубрикою (1958. Квітень, ч. 28; 1958. Жовтень / Листопад, ч. 34/35; 1960. Березень, ч. 51; 1960. Жовтень / Листопад, ч. 58/59; 1961. Травень / Червень, ч. 65/66).

Логічне мислення розвивають завдання рубрики «Поміркуймо трохи!» (інші назви рубрики – «Подумайте!», «Подумаймо трошки!»). Напр., «Хрестиківка» (1959. Лютий, ч. 38), «Малюнок-загадка “На букву А”» (1959. Червень, ч. 42); «Кіт і миші. Головоломка (Завдання до малюнка)» (1959. Вересень, ч. 45); «Загадки» (1957. Квітень, ч. 16); математична гра (1957. Листопад, ч. 23), «Зимові загадки» (1957. Грудень, ч. 24); «Вчися малювати по клітинках» (1958. Березень, ч. 27).

Любов до природи – один із провідних тематичних спрямувань «Соняшника», зреалізований переважно в художніх творах і науково-популярних статтях. Тексти супроводжені ілюстраціями. Така специфіка забезпечує водночас і виховну, і пізнавальну, і естетичну функції. Календарний принцип у змістовому наповненні часопису обумовив відповідну закономірність: колообіг часу – колообіг природи.

На сторінках журналу для дітей П. Волиняк у різний спосіб нагадував про передплату, рекламував видання. Як саморекламу можна розцінювати світліну на останній сторінці обкладинки,

де зображено дитину у віці до трьох років; фото супроводжує підпис «Тільки я “Соняшника” не маю...» (1956. Лютий, ч. 2). Найчастіше редактор звертався до батьків: «**Батьки й матері! Вчасно відновіть передплату на “Соняшник” – не пошкодуйте 25-30 центів на місяць на журнал. Це найменший видаток на вашу дитину!**» (1959. Лютий, ч. 38); «**Батьки і вчителі! Подбайте про віднову передплати “Соняшника” для Ваших дітей! Подбайте, щоб “Соняшник” був у кожній дитині!**» (1959. Грудень, ч. 48). Як бачимо, тексти виділені напівжирним шрифтом, що сприяє їхньому візуальному вирізненню.

Привертає увагу така змодельована редакційною ситуація: «Батьки! Вчасно відновіть передплату на “Соняшник”. Журнал – це **найменший видаток** на Вашу дитину – він коштує **лиш одного цента** на день. Невже Вам шкода цента на день, щоб потім, – у випадку найбільшого нещастя в родині, коли Ваші діти не вмітимуть розмовляти мовою Ваших батьків, дідів і прадідів, сказати: я зробив, усе, що міг!»

А від такого нещастя на чужині ніхто не гарантований.

Чекаємо на відновлення передплати!» (1959. Січень, ч. 37).

На сторінках часопису П. Волиняка «Нові Дні» періодично інформувалося про продаж річних комплектів місячника для дітей «Соняшник».

Можна категорично твердити, що всі матеріали ілюстрованого місячника для дітей «Соняшник»

об'єднані задумом естетичного виховання. Так, художні та науково-популярні тексти характеризуються образністю, багатством художніх засобів. Розповіді про красу природи і людських взаємин, ілюстрації сприяють формуванню естетичного ідеалу юних читачів. «Українська вільна дитяча література – книжка й преса – мусять бути поставлені на якнайвищому літературному рівні і мусять мати високий рівень мистецького оформлення» [6, с. 390], – наголошувалося в резолюції Конференції Працівників Дитячої Літератури. Однак на той час видання ілюстрованого місячника для дітей «Соняшник» вже належало історії.

**Висновки і пропозиції.** Журнал «Соняшник» для П. Волиняка – платформа для формування національно свідомого молодого покоління українців, виховання морально-етичних чеснот, пропагування здорового способу життя. Науково-популярні матеріали з історії України, об'єднані державотворчою ідеєю, статті про життя та діяльність визначних постатей політики, культури та мистецтва, популяризація художніх творів українських письменників, опубліковані як у рубриці «Знай історію свого народу!» («Вивчай історію свого народу»), так і поза нею, – все це складники патріотичного виховання редакторської політики. «Соняшник» – видання, яке забезпечувало християнсько-релігійне, національно-патріотичне, етичне та естетичне виховання.

У перспективі доречно проаналізувати науково-популярні публікації П. Волиняка.

## Список літератури:

1. Боровик М. Українсько-канадська преса та її значення для української меншини в Канаді. Мюнхен, 1977. 344 с.
2. Волиняк П. Дніпро (читанка для 5 класи). Торонто: Нові Дні, 1953. 112с.
3. Волиняк П. Лани: читанка для IV класи та позашкільного читання. Торонто: Нові Дні, 1952. 96 с.
4. Кедрин І. Минуле й сучасне української преси (Доповідь на зустрічі Мистців Америки й Канади в Торонті). Свобода. 1954. Чч. 143, 144.
5. Лешко У. «Соняшник» – дитячий журнал українських емігрантів у Канаді (50–60 рр. ХХ століття) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.kyuu.edu.ua/wsc/toms/09/074-076.pdf>.
6. РЕЗОЛЮЦІЯ КОНФЕРЕНЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ДИТЯЧОЇ ЛІТЕРАТУРИ // Перший Світовий Конгрес Вільних Українців. Матеріали. Вінніпег; Нью Йорк; Лондон: Видання Секретаріату Світового Конгресу Вільних Українців, 1969. С. 390-392.
7. Сидоренко О. Дитячі та пластові видання у європейських таборах переміщених осіб (Німеччина, Австрія, 1945–1950) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://vuzlib.com/content/view/1543/43/>.
8. Що повинна прочитати українська дитина? Список книжок для дітей дошкільного і шкільного віку. Торонто, 1957. 32 с.

**Яблонский М.Р.**

Восточноевропейский национальный университет  
имени Леси Украинки

## ИЛЛЮСТРИРОВАННЫЙ ЕЖЕМЕСЯЧНИК ДЛЯ ДЕТЕЙ «СОНЯШНИК» («ПОДСОЛНУХ»): ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ АСПЕКТ

### Аннотация

На материале иллюстрированного ежемесячника для детей «Соняшник» («Подсолнух») (Торонто, 1956–1961) исследована специфика организационной работы редактора Петра Вольняка. Сакцентирована роль названия издания. Проанализированы такие составляющие архитектоники журнала, как замысел обратной связи с читателями, особенности содержания. Выявлены редакционно-издательские недостатки журнала. Отмечена специфика работы редактора с подписчиками издания.

**Ключові слова:** «Соняшник» («Подсолнух»), преса діаспори, дитячий журнал, рубрика, реклама.

**Yablonsky M.R.**

Lesya Ukrainka Eastern European National University

## ILLUSTRATED MONTHLY MAGAZINE FOR CHILDREN «SONIASHNYK» («SUNFLOWER»): ORGANIZATIONAL ASPECT

### Summary

On the material of the Illustrated monthly Magazine for Children "Sunflower" (Toronto, 1956–1961), the specific of the organizational work of the editor of Peter Volyniak was researched. It is focus on the title of the publication. The following components of the journal's architectonics are analyzed, such as the idea of feedback from readers, the features of content. Editorial and publishing issues of the journal are found out. It is emphasized on the specifics of the editor's work with subscribers.

**Keywords:** «Soniashnyk» («Sunflower»), diaspora press, children's magazine, rubric, advertising.

УДК 821.161.2'37:165.212:070

## СИМВОЛЬНА МОВА ГАЗЕТИ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОГО ТИЖНЕВИКА «ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ»)

**Яковлева О.В.**

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

У статті аналізуються символічні значення лексем, які є основними функціональними одиницями символічної мови, зокрема й мови газети. Такі лексеми є частотними у заголовках, що приваблюють увагу читача й мають неабиякий впливовий ефект. Символьна мова є комунікативною нормою у традиційній культурі. Мова тижневика репрезентує елементи елітарної культури, характерною ознакою якої є символічні значення онімів та апелювативів. У контексті статей символічні значення часто набувають певних трансформацій і авторських конотацій.

**Ключові слова:** лінгвістика тексту, символічна мова, публіцистична картина світу.

**Постановка наукової проблеми та її актуальність.** 1. У сучасній україністиці проблема теорії символу залишається максимально актуальною, а з'ясування комунікативних смислів та функцій символів у поліжанрових дискурсах становить одне з надважливих завдань лінгвістики тексту, семасіології, стилістики, лінгвокогнітології та інших мовознавчих напрямів [9, с. 645-646]. Кожний символ у національній культурі – полісемічний. Символічне значення не лежить на поверхні, його треба віднайти, відшукати, йдучи не лише шляхом логіки, а й обов'язково занурюючись у сакральні глибини дискурсу, користуючись міждисциплінарними методами аналізу, реконструюючи основоположні архетипи міфологічної свідомості, пам'ятаючи про анімізм, антропоморфізм, особливості міфологічного часу і простору, взаємоперетини синхронії та діахронії, принцип космологічності всього сущого тощо.

Символьну мову ми вважаємо комунікативною нормою традиційної культури. Терміном *символьна мова* ми користувалися у своїх наукових розвідках [15], описуючи календарні та рідні обрядові комплекси традиційної культури українців, в яких збережена, завдяки символічній мові, прадавня картина світу, що є результатом міфологічного осмислення дійсності нашими да-  
лекуми предками [там само, с. 1].

Для аналізу символічної мови ми вперше обрали тексти з газети «Дзеркало тижня», статті якої репрезентують комунікативні норми елітарної культури. Основними одиницями символічної мови виступають лексеми з уяскравленим символічним сенсом або ті, що називають артефакти, предмети, явища, дії, елементи живої/неживої природи за принципом «все в усьому», утворюючи в такий спосіб складний синкретичний комплекс, у значеннєвому гештальті якого синтезується власне лінгвальна знакова природа та компоненти екстралінгвального простору (номінації кінематичної комунікації суб'єктів обрядового дискурсу, вербалізатори обрядодій тощо).

2. Стаття в будь-якій газеті – це, перш за все, текст, дослідження якого є актуальним у сучасному напрямку науки про мову – лінгвістиці тексту [10, с. 482-549]. Об'єктом уваги в цій галузі є різножанрові тексти, предметом – їхня організація й функціональна природа [там само, с. 482]. Важливими поняттями при дослідженні будь-якого тексту є наступні: антропоцентричність, «яка є різноплановою й багатоплановою через розщеплення адресанта й адресата в дискурсивному просторі» [там само, с. 511]; інтертекстуальність «як наявність у певному тексті слідів інших текстів» [10, с. 514]; імпліцитний план тексту [там само, с. 520] тощо.

Такі ж поняття в публіцистичному тексті виділяє та описує Н. Клушина, яка в своїй роботі

користувалася спеціальним терміном Г. Солганіка «публіцистична картина світу» [5].

Мова ЗМІ, зокрема й газет, постійно привертає увагу лінгвістів [див. 6, 11, 12]. Та головною ознакою таких текстів науковці визнають їхню впливову доміную, що й зумовлює актуальність дослідження сучасних українських публіцистичних текстів, насамперед мови газет [6, с. 1].

Маршал Маклюен – відомий дослідник мас-медіа, розподілив їх на *гарячі* та *холодні*. До перших, на його думку, належать газети, до других – телебачення, яке здатне знищити навіть основи минулих цивілізацій [7].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Феномен символу вивчають філософи (М. Мамардашвілі, О. П'ятигорський, К. Свасьян), фольклористи (З. Василько, М. Дмитренко, Л. Іваннікова), філологи й культурологи (М. Карпенко, В. Кононенко, Н. Слухай). Лексеми із символічним значенням є основними одиницями символічної мови. Поняття «символічне значення» вважаємо основним об'єктом вивчення нової лінгвістичної дисципліни – лінгвосимвології [14, 15].

Особливості сучасних публіцистичних текстів були й залишаються на вістрі актуальних проблем у науці про мову. Вони привертають увагу як вітчизняних дослідників (С. Ермоленко, І. Лаконська, М. Нетреба), так і зарубіжних (Н. Клушина, М. Маклюен, Г. Солганік).

**Мета статті** – проаналізувати традиційні й оказіональні авторські символічні значення, яких набувають окремі лексеми або словосполучення у контексті українського суспільно-політичного тижневика «Дзеркало тижня», що репрезентує особливості комунікації або комунікативні норми елітарної культури.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Культурологи виділяють три типи культури: це – традиційна культура, що залишилась нам у спадщину від предків і збережена в обрядах, віруваннях, фольклорі тощо; елітарна і масова культура. Остання має багато модусів свого прояву, але більшість її ознак формується масово-інформаційним дискурсом [4, с. 32-34]. Кожна з цих культур має свої комунікативні норми [там само], а також особливості мови у ЗМІ, які розраховані на представників або елітарної або масової культури. За радянських часів мова газет мала потужний вплив на всі різновиди мови і, головне, – на суспільство в цілому; мова газет була мовою народу [12].

Зараз ситуація кардинально змінилась, і однією з причин є суттєве розшарування суспільства. Отже, й газети, що видаються в нашій країні, умовно можна поділити на серйозні суспільно-політичні видання, та газети, що належать до так званої жовтої преси. Читачами перших є представники елітарної культури. Жовта преса призначається читачеві з низьким рівнем освіти та культури, тож і репрезентує комунікативні норми масової культури. Видавництво стало популярним бізнесом, і бульварні газети, в яких подається недостовірна, скандальна інформація та плітки, більшість людей розбирає в першу чергу й незалежно від віку. Те, що такі газети користуються попитом у населення, не є особливістю тільки нашої країни. І сам термін *жовта преса*, і ставлення до неї прийшло з Америки, де

бульварні газети з'явилися у кінці XIX ст. Такі друковані видання ще називали «*penny press*» – «центова преса», тобто дешева й доступна для більшості. Є навіть поняття «жовта» журналістика у Великій Британії [2].

Ми припускаємо, що потенційно символічне значення закладено в кожному слові, а от його реалізація або проявлення залежить від різних екстралінгвальних факторів. Наприклад, символічні значення вогню і води зумовлені їх необхідністю в житті людини. Вогонь, як відомо, був богом; воду наші предки теж обожнювали. Д. Фрезер наводить приклад із життя мексиканських індіанців, які сповідаються Діду Вогню, і там є поняття *чисте божественне полум'я* [13, с. 29-30]. Прадавні символічні значення дерев і птахів збережені у міфах і літературних творах. Так, орел був птахом Юпітера, дуб – його священним деревом [там само, с. 162]; більшість символів кохання і шлюбу пов'язана з квітами, що ростуть в тій чи іншій місцевості [там само, с. 168]; вагітна жінка могла сприяти багатому врожаю; і греки, і римляни вагітних приносили в жертву богиням злаків і землі, а безплідна жінка, навпаки, негативно впливала на врожай [там само, с. 34-35].

Якщо символ утрачає безкінечну смислову перспективу, він руйнується. Цей же процес відбувається і за умови втрати культурно-часової актуальності. Символічне значення може відроджуватись, оновлюватись за умови його образної трансформації та переінтерпретації в іншій понятійній сфері культури або просто в іншій ситуації [9, с. 646].

Часто символічного значення у публіцистичних текстах набувають власні назви, зокрема антропоніми, які увійшли у світову історію або стали відомими в результаті гучних подій. До того чи іншого символічного значення можуть додаватися авторські конотації, і тоді можна говорити про певні трансформації у символічному значенні оніма [14].

Зауважимо, що символічне значення, якого набуває слово або словосполучення в авторському контексті статті в газеті, формує оказіональний сенс, який має потужний сутєвий потенціал. Таке індивідуалізоване символічне значення пов'язане з семантикою авторського мовлення, стає фрагментом публіцистичної, а не мовної картини світу і не пов'язане з поняттям «семантика мови».

Лексеми із символічним значенням у публіцистичних текстах автори часто використовують у заголовках. Газетні заголовки як концентри медійного повідомлення давно привертають увагу дослідників. Основне призначення заголовку полягає не лише у привертанні уваги, а й у створенні інтриги, неочікуваності, що сприяє запам'ятовуванню, употужнюючи впливовий ефект [6, с. 1].

Заголовок статті В. Олійника *Українська «Одіссея», або інтернаціоналізм чи русифікація?* [ДТ № 27, липень 2018] створює інтригу і привертає увагу неочікуваним поєднанням міфоніма із символічним значенням «Одіссея» і прикметника *українська*. «Одіссея», як відомо, це – назва поеми Гомера, яка стала символом довгих мандрів з різними незвичайними й небезпечними пригодами. Це символічне значення закріплено словниками [1, с. 397]. У статті з цією назвою йдеться про те, що витоки російського загарбання Криму треба шукати в однокій міграційній політиці царської та радянської імперії.

Наступні заголовки статей різних авторів пов'язані тематично: «Гіри» по-українськи [ДТ № 24-25, червень-липень 2018] та «Український Гіри» на старті, або Навіщо вітчизняним науковцям власний індекс наукового цитування [ДТ № 27, липень 2018]. Обидві назви містять антропонім Гіри, який має оказіональне символічне значення, що пов'язане з поняттями **h-індекс**, або **індекс Гірша** (Хірша). Це – показник впливовості науковця, або колективу науковців, наукового закладу або журналу, заснований на кількості публікацій та їх цитуваннях. Індекс Гірша був запропонований американським фізиком Хорхе Гіршем у 2005 р. Індекс цитування – одне з актуальних питань сьогодення, що обговорюється українськими науковцями.

Стаття під заголовком «Як у Львові згвалтували науку» [ДТ № 23, червень 2018] має підзаголовок: У «доктора Пі» з'явилась достойна послідовниця – «доктор Екс(перт)». Тут йдеться про скандальний захист докторської дисертації Олени Щербань, яка називає себе «експертом з етнографії та етнології», а насправді дискредитує сучасну українську академічну етнологію та керамологію. Символічне значення у контексті підзаголовка має словосполучення «доктор Пі»: так називали А. Слюсарчука, який став відомим у 2006 р. завдяки телебаченню, коли демонстрував свої феноменальні розумові здібності. Насправді, як виявилось пізніше, він підробляв документи про свою освіту та наукові ступені в галузі нейрохірургії, а його «лікарська допомога» призвела до смерті хворого. У 2011 р. А. Слюсарчука було заарештовано [3].

Очевидно, що таке символічне значення є оказіональним, індивідуально-авторським, воно інтригує читача і передає високий рівень негативних емоцій автора з приводу описаної ситуації.

У статті під назвою «Як діти до «Школи» [ДТ № 4, лютий 2018] йдеться про серіал «Школа», нові серії якого покажуть по телебаченню восени цього року. Автор О. Вергеліс запитає на сторінці у Facebook про ставлення до попередніх серій. Серед відповідей була й оцінка літературного критика Д. Дроздовського: *Що він Гекубі. Що йому Гекуба. Кіно і мистецтво розійшлися.* Крилатий вислів «Що він Гекубі, що йому Гекуба?» – цитата з п'єси Шекспіра «Гамлет». Головний герой цієї п'єси такими словами оцінив щиру гру актора, який ридав на сцені, розказуючи про долю Гекуби, хоча насправді, у реальному житті його особисто це ніяк не торкалося. Ім'я Гекуби набуло символічного значення у міфології. Вона – дружина троянського царя Пріама – стала символом гіркої жіночої долі, нещасної матері та дружини, яка втратила всіх своїх дітей, чоловіка, а її саму закидали камінням.

У статті Т. Є. Набережневої «Авторство» крилатих висловів Шекспіра в українській мові» подаються і варіанти перекладу цих слів, і приклад використання вислову в публіцистиці минулих років [8].

Отже, критик вважає, що творці серіалу «Школа» спрацювали як ремісники, а у символічному значенні лаконічної цитати з тексту Шекспіра вміщено негативну оцінку про серіал, яку читач може розгорнути в залежності від своїх вражень.

У цьому ж номері газети [ДТ № 4, лютий 2018] у статті «Любий Любі», або Про шкоду інтернатів на клітинному рівні» проводиться паралель між післяреволюційним періодом існування СРСР, коли було багато малолітніх злочинців, і сучасним станом в Україні з безпритульними дітьми. В той період перед радянською владою не стояло завдання зберегти дитину, а з незадоволеними й знахабнілими підлітками-правопорушниками швидко впровадилися *республіки ШКІД*, де силоміць вирішували проблему, довівши, що інтернати корисні державі, а не людині. Ця ж система без змін працює й зараз, незважаючи на те, що минуло вже сто років.

У наведеному контексті символічне значення має назва книги Л. Пантелєєва «Республіка ШКІД», в якій описується життя підлітків-сиріт за жорсткими правилами у *Школі імені Достоевського (ШКІД)*. У цій школі, як і зараз в інтернатах, діяла система придушення незадоволених, і це зрозуміти, що саме має на увазі автор статті, читачеві потрібні фонові знання, зокрема, знання змісту книги Л. Пантелєєва або фільму, який був знятий за сюжетом книги у 1966 р. Контекст із символічним значенням, перш за все, кодує значний обсяг інформації про життя дітей, які зараз перебувають в інтернатах і розрахований на читача як представника елітарної культури.

Стаття «Вулканічний синдром» [ДТ № 23, червень 2018] містить контекст: *Весняне політичне загострення почалося з «березневого божевілля»...* Маються на увазі події, які, починаючи з березня 2018 р., відбуваються на світовій політичній арені: торгова війна між США та Китаєм, виступ Путіна перед Федеральними зборами, висилка російських дипломатів із західних країн, загострення відносин між США та Європою тощо. Далі у контексті цієї ж статті автор подає цікаву інформацію про «березневе божевілля» як термін з американського студентського баскетболу, наймоднішого спорту у США, коли команди грають за круговою системою, а починаючи з березня – грають уже «на виліт». Цей термін має символічне значення для всіх, хто вчиться або колись вчився в університетах США. Користуючись оказіональним символічним значенням словосполучення *березневе божевілля*, автор не тільки додає яскравості в описання боротьби між головними учасниками геополітичних ігор, а й виражає своє ставлення до цих подій.

**Висновки й перспективи дослідження.** Мовним матеріалом для представленої статті ми обрали сім номерів газети «Дзеркало тижня» за 2018 р., в яких виділили п'ятнадцять символічних значень. Більшість з них (12) автори вживали у заголовках або анотаціях до газетних статей. Це були як загальновідомі символічні значення (наприклад, *Одіссея*), так і авторські, оказіональні (*український Гіри*). У власній назвах, які в результаті тих чи інших подій стали відомими, було зафіксовано десять символічних значень. Зважаючи на те, що символічне значення потенційно закладено в кожній лексемі, а його проявлення залежить виключно від екстралінгвальних факторів, саме публіцистичні тексти окремих ЗМІ, розрахованих на представників елітарної культури, є багатющим мовним матеріалом для виявлення символічних значень і аналізу різного роду трансформацій у межах таких значень.

Враховуючи той факт, що феномен символу вивчали з часів античності, а він і досі залишається в центрі уваги міждисциплінарних досліджень, подальшого вивчення потребують як особливості символічного значення, так і трансформації, що обумовлені авторськими конотаціями. На сьогодні – це є однією з актуальних проблем нового напрямку вивчення мови – лінгвосимволології [15].

### Список літератури:

1. Биби́к С.П., Сьота Г.М. Словник іншомовних слів: тлумачення, словотворення та слововживання / За ред. С.Я. Ермоленко; Художник-оформлювач Б.П. Бублик. – Харків: Фоліо, 2006. – 623 с.
2. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: realgazeta.com.ua.
3. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Слюсарчук\\_Андрій\\_Тихонович](https://uk.wikipedia.org/wiki/Слюсарчук_Андрій_Тихонович).
4. Карасик В.И. Языковая матрица культуры. – М.: Гнозис, 2013. – 320 с.
5. Клушина Н.И. Общие особенности публицистического стиля // Язык СМИ как объект междисциплинарных исследований. Учебное пособие. – М.: Изд-во МГУ, 2003 [Електронний ресурс] / Н.И. Клушина. – Режим доступу: <http://evartist.narod.ru/text12/15.htm>.
6. Лакомська І. Семантика і структура фразеологізмів у газетних заголовках: впливовий аспект: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. – Одеса, 2018. – 24 с.
7. Маклюен Маршал [Електронний ресурс] / Маршал Маклюен. – Режим доступу: [www.marshallmcluhan.com](http://www.marshallmcluhan.com), [www.mcluhanstudies.com](http://www.mcluhanstudies.com).
8. Набережнева Т.Є. «Авторство» крилатих висловів Шекспіра в українській мові // Мовні і концептуальні картини світу. – 2014. – Вип. 50(2). – С. 98-105 [Електронний ресурс] / Т.Є. Набережнева. – Режим доступу: [philology.knu.ua/files/library/movni\\_i\\_konceptualni/50-2/17.pdf](http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/50-2/17.pdf).
9. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія / О.О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2010. – 844 с.
10. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 712 с.
11. Солганик Г.Я. О закономерностях развития языка газет в XX в. // Вестник Московского университета. Серия 10: журналистика. – 2002. – № 2 [Електронний ресурс] / Г.Я. Солганик. – Режим доступу: <https://istina.msu.ru/publications/article/1448207/>.
12. Солганик Г.Я. О языке и стиле газет // Язык СМИ как объект междисциплинарных исследований. Учебное пособие. – М.: Изд-во МГУ, 2003 [Електронний ресурс] / Г.Я. Солганик. – Режим доступу: <http://evartist.narod.ru/text12/15.htm>.
13. Фрэйзер Дж. Дж. Золотая ветвь / Джеймс Джордж Фрэйзер; пер. с англ. М.К. Рыклина. – М.: АСТ: Астрель, 2011. – 767 с.
14. Яковлева О.В. До проблеми значення слова в лінгвістиці (на матеріалі поетичних творів Ліни Костенко) // Записки з українського мовознавства: Вип.24. У 2-х томах. – Т.1.: Зб. наук. праць = Opera in linguistica ukrainiana: Fasciculum 24. – Vol. 1 / Головний ред. Т.Ю. Ковалевська. – Одеса: «ПолиПринт», 2017. – С. 263-269.
15. Яковлева О.В. Символьна мова українського обрядового дискурсу в системі національної лінгвоментальності: автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.01/ О.В. Яковлева. – Одеса, 2015. – 40 с.

#### Яковлева О.В.

Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова

## СИМВОЛИЧЕСКИЙ ЯЗЫК ГАЗЕТЫ (НА МАТЕРИАЛЕ УКРАИНСКОГО ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ЕЖЕНЕДЕЛЬНИКА «ЗЕРКАЛО НЕДЕЛИ»)

#### Аннотация

В статье анализируются символические значения лексем, которые являются основными функциональными единицами символического языка в традиционной народной культуре. Такие лексемы частотны в заголовках статей анализируемого еженедельника как репрезентанты элитарной культуры; они создают интригу и оказывают на читателя суггестивное влияние. Символические значения в публицистической картине мира часто трансформируются и дополняются авторскими коннотациями.

**Ключевые слова:** лингвистика текста, символический язык, публицистическая картина мира.

#### Yakovleva O.V.

Odessa I.I. Mechnikov National University

## (ON THE MATERIAL OF THE UKRAINIAN WEEKLY SOCIO-POLITICAL NEWSPAPER «MIRROR OF THE WEEK»)

#### Summary

The symbolic meanings of tokens, which are the main functional units of the symbolic language, in particular of the newspaper language, are analyzed in the article. Such tokens are frequent in the headlines that attract the attention of the reader and have a very impressive effect. The symbolic language is a communicative norm in traditional culture. The language of the weekly newspaper represents elements of an elitist culture, the particular feature of which are the symbolic meanings of onyms and appellations. In the context of articles, symbolic meanings often acquire certain transformations and author's connotations.

**Keywords:** linguistics of the text, symbolic language, journalistic picture of the world.

## НАШІ АВТОРИ

1. **Janiszewski Aleksander** – kandydat nauk filologicznych, docent w katedrze, Edytorstwa i redagowania Politechniki Kijowskiej, Kijuw (Ukraina)
2. **Баландіна Надія Францівна** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка
3. **Барчан Олеся Василівна** – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики філологічного факультету ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
4. **Боднарюк Марина Володимирівна** – магістр кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету
5. **Босва Евеліна Володимирівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української та зарубіжної літератур ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»
6. **Болотнікова Алла Петрівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземної філології та перекладу Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка
7. **Бондаренко Юлія Станіславівна** – кандидат наук із соціальних комунікацій, викладач кафедри журналістики та філології Сумського державного університету
8. **Васильєва Людмила Павлівна** – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри слов'янської філології Львівського національного університету імені Івана Франка
9. **Георгієвська Вікторія Володимирівна** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, докторант Інституту журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка
10. **Горіна Жанна Дмитрівна** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри української філології і методики навчання фахових дисциплін ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»
11. **Гук Ольга Володимирівна** – аспірантка кафедри української філології та МВФД Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К.Д. Ушинського
12. **Домброван Тетяна Іванівна** – доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри граматики англійської мови Одеського національного університету імені І.І. Мечникова
13. **Жовнір Марина Миколаївна** – кандидат філологічних наук, викладач кафедри українознавства та гуманітарної підготовки ВДНЗУ «Українська медична стоматологічна академія»
14. **Зелік Оксана Андріївна** – старший викладач кафедри журналістики Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка
15. **Ільченко Алла Михайлівна** – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри гуманітарних і соціальних наук Полтавської державної аграрної академії
16. **Іскова Марія Анатоліївна** – магістрант філологічного факультету ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»
17. **Ковальчик Рафал Віктор** – доктор габілітований, професор, Інститут історії Лодзького університету (Польща)
18. **Кравченко Світлана Іванівна** – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри соціальних комунікацій Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки
19. **Кузьма Оксана Юріївна** – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української літератури ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
20. **Кучерява Оксана Анатоліївна** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри української філології і методики навчання фахових дисциплін Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К.Д. Ушинського
21. **Ленець Єлизавета** – магістр Одеського національного університету імені І.І. Мечникова
22. **Лешко Уляна Орестівна** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського
23. **Лещенко Тетяна Олександрівна** – кандидат філологічних наук, доцент, завідувачка кафедри українознавства та гуманітарної підготовки ВДНЗУ «Українська медична стоматологічна академія»
24. **Лисенко Леся Іванівна** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка
25. **Лужецька Наталія Ярославівна** – аспірант кафедри філологічних дисциплін та методики їх викладання у початковій школі Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка
26. **Мелешко Віра Анатоліївна** – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри української літератури Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка
27. **Мелешенко Олександр Костянтинович** – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри історії журналістики Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка
28. **Момот Неля Миколаївна** – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних відносин та журналістики ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
29. **Ніколашина Тетяна Іванівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка
30. **Одинець Марія Петрівна** – магістрант філологічного факультету ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»

31. **Партико Зіновій Васильович** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики Інституту реклами, Міжрегіональна академія управління персоналом
32. **Свалова Марина Ігорівна** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка
33. **Семенко Світлана Василівна** – кандидат філологічних наук, професор кафедри журналістики Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка
34. **Сидоренко Наталія Миколаївна** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри історії журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка
35. **Староста Олександр Іванович** – аспірант кафедри української літератури ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
36. **Форманова Світлана Вікторівна** – доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри української мови Одеського національного педагогічного університету імені І.І. Мечникова
37. **Харитоненко Олена Іванівна** – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова
38. **Чередник Людмила Анатоліївна** – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри українознавства, культури та документознавства Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка
39. **Шаров Сергій Володимирович** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри інформатики і кібернетики Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького
40. **Шарова Тетяна Михайлівна** – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри української і зарубіжної літератури Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького
41. **Шебеліст Сергій Вікторович** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка
42. **Шевченко Олена Василівна** – доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету
43. **Шрамко Руслана Григорівна** – кандидат філологічних наук, асистент кафедри української мови Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка
44. **Яблонський Максим Романович** – асистент кафедри соціальних комунікацій Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки
45. **Яковлева Ольга Василівна** – доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри загального та слов'янського мовознавства Одеського національного університету імені І.І. Мечникова



## **НОТАТКИ**

*Науковий журнал*  
**«Молодий вчений»**

№ 9.1 (61.1) вересень 2018 р.

Щомісячне видання

Коректор: В. Бабич  
Дизайн: А. Юдашкіна  
Комп'ютерна верстка: В. Удовиченко

Контактна інформація редакції журналу.  
Поштова адреса: 73005 Україна, м. Херсон,  
а/с 20, Редакція журналу «Молодий вчений»  
тел.: +38 (0552) 399 530  
[info@molodyvcheny.in.ua](mailto:info@molodyvcheny.in.ua)  
[www.molodyvcheny.in.ua](http://www.molodyvcheny.in.ua)

Підписано до друку 21.09.2018 р.  
Формат 60x84/8.  
Папір офсетний. Цифровий друк.  
Ум.-друк. арк. 19,76. Тираж 100 прим.  
Зам. 0918-67.

Видавництво «Молодий вчений»  
Україна, м. Херсон, вул. Паровозна, буд. 46-а  
Телефон: +38 (0552) 39-95-30  
E-mail: [info@molodyvcheny.in.ua](mailto:info@molodyvcheny.in.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 5761 від 09.11.2017 р.