

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Журнал заснований у 1918 році

**ВЧЕНІ ЗАПИСКИ
ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Серія: Філологія. Соціальні комунікації

Том 31 (70) № 3 2020

Частина 3



Видавничий дім
«Гельветика»
2020

Головний редактор:

Казарін Володимир Павлович – доктор філологічних наук, професор, в.о. ректора Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Члени редакційної колегії:

Гадомський Олександр Казимирович – доктор філологічних наук, доктор габілітований гуманітарних наук в області мовознавства (Варшавський університет), професор, завідувач кафедри білоруських та українських досліджень Інституту славістики Опольського університету (Ополе, Польща);

Досенко Анжеліка Костянтинівна – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри слов'янської філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Свенцицька Еліна Михайлівна – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри слов'янської філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Семенець Ольга Сергіївна (відповідальний секретар) – кандидат філологічних наук, завідувач кафедри зарубіжної філології Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Статкевич Лариса Павлівна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри зарубіжної філології Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Ткаченко Тетяна Іванівна – доктор філологічних наук, доцент.

**Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського
(протокол № 3 від 28.10.2020 року)**

Науковий журнал «Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського.
Серія: Філологія. Соціальні комунікації» зареєстровано Міністерством юстиції України
(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 15711-4182Р від 28.09.2009 року)

***Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б»)
зі спеціальностей 035 – Філологія, 061 – Журналістика відповідно до Наказу МОН України
від 17.03.2020 № 409 (додаток 1)***

***Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus International
(Республіка Польща)***

Сторінка журналу: www.philol.vernadskyjournals.in.ua

**ISSN 2663-6069 (Print)
ISSN 2663-6077 (Online)**

© Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського, 2020

ЗМІСТ

ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

Ahicieva V. O., Lyumar M. Yu.

AUDIOMEDIAL TEXT AND ITS FEATURES IN MODERN LIGUISTICS..... 1

Войцьо І. М.

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПЕРЕКЛАДУ, ВИКОРИСТАННЯ ІНКЛЮЗИВНОЇ ЛЕКСИКИ ТА ВЖИВАННЯ АМЕРИКАНІЗМІВ У ТВОРІ ДЖОДЖО МОЙЕС «ДО ЗУСТРІЧІ З ТОБОЮ»..... 6

Головнєва-Коппа О. О.

ОСОБЛИВОСТІ ЗБЕРЕЖЕННЯ ПОРУШЕНИХ МОВНИХ НОРМ ПІД ЧАС ПЕРЕКЛАДУ ТВОРУ ДЕНІЕЛЯ КІЗА «КВІТИ ДЛЯ ЕЛДЖЕРНОНА» УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ 12

Кушнірова Т. В., Капко М. М., Ступка І. М.

ЗБЕРЕЖЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ НЕЙТРАЛЬНОСТІ ТЕКСТУ ПІД ЧАС ПЕРЕКЛАДУ НОРМАТИВНО-ПРАВОВИХ АКТІВ..... 18

Пономаренко Л. В.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕКЛАДУ ДЛЯ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ 23

Томнюк Л. М.

ІДІОСТИЛІ АВТОРА І ПЕРЕКЛАДАЧА ЯК ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПЕРЕКЛАД ПОЕЗІЇ БУКОВИНИ..... 28

Шейна О. О.

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ТЕЗАУРУСНИЙ АНАЛІЗ МОНОЛОГУ ГАМЛЕТА “TO BE OR NOT TO BE” В ОРИГІНАЛІ..... 34

ПОРІВНЯЛЬНЕ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

Мізінкіна О. О., Чмир А. В.

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ВАСИЛЯ-КОСТЯНТИНА ОСТРОЗЬКОГО В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ІСТОРИЧНІЙ РОМАНІСТИЦІ («ШЕСТИДНЕВ, АБО КОРОНА ДОМУ ОСТРОЗЬКИХ» П. КРАЛЮКА ТА «ШАЛЕНІ ШАХИ» Т. Й. О. ЛИТОВЧЕНКІВ)..... 41

Николенко О. Н.

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ В РОМАНЕ XX ВЕКА (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА «ДОКТОР ЖИВАГО» Б. ПАСТЕРНАКА)..... 50

Хайруліна Н. Ф.

ЖИТТЯ ЯК ЯРМАРОК І ЯРМАРОК ЯК ЖИТТЯ В ЛІТЕРАТУРІ АНГЛІЇ ТА УКРАЇНИ КІНЦЯ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ..... 60

Чик Д. Ч.

МІСТО ТА ПОВСЯКДЕННІСТЬ: ЖАНРОВИЙ РІЗНОВИД «ФІЗІОЛОГІЧНОГО НАРИСУ» У ТВОРЧОСТІ В. ДАЛЯ І Ч. ДІКЕНСА..... 66

ТЕОРІЯ ЛІТЕРАТУРИ

Маланій Н. І.

ФІЛОСОФСЬКО-ЛІТЕРАТУРНІ ДИСКУРСИ ДИЗАБІЛІТІ У ВЕЛИКОБРИТАНІЇ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХІХ СТОЛІТТЯ 72

Pukaliak M. V. MULTIMODALITY AS THE MEANS OF MEANING CREATION IN ENGLISH FAIRY TEXT AS FICTIONAL LITERATURE.....	77
Свенцицкая Э. М. ДРАМЫ ОБЪЕКТИВАЦИИ: ВЯЧ. ИВАНОВ – М. М. БАХТИН – М. М. ГИРШМАН.....	82
ФОЛЬКЛОРИСТИКА	
Шкляєва Н. В., Николюк Т. В. ОСОБЛИВОСТІ ГЕРОЇКО-ФАНТАСТИЧНИХ (ЧАРІВНИХ) КАЗОК ЗАХІДНОГО ПОЛІССЯ ТА ЗАХІДНОЇ ЧАСТИНИ ВОЛИНИ.....	88
КРИМСЬКОТАТАРСЬКА ЛІТЕРАТУРА	
Арнаутова А. Р. ЭРВИН УМЕРОВНЫНЪ ЕСЕРЛЕРИНДЕ СЮРГЮНЛИК МЕВЗУСЫНЫНЪ АКС ЭТЮВ ХУСУСИЕТЛЕРИ.....	94
МОВИ НАРОДІВ АЗІЇ, АФРИКИ, АБОРИГЕННИХ НАРОДІВ АМЕРИКИ ТА АВСТРАЛІЇ	
Кравець О. І. ДІАХРОНІЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІОЛЕКТІВ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ.....	104
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ	
Гриненко І. В., Коваль А. Г. ДИСКУРС-АНАЛІЗ ЯК ЗНАК МОВНОГО КОДУ В СЕРЕДОВИЩІ СОЦІУМУ	111
Колкутіна В. В. ПРИРОДА ІРОНІЧНОГО В НАЦІОСОФСЬКІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ ДМИТРА ДОНЦОВА	119
Плеханова Т. М. ПРОМОЦІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ НА ВСЕУКРАЇНСЬКОМУ НОВИННОМУ ПОРТАЛІ «СЕГОДНЯ».....	125
КНИГОЗНАВСТВО, БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВО, БІБЛІОГРАФОЗНАВСТВО	
Вовк Н. С. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО ЕТАПУ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ БІБЛІОТЕК ПОЛЬЩІ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ РЕСУРСІВ.....	130
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ	
Козак С. Б. УКРАЇНСЬКІ ЛІТЕРАТУРНІ ЧАСОПИСИ В НІМЕЧЧИНІ ПОВОЄННОЇ ДОБИ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ГАЗЕТИ «УКРАЇНСЬКІ ВІСТІ»: 1945–1950)	138
Куріхін А. А. ФЕНОМЕН ПОПУЛЯРНОСТІ РЕАЛІТІ-ШОУ СЕРЕД ПРЕДСТАВНИКІВ ПОКОЛІННЯ Y	146
Пархитько О. В. ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ У ЖАНРІ «РЕЙТИНГ»	152

Полумисна О. О. ЛЮДИНА З ІНВАЛІДНІСТЮ В УКРАЇНІ У ФОКУСІ НАУКИ (ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ).....	159
Скороход Т. О. ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ СТУДЕНТСЬКОЇ ПЕРІОДИКИ В УКРАЇНІ.....	167
Стекольнічкова В. А. ВІДЕОСТОРИТЕЛІНГ ЯК ЕФЕКТИВНА МОДЕЛЬ ТА ФОРМА У СТРУКТУРІ ЯКІСНОГО ІНВЕСТИГЕЙТОРНОГО МАТЕРІАЛУ.....	174
Харченко О. В. ЛІТЕРАТУРНА ЖУРНАЛІСТИКА: ПЕРЕМОГИ ТА ПОРАЗКИ ЯК РІЗНОВИДИ ЛІТЕРАТУРНИХ ПРИЙОМІВ	180
Юксель Г. З. КОНЦЕПЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ ЩОДО КРИМУ	186
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ	
Шульська Н. М., Кошелюк О. В., Рожило М. А. АРТКНИГА ЯК СКЛАДНИК ВІЗУАЛЬНОЇ ПАРАДИГМИ СУЧАСНОГО МЕДІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА	194
ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ	
Бондаренко І. С. ПРИКЛАДНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОКУСІ МЕТОДОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНОГО ІНЖИНІРИНГУ	199
Досенко А. К. СУЧАСНИЙ МЕДІЙНИЙ КОНТЕНТ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПЛАТФОРМ.....	205
Кияниця Є. О. ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ТА СПРИЙНЯТТЯ МЕДІАКОНТЕНТУ СУЧАСНИМИ АУДИТОРІЯМИ	210
Лісневська А. Л. ДО ПИТАННЯ РОБОТИ ЖУРНАЛІСТА З ВІДЕОКОНТЕНТОМ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ.....	216
Підмогильна Н. В., Дрозд А. Г. ІНТЕРНЕТ-ПРОЄКТИ ЯК РЕСУРС МЕДІАОСВІТИ.....	222
Погребняк І. В. БЛОГІНГ ЯК ФОРМА СУЧАСНОГО МЕРЕЖЕВОГО ХУДОЖНЬО-ПУБЛІЦИСТИЧОГО ЖАНРУ	229
Рембецька О. В. ЗАРОДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК ГАЗЕТНОЇ РЕКЛАМИ У ПРЕСІ ХЕРСОНСЬКОЇ ГУБЕРНІЇ ХІХ СТОЛІТТЯ («ХЕРСОНСЬКІ ГУБЕРНСЬКІ ВЪДОМОСТИ» (1838), «ЮГЪ» (1898)).....	234
Chen Shaoxiong FORMATION OF RUSSIAN-LANGUAGE COMMUNICATIVE COMPETENCIES IN STUDENTS STUDYING THE HUMANITIES.....	240
Щегельська Ю. П. ДОДАНА РЕАЛЬНІСТЬ ЯК ЗАСІБ КОМУНІЦІЮВАННЯ АВТОМОБІЛЬНИХ БРЕНДІВ ІЗ ЦІЛЬОВИМИ АУДИТОРІЯМИ.....	246

Яременко В. П. ВПЛИВ PR-КОМУНІКАЦІЙ НА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ СТУДЕНТІВ-СПОРТСМЕНІВ УНІВЕРСИТЕТУ	252
--	------------

РЕЦЕНЗІЇ

Кравченко Л.-Р. С. РЕЦЕНЗІЯ НА МОНОГРАФІЮ ЗУСНКО МАРИНИ ОЛЕКСІЇВНИ «МІФ У ЛІТЕРАТУРІ АНГЛІЙСЬКОГО БАРОКО»	260
--	------------

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ	262
------------------------------------	------------

CONTENTS

TRANSLATION STUDIES

Ahieieva V. O., Lymar M. Yu.

AUDIOMEDIAL TEXT AND ITS FEATURES IN MODERN LINGUISTICS..... 1

Voitso I. M.

EXPLORING THE PECULIARITIES OF TRANSLATION, THE USE OF INCLUSIVE
VOCABULARY AND THE USE OF AMERICANISMS IN THE WORK
OF JOJO MOYES “ME BEFORE YOU” 6

Golovneva-Koppa O. O.

THE PECULIARITIES OF PRESERVING THE VIOLATED LANGUAGE NORMS DURING
THE TRANSLATION OF “FLOWERS FOR ALGERNON” BY DANIEL KEYES 12

Kushnirova T. V., Kapko M. M., Stypka I. M.

MAINTAINING GENDER NEUTRALITY IN TRANSLATING
REGULATORY LEGAL ACTS..... 18

Ponomarenko L. V.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS FOR RESEARCH
INTO TRANSLATION IN MASS MEDIA: CHALLENGES AND OUTLOOKS..... 23

Tomniuk L. M.

AUTHOR AND TRANSLATOR IDIOSTYLES AS FACTORS
OF INFLUENCE ON TRANSLATION OF BUKOVINA POETRY 28

Sheina O. O.

CONCEPTUAL THESAURUS ANALYSIS OF HAMLET’S SOLILOQUY
“TO BE OR NOT TO BE” IN THE ORIGINAL..... 34

COMPARATIVE LITERATURE STUDIES

Mizinkina O. O., Chmyr A. V.

THE INTERPRETATION OF VASYL-KOSTIANTYN OSTROZKY
IN MODERN UKRAINIAN HISTORICAL NOVELS
 (“SHESTYDNEV, OR THE CROWN OF THE HOUSE
 OF THE OSTROZKY FAMILY” BY P. KRALIUK AND “CRAZY CHESS”
 BY T. AND O. LITOVCHENKO)..... 41

Nikolenko O. N.

INTERTEXTUALITY IN THE 20TH CENTURY NOVEL
(BASED ON THE NOVEL “DOCTOR ZHIVAGO” BY B. PASTERNAK)..... 50

Khairulina N. F.

LIFE AS A FAIR AND A FAIR AS LIFE IN THE LITERATURE
 OF ENGLAND AND UKRAINE IN THE LATE XIX – EARLY XX CENTURY 60

Chyk D. Ch.

THE CITY AND EVERYDAY LIFE: THE GENRE OF THE “PHYSIOLOGICAL SKETCH”
 IN THE WORKS OF V. DAHL AND CH. DICKENS..... 66

LITERARY THEORY

Malaniy N. I.

PHILOSOPHICAL AND LITERARY DISCOURSES OF DISABILITY
 OF GREAT BRITAIN OF THE SECOND HALF OF THE NINETEENTH CENTURY 72

Pukaliak M. V. MULTIMODALITY AS THE MEANS OF MEANING CREATION IN ENGLISH FAIRY TEXT AS FICTIONAL LITERATURE.....	77
Sventsitska E. M. DRAMAS OF OBJECTIVATION: VYACH. IVANOV – M. M. BAKHTIN – M. M. GIRSHMAN	82
FOLKLORISTICS	
Shklyaiieva N. V., Nykoliuk T. V. PECULIARITIES OF THE HEROIC AND FANTASTIC (MAGICAL) TALES OF WESTERN POLISSIA AND WESTERN PART OF VOLYN	88
CRIMEAN TATAR LITERATURE	
Arnautova A. R. SPECIAL METHODS OF COVERING THE TOPIC OF DEPORTATION IN THE WORKS OF ERWIN UMEROV	94
LANGUAGES OF THE PEOPLES OF ASIA, AFRICA, INDIGENOUS PEOPLES OF AMERICA AND AUSTRALIA	
Kravets O. I. DIACHRONIC ASPECT OF THE SOCIOLECTS RESEARCH IN MODERN LINGUISTICS	104
SOCIAL COMMUNICATIONS: THEORY AND HISTORY OF SOCIAL COMMUNICATIONS	
Grinenko I. V., Koval A. H. DISCOURSE ANALYSIS AS A SIGN OF THE LANGUAGE CODE IN THE SOCIETY	111
Kolkutina V. V. THE NATURE OF THE IRONIC IN NATIONALSOPHICAL JOURNALISM OF DMYTRO DONTSOV	119
Plehanova T. M. PROMOTION OF JOURNALISTIC MATERIALS IN UKRAINIAN NEWS PORTAL “SEGODNYA”	125
BOOK SCIENCE, LIBRARY SCIENCE, BIBLIOGRAPHY	
Vovk N. S. ANALYSIS OF THE POLISH LIBRARIES CURRENT STAGE LIFE CYCLE IN THE CONTEXT OF THE DIGITAL RESOURCES DEVELOPMENT	130
THEORY AND HISTORY OF JOURNALISM	
Kozak S. B. UKRAINIAN LITERARY MAGAZINES IN POST-WAR GERMANY (BASED ON THE MATERIALS OF THE NEWSPAPER “UKRAINIAN NEWS”: 1945–1950).....	138
Kurikhin A. A. THE PHENOMENON OF POPULARITY OF THE REALITY SHOW AMONG REPRESENTATIVES OF GENERATION Y	146
Parkhitko O. V. THE PECULIARITIES OF THE PREPARATION OF JOURNALISTIC PUBLICATIONS IN THE GENRE “RATING”	152

Polumysna O. O. A PERSON WITH DISABILITY IN UKRAINE IN THE FOCUS OF SCIENCE (LITERATURE REVIEW)	159
Skorokhod T. O. THE POPULARIZATION OF STUDENT PERIODICALS IN UKRAINE	167
Stiekolshchykova V. A. VIDEO STORYTELLING AS AN EFFECTIVE MODEL AND FORM IN THE STRUCTURE OF THE MEANINGFUL INVESTIGATIVE MATERIALS.....	174
Kharchenko. O. V. LITERARY JOURNALISM: THE VICTORIES AND DEFEATS AS VARIANTS OF LITERARY DEVICES.....	180
Yuksel G. Z. CONCEPT OF INFORMATION POLICY OF UKRAINE ON CRIMEA	186
THEORY AND HISTORY OF PUBLISHING AND EDITING	
Shulska N. M., Koshelyuk O. V., Rozhilo M. A. ART BOOK AS A PART OF VISUAL PARADIGM OF MODERN MEDIA ENVIRONMENT.....	194
APPLIED SOCIAL AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES	
Bondarenko I. S. APPLIED COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE FOCUS OF SOCIAL ENGINEERING METHODOLOGY	199
Dosenko A. K. MODERN MEDIA CONTENT OF COMMUNICATION PLATFORMS.....	205
Kyianytsia Ye. O. FACTORS FOR SHAPING AND PERCEPTING MEDIA CONTENT BY MODERN AUDIENCE.....	210
Lisnevskaya A. L. JOURNALIST'S WORK WITH VIDEO CONTENT ISSUES IN THE CURRENT INFORMATION AND COMMUNICATION SPACE.....	216
Pidmogilna N. V., Drozd A. G. INTERNET PROJECTS AS A RESOURCE OF MEDIA EDUCATION.....	222
Pohrebniak I. V. BLOGGING AS A FORM OF MODERN NETWORK ART AND JOURNALISM GENRE.....	229
Rembetska O. V. HISTORY OF THE ORIGIN AND DEVELOPMENT OF NEWSPAPER ADVERTISING IN THE PRESS OF THE KHERSON PROVINCE OF THE XIX CENTURY («ХЕРСОНСКІЯ ГУБЕРНСКІЯ ВЪДОМОСТІ» (1838), «ЮГЪ» (1898)	234
Chen Shaoxiong FORMATION OF RUSSIAN-LANGUAGE COMMUNICATIVE COMPETENCIES IN STUDENTS STUDYING THE HUMANITIES.....	240
Shchehelska Yu. P. AUGMENTED REALITY AS A MEANS OF COMMUNICATION OF AUTOMOTIVE BRANDS WITH TARGET AUDIENCES.....	246

Yaremenko V. P. THE INFLUENCE OF PR COMMUNICATIONS ON THE FORMATION OF THE IMAGE OF STUDENTS-ATHLETES OF THE UNIVERSITY	252
--	------------

REVIEWS

Kravchenko L.-R. S. REVIEW OF THE MONOGRAPH BY ZUIENKO MARYNA OLEKSIIVNA «MYTH IN THE LITERATURE OF ENGLISH BAROQUE»	260
---	------------

INFORMATION ABOUT AUTHORS	262
--	------------

ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

UDC 811.111'27:811.161.2'27

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.3-3/01>**Ahieieva V. O.**

Petro Mohyla Black Sea National University

Lymar M. Yu.

Petro Mohyla Black Sea National University

AUDIOMEDIAL TEXT AND ITS FEATURES IN MODERN LINGUISTICS

The article analyzes the concept of audiomedial text and its peculiarities in the aspect of modern linguistics. In particular, attention is focused on the comparison of the approaches for defining the concept of audiomedial text, the research of its peculiarities, the analyses of the components included in the audiomedial text, thanks to which the essence of this concept and the aspects of translation of the audiomedial text are defined, which poses some difficulties for the translator due to the factors of temporal limitation and the need for informative translation.

It is singled out that under the definition of audiomedial text we understand a special type of clear and perfect text with the existing verbal and non-verbal elements. Distinctive features of audiomedial texts are polyphony and multichannel. Among the components of audiomedial text researchers distinguish space-time aspect and the audiovisual method of perception. Within the audiomedial text, there are linguistic and nonlinguistic semiotic systems. The linguistic system includes symbols. A nonlinguistic semiotic system is represented by signs-indexes and signs-icons. Audiomedial text categories include integrity and connectedness, and audiomedial text is marked by its discrete nature, allowing for its membership. The study of audiomedial text is also related to the notion of film discourse, which, in its turn, is classified according to a number of criteria, including the criterion of content, purpose and communication principles, according to the degree of informativeness, by genre and target audience.

The translation of audiomedial texts is connected with both linguistic and technical peculiarities, as the translator should adhere to the principle of equivalence and adequacy of the translation. At the same time, the process of translating the audiomedial text is due to the fact that the movie is limited by the time limits of the sound, and it may also be complicated by the process of introducing comments. It complicates the translation process of audiomedial text and the need to create a film dialogue that should be as informative and understandable as possible. When translating, it is also necessary to consider that between the image and the text material is a bond, so it is necessary to consider verbal and non-verbal expressions of expression.

Key words: audiomedial text, film discourse, equivalence, verbal expressions, non-verbal expressions, signs.

Formulation of a research problem. Particular interest of researchers is devoted to the specific language of the film and the structure of audiomedial text, which is an excellent characteristic of polyphony and multi-channel. Specificity of audiomedial text lies in the interaction of a number of semiotic codes (languages, sounds, gestures, facial expressions, sets, etc.), which are designed to form the meaning of cinematographic works and to determine the nature of its influence on the target audience. The viewer as the addressee of the film and a participant

of the artistic interaction receives information not only from the verbal message, but also as a result of the interaction of units of different systems. The values are not only words and phrases, but also the details of the frame, illumination, angle, pattern, musical accompaniment, installation [4, p. 90].

The concept of "audiomedial text" is quite often seen in the works of modern researchers. Yu. Tsivyan writes about the audiomedial text the following: "In a certain approximation any movie can be defined as a discrete sequence of continuous areas

of the text. Let's call this sequence audiomedial text". This phenomenon, from the point of view of Yu. Tsivyan, is a "chain of nuclear frames". In this way, a certain message that is inherent in audiomedial may be revealed only after consideration of at least two nuclear frames and finding out which types of accession they carry out. The researcher concludes that the unit of the audio-medial text acts a pair of nuclear personnel [3, p. 109–111].

Analysis of the latest research into this problem proved that the study of an audiomedial text is of particular interest of scholars, especially if we talk about its features in the aspect of translation. Audiomedial texts have been studied by many scholars. Among them we may easily distinguish I. Antonio, V. Fedorov, A. Karasyk, S. Konshyn etc.

The main task of the article is to analyze the approaches to the definition of "audiomedial text", to study its primary features, to compare the definitions of audiomedial text components, and to describe the substantial peculiarities of translation for audiomedial texts.

Statement regarding the basic material of the research. V. Fedorov proposes to understand audiomedial text as "a message containing information and laid out in any form and genre of films (fiction, documentary, animation, educational etc.)" [4, p. 36]. Audiomedial text is regarded as a special type of text, which, according to M. Efremova, is a clear and complete creation, for the expression of which a whole complex of verbal (linguistic) and non-verbal (iconic and/or index) elements are used. The organization of this creation is determined by the "plan of the collective functionally differentiated author with the help of cinematographic codes, fixed on a material carrier and intended for reproduction on the screen and on the audiovisual perception of the spectator audience".

M. Efremova highlights the following components in the structure of audiomedial text: the general element, the relevance of audiomedial text as a communicative unity, the actuality of the linguistic form of a type of a text, narrative, thematic and problematic relevance of audio medial text [2, p. 3]. All these elements are organized in a special way and are in unbreakable unity, making holistic character of audiomedial text. In this type of text, two semiotic systems are represented – linguistic and non-linguistic, which use signs of different character: the first one – symbols-characters, and the second one – signs-indexes and signs-icons.

Linguistic and non-linguistic signs of audiomedial text can be sound and visual. Linguistic sound

signs are the language of the characters, voice-over language signs, texts sound of songs signs etc. Non-linguistic signs are natural and technical noise, music, and visual images of characters, landscape, interior, used by special effects etc.

The set of linguistic and non-linguistic sound and visual signs make up audiomedial text in the widest sense of this concept. The main text categories of the audiomedial text are the connectedness and integrity, that is completeness. Audiomedial text is characterized by its discrete nature. This type of texts is divided into episodes that have a formal and meaningful independence. On the other hand, the meaningful independence of an episode of audiomedial text is relative, as it requires a support for the entire audiomedial text [2, p. 6].

The cognitive nature of the film discourse is examined in the spectrum of a synergistic paradigm based on dichotomy of the whole – integrity (R. Jakobson, N. Antijev, L. Kiyashchenko Y. Kolodin), according to which the recipient (spectator) constructs and interprets content in the sphere of consciousness through the process of cognition, taking into account his own "cognitive baggage". In the aspect of interaction between language and society, the film discourse is exploited by the prism of ideologies, and it is described in the works of J. Androsopoulos, F. Rossi, M. Bednarek and M. Dainel. At this point of view, the film discourse is considered as an instrument of propaganda and ideological influence. Western linguists analyse the film discourse from the semiotics position.

P. Vollen claimed that the role of the icons is much more important than the role of indexing signs, and semiologists and linguists exaggerated the value of characters-symbols. Thus, within the framework of the theory, it represents the unity and synthesis of different linguistic and non-standard signs, where signs-indexes include intonation, cries, shifters, natural and technical noise, in staffing music, video sequence, signs-icons – sound production, gestures, facial expressions, characters-symbols, as a rule, represent a language component – credits, inscriptions in the film itself (written), language of the actors, voice-over text (oral) [1, p. 103].

I. Kovalenko convinced that in the video series the verbal component dominates in the narrative film structure, but the verbal makes the cinematic discourse plausible and closer to life. S. Kozloff, who called for the greater focus of attention on film dialogues, was the proponent of this view, because the focus on the visual aspect leads to contradictions in interpretation of the film discourse in general.

After S. Kozloff, J. Jackal analyzes how the genre determines the use of verbal elements. The researcher also offers his own 4-stage technique of analyzing the film: detailed intonation and transcribe; stuffing scenario; separation of verbal and audiorial components; allocation of figurative and neutral-literary elements in the script text to the characteristics of the characters. Film discourse as a system of signs is also investigated by S. Zaychenko, Yu. Tsyelm, M. Voroshilov. The fundamental principle of semiotic analysis of the film discourse is the interdisciplinarity, what is the methodological basis for the theory of discourse, intercultural communication, linguistics, history, sociology, basic methods of which (semiotic, introspection, methods of discourse analysis) explain the interaction of the verbal subsystem with other semiotic subsystems. I. Kovalenko treats the film discourse as a three-level syncretic system or “creolized” unity that represents its own text, the semiotic space, and the result of intersemiotic translation. A number of scientists (M. Bednarek, for example) propose to use the film discourse as a means of studying sociotics, professional jargon and non-legal language. However, opponents of this point of view argue that tactics of the most accurate representations of local dialects are “surrogate of speech activity”, the collective author-directive strategy, because the level of styling in the film discourse is much higher than in the real communication [5, p. 151]. This view reflects the so-called reflective approach to the analysis of the film discourse, initiated by S. Hollom and N. Koupland.

Thus, F. Rossi argues that the film discourse is “unreliable means of studying life situations, since it is carefully spelled out with a small percentage of improvisation”. Therefore, according to the author, film dialogues are closer to literary works, than to spontaneous broadcasting. However, M. Alvarez-Pereyre does not agree with this point of view, because, while being a linguistic artifact, socio-artistic phenomenon and a reflection of real speech, the film dialogue represents a separate genre, extremely promising for further research. F. Rossi even offers a chart of differentiation conversational-writing levels of film text.

Continuing the tradition of studying the film discourse in the aspect of narratives and summarizing the achievements of D. Bordvela, E. Hrangana, S. Četmena, M. Kuhn and I. Schmidt, the main features of the film discourse are identified as different from narrative text: the presence of several narrative structures connected by the installation; visual-auditive dimension of the narrative representation; the presence

of a multimedial narrator or “combined audio-visual-verbal instance”, which includes specific cinematic techniques and technologies; “double timeline / double tempo logic” (external dimension – length of the film, internal dimension – duration of the events covered); the presence of the collective author; establishment of a clear causal logic of developments and subject-object relations even in the absence of a coherent narrative continuum. The role of indexes (sounds, noise) in the creation of the viewer’s effect is extremely important. An implicit interaction between the narrator and the audience with the help of internal monologues, human resources, “multiple focalization”, which includes constant oscillations from the narrator to characters or from hero to hero; no dominance between verbal and visual.

The film discourse is classified according to a number of criteria: according to the meaning criterion, for the purpose and communicative principles, according to the nature of the component of informativeness, by the genre and the target audience.

A. Zaretska also points out a collective addressee with the characteristic “socio-cultural heterogeneity” [4, p. 152]. The characteristic of the film discourse is that the role of recipient is always active, which determines the heterogeneity of the interpretation [4, p. 153]. Other features of the film discourse the author also counts are the principles of “audience listening” (S. Kozloff) or “dual expression effect” (V. Gorshkova); bulleted start and the end messages (credits at the beginning and in the end); the defined duration; planned and clearly designed nature of depicted reality; double transmitter information (director and screenwriter); reproducibility (possibility of viewing), which gives viewer the ability to control the process of perception. The film discourse operates at two communication levels: “inter-character” (interaction between the characters), Addressee-Recipient (the audience interpretation of the collective address plan).

The film discourse is classified according to a number of criteria:

1) by meaning criterion: artistic (movie) and documentary film discourse. A significant scientific tour of documentary film theory was made by Adrian, according to whom a documentary film is “skillfully constructed artificial reflection of reality”;

2) for the purpose and communicative principles: cooperative (communications oriented to harmonious interaction) and the conflicting film discourse (real or imaginary contradictions between actors exist);

3) by the nature of the component informativeness: normative and professional;

4) by the genre and the target audience (theatrical discourse, dramatic film discourse, comedy film discourse, psychological film discourse, detective film discourse, historical film discourse, youth film discourse, animated film discourse). According to the communicative purpose, there are three components of the actual film discourse: the formal/official film discourse (direct script, posters, trailers, accompanying advertising campaigns), critical film discourse (reviews of film critics, bookmaker forecasts), spectator film discourse (feedback from viewers) [3, p. 53].

In modern cinemiology the tendency to delineate the adjacent notions to indicate the film discourse is released: film, film dialogue and actual film discourse (Ye. Kolodina, S. Kopyaff, V. Gorshkova). Within the framework of the semiotic paradigm, the term “film text” is dominant, based on the unity of the linguistic (signs and symbols) and non-linguistic (signs-icons, signs-indexes) systems. The concept of film dialogue is singled out by V. Gorshkova, who define it as a verbal component of the discourse of a certain film, the completeness of which is provided by the audiovisual (sound spectator) series. V. Gorshkova also uses such terminology series as “image-time” and “image-movement”.

However, as a rule, the film dialogue is considered to be a sphere of realization of the film discourse, “meaning in the space of film discourse”, rather than synonymous with the concept. The actual film discourse is regarded as a “continuum of film and film discourse”, where the latter acts as an abstract environment for the implementation of the components called “synergetically dynamic space”. The Western linguists pay considerable attention to the televised dialogue (M. Bednarek, R. Pyatzza) and the television discourse (S. Hall, T. van Dejk, M. Tulan).

A television discourse is interpreted as a “kind of film discourse, a creolized formation characterised by communicative-pragmatic addressing, quasi-sponsiveness, reproducibility, fragmentation, based on a somewhat generalized and simplified, stereotyped picture of the world” [5, p. 88]. S. Hall offers an alternative approach to decoding television discourse, the main postulates of which are the following: the dominant position (the audience directly and without changes perceive the encoded information, that is, acts “within the dominant code”), a contractual position (the decode takes the main code at the abstract level, but devits on a personal level), the opposite position (complete rejection of the main code). There is the unity and synthesis of different linguistic and the characters, characterized by the logistics, completeness, and connectedness within the theory of the film discourse.

The motion text is a coherent, and complete message expressed by the verbal (linguistic) and non-verbal system, organized in accordance with the plan of the collectively-functional differentiated author with the use of cinematographic codes, fixed on the material copy and intended for reproduction on the screen and audiovisual perception of viewers. The translation of the film is related to the peculiarities of not only linguistic but also of technical nature that influences the degree of equivalence and adequacy of the translation of the source language, as well as its technical implementation on the screen (i.e. synchronicity of the actor’s articulation and replicas of the duplicers).

The perception of the film within foreign culture complicates the process of actualization of its interdiscursive ties, which influences the interpretation of this film text both qualitatively (some elements get another interpretation, stipulated by typological differences of cultures) and quantitatively (some elements, do not have equivalents in another culture, they are ignored by foreign language audience or deliberately removed during the interpretation). The verbal component of the film is a film dialogue.

The wide artistic possibilities of movies, free operation of time and space, which became possible due to the mounting principle, interdependence of elements of different semiotic structures define two important peculiarities of the film dialogue: its implicit character and interdependence of verbal means and other elements of the film language. The film dialogue consists of replicas; replicas, in their turn, are subdivided into: 1) character broadcast; 2) character thoughts; 3) onomatolith (sound).

The main distinguishing features of the film dialogue, which determine the process of its translation, are that, firstly, the film text is limited to the time limits of sounding, which excludes the introduction of comments. Secondly, the film dialogue is intended for instant perception and reaction of the viewers, respectively, should be informative and understandable. And, thirdly, the film dialogue is accompanied by video, which leads to the choice of possible translation: when working with it, it is important to consider the communication of an image and a text material, to pay the same attention to verbal and non-verbal aspects.

Movie translator of the comic film is a kind of bridge of transfer to the recipient by means of the incoming language of information, laid down in the animated film, and therefore he is a participant in the film discourse. The film’s discourse is the process of bilingual intercultural communication between the addressee and the address, during which the process of transferring from the address (collective author) to the addressee

information, encoded in the form of semiotic marks (signs-indexes, signs-icons, signs-symbols) with the help of cinematographic codes (frame, stage, etc.) is taking place. In the film's Discourse, the film interpreter works with animated film text which is a creolized text, i. e., contains verbal (movie dialogue) and non-verbal system. The translator is equally important to assess the extent of participation of linguistic and nonlinear means of creating the image in order to provide an influence, adequate to the original that the viewer had, given that translation is the secondary communication that takes place in the new socio-cultural context. Within the movie, the film interpreter works directly with the film dialogue, which recorded in writing in the installation letters.

Thus, the film discourse is an abstract space, against which the dialog is revealed (as the time-spatial unity of verbal and audiovisual images) and cinematic text (as the unity of the iconic systems). At the same

time, as linguistic artifact, socio-artistic phenomenon and representation of the real broadcasting, film dialogue constitutes a separate genre, very promising for further research.

Conclusions. Researchers define audiomedial text as the text characterized by verbal and non-verbal components in its structure. The unity of linguistic and non-linguistic visual signs creates audiomedial text in its full sense. The primary peculiarities of audiomedial texts in the aspect of translation are the facts that the translation is faced with the lack of time for sounding which, in its turn, leads to impossibility of usage of commentaries. The next fact about the translation is that it must be short, informative, and understandable for everyone. And, finally, the third fact is that we should take into consideration the connection between the image and the textual material, therefore, not to neglect verbal and non-verbal means of expressiveness.

References:

1. Бодрова А. А. Невербальные элементы конструирования контекста интерпретации в кинотексте. *Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского*. 2009. № 1. С. 208–210.
2. Горшкова В. Е. Перевод кинодиалога в свете концепции Жюль Делёза. *Вестник Московского университета. Серия 22 «Теория перевода»*. 2010. № 1. С. 16–25.
3. Мороховский А. Н. Стилистика английского языка. Киев : Вища школа, 1984. 247 с.
4. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. Москва : Р. Валент, 2004. 240 с.
5. Ягода О. В. Стилистика комического: проблемы та перспективи. *Нова філологія*. 2001. № 2(11). С. 92–102.

Агєєва В. О., Лимар М. Ю. АУДІОМЕДІЙНИЙ ТЕКСТ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

У статті проаналізовано поняття аудіомедійного тексту та його особливості в аспекті сучасної лінгвістики. Зокрема, увагу зосереджено на порівнянні підходів до визначення поняття аудіомедійного тексту, досліджуються його особливості, здійснюється аналіз компонентів, які входять до складу аудіомедійного тексту та завдяки яким повністю розкривається сутність цього поняття, а також розглядаються аспекти перекладу аудіомедійного тексту, що становить певні труднощі для перекладача у зв'язку з факторами часової обмеженості й потребами в інформативності перекладу.

Виявлено, що під аудіомедійним текстом ми розуміємо особливий тип чіткого та довершеного тексту з наявними вербальними й невербальними елементами. Відмінною характеристикою аудіомедійного тексту є поліфонія та багатоканальність. Серед компонентів аудіомедійного тексту дослідники виокремлюють просторово-часовий аспект та аудіовізуальний спосіб сприйняття. У межах аудіомедійного тексту виділяють лінгвістичну й нелінгвістичну семіотичні системи. До лінгвістичної семіотичної системи належать знаки-символи. Нелінгвістична семіотична система представлена знаками-індексами та знаками-іконами. До текстових категорій аудіомедійного тексту належать цілісність і зв'язність, а сам аудіомедійний текст характеризується своєю дискретною природою, що допускає можливість його членування. Дослідження аудіомедійного тексту також пов'язане з поняттям кінодискурсу, який своєю чергою класифікується за низкою критеріїв, зокрема: за змістом, метою та комунікативними принципами, за ступенем інформативності, за жанром і цільовою аудиторією.

Переклад аудіомедійних текстів пов'язаний як із лінгвістичними, так і з технічними особливостями, оскільки перекладач має дотримуватися принципу еквівалентності й адекватності перекладу. Водночас процес перекладу аудіомедійного тексту зумовлений тим фактором, що кінотекст обмежений часовими рамками звучання, і через це може ускладнитися процес введення коментарів. Ускладнює процес перекладу аудіомедійного тексту також потреба у створенні кінодіалогу, що має бути максимально інформативним та зрозумілим. Під час перекладу також необхідно враховувати, що між зображенням і текстовим матеріалом є зв'язок, тому варто враховувати вербальні й невербальні засоби вираження.

Ключові слова: аудіомедійний текст, кінодискурс, еквівалентність, вербальні засоби вираження, невербальні засоби вираження, знаки.

Войцьо І. М.

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПЕРЕКЛАДУ, ВИКОРИСТАННЯ ІНКЛЮЗИВНОЇ ЛЕКСИКИ ТА ВЖИВАННЯ АМЕРИКАНІЗМІВ У ТВОРІ ДЖОДЖО МОЙЕС «ДО ЗУСТРІЧІ З ТОБОЮ»

У статті досліджується переклад англомовної лексики українською мовою. Уперше про- водиться ретельний лінгвістичний аналіз, що підкреслює актуальність дослідження. Співвід- носячи поняття еквівалентності та адекватності на прагматичному рівні, автор визначає адекватність як найефективніший критерій перекладу лексики, що вивчається. Із точки зору сучасних уявлень про інвалідність, порушення фізичного або психічного здоров'я, як і будь-яка функціональна зміна організму, – щось більше, ніж просто медичне явище. Як це порушення віді- б'ється на процесі соціалізації людини – на дитині або дорослому, чоловікові або жінці, на його або її сім'ї, інших навколишніх, залежить від сприйняття і ставлення до цього явища в суспільстві. Уявлення про людину з обмеженими фізичними можливостями, засноване біль- шою мірою на загальноприйнятому сенсі, ніж на дійсних знаннях людства про інвалідність, формуються в культурі і втілюються в різних видах мистецтва (літературі, кінематографі та ін.). Починаючи з легенд і класичних міфів до сучасної літератури, більшість фізично неповноцінних персонажів оточені атмосферою «інакшості», відмінності від інших, яка створюється через демонстрацію їхньої уцербності. Дана стаття присвячена вивченню особливостей вживання і перекладу американізмів у сучасній англомовній художній літера- турі, оскільки в даній момент найбільшого поширення набув саме американський варіант англійської мови у всіх сферах життєдіяльності людини. На матеріалі роману Дж. Мойес «До зустрічі з тобою» були розглянуті різні види американізмів і проаналізовані характерні риси їх вживання і перекладу. У статті розглядаються особливості художнього твору і його переклад, зокрема прийоми лексичних трансформацій. Матеріалом для дослідження послу- жив такий твір, як «До зустрічі з тобою» Дж. Мойес. Результати, наведені в даній роботі, можуть бути використані під час дослідження в інших художніх текстах, а також до- поможуть збільшити «інклюзивний» словник та вдосконалити розуміння цього образу в літера- турі різних країн світу, тому що ця проблема завжди існувала і була злободенною.

Ключові слова: американізми, лексичні американізми, інклюзія, інклюзивна лексика, пере- клад, адекватність, еквівалентність, перекладацькі трансформації, граматичні трансфор- мації, особливості художнього тексту, аналіз, роман.

Постановка проблеми. У лінгвістичній науці феномен інклюзії все ще недостатньо вивче- ний. Цей факт іноді може спричинити труднощі у роботі з такою специфічною лексикою. Сам термін «інклюзія» походить від дієслова «включи- чати».

Якість перекладу та його історичний розви- ток – два аспекти, які привернули увагу пере- кладачів та теоретиків протягом багатьох років. Головною метою всіх досліджень є спроба роз- різнити вільний та дослівний переклади із точки зору понять адекватності та еквівалентності.

Т.А. Єгорова трактує адекватний переклад як досить розмитий термін – високий ступінь пере- дачі всіх елементів та форм оригіналу мовою перекладу [2].

Що стосується поступальної еквівалентності, слід згадати ідею К. Рейса та Х. Вермеєра. Вони вважають еквівалентність особливим випадком адекватності. Під цим терміном вони розуміли взаємозв'язок між окремими знаками або цілими текстами мов, які контактують у процесі пере- кладу [7].

Перекладацькі трансформації, до яких вдаються перекладачі під час адаптації літературного тексту в процесі перекладу його змісту на іноземну мову, здійснюються з метою досягнення адекватності на різних рівнях через такі фактори: необхідність збе- реження авторського ідіоматичного стилю та ідіо- лекту, що виражаються у використанні незвичних синтаксичних конструкцій та епізодичних лексич- них комбінацій із метою створення особливого

емоційного ефекту для досягнення більшої виразності та певний вплив на читача.

Наведемо приклади, засновані на наведеній вище класифікації:

А. Загальноживаний словник.

Перекладач використовує упушення (хто бачив), щоб привернути увагу читача до детального опису фізичного дефекту героїні. Адекватний переклад фрази “out of whack”, яка при посиленні на єдину еквівалентну відповідність мала б значення «не в порядку», можна простежити на рівні семантичного розвитку.

Перекладач досягає адекватності, посилячись на антонімічний переклад, а саме шляхом реструктуризації синтаксичної структури цілого речення та заміни позитивної форми «Я включений у все» на протилежне значення «участвовать у меня никак не получается».

В. Контекстуально залежна стилістично забарвлена лексика.

У цьому випадку перекладач змінює синтаксичну структуру речень із пропуском на одному сегменті оригінального тексту та додаванням на іншому, використовуючи таким чином компенсацію. При порівнянні синтагм ясно, що їхні межі розмиті. Вимога до адекватності перекладу, зумовленого умовами контексту, визначає стилістичне забарвлення висловлювання героя.

– Я буду вашими угодами та колесами щодня [6, с. 34]. – Тепер я у твоєму особистому розпорядженні [5, с. 39].

Згідно з Інтернет-Кембриджським словником, фраза «колесо і діло» має значення «намагатися отримати прибуток або отримати перевагу, обманюючи людей або порушуючи звичні правила» [1]. Перекладач знайшов найбільш підходящий вираз, надавши фразі особливий тон, що відповідає контексту.

Як видно із прикладів, у групах контекстуально залежних стилістично забарвлених та загальноживаних словників інклюзивного профілю переважає адекватний переклад, мотивований, найчастіше, контекстом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Актуальність дослідження зумовлена збагаченням словникового запасу інклюзивного профілю, що передається переважно шляхом адекватного перекладу. Його можна пояснити мінливістю перекладу літературного тексту через позицію, в якому перекладач виступає в ролі агента з відображенням, інтерпретатором тексту оригіналу, а основною функцією такого перекладу є передача реципієнту художньо-естетичного потенціалу оригіналу.

Предметом дослідження є особливості використання інклюзивної лексики та вживання американізмів у творі Джорджо Мойес «До зустрічі з тобою», а об'єктом є безпосередньо твір.

Для досягнення зазначеної вище мети необхідно виконати такі завдання:

– з'ясувати та проаналізувати особливості мовного перекладу в тексті твору у процесі перекладу з англійської на українську;

– дослідити використання інклюзивної лексики та вживання американізмів.

Нами були використані такі методи дослідження, як метод зіставного аналізу, метод словникових дефініцій, описовий метод, що заснований на аналізі та класифікації лексики, що вивчається.

Слід відзначити, що американізми зустрічаються в галузі фонетики, орфографії, граматики та лексики. Що стосується англійської мови, то в США воно відрізняється найбільшою мінливістю літературних норм, які є в Англії. У якості основного фонетичного відмінності в американському варіанті англійської мови В.В. Ощепкова виглядає тональними моделями. За її словом, «в американському варіанті присутня практично одна рівна шкала і нічого не знаючий тон» [2, с. 49]. Ця тональна модель позначає звукову композицію американського варіанту мови.

Грамматична різниця між британськими та американськими стандартами мови мінімальна і тому менше всього впливає на взаєморозуміння між жителями Великобританії та США. Тем не менше, ряд американських граматичних нюансів досить замінені і заслуговує уваги. Вживання тимчасових американізмів може розходитися з класичним британським стандартом. Там, де британська граматики вимагає однозначного використання часу Present Perfect (наприклад, у пропозиціях з обставинами часу вже, ще і т. п.) Американці можуть використовувати Past Simple та ін.

Окрім граматичних та фонетичних особливостей американського варіанту в англійській мові, ми можемо спостерігати лексичні особливості. Лексичні американізми – це слова, які є для англічан новими, вони формуються на загальноанглійському мовному матеріалі.

Таким чином, слід відзначити, що американізми – це достатньо поширене явлення, яке має свої особливості та проникло практично у всі мови сучасного світу.

Формування цілей статті. Метою статті є вивчення особливостей перекладу творів із використанням американізмів та інклюзивної лексики.

Виклад основного матеріалу. У цій статті ми готуємося вивчити використання розглянутих нами знахідок у сучасній художній англомовній літературі, виявити їх особливості, характерні риси, а також виділити основні способи їх перекладу українською мовою. У якості фактичного матеріалу було вибрано твір відомої англійської письменниці Джоджо Мойес «До зустрічі з тобою» та його офіційний переклад, виконаний Кілановой А.С.

Лише деякі американізми відрізняються написанням:

«The roads are slick with water, the gray light shining on the mirrored pavement» [3, с. 12].

Дороги слизькі від води, сіріє, відблиски грають на дзеркалі мостової [4, с. 7]

Дане написання слова *сіре* зустрічається в американському англійському, отримав популярність у американців приблизно в 1850-х роках. В англійському ж варіанті це слово пишеться через букву «e» – *сірий*. Як в американському, так і в англійському варіанті дане слово перекладається за допомогою функціонального аналогу та має значення українською мовою – «сірий».

«Like throwing yourself out of airplane» [3, с. 10].

«Наприклад стрибати з літака» [4, с. 6].

В англійському словнику в значенні «літак» вживається слово *aeroplane*, в американському це слово пишеться як *airplane*, що ми і бачимо в наведеному вище прикладі. Ці слова різні за правописом, але однакові за значенням і мають функціональний аналог в українській мові.

«After Nathan had left I would program the radio or television for Will, dispense his pills, sometimes crushing them with the little marble pestle and mortar» [3, с. 58].

«Після відходу Натана я налаштувала радіо або телевізор для Уїлла, відміряла таблетки, іноді товкла їх маленьким мармуровим товкачем в ступці» [4, с. 34].

Далі розглянемо кілька прикладів лексичних американізмів:

«No. Nor the apartment, the holidays, the life ... I believe you met my ex-girlfriend» [3, с. 102].

«Від роботи, від квартири, від розваг, від колишнього життя. ... Здається, ви знайомі з моєю колишньою дівчиною» [4, с. 59].

Слово *apartment* перекладається українською мовою як «квартира», але якщо ми знайдемо більш точне і розширене значення цього слова, то побачимо, що це кілька кімнат на поверсі величезного будинку, де хтось живе. Дана лексична одиниця утворилася від французького слова, що

означає «приватні кімнати, які використовуються однією людиною». У британському варіанті ж англійської в такому значенні вживається слово *flat*, але це квартира, частина великої будівлі, де живуть люди. Це слово походить від шотландського слова, що має значення «поверх будинку».

«But no, we crossed the vast expanse of linoleum, me pushing the baggage trolley, Nathan pushing Will, and as the glass doors opened, there they were, standing at the barrier, side by side in some rare semblance of unity» [3, с. 378].

«Я штовхала багажний візок, Натан котив крісло Уїлла, і, коли скляні двері відкрилися, вони пліч-о-пліч стояли біля загородки, нагадуючи дружню сім'ю, що траплялося рідко» [4, с. 212].

В англійській мові слово *багаж* вживається як *luggage*. Американізм *baggage* має на увазі не багаж в цілому, а саме, сумки, валізи або навіть багаж знань. А ось слово *luggage* може бути застосовано до особистого багажу конкретної людини. Що стосується перекладу даної лексичної одиниці, то перекладач скористався граматичною заміною, змінюючи іменник на прикметник.

Наведемо також кілька прикладів, що зустрілися як граматичні особливості американізмів:

«...I heard my voices low swallowed by it, and couldn't work out what to do with my hands» [3, с. 54].

«...Я стежила, як вона повільно поглинає мій голос, і не могла придумати, куди подіти руки» [4, с. 31].

У даному прикладі вживається слово *slow* як прикметник, хоча в британському варіанті вжили б наріччя *slowly*.

«Where are me and Thomas supposed to go on weekends?» [3, с. 160].

«А де ми з Томасом будемо жити на вихідних?» [4, с. 91].

В американському варіанті вживають прийменник «*on*» перед вихідними, тоді як британське стійкий вираз «*at the weekend*». Переводяться дані словосполучення українською мовою однаково.

Згідно з проведеним дослідженням, можна стверджувати, що американізми достатньо широко вживаються в творах сучасної художньої літератури. Мова героїв Джоджо Мойес відображає стан сучасної розмовної мови британців і американців, що входять в різні вікові і соціальні групи, що дозволило нам вивчити характерні особливості функціонування американізмів в мові окремих представників цих мовних спільнот. До американізмів ставилися не тільки певні лексичні

одиниці, що з'явилися в США і мають відмінності від британських версій, але також і слова і словосполучення, які мають відмінності в написанні і граматиці вживанні. Що стосується перекладу розглянутих нами явищ, то основна маса з них має функціональні аналоги в українській мові, тому їх передача не становить труднощів.

Перекласти – значить висловити вірно і повно засобами однієї мови те, що вже виражено раніше засобами іншої мови [1, с. 395]. Художній переклад – це свого роду мистецтво, в результаті якого твір на мові оригіналу відтворюється на іншій мові. Говорячи про особливості перекладу художніх текстів, необхідно зауважити, що існує ряд вимог, які перекладач повинен виконувати для створення максимально повного уявлення оригіналу іноземною мовою. Справа в тому, що перекладача художнього тексту можна також назвати письменником. Чуковський говорив, що перекладач – скоріше всього талант. Він не фотографує оригінал, він відтворює його творчо [2, с. 134]. Твір має бути переведено так, щоб стиль автора і сюжет художнього тексту були збережені в повному обсязі.

Складність такого перекладу полягає в тому, щоб передати первозданний шарм твору, зберігаючи при цьому інтерес читача. Перекладачам необхідно мати запас фонових знань і, також, як і письменникам, необхідний багатосторонній життєвий досвід, безперервно поповнює їх запас вражень. Основним завданням перекладу будь-якого художнього твору є досягнення адекватності. Для цього перекладачеві необхідно провести ряд трансформацій для повної передачі інформації вихідного тексту. Вілен Наумович Комісаров перекладацькою трансформацією називає перетворення, за допомогою яких можливий перехід від одиниць оригіналу до одиниць перекладу в зазначеному сенсі [3, с. 32].

Розглянемо класифікації перетворень В.Н. Комісарова. Лінгвіст до лексичних трансформацій відносить транслітерацію і транскрибування, калькування та лексико-семантичні заміни (конкретизація, генералізація і модуляція). Перш за все ознайомимося з такими видами перекладацької трансформації, як транскрипція і транслітерація. Згідно з В.Н. Комісаровим, транслітерація – це спосіб перекладу лексичної системи оригіналу шляхом відтворення її графічної форми за допомогою букв мови перекладу [3, с. 78]. Переклад за допомогою транскрипції має на увазі, що відтворюється звучання слова оригіналу, в той час як транслітерація передає його графічну заміну.

Однак перш ніж використовувати прийом транскрипції або транслітерації, перекладачеві необхідно провести термінологічний і культурологічний аналіз, для того щоб визначити можливі прийняті форми передачі терміна, встановлені у світовій практиці перекладу. Наступним прийомом перекладацької трансформації є калькування. Ахманова О.С. дає таке визначення процесу калькування: «Калькування – це утворення нових слів або введення в мову нових засобів синтаксичної побудови шляхом запозичення лексико-семантичних і лексико-синтаксичних моделей іншої мови або мов із заповненням їх морфемами даної мови» [6, с. 188]. Казакова ж зазначає, що перекладач під час використання калькування, на відміну від транскрипції, не завжди механічно переносить вихідну форму слова в мову перекладу. У деяких випадках йому доводиться використовувати трансформації [7, с. 88]. Даний вид перекладацької трансформації є найбільш поширеним прийомом перекладу реалій. Для перекладу терміном під час калькування або відтворюється тип словосполучення, або перекладається структура слова.

У перекладі існують випадки, коли в МР відсутнє слово з таким широким значенням. У таких випадках перекладач вдається до такого виду трансформації, як конкретизація. В.Н. Комісаров під конкретизацією має на увазі заміну слова чи словосполучення МП (мова перекладу) з більш широким предметно-логічним значенням слова і словосполучення МР (мова рецептор) з більш вузьким значенням. У результаті застосування цієї трансформації створювана відповідність і вихідна лексична одиниця виявляються в логічних відносинах включення: одиниця МП висловлює родові поняття, а одиниця МР – виражає видові поняття [2013, с. 101].

Наприклад: Uh-oh. I did not put salt in the sugar cellars again, did I? («Me before you» Jojo Moyes, 2012). Невже я знову насипала сіль в банки для цукру? (Пер. А. Кіланова, 2013). А. Кіланова при перекладі замість розділового питання використовувала іншу лексичну одиницю для створення більшої виразності російською мовою. У представленому нижче прикладі перекладач замінив загальне поняття проведення часу поза домом на романтичний вечір. It is not exactly a night out, is it? («Me before you» Jojo Moyes, 2012).

Прийом генералізації – це прийом заміни одиниці вихідної мови з вузьким значенням одиницею мови, що є з більш широким значенням. Розширення (генералізація) вихідного застосовується тоді, коли міра інформаційної упорядкованості

вихідної одиниці вище заходів упорядкованості, відповідної їй за змістом одиниці в мові, що [7, с. 47]. Прийом генералізації використовується в тому випадку, якщо в мові перекладу немає конкретного поняття, подібного поняттю вихідного тексту. Так, наприклад, у творі Джордж Мойєс «До зустрічі з тобою» перекладач А. Кіланова застосувала такі трансформації: *The tables still sported Formica tops, and the menu had not altered since I started* («Me before you» Jojo Moyes, 2012).

У наступному прикладі перекладач також замінює приватне поняття загальним. *It looks like the castle is definitely going to start doing its own refreshments* («Me before you» Jojo Moyes, 2012).

Наступним прийом трансформації, за Комісаровим, є модуляція або смисловий розвиток. Згідно з В.Н. Комісаровим, модуляція – це заміна слова або словосполучення МП одиницею МР, значення якої логічно виводиться із значення вихідної одиниці [2, с. 17]. При смисловому розвитку семантична структура тексту, словосполучення піддається змінам і може отримувати нові елементи (заміна всіх або більшості елементів). Даний вид перекладацької трансформації є досить складним і вимагає досвіду і майстерності перекладача.

Сьогодні в лінгвістиці зростає інтерес до тексту, котрий вивчається в різних аспектах і трактується в різноманітних галузях гуманітарної науки. Текст розглядається дослідниками як структурно-семантичне формування, якась складна єдність, що характеризується комунікативною цілісністю, смисловою завершеністю, логічними, граматичними, семантичними зв'язками. Вивченням семантичного простору тексту займалися такі дослідники: Алефіренко Н.Ф., Арнольд І.В., Бабенко Л.Г., Гальперін І.Р., Кухарен В.А., Лукін В.А., Ніколіна Н.А., Brekle Н.Е., Dressier W., Eco U.

Також автор у художньому тексті використовував опущення допоміжних дієслів у питальних реченнях, усічені конструкції, переривання оповіді, виражене у три крапки. Слід зазначити, що часте використання таких графічних засобів говорить про припинення мовлення і недомовленості. Автор навмисне використовує дані прийоми, щоб створити і передати важку напружену обстановку в ситуації (*They were ... very close ... for a bit*) [8, с. 52].

Висновки і пропозиції. На закінчення хотілося б відзначити, що одним із головних літературних прийомів, які використовує автор, є антитеза. У романі представлені дві абсолютно різні людини, і, отже, Джордж Мойєс використовує різні лексичні та виразні засоби побудови образів своїх героїв. Сучасний текст включає в себе набір мовних знаків, які автор майстерно використовує в романі, що не викликає у читача труднощів у розумінні тексту. Таким чином, інтерпретації тексту читачем у процесі його сприйняття, тобто актуальність його семантичного простору, адекватні, зрозумілі, наближені до життя сучасного читача. Можна з упевненістю сказати, що питання вивчення американізмів залишається відкритим, оскільки будь-яка мова постійно розвивається і змінюється. Слід зазначити, що існує безліч класифікацій лексичних трансформацій. Кожен перекладач має право використовувати будь-яку з них, при цьому не забуваючи про головне завдання перекладача. А основною метою перекладу будь-якого художнього твору є адекватний переклад. З метою досягнення адекватності перекладачеві необхідно вміти здійснювати відповідні перетворення (трансформації) для вірної передачі інформації, що міститься в тексті оригіналу, читачеві.

Список літератури:

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 3-е. Москва : Изд-во Комкнига, 2005. 569 с.
2. Егорова Т.А. Филологические науки проблема определения адекватности и эквивалентности перевода. Уфа, 2018. 189 с.
3. Казакова Т.А. Практические основы перевода. Санкт-Петербург : Изд-во Союз, 2005. 320 с.
4. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В.Н. Комиссаров. Москва : Альянс, 2013. 253 с.
5. Ощепкова В.В. Язык и культура Великобритании, США, Канады, Австралии, Новой Зеландии. Москва : «Издательство Глосса-Пресс», Санкт-Петербург : Издательство «Каро», 2004. 336 с.
6. Федоров А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): Для институтов и факультетов иностр. языков. Москва : ООО Издательский Дом «Филология три», 2002. 416 с.
7. Чуковский К. «Высокое искусство». Москва : Время, 2014. 448 с.
8. Мойєс Дж. «До встречи с тобой». Москва : Издательство «Иностранка, Азбука-Аттикус», 2013. 306 с.
9. Мойєс Дж. До встречи с тобой (перевод Килановой А.) Иностранка. Москва, 2015. 480 с.
10. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/английский/wheel-and-deal> (дата обращения: 14.10.2018).

11. Moyes J. «Me before you». Издательство: Penguin UK , 2012. 442 с.
12. Moyes J. Me Before You. London, 2012. 480 p.

**Voitso I. M. EXPLORING THE PECULIARITIES OF TRANSLATION,
THE USE OF INCLUSIVE VOCABULARY AND THE USE OF AMERICANISMS
IN THE WORK OF JOJO MOYES “ME BEFORE YOU”**

The article examines the translation of English vocabulary into Ukrainian. For the first time, a thorough linguistic analysis is conducted, which emphasizes the relevance of the study. Correlating the concepts of equivalence and adequacy on a pragmatic level, the author defines adequacy as the most effective criterion for translating the vocabulary being studied than just a medical phenomenon.

How this violation will affect the process of socialization of a person – a child or adult, man or woman, his or her family, others, depends on the perception and attitude to this phenomenon in society. The idea of a person with disabilities, based more on the conventional sense than on the actual knowledge of mankind about disability, is formed in culture and embodied in various arts (literature, cinema, etc.). From legends and classical myths to modern literature, most physically defective characters are surrounded by an atmosphere of «otherness», difference from others, which is created through the demonstration of their shortcomings. This article is devoted to the study of the peculiarities of the use and translation of Americanisms in modern English-language fiction, as at the moment the most widespread is the American version of the English language in all spheres of human life. The material of J. Moyes's novel «Me before you» considered various types of Americanism and analyzed the characteristics of their use and translation. The article considers the features of a work of art and its translation, in particular the methods of lexical transformations. The material for the study was such a work as «Me before you» by J. Moyes. The results presented in this paper can be used in research in other literary texts, and also help to increase the «inclusive» vocabulary and improve the understanding of this image in the literature of different parts of the world, because this problem has always existed and was topical.

Key words: Americanisms, lexical Americanisms, inclusion, inclusive vocabulary, translation, adequacy, equivalence, translation transformations, grammatical transformations, features of the literary text, analysis, novel.

Головнюва-Коппа О. О.

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

ОСОБЛИВОСТІ ЗБЕРЕЖЕННЯ ПОРУШЕНИХ МОВНИХ НОРМ ПІД ЧАС ПЕРЕКЛАДУ ТВОРУ ДЕНІЕЛЯ КІЗА «КВІТИ ДЛЯ ЕЛДЖЕРНОНА» УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Сучасне перекладознавство розглядає проблеми, на які раніше дослідники не звертали значної уваги. У статті проаналізовано поняття графону, розглянуто способи перекладу і збереження порушених мовних норм, наведено найяскравіші приклади графону на матеріалі твору «Квіти для Елджернона». На сучасному етапі розвитку суспільства дослідженню графону приділено багато уваги. Увагу зосереджено на проведенні кількісного аналізу прикладів графону наведених у творі. Визначено характерні риси графону, як одного із основних понять, що урізноманітнюють мову твору. Фонографічна стилізація на позначення мовленнєвих вад, або графон, є одним з найменш досліджених стилістичних засобів художнього дискурсу. Графон може бути виражений фонемою, словом, словосполученням або цілим реченням, що підтверджується прикладами з твору. Ця експресивна фігура переслідує мету активізації уваги читача, деавтоматизації сприймання повідомлення, візуального виділення певних елементів з-поміж інших, увиразнення, нашарування додаткових значень чи компресію багатьох смислів в одному об'єкті, вираження суб'єктивного ставлення автора. Завдання дослідження полягає у виявленні основних шляхів збереження та передачі порушених мовних норм у перекладі роману для україномовних читачів. Значення дослідження полягає в: 1) систематизації та узагальненні наявних уявлень, щодо поняття мовної норми як лінгвістичної категорії; 2) з'ясування виникаючих проблем під час передачі і збереження мовних норм під час перекладу художніх творів, а також виокремленні шляхів ліквідації цих проблем.

Дослідження проведено для виявлення прийомів, за допомогою яких зберігається відображення порушених мовних норм англійської мови, і їх перекладу українською. Тема є актуальною, адже на сьогоднішній день вчені не дійшли до спільного консенсусу із приводу класифікації способів передачі цього явища на мову перекладу, не дивлячись на те, що дослідження проводились раніше.

Ключові слова: графон, літературна норма, мовна норма, відхилення від літературної мови, художній стиль, увиразнення, нейтралізація.

Постановка проблеми. Останнім часом лінгвісти все більше уваги приділяють перекладу складних явищ (поняття, словосполучення, фразеологічні одиниці), які з точки зору перекладацького аналізу декілька років назад вважались безеквівалентними. До таких понять належить графон, або ж порушення мовної норми, що є стилістичним засобом, який використовується автором для змалювання образу героя твору та його увиразнення. Застосовуються графони на позначення територіальної чи соціальної приналежності, акценту іноземця, вікових, фізичних чи ментальних характеристик персонажу. У романі «Квіти для Елджернона» Д. Кіз за допомогою порушених мовних норм зображує розумові здібності Чарлі – головного героя роману, у якого є проблеми з ментальним розвитком. Використання у творі графону на позначення вад мовлення героя є яскравим вия-

вом індивідуального стилю письменника. На превеликий жаль, український переклад твору був опублікований відносно нещодавно, лише в 2015 році Віктором Шовкуном, в той час як російський переклад був здійснений Сергієм Шаровим у 1990 році. Цей факт зумовлює необхідність та актуальність нашого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед вчених, що досліджували поняття «графон», або «порушення мовних норм», можна виділити таких: В. Кухаренко, О. Мороховський, Н. Міщенко, А. Сковородников, Л. Ємельянова та І. Арнольд. Дослідниця В. Кухаренко в «Практикумі по стилістиці іноземної мови» вперше вжила та запровадила цей термін як «навмисне перекручування орфографічної норми, що відображує індивідуальні або діалектні порушення фонетичної норми» [1]. Загалом В. Кухаренко

досліджує порушення мовних норм не лише з позицій прагматичного наповнення, а також з точки зору пояснення виникнення та використання порушень норм орфоєпії, що позначаються графічно та які цілком різняться між собою. Вона виділила дві головні причини таких порушень, а саме: 1) причини, що пов'язані з емоційною складовою героя у момент його мовлення, а також з віковими ознаками, і мають оказіональний характер; 2) причини, що показують розумові здібності, територіальну чи соціальну приналежність мовця і носять переважно рекурентний характер [3]. Тема не має достатньої кількості теоретичної бази, тому що довгий період радянські та болгарські вчені, такі як К. Чуковський, В. Комісаров, С. Флорін та С. Влахов, вважали, що явище графону є неперекладним поняттям через відсутність усталених відповідників культурної специфічності в іншій мові. Тому традиційно це поняття відносили до числа тих, що викликають перекладацькі труднощі.

Варто зазначити, що не тільки стратегії збереження порушень мовних норм при перекладі, а навіть назва самого поняття не узгоджена на сьогодні: вперше це лінгвістичне явище започаткувала В. Кухаренко, яка і дала терміну назву «графон», О. Ребрій вживає термін «фонографічна аномалія», М. Кулікова визначає це поняття як «фонографічні відхилення», Т. Грищева – як «графічна оказіональність», Т. Попова – як «графічні модифікації», Дж. Ліч описує як «мовну девіацію», К. Терлоу – як «стилізацію вимови», Д. Крістал позначає «стилізацію акценту», М. Кулікова зазначає як «графічний засіб», М. Брандес – «графо-стилістичний прийом», тощо. Окрім зазначених лінгвістів, поняття «порушеної мовної норми» також досліджували: Н. Міщенко, Л. Ємельянова, С. Ільєсова, О. Морховський, І. Арнольд та В. Саннікова, А. Сковородников. Використання терміна *фонографічне* є логічним і більш правильним. Графічно автор звертає увагу читача на те чи інше слово, вимовляючи, впливає на сприйняття і змушує замислитись щодо логічності вжитку того чи іншого слова, яке написано і звучить незвичайним способом. Такі слова найчастіше є засобом підсилення впливу тексту твору, його теми і ідеї на читача. Звісно, можна і погодитись із терміном *стилізація акценту*, але значного впливу на читача подібні слова не будуть мати, адже просто покажуть приналежність людини до тієї чи іншої групи.

Постановка завдання. Виокремити основні відмінності між мовною нормою та літературною як лінгвістичними категоріями, провести

аналіз стилістичних та лінгвістичних особливостей сучасної англійської літератури, яка викликає інтерес та зацікавленість у читачів не тільки англійських країн, дослідити відтворення і збереження при перекладі графону у художньому творі, зокрема на матеріалі епістолярного роману «Flowers for Algernon» by Daniel Keyes, та його переклад українською мовою.

Виклад основного матеріалу. Норма становить фундамент мовної системи, є тим компонентом, що об'єднує та зміцнює літературну мову на всіх її етапах розвитку та становлення. Норма мови має важливі завдання: систематизувати її структуру, об'єднує наше суспільство.

С.Я. Єрмоленко трактує дефініцію «норма» як «комплекс засобів мови, що не суперечать системі мови й мовці вважають її за еталон спілкування на тій чи іншій стадії розвитку мови та цього суспільства в цілому». Лінгвіст запевняє: «Унормованість мовних норм залежить від певних чинників. Зокрема: 1) вживання правильної та грамотної української літературної мови носіями, що є освіченими та ерудованими; 2) дотримання структури нашої мови; 3) підтримка та збереження мовних традицій, які інтегрують в одне ціле практичні знання не одного покоління носіїв унормованої мови» [4].

Норма є строкатою, якщо говорити про склад явищ, що належать їй. Основу літературної норми формують стилістично незабарвлені мовні феномени та ті, що найчастіше вживаються, а другорядними явищами виступають або ж ті, що є застарілими, або ж ті, які є новими, а також просторічна лексика, тобто це явища, які все ж таки застосовуються літературною мовною нормою, але є функціонально і територіально маркованими. Не менш важливою ознакою мовної норми є нормативність [2, с. 106].

Мовна норма – це загальний комплекс мовленевих одиниць та засобів, що підпорядковується мовній системі та усвідомлюється носіями мови як еталон спілкування осіб у суспільстві протягом певного періоду становлення та розквіту мови та й суспільства в цілому, адже будь-яка мова характеризується як живе середовище, що весь час змінюється, удосконалюється та розширюється. Інакше кажучи, норми мови є основними критеріями культури мови. Мовні норми спільно зі зміною суспільства в якому існують видозмінюються та збагачуються в ході історичного розвитку.

Слід розрізнити два не тотожних за значенням поняття: «літературна норма» та «мовна мова». Поняття «літературна норма» характеризується

як сукупність граматичних, лексичних, фонетичних, словотворчих унормованих правил мови. Відповідно до цих ознак виокремлюють такі типи: фонетичні, лексичні, граматичні, словотвірні норми, тобто літературна норма мови відображається на кожному структурному рівні мови різними певними мовними засобами. Тож згідно з критеріями рівневого підходу до характеристики даного поняття практичність систематизації певних мовних засобів спричинює появу та застосування в лінгвістичній площині іменника «норма» саме у множині [5, с. 24].

Ширшим є термін «мовної норми», тому що це явище в мові складається з таких категорій, як історичність та змінність, що зумовлена модифікаціями в мовній системі. Ці зміни відбуваються нерідко, саме із цих причин можуть виникати непорозуміння людей різних поколінь [6].

Питання поділу функціональних стилів мови, як і класифікація порушень мовних норм, залишається на даний момент невирішеною та неузгодженою, тому що не має із цього приводу єдиної теоретичної бази. До суперечливих питань можна віднести також і взаємодію різних стилів та взаємний обмін елементів стилів між собою. Дані питання у своїх роботах досліджували такі лінгвісти: О. Пономарів, О. Селіванова, І. Чередниченко, Т. Кияк, Н. Кожина, Р. Будагов, І. Гальперін, С. Єрмоленко, Д. Баранник, Н. Озерова, В. Ващенко, Л. Ставицька.

Дослідники в лінгвістиці при описі проблематики норм постійно пов'язують їх із трьома важливими термінами, а саме: «системою мови», «нормою мови» і «літературною нормою». Зокрема, до числа цих вчених можна віднести М. Пилинського, адже саме він схематично позначає взаємовідношення цих понять між собою [3].

Німецький вчений Е. Косеріу визначає з певних причин норму вужчою за значенням, ніж системою, тобто норма входить до складу системи. Як визначає лінгвіст, система – це ніби «сукупність спроможностей», але не всі ці спроможності можуть бути реалізованими у даній нормі. У системі літературна норма є менш обширною складовою частиною, найменшою ланкою, і характеризується як певна складова частина норм мови, «комплекс цілісних втілень системи мови, які були установлені суспільством у певний період його становлення, що сприймаються особами як вірні та безпомилкові». Такий ланцюг співвідношень є повністю логічним, незважаючи на спрощеність, адже в цій схемі не взято до уваги, наприклад, взаємозв'язок норми з мовленням.

Мовна норма є основним критерієм культури мови, яка поєднана з визначеними мовними явищами, з-поміж яких наявні найголовніші для визначеної мови, що відображають основні її ознаки. Наприклад, це звучання певних фонем у їх наголошених позиціях, головні граматичні морфемі, а також лексичний склад мови та ін. Усі ці особливості зумовлюють розгляд цього явища як сталу та змістовну частину норми. Це стали «системні» правила мови, що складають «єдину перспективу», що не містять виключень. Дані норми у сукупності не є ідентичними мовній системі, але, виходячи із цього, ми можемо отримати найповніше і найзмістовніше розуміння про систему. Інакше кажучи, умовно можна визначати системні норми як систему мови. Підтвердженням цьому свідчать вищевказані слова Е. Косеріу. Тобто якщо врахувати співвідношення літературної норми із мовленням, вже отримуємо інакшу систему, а саме: норма буде мати ширше значення, ніж її система, оскільки до її складу буде входити більша кількість характеристик. За таким твердженням є природним розуміння, що система мови цілком входить до складу літературної норми, тому що характеристики системи будуть розглядатися як правильні та еталонні. Згідно з таким формулюванням цих дефініцій «система», «норма» і «літературна норма» будуть утворювати інші схематичні зв'язки, ніж у попередньому прикладі.

До найпопулярніших у лінгвістиці явищ, що застосовується для опису та акцентуації мовлення героїв різних художніх текстів, зараховують фонографічну стилізацію, або ж порушення мовних норм. Для створення цього засобу автори цих текстів видозмінюють спосіб зображення одиниці мови, тобто її графічне відтворення, що привертає увагу читача на такі риси персонажів, як: соціальний статус, територіальна приналежність, іноземне походження, вікові характеристики, а також фізичний, психологічний чи емоційний стан здоров'я тощо.

У цьому плані досить влучним прикладом є аналіз мовлення головного персонажу епістолярного роману «Квіти для Елджернона», Чарлі Гордона, який погодився на науковий експеримент заради підвищення показників розумових здібностей. Щоб оцінити темпи та масштаби розвитку, дослідники просять його заповнювати кожного дня звіти в записнику, який і є тим самим романом, тобто твором, що написаний від першої особи. Щоденні звіти, які становлять базис записника Чарлі, переповнені чималою кількістю прикладів відхилень від мовної норми. Викоритання порушення мовних

норм привертає увагу читача. На таких словах читач зупиняється декілька разів. Саме через те, що норма мови є унормованою та сталою, вона з'єднує покоління, адже мовні норми сприяють запозиченню культурних і мовних традицій. Але ця ознака релятивна, тому що літературна мова ще розвивається, а отже, і змінюється.

Твір «Квіти для Елджернона» Деніела Кіза – це роман із елементами наукової фантастики, в основі якого лежить зображення приватного життя головного героя в нерозривному зв'язку із суспільним розвитком. Роман вимагає від митця вміння поєднувати епічні, драматичні й ліричні елементи. Особливістю цього роману є те, що він написаний від першої особи та у формі звітів, тобто є епістолярним.

Відповідно до класифікації, що запропонована Л.Л. Ємельяною, проаналізовано та виокремлено вживання в романі таких видів:

1. Елізія – цей вид графону виявився найчастотнішим у творі. Випадання кінцевого голосного у слові перед початковим, адже він найбільш точно характеризує мову людей із низьким рівнем розвитку. Цей прийом характеризується відсіченням голосних у слові, що власне і використовує головний герой для полегшення написання та вимови слів. Тобто елізія використовується з метою характеристики невиразного мовлення або як звук, який упускається. Також слід зазначити, що синонімічною назвою елізії є синкопа. Розглянемо це на прикладах твору:

Dr Strauss askd me how come you went to the Beekman School all by yourself Charlie. – *Дохтор Штраус занунав мене як ти потрапив до школи Бекмана Чарлі власними зусиллями.* У даному випадку елізія відбувається при формуванні минулого часу дієслова «ask», у мовленні Чарлі випадає голосний звук [e]. В українській мові не відображено це явище, адже немає природніх для цього передумов. В інакшому випадку, тобто під час редукації якогось голосного звуку, слово «запитав» звучало б як штучне та неможливе для вимовлення.

Ще одним цікавим лексичним засобом тут є переклад слова **doctor**. На відміну від англійської мови, в якій складно змінити слово, щоб показати безграмотність героя, в українській мові автор вдало підібрав слово і замінив його на **дохторь**.

He said Miss Kinnian tolld him I was her bestist pupil in the Beekman School for retarted adults and I tryed the hardist becaus I reely wantd to lern I wantid it more even then pepul who are smarter even then me. – *Він сказав, що міс Кінніан сказала йому я найкращий учень у школі Бекмана для недороз-*

винених учнів і найбільше стараюся бо я справді хочу навчитися грамоти хочу навіть більше ніж люди тямовитіші ніж я. Другий приклад теж свідчить про явище елізії у формуванні минулого часу, але вже у дієслові «want», потім це дієслово вживається вдруге, але вже із заміною на інший звук. Слід зазначити, що в обох випадках використано різні способи передачі помилок. У першому опущено літеру **e**, а в іншому замінено на **i**. Явище елізії не є характерним для української мови в даному випадку, тому зробити вдалий переклад, змінивши букви, досить складно.

«Dr. Strauss says to rite a lot evrything I think and evrything that happins to me but I cant think anymor because I have nothing to rite so I will close for today...» – *«Дохтор Штраус каже шоб я писав усе шо думаю і все шо зі мною була але голова в мене порожня і сьогодні я вже нічого не напишу...»* Елізія використовується не тільки в дієсловах, а і в будь-якому іншому слові, де вона чітко не вимовляється, але присутня в написанні, адже слово «everything» має транскрипцію [ˈevrɪθɪŋ]. У перекладі знову не відображується, тому що було б недоречно в даному випадку редукувати голосні в слові «все». Таку відсутність можливості відтворення явища перекладачі компенсують іншими порушеннями мовних норм.

2. Фонетична заміна, тобто процес, у ході якого можна простежити зміну звуку на інший. Цей вид графону використовується автором у змалюванні образу Чарлі Гордона задля того, аби показати, що він має недостатню кількість знань та частіше за все плутає звуки в словах. Наведемо приклад:

«I tolld dr Strauss and perfesser Nemur I cant rite good but he says it dont matter he says I shud rite just like I talk and like I rite compushishens in Miss Kinnians class at the beekmin collige center for retarted adults where I go to lern 3 times a week on my time off». – *«Я сказав дохтору Штраусу та професору Нямурі шо я не вмю добре писати, але він сказав, шо це неважно і шоб я писав як я балакаю і як пишу твори у класі міс Кінніан у її школі для недорозвинених дорослих куди я хожу вчитися тричі на тиждень коли маю вільний час».* В оригіналі ми можемо спостерігати явище фонологічної заміни в слові «perfesser» від фонетичної транскрипції лексеми «professor» [prəˈfɛsə], таж сама ситуація і з словом «collige» від правильного слова «college» та його транскрипції [ˈkɒlɪdʒ]. Перекладач українською не передає цей вид графону, але компенсує іншими порушеннями норм.

Поява неетимологічного звуку (інша назва – епентеза) – це явище фонетичної зміни,

що характеризується появою допоміжного звука між двома, що вживається з метою полегшення вимови. Розглянемо це на прикладі:

«*Thats a secret until after in case it dont werk or somepthing goes wrong*». – «*Це поки що таємниця на той випадок коли аперация зазнає невдачі або шось піде не так*». У даному випадку звук [p] вживається для полегшення вимови Чарлі. Такий вид графону, як поява неетимологічного звуку в даному романі Деніела Кіза, вживається досить рідко, адже частіше за все Чарлі спрощує написання, зменшуючи звуки та букви в словах, а не додаючи.

Наведемо приклади графічних помилок, що були допущені в написанні заголовків звітів та при їх перекладі:

1. Звіти Гордона до проведення операції:

– Найперший звіт має назву – «*progris report 1 march 3*» – українською перекладений як «*Перший звіт 3 бер*». У даному випадку бачимо, що автор твору зробив помилку і в словосполученні «*progress report*», що перекладається як «звіт про здійснену роботу», і в назві місяця «*March*», а в перекладі перекладач передав ці помилки лише у вигляді скорочення назви місяця. Перекладач мав змогу скоротити так само назву, як у першотворі, замість того, щоб робити немотивовану помилку, саме тому можна вважати таку стратегію при перекладі некоректною. Адже якщо людина скорочує слово, навіть якщо і недоречно, це можна аргументувати як швидке написання великого об'єму тексту і це зовсім не свідчить про низький рівень розвитку інтелекту головного героя. Такий переклад є недоречним, адже згідно із правописом української мови можна допустити помилку в ненаголошених голосних та приголосних, як можна було це зробити при перекладі слова «березень», тому що наголос – на перший склад, тоді друге [e] є ненаголошеним і в результаті асимілюється до [и]. Відносно передачі графону у слові «звіт», то в даному прикладі кореляційні пари звуків творять [д] і [т] за дзвінкістю та глухістю належать до напружених, тому що їх можна сплутати якщо вимовляти нечітко. До того ж написавши слово «звід» у перекладі, можна передати не тільки орфографічну помилку, а й лексичну, тому що це слово означає «Зведені в одне ціле і розміщені в певному порядку тексти, документи, закони і т. ін.» До речі, щодо перекладу назви місяця, слід зазначити, що англійською мовою правильно писати місяці з великої літери навіть якщо вони стоять в середині речення, а українською – з маленької. Теж саме стосується першого слова, адже воно написано з маленької літери, а це вже

є орфографічна помилка. Оскільки Д. Кіз вирішив такими деталями підкреслити рівень знань Чарлі, слід було передати це і в перекладі, щоб зберегти наближеність до оригіналу та не втратити індивідуальний стиль автора, тим паче, що в українській мові в даному випадку можна це відтворити.

– «*progris report 5 mar 6*» – «*Четвертий звіт 6 берізня*». У попередніх прикладах, де в оригіналі була назва місяця написана повністю, але з використанням графону перекладач В. Шовкун писав «березень» як «бер», а от тепер, коли Кіз скорочує «*mar*» і пише з маленької букви, доцільніше було б написати українською «Бер», але перекладач чомусь навпаки вирішує тепер передати текст з порушенням мовних норм як «берізня», до того ж застосовує вживання звуку [і] замість ненаголошеного голосного [e], що є неприродним для української мови. Теж саме стосується правопису першої літери місяця, а саме з великої чи малої літери у двох мовах.

2. Звіти Чарлі Гордона після збільшення показників коефіцієнту його інтелекту:

– «*PROGRESS REPORT 16 July 14*» – «*Звіт 16, 14 липня*». В оригіналі подано назву звіту без помилок, перекладач відповідно подає текст українською без помилок. Слід лише зазначити, що після операції Чарлі Гордон став більш освіченим, приділяв увагу деталям, тому для привернення уваги та виділення заголовку з-поміж великого текстового масиву почав писати словосполучення «*PROGRESS REPORT*», в якому всі літери великі. Українською ж мовою Шовкун не став надавати цьому великого значення.

Як ми бачимо, тільки проаналізувавши заголовки звітів, можна зробити висновки, що В. Шовкун не у всіх прикладах переклав випадки відхилення від мовних норм доречно.

Роман «Квіти для Елджернона» має велику кількість лінгвістичних особливостей, що зумовлені вживанням порушених мовних норм, тому розглянемо їх детальніше та визначимо, як їх репрезентовано в перекладі.

Modern translation study examines problems on which earlier scientists didn't pay much attention. The term graphone is analysed in the article, the methods of translation and maintenance of the violated language norms are considered, most bright examples of graphones are made on material of "Flowers for Algernon". It is paid much attention for graphone on the modern stage of development of society. Attention is concentrated on realization of quantitative analysis of examples of graphone given in the text. The characteristic features of the graphone are defined as

one of the main concepts that diversify the language of the work. Phonographic stylization to denote speech defects, or graphone, is one of the least studied stylistic means of artistic discourse. A graphone can be expressed by a phoneme, word, phrase or a whole sentence, which is confirmed by examples from the work.

Висновки і пропозиції. У романі зустрічаються такі види графонів, як: елізія (найбільш вживана), фонологічна заміна та поява неетимологічного звуку. Використовуючи метод кількісного аналізу, виявлено, що використання графону відбувається 1370 разів, та частоту вживання прийомів,

які застосовуються для збереження порушених мовних норм у відсотковому співвідношенні при перекладі роману Деніела Кіза «Flowers for Algernon»: прийом нейтралізації – 37%, прийом увиразнення – 10%, прийом горизонтальної компенсації – 31%, прийом вертикальної компенсації – 22% (цілісно на метод компенсації припадає 53%). Загалом переклад роману має недоліки, але в цілому є адекватним, тому що зберігає індивідуальний стиль автора, передає його основну мету та створює належним чином образ Чарлі Гордона для країномовного читача.

Список літератури:

1. Дмитриева Лидия, Кунцевич Светлана, Мартинкевич Екатерина и Смирнова Неонила. Английский язык. Курс перевода. Издательский центр «МарТ», 2005. 304 с.
2. Зубков Микола. Сучасне українське ділове мовлення. Торсінг, 2001. 384 с.
3. Иванов В. О языковых причинах трудностей перевода художественного текста. *Поэтика перевода* : сб. ст. / сост. С. Ф. Гончаренко. Москва : Радуга, 1988. С. 69–87.
4. Коптілов Віктор. «Стилізація у перекладі». *Теоретичні проблеми лінгвістичної стилістики*. 1972. С. 176–193.
5. Радишевська Марія, Погребник Володимир, Михайлюта Валентина, Корольова Тетяна, Трош Тамара, Гудзенко Олександра. Українська мова та Українська література. Новий довідник. Казка, 2008.
6. Струганець Любов. Мовна норма: стале і змінне, диференційні ознаки норми літературної мови. *Культура слова*. № 74. 2011. С. 34–43.
7. Фролова Ірина. Стратегії спілкування та стратегії перекладу. *Переклад у наукових дослідженнях представників харківської школи*. 2013. С. 211–232.
8. Чердниченко Іван. Нариси із загальної стилістики сучасної української мови. Радянська школа, 1982.
9. Яковлева Мария. К вопросу об использовании метода компенсации как основной переводческой стратегии для достижения адекватности в художественном переводе. *Вестник МГЛУ*, вып. 506, 2005. С. 114–123.

Golovneva-Koppa O. O. THE PECULIARITIES OF PRESERVING THE VIOLATED LANGUAGE NORMS DURIGN THE TRASNLATION OF “FLOWERS FOR ALGERNON” BY DANIEL KEYES

Modern translation study examines problems on which scientists didn't pay much attention earlier. The term graphone is analysed in the article, the methods of translation and maintenance of the violated language norms are considered, the most bright examples of graphones are made on material of “Flowers for Algernon”. It is paid much attention to graphone on the modern stage of development of society. Attention is concentrated on realization of quantitative analysis of examples of graphones given in the text. The characteristic features of the graphone are defined as one of the main concepts that diversify the language of the work. Phonographic stylization to denote speech defects, or graphone, is one of the least studied stylistic means of artistic discourse. A graphone can be expressed by a phoneme, word, phrase or a whole sentence, which is confirmed by examples from the work. This expressive figure pursues the goal of activating the reader's attention, deautomatizing the perception of the message, visually distinguishing certain elements from others, expressing, layering additional meanings or compressing many meanings in one object, expressing the subjective author's attitude.

The task of the research is to identify the main ways of preserving and transmitting violated language norms in the translation of the novel for Ukrainian-speaking readers. The importance of the study is: 1) systematization and generalization of existing ideas about the concept of language norms as a linguistic category; 2) clarification of emerging problems during the transmission and preservation of language norms in the translation of works of art, as well as identification of the ways to eliminate these problems.

The research was conducted to identify methods by which the reflection of the violated language norms of the English language are preserved and their translation into Ukrainian.

The topic is actual, because nowadays, scientists have not reached a common consensus on the classification of ways to transmit this phenomenon into the language of translation, despite the fact that research has been conducted previously.

Key words: *graphone, literary norm, language norm, deviation from literary language, artistic style, expression, neutralization.*

Кушнірова Т. В.

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Капко М. М.

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Ступка І. М.

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ЗБЕРЕЖЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ НЕЙТРАЛЬНОСТІ ТЕКСТУ ПІД ЧАС ПЕРЕКЛАДУ НОРМАТИВНО-ПРАВОВИХ АКТІВ

У статті проаналізовано проблему гендерної нейтральності в лінгвістичному й стилістичному змісті нормативно-правових актів і питання уникнення небажаної гендерної забарвленості в таких текстах. Розглянуто основні характерні риси й фундаментальні стилістичні особливості мови права. Тексти нормативно-правових актів використано як зразок українського й англійського офіційно-ділового стилю мовлення; як джерело для вивчення структури, впливу, специфіки такого стилю мовлення та всіх його аспектів, включно з гендерним аспектом і проблемами, з якими зіштовхується перекладач під час відтворення таких текстів зі збереженням цього аспекту, зокрема гендерної нейтральності. Визначено необхідність використання гендерно нейтральної мови в сучасних міжнародних нормативно-правових актах і вплив надмірної гендерної забарвленості на сприйняття та розуміння таких текстів широкими колами реципієнтів, що складаються з осіб як чоловічої, так і жіночої статі. Проаналізовано проблему використання форм чоловічого роду без загальної потреби. Окреслено основні способи забезпечення гендерної нейтральності в англійських та україномовних нормативно-правових актах і причини відносної неможливості збереження та відтворення всіх аспектів гендерного забарвлення таких англійських текстів українською мовою, що спричинено значними відмінностями в правилах граматичного роду, гендеру української та англійської мов. Фемінізацію визнано одним із найефективніших способів досягнення гендерної інклюзивності тексту; розглянуто граматичні й синтаксичні способи фемінізації викладу. У статті розкрито й проаналізовано основні проблеми, з якими зіштовхується перекладач, котрий має на меті адекватно відтворити англійський текст нормативно-правового акту зі збереженням гендерної нейтральності викладу. Встановлено потребу в збалансованому підході до перекладу таких текстів із метою забезпечення як ясності, стислості й доступності тексту, так і його гендерної нейтральності й інклюзивності.

Ключові слова: гендерна нейтральність, гендерна забарвленість, фемінітиви, фемінізація, маскулініність, інклюзивність.

Постановка проблеми. Забезпечення гендерної нейтральності викладу під час укладання нормативно-правових актів міжнародного рівня набуло надзвичайної ваги за останні десять років. Важливим для правильного розуміння та інтерпретації таких документів є їх адекватний, якісний переклад зі збереженням усіх аспектів, включно з рівнем гендерної забарвленості тексту. Під час перекладу нормативно-правових актів із забезпеченням еквівалентного рівня гендерної нейтральності перекладач стикається з низкою проблем, які потребують розв'язання та, відповідно, ретельного вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Специфіка офіційно ділового стилю мовлення в контексті правових текстів різних видів досліджувалася багатьма вченими. Вивченням цього питання займалися такі правознавці, як С. Алексєєв, А. Черданцев, А. Піголкін, В. Баранов, А. Красницька, й мовознавці й перекладознавці Н. Власенко, С. Кравченко, С. Швачко, С. Власенко. Питання стилістики нормативно-правових актів, їхньої емоційної, експресивної забарвленості у своїх працях розглядали І. Сидоренко, І. Биля-Сабадаш, П. Балтаджи, Ж. Косіньяк та інші.

Питання гендеру в мові, його вплив на розуміння тексту та його інклюзивність почали вивчати в 1970-х роках такі науковці, як Р. Лакоф, Д. Таннен, Д. Голмс, Д. Камерон та інші. Уже в 1980-х роках із поширенням нової хвилі феміністичного руху гендерно-нейтральна лексика стала предметом досліджень мовознавців і психологів. Її використання в нормативно-правових актах, міжнародних законодавчих актах стало проблемою політичного рівня. У сучасному науковому дискурсі проблему гендерної нейтральності мови вивчають як іноземні (А. Курзан, А. Поувелс, С. Ріджевей, Ю. Нікітіна), так і вітчизняні дослідники (І. Міньковська, О. Малахова, Н. Ящук, О. Чуєшкова).

Постановка завдання. Хоча питання гендерного аспекту перекладу було раніше досліджене багатьма вітчизняними й іноземними вченими, такі дослідження здебільшого націлені на художню літературу й медійні тексти. Через потужний вплив, який нормативно-правові акти мають на широкі кола людей, важливо дослідити проблеми інклюзивності таких текстів, уникнення небажаної експресивної забарвленості й, відповідно, дискримінації, яка може бути спричинена невваженим використанням гендерно забарвленої мови під час перекладу здебільшого англомовних міжнародних правових актів українською мовою. Тому метою нашої розвідки є дослідження ефективності наявних способів збереження гендерної нейтральності викладу в текстах нормативно-правових актів, їх вплив на ясність, стислість і доступність тексту й забезпечення інклюзивності.

Виклад основного матеріалу. Правові тексти, тобто тексти юридичного спрямування, є прикладом офіційно-ділового стилю мовлення. Юридичні документи, нормативно-правові акти, угоди й договори як індивідуального, так і суспільного характеру мають безпосередній вплив на реципієнта, часто торкаються найважливіших аспектів життя осіб, на яких поширюється юридичний вплив таких документів. Правильне укладання правових текстів, як і їхній адекватний переклад зі збереженням усіх аспектів, у тому числі й гендерного, є надзвичайно важливим для їх розуміння та застосування в суспільстві, особливо коли йдеться про нормативно правові акти.

Стилістика офіційно-ділової мови нормативно-правових актів характеризується такими рисами, як офіційність, інформативність, обов'язковість, точність, стислість, експресивна нейтральність, неупередженість, інклюзивність. Такі тексти

мають офіційно-обов'язкову форму, характеризуються уніфікацією та формалізацією мовних засобів вираження, що націлені на однозначність та ясність. Мова нормативно-правових актів виконує комунікативну функцію, що полягає у впливі відповідного документу на людей, а також у спонуканні до належних правомірних дій. Це досягається передовсім через використання в «комбінаціях загальноновживаної лексики певних засобів викладу й вироблених у правовій сфері специфічних засобів, слів і словосполучень» [1]. Надзвичайно важливу роль для досягнення однозначності відіграють специфічні терміни, проте значно більшу частину текстів нормативно-правового характеру, як і більшості юридичних документів, складає саме загальноновживана, нейтральна лексика. Доступність, ясність і нейтральність викладу в нормативно-правових актах досягається завдяки шару лексики, не забарвленого емоційно або експресивно. Саме тому й виникає питання досягнення адекватного рівня нейтральності викладу як на стилістичному, так і на лексичному рівні.

Нейтральна лексика, тобто слова й словосполучення, що не мають стилістично емоційного, експресивного забарвлення, сприяє інклюзивності й неупередженості викладу. Гендерно марковані слова, тобто слова, які через свій граматичний рід або етимологію, що викликає гендерно специфічні асоціації, акцентують увагу реципієнта на гендерному аспекті викладу, роблять певні твердження орієнтованими на певну стать (чоловічу або жіночу). Високий рівень гендерної забарвленості тексту нормативно-правового акту може зашкодити його інклюзивності й доступності, мати дискримінаційний характер відносно реципієнта тексту залежно від його або її статі. Аби уникнути небажаної забарвленості правових актів, необхідно використовувати гендерно нейтральну лексику, яка може прочитуватися представниками обох статей.

Гендерно нейтральна мова – це рівноправна, інклюзивна, гендерно справедлива мова. Її використання спрямовано на уникнення упереджень, дискримінації та гендерних стереотипів під час досягнення соціальних змін і гендерної рівності. У 2008 році Європейський парламент став першою міжнародною організацією, яка прийняла директивні положення про використання гендерно нейтральної лексики в різних мовах для застосування на міжнародному й національних рівнях такими організаціями, як ООН, Всесвітня організація охорони здоров'я, Міжнародна організація

праці, Європейський парламент та Європейська комісія, а також професійними асоціаціями, університетами, науковими інститутами й медіацентрами [5, с. 3]. Утім, гендерно нейтральна мова – це не лише питання політичної коректності. Така лексика сприяє уникненню непорозумінь і точнішому і яснішому викладу інформації в текстах, спрямованих на широкі кола суспільства, що представлені як жінками, так і чоловіками. Часом непорозуміння виникають саме під час інтерпретації законодавчих актів.

Гендерної нейтральності можна досягти кількома шляхами як в англійській, так і в українській мові. Насамперед варто уникати використання чоловічого роду без нагальної потреби. Це стосується слова й словосполучення з лексемою “man” (чоловік) в англійських текстах, що часто позначає як чоловіків, так і жінок. Його замінюють нейтральними “human” (людина) або “person” (особа), наприклад, замість “businessman” (підприємець) правильно буде використати “businessperson”. В українській мові це правило стосується передусім гендерно специфічних морфем. Суфікси *-ель, -ор, -ант, -іст, -ач* тощо є маркерами чоловічого роду й додають небажаного рівня гендерної забарвленості, але його уникнення не є адекватним розв’язанням проблеми, особливо коли йдеться про переклад.

Проблема англо-українського перекладу зі збереженням рівня гендерної нейтральності оригіналу полягає в тому, що англійська мова належить до категорії мов із «природною» категорією роду (natural gender language), тобто мовою, в якій більшість іменників є гендерно нейтральними, займенники є гендерно специфічними, гендер можна словесно зобразити тільки щодо статі референта й у гендерно специфічних термінах, назвах осіб. Це робить досягнення нейтральності простішим [5, с. 5]. Українська мова є мовою з граматичною категорією роду (grammatical gender language), в якій гендер властивий усім іменникам і займенникам. Повна гендерна нейтральність у таких мовах практично недосяжна, тому використовуються альтернативні методи досягнення гендерної інклюзивності тексту, наприклад, фемінізація.

Фемінізація – це використання фемінінних відповідників (фемінітивів) до маскулінних назв осіб. Фемінітиви утворюються шляхом додавання до основи слова фемінінних суфіксів, таких, як *-ка, -ня, -ниця* тощо. Інші засоби досягнення інклюзивності, наприклад, додавання слова «жінка» до маскулінних форм або синтаксична фемінізація, що досягається засобами синтаксису, а не лексики (наприклад: жінка-директор, жінка-президент,

або президент відвідала, секретар провела), є нормативними в українській офіційно-діловій мові, але використовуються лише в контексті, де відомою та важливою є стать конкретної особи [3]. Використання суфіксальних фемінітивів, утворених за допомогою суфіксальних способів, є найбільш прийнятним шляхом відтворення гендерної нейтральності текстів під час перекладу (police officer – офіцер / офіцерка поліції або офіцер/ка поліції), однак такий спосіб може негативно вплинути на адекватність перекладу.

У директивних положеннях про використання гендерно нейтральної лексики, укладених та узгоджених Європарламентом, вказується, що якщо в тексті спеціально міститься гендерно специфічна мова, перекладач має поважати такий намір автора. Відтворення вкладеної в текст гендерної нейтральності заохочується, виняток можливий лише під час усного перекладу [5, с. 4]. Гендерна нейтралізація під час перекладу виправдана, якщо вона потенційно не може нашкодити стислості та ясності тексту, фундаментальним рисам нормативно-правових актів. Ця проблема передусім пов’язана з відмінностями в категоріях роду англійської та української мов і свідчить про неможливість повного відтворення гендерно нейтрального викладу в правових документах.

Таким чином, на прикладі офіційного перекладу Європейської конвенції з прав людини розглянемо декілька основних проблем, з якими зіштовхується перекладач, котрий має на меті адекватне відтворення англійського нормативно-правового тексту зі збереженням гендерної нейтральності, які містяться не лише в перекладі гендерно нейтральних іменників назв осіб, а й інших частин мови в зіставленні з такими лексичними одиницями:

1. Переклад займенників. Крім того, що англійська мова містить гендерно нейтральний займенник “they” (може перекладатися як «вони», але залежно від контексту і як нейтральне «він / вона»), який набуває поширення в офіційно-діловому мовленні й не має еквіваленту в українській мові. Такі невизначені нейтральні займенники як “Everyone”, “Anyone”, “No one” тощо також не мають еквівалентів.

Для прикладу порівняємо гендерну забарвленість оригіналу й перекладу: “*Everyone has the right to liberty and security of person*” – «*Кожен має право на свободу й особисту недоторканність*».

Українське «кожен» має фемінінний еквівалент «кожна», втім використовується тільки маскулінна форма, що створює небажаний рівень гендерної забарвленості.

2. Використання субстантивованих іменників. Інклюзивне твердження “*Everyone charged with a criminal offence has the following minimum rights: <...>*” набуває маскуліної забарвленості під час перекладу – «*Кожен обвинувачений у вчиненні кримінального правопорушення має щонайменше такі права: <...>*» – через використання гендерно специфічного субстантивованого іменника з маскулінним закінченням -ий.

3. Переклад прикметників, дієприкметників і дієслів. Відтворення англomовного “*An alien lawfully resident in the territory of a State shall not be expelled therefrom except in pursuance of a decision reached in accordance with law and shall be allowed: <...>*” як «*Іноземець, який законно проживає на території держави, не може бути висланий за її межі інакше ніж на виконання рішення, прийнятого відповідно до закону, і повинен мати можливість: <...>*» ясне й зрозуміле, але не інклюзивним. Гендерна маркованість прикметника чи дієслова залежить від гендеру відповідного іменника. Фемінізація кожного слова в такому випадку («*Іноземець / іноземка, який / яка законно проживає на території держави, не може бути висланий / вислана за її межі інакше, ніж на виконання рішення, прийнятого відповідно до закону, й повинен / повинна мати можливість: <...>*») може «засмітити» текст.

Як стверджує вітчизняний мовознавець І. Биля-Сабадаш, той факт, що реальність, в якій ми живемо, складна, не виправдовує складних для розуміння нормативно-правових актів [1]. Фемінізація сприяє усуненню проблеми небажаної гендерної забарвленості, але вона й ускладнює текст. Уникання та заміна гендерно специфічних слів може зашкодити доступності тексту. Утім, нагальні проблеми відтворення гендерної нейтральності викладу в правових документах, уникання або використання нейтральних еквівалентів гендерно

забарвлених назв осіб, де це можливо, як, наприклад, не «мешканець», а «особа, що мешкає»; уникання гендерно забарвлених займенників, наприклад, не «кожен», а «кожна особа», та уникання гендерно маркованих прикметників чи дієслів є дієвими й часто застосовними шляхами гендерної нейтралізації українського офіційно-ділового мовлення як під час укладання документів, так і під час їхнього перекладу. Нехтування ясністю та стислістю викладу в нормативно-правових актах задля повного збереження гендерної нейтральності залишається контроверсійним питанням.

Висновки і пропозиції. Основними характеристиками нормативно-правових актів є стислість, доступність та ясність. Адекватний переклад передбачає залучення всіх аспектів тексту, включно з гендерним аспектом. Уникання гендерно маркованої лексики пов’язане з фундаментальною стилістичною рисою нормативно-правових актів – нейтральністю викладу. Небажана гендерна забарвленість може викликати дискримінаційні асоціації та зашкодити інклюзивності тексту. Через відмінності в категоріях граматичного роду в англійській та українській мовах виникають проблеми під час перекладу текстів, якщо перекладач ставить за мету досягнення еквівалентного рівня гендерної нейтральності. Такі проблеми пов’язані не лише зі знаходженням нейтральних еквівалентів гендерно забарвленої лексики, але й із відтворенням відповідних займенників, прикметників і дієслів. Оскільки фемінізація як спосіб досягнення гендерної інклюзивності викладу може нашкодити ясності нормативно-правового акту, а уникання гендерно маркованої лексики не завжди можливе, то перекладач зіштовхується не лише з проблемою повного забезпечення гендерної нейтральності, але й із питаннями щодо забезпечення балансу в збереженні як ясності тексту, так і його гендерної забарвленості.

Список літератури:

1. Биля-Сабадаш І. Мовностилістичні правила вираження змісту нормативних правових актів. *Форум права*. 2009. № 1. С. 3542. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/FP/20091/09bionpa.pdf> (дата звернення: 10.08.2020)
2. Європейська конвенція з прав людини. *Європейський суд з прав людини*. 2010. URL: https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_UKR.pdf (дата звернення: 10.08.2020)
3. Кислюк Л. Жінка-космонавт чи космонавтка? (до проблеми норми творення назв осіб жіночої статі). *Культура слова*. 2013. Вип. 78. С. 114–118. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kuls_2013_78_24 (дата звернення: 10.08.2020)
4. European convention of human rights. *European court of human rights*. 2010. URL: https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_ENG.pdf (дата звернення: 10.08.2020)
5. Gender-neutral language in the European Parliament. *European Parliament*. 2018. URL: http://www.europarl.europa.eu/cmsdata/151780/GNL_Guidelines_EN.pdf (дата звернення: 10.08.2020)

Kushnirova T. V., Kapko M. M., Stypka I. M. MAINTAINING GENDER NEUTRALITY IN TRANSLATING REGULATORY LEGAL ACTS

The article contains an analysis of the gender neutrality issue in the linguistic and stylistic content of regulatory legal acts, as well as the problem of avoiding unnecessary excessive gendering therein. Main characteristics and fundamental stylistic features of legal language are described. The texts of legal acts are proven to be a perfect example of officialese of both Ukrainian and English, therefore a great material for researching the structure, impact, specific features of such language in every aspect, including gender aspect, as well as the translation issues that may arise coming from the rendering of the gender aspect and specifically gender neutrality. The necessity of using gender neutral language in the modern international regulatory legal acts is studied along with the influence that the gendering in such texts may have on perception and interpretation of the legal acts by the general public which comprises of both women and men. The issue of generic use of masculine gender in legal acts is inspected. The authors determine the main ways of ensuring gender neutrality in English and Ukrainian regulatory legal acts and argue about relative impossibility of maintaining and translating all gender aspects of an English text in its Ukrainian equivalent attributed to the major differences in the notion of grammatical gender in the two languages, English being one of the natural gender languages, and Ukrainian being a grammatical gender language. The issue of feminization in grammatical and syntax aspects is determined to be one of the best and often only ways to ensure inclusivity. The article specifies and analyzes the main problems that a translator might encounter when trying to achieve adequate and accurate interpretation or translation of an English text of a legal act while maintaining the original level of gender neutrality. The author determines the need for balanced approach to such translation with a purpose of maintaining the clarity and brevity of the text, as well as an adequate amount of inclusivity and gender neutrality.

Key words: gender neutrality, gendering, feminitives, feminization, masculinity, inclusivity.

Пономаренко Л. В.

кандидат філологічних наук, перекладач (самозайнята особа)

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕКЛАДУ ДЛЯ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

У статті розглядаються перекладознавчі аспекти дослідження процесів публікації новин, що пропонуються ЗМІ у кількох мовних версіях. В умовах швидкого поширення інформації з різних регіонів Європи і світу багатьма мовами на сторінках медіа-видань тексти новин не завжди є безпосередніми перекладами з однієї мови іншою. Зміст та структура інформації можуть адаптуватися відповідно до актуальності для читача, попередньої інформації, яка вже відома, до цільової аудиторії, формату, а також культурних, соціальних та політичних аспектів. Переклад є невід'ємною складовою частиною процесу створення текстів новин про міжнародні події, проте робота перекладача не завжди є видимою широкому загалу, а текст-джерело, з якого здійснювався повний чи частковий переклад, важко встановити. З огляду на це стаття має на меті висвітлити теоретичні та методологічні засади, проблематику визначення основних понять та актуальність таких досліджень.

У західному перекладознавстві питаннями теорії та методології дослідження перекладу у сфері журналістики ґрунтовно займалися такі науковці, як Е. Біелса та С. Баснет, К. Шеффнер, Л. ван Дорслер, Л. Дав'є, Р. Вальдеон. Доробки цих авторів спираються на підходи, які можуть успішно застосовуватися для ширшого вивчення процесів перекладу для засобів масової інформації і у вітчизняному перекладознавстві, зокрема у випадках, коли неможливо порівняти цілісні тексти оригіналу й перекладу. Таким чином, обґрунтовується доцільність застосування теорії скопосу та критичного аналізу дискурсу як підходів для розуміння розбіжностей у структурі інформації, а також методу триангуляції для проведення зіставного аналізу цільових текстів у разі недоступності тексту-джерела. Звертається увага на важливість аналізу змін у текстах новин для їх відтворення іншою мовою, зокрема структурних (додавання, видалення інформації та зміна порядку викладу абзаців) та контекстуальних змін. У статті також йдеться про «невидимість» перекладацької роботи в журналістиці та важливість дослідження процесів перекладу для засобів масової інформації з огляду на потребу здійснення моніторингу закордонної преси.

Ключові слова: переклад новин, критичний аналіз дискурсу, перекладу журналістиці, переклад для ЗМІ, моніторинг закордонної преси.

Постановка проблеми. Питання підходів до дослідження процесів міжмовної і міжкультурної комунікації стає надзвичайно актуальним з огляду не те, що засоби масової інформації є одним з основних інструментів конструювання світогляду і ставлення громадськості до подій у світі, а моніторинг новин з різних країн – важливим напрямом діяльності для інформаційних агентств та міжнародних організацій. Переклад, як усний так і письмовий, є невід'ємною складовою частиною процесу поширення новин про міжнародні події, які публікуються одночасно багатьма мовами на безлічі медіаресурсів. Проте, попри гостру актуальність та потребу досліджень у цій сфері, існують певні труднощі в практичних та методико-теоретичних аспектах, які ускладню-

ють висвітлення проблем перекладу для засобів масової інформації саме з погляду перекладознавства. У статті наводиться огляд наявних актуальних досліджень перекладу для ЗМІ, розглядаються існуючі проблеми для теоретичних та практичних досліджень, а також підкреслюється практичне значення і перспективи таких досліджень у контексті вітчизняного перекладознавства та дослідження дискурсу масової інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перекладознавчі аспекти дослідження медійного дискурсу набули широкої актуальності в розвідках західноєвропейських науковців та розглядалися, зокрема, у працях Е. Біелси та С. Баснет [2], К. Шеффнер [10; 11], Л. ван Дорслера [17; 18], Л. Дав'є [5; 6], Р. Вальдеона [13; 14].

Потреба публікації новини та відтворення інформації різними мовами для мультикультурного і мультилінгвального простору зумовлює актуальність дослідження різних складників цього багатогранного процесу та вимагає комплексного міждисциплінарного підходу. Отже, у статті беруться до уваги й такі підходи, як критичний аналіз дискурсу, зокрема у викладі Т. ван Дейка [14; 15], та теорія наративів М. Бейкер [1]. Стаття також спирається на результати власного дисертаційного дослідження [8].

Постановка завдання. Мета статті – здійснити огляд наявних теоретичних та методологічних розробок вивчення процесів перекладу для засобів масової інформації в перекладознавстві та визначити актуальність застосування таких досліджень для вітчизняного перекладознавства. Завданням дослідження є описати потенційні труднощі та перспективи вивчення процесів перекладу для засобів масової інформації.

Виклад основного матеріалу. «Переклад без вихідного тексту» – так визначають основну проблему вибору методології дослідження перекладу в журналістиці Л. Дав'є та Л. ван Дорслер [6, с. 241]. Попри доступність новин різними мовами на інтернет-сторінках медіакорпорацій, таких як Euronews, BBC, Deutsche Welle тощо, такі тексти не завжди є безпосередніми перекладами з однієї мови іншою. Зміст та структура інформації адаптуються з урахуванням відповідних факторів, зокрема актуальності для читача, попередніх знань цільової аудиторії, формату ЗМІ, а також культурних, соціальних та політичних аспектів. Е. Біелса та Е. Басснет зазначають, що від перекладача, який працює з текстами для засобів масової інформації, здебільшого вимагається здійснення таких «інтервенцій» (*textual interventions*):

- зміна заголовку та лід-тексту таким чином, щоб цільовий текст більше відповідав потребам цільової аудиторії та вимогам до публікації;

- видалення непотрібної інформації через те, що вона вже відома цільовій аудиторії, або якщо вона є занадто деталізованою чи специфічною для географічно та культурно віддаленого інформаційного простору;

- додання важливої попередньої інформації: коли цільова аудиторія змінюється, то виникає потреба додати дані й факти, які можуть бути невідомі для нового контексту;

- зміна послідовності абзаців: актуальність інформації для цільових читачів, а також стиль публікації, можуть стати причиною для змін до послідовності її викладу;

- підсумовування інформації: цей метод часто використовується для того, щоб вмістити цільовий текст у виділений простір та зменшити довжину абзаців, які стали менш актуальними для цільового читача [2, с. 62].

На практиці ці завдання часто виконують самі журналісти, працюючи з іншомовними джерелами. Е. Біелса і С. Басснет називають журналістів, які відтворюють інформацію з однієї мови іншою, «невидимими перекладачами» і зазначають, що одним із найраціональніших підходів до вивчення таких процесів перекладу є теорія скопосу [2, с. 124–129]. Про доцільність застосування теорії скопосу до дослідження процесів перекладу для засобів масової інформації говорить також К. Шефнер [10]. Як визначили К. Райс та Г. Фермеер, «скопос», тобто мета перекладу, може відрізнятися від мети вихідного тексту [9, с. 218]. Крім того, різні частини тексту можуть мати різний «скопос». Такою варіативністю мети не лише цілого тексту, а і його частин, можна пояснити, зокрема, зазначену необхідність змін до структури тексту та змінення послідовності абзаців.

Не завжди можливо однозначно встановити напрям перекладу з однієї мови іншою, якщо не йдеться про переклад цитат чи прямого мовлення. Наприклад, для Euronews робочими мовами є англійська та французька, і часто переклад новин про події у світі здійснюється через мову-посередника. Таким чином, перекладознавцем для аналізу доступний лише «кінцевий продукт», а оригінальні джерела, за якими готувався матеріал, відшукати стає мало можливим. Л. Дав'є і Л. ван Дорслер пропонують у такому разі застосувати метод триангуляції між цільовими текстами різними мовами [6, с. 243]. Зіставний аналіз цільових текстів новин, що публікуються на багатомовних медіаресурсах, може допомогти не лише описати прийоми та стратегії перекладу таких текстів, а й визначити, з яких мов здійснювався переклад окремих частин тексту, чи яка мова була мовою-посередником для перекладу [8, с. 67]. За такого зіставного аналізу важливим стає дослідження не лише змін безпосередньо в тексті, а й зміна контексту. К. Шефнер зазначає, що критичний аналіз дискурсу є ефективним підходом для вивчення стратегій перекладу, а також трансформацій, які виникають у процесі реконтекстуалізації, коли інформація відтворюється різними мовами, в різних культурах та дискурсах [10, с. 131–138]. Розгляньмо для прикладу заголовки статті Euronews, наведений у кількох версіях різними мовами:

Англійська: *Ukraine and Russia clash again over gas pricing*

Німецька: *Russland stoppt Gas an die Ukraine*

Французька: *Kiev provoque la colère des Russes en achetant du gaz à l'Europe*

Іспанська: *Moscú corta el gas a Ucrania por impago pero Kiev asegura que simplemente no quiere comprar más a Rusia*

Російська: *Прекращена поставка російського газу на Україну*

Українська: *Україна припинила закупівлю російського газу*

[Режим доступу: <http://www.euronews.com/2015/11/25/ukraine-and-russia-clash-again-over-gas-pricing/>]

Як бачимо, в українській та російській версіях заголовок відрізняється суб'єкт, і, відповідно, створюється різний простір для розуміння, за ініціативою якої сторони було припинено закупівлю чи поставку газу. Заголовок німецької версії статті зазначає, що «Росія зупиняє (поставку) газу Україні», а французької – що «Київ сердить росіян, купуючи газ у Європі». При цьому англійська версія говорить про «непорозуміння між Україною і Росією щодо ціноутворення на газ», а іспанська версія наводить розширений заголовок, в якому йдеться про те, що «Москва відрізала (поставку) газу Україні через несплату, проте Київ запевняє, що просто не хоче більше купувати у Росії». У самій статті також наявна зміна послідовності викладу абзаців для версій різними мовами. Таким чином, можна говорити не лише про зміни в тексті, а й про зміну риторики, зумовлену різними факторами, зокрема політичним. Отже, коли читач вибирає на сайті, якою мовою переглядати новини, то змінюється не лише мова, а й наратив. Дослідження таких контекстуальних змін та адаптації текстів новин для різних цільових аудиторій є важливим з огляду актуальності моніторингу міжнародної преси. Застосування перекладознавчих методів та підходів може суттєво поглибити розуміння сприйняття міжнародних подій у різних контекстах, зокрема висвітлення подій в Україні в закордонних виданнях.

Окрім неоднозначності у виборі методу дослідження процесів перекладу для засобів масової інформації, існують також розбіжності щодо визначення і розуміння ключових понять. Зокрема, Р. Вальдеон зазначає, що в англійських публікаціях немає усталеного терміна для позначення процесу перекладу для ЗМІ: хоча й існує широко поширене поняття «*transediting*», запроваджене К. Стеттінг шляхом злиття слів «*translation*» і «*edit-*

ing», проте, на думку автора, цей термін став уже дещо застарілим, адже в ньому наголошуються процеси перекладу і редагування, а політичний, економічний та соціальний підтекст, як і присвоєння авторства джерел, виходять на другорядний план [14, с. 60]. Е. Біелса і С. Баснет також вбачають недолік такого терміна в тому, що він є «дещо штучним», і надають перевагу використанню терміна «*translation*», розуміючи його як переклад, інтегрований у сферу журналістики [2, с. 64]. Л. Дав'є у своєму дослідженні процесів перекладу для інформаційних агентств також вирішує застосувати термін «переклад» (фр. «*traduction*»), проте зазначає у примітці, що такий вибір зроблено з метою спрощення, адже насправді цей процес є ширшим і складнішим [5, с. 15]. Л. ван Дорслер запровадив поняття «*journalator*» шляхом злиття слів «*journalist*» і «*translator*» для позначення співробітника редакції новин, який широко застосовує переклад для того, щоб по-новому сформулювати чи відтворити текст новин [18, с. 1046]. Такі словозлиття мають на меті відобразити присутність двох напрямів під час створення інформаційних текстів різними мовами – журналістики і перекладу, а також підкреслити «видимість» роботи перекладача в журналістиці. Проте такі терміни не повністю розкривають всі інші аспекти роботи фахівців та їх значення для відтворення інформації різними мовами в різних контекстах. Тому питання розроблення та визначення ключових понять для дослідження перекладу у сфері журналістики, зокрема процесів, засобів, методів, стратегій, залишається відкритим.

Визначення термінів та понять ускладнюється також неможливістю розмежувати завдання перекладача і журналіста в редакції. Наприклад, у *Euronews* працюють журналісти, які володіють кількома мовами і самі готують матеріали, співпрацюючи між собою [8, с. 67]. Також розуміння тексту-джерела чи тексту-оригіналу в журналістиці дещо відрізнятиметься від традиційного розуміння цих понять у перекладознавстві. Таким чином, під час вибору матеріалу для дослідження не завжди можливо визначити дві мови, вихідну та цільову, чи чітко встановити авторство тексту-джерела для дослідження перекладу з однієї мови іншою. Готуючи до публікації новини про події у світі, журналісти можуть одночасно працювати з різними джерелами і мовами (наприклад, дані інформаційних агентств, репортерів, виступи та прямі включення мовою оригіналу тощо). Така інформація оперативно передається та обробляється для подальшого створення текстів новин цільовими мовами.

Не завжди можливо й чітко встановити автора публікації чи перекладу. Наприклад, на офіційному сайті *Euronews* у деяких мовних версіях міститься ім'я одного автора, а в деяких – вказано інше, хоча зміст і структура інформації аналогічні й подібні перекладу. В інших випадках різні мовні версії містять однакоє ім'я автора – в такому разі встановити текст-джерело та мови оригіналу і перекладу можливо, хоча інформація про перекладача і не зазначається. Крім того, такий переклад також містить багато переписаних змінених елементів. Р. Вальдеон також зазначає, що адаптація до іншої мови часто призводить до присвоєння інформації та втрати джерела [14, с. 60–62].

Висновки і пропозиції. Основна мета адаптації текстів новин для відтворення їх іншою мовою, зокрема зміна структури і порядку викладу абзаців, – це збереження інформації, актуальної для цільового читача з огляду на їхню зацікавленість, культурний, політичний та соціальний контекст. З одного боку, такі зміни сприяють швидкому поширенню інформації та, певною мірою, міжкультурній медіації. З іншого – не всі читачі різних мовних версій отримують інформацію однаково, часом деталі втрачено або розмито. У разі зміни риторики і нарративу така адаптація для кож-

ної окремої аудиторії може означати ризик балансування на межі з упередженістю. Зважаючи на сучасну потребу моніторингу міжнародної преси, запобігання неправдивим новинам та уникнення упередженості, набирає неабиякої актуальності дослідження процесів поширення інформації та відтворення джерел з однієї мови іншою.

Проте в перекладознавстві ще існують розбіжності щодо теоретичної і методологічної основи для таких досліджень. Це, зокрема, зумовлено неможливістю чітко розмежувати діяльність перекладача і журналіста. Адже часто роботу з джерелами, переклад і створення кінцевого тексту здійснюють самі журналісти. Згаданий метод триангуляції між цільовими текстами новин, опублікованими трьома і більше мовами, може стати у пригоді в разі відсутності тексту-джерела та допомогти відслідкувати розбіжності в цільових текстах. Для такого зіставного аналізу важливим є вивчення не лише змін у тексті, а й наслідків адаптації новин для політичного та соціального контексту цільової культури. З огляду на це критичний аналіз дискурсу є раціональним підходом для проведення такого зіставного аналізу поряд із теорією скопосу, яка вказує на визначальну роль мети для перекладу.

Список літератури:

1. Baker, M. (2006). *Translation and Conflict. Narrative Account*. London and New York: Routledge.
2. Bassnett, S. and Bielsa, E. (2009). *Translation in global news*. London, New York: Routledge.
3. Bell, A. (1995). *Language and the Media*. In: *Annual Review of Applied Linguistics V. 15*. Pp. 23–41.
4. Davier, L. (2014). *The Paradoxical Invisibility of Translation in the Highly Multilingual Context of News Agencies*. *Global Media and Communication*, 10(1), 53–72.
5. Davier, L. (2017). *Les enjeux de la traduction dans les agences de presse*. Villeneuve d'Ascq: Presses Universitaires du Septentrion.
6. Davier, L., and van Doorslaer, L. (2018). *Translation without a Source Text: Methodological Issues in News Translation*. *Across Languages and Cultures*, 19(2), 241–257.
7. Lewis, D. (2004). *Online news: A new genre?* In: *New Media language*. Routledge: London. Pp. 95–104.
8. Ponomarenko L. (2019). *Translating identities in multilingual news*. Doctoral Thesis. Universitat Autònoma de Barcelona.
9. Reiß, K. and Vermeer, H. (1984). *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Tübingen: Niemeyer.
10. Schäffner, C. (1997). "Political Texts as Sensitive Texts Translating Sensitive Texts: Linguistic Aspects". In: *Approaches to translation studies*. Karl Simms (ed.), 131–139. Amsterdam Atlanta: GA.
11. Schäffner, C. (2000). *Introduction: Globalization, Communication, Translation*. In: *Translation in the Global village*, Christina Schäffner (ed.), 1–11. Clevedon: Multilingual Matters.
12. Stetting, K. (1989). *Transediting: A New Trem for Copind with the Grey Area between Editing and Translating*. In *Proceedings from the Fourth Nordic Conference for English Studies*, ed. by G. Cale, K. Haarstrup and A. Lykke Jakobsen, 371–382. Copenhagen: University of Copenhagen.
13. Valdeón, R. A. (2005). *Media translation in BBC Mundo Internet texts*. *Revista Canaria de Estudios Ingleses*, 51. 105–119.
14. Valdeón, R. A. (2014). *From Adaptation to Appropriation: Framing the World through News Translation*. *Linguaculture*, 1. 51–62.
15. Van Dijk, T. A. (1988). *News as discourse*. Hillsade, New Jersey, Hove and London: Lawrence Erlbaum Associates.

16. Van Dijk, T. A. (1995). The Mass Media Today: Discourses of domination or diversity?. *Communication Beyond the Nation-State*, 2:2. 27–45.
17. Van Doorslaer, L. (2010). Journalism and Translation. In: Y. Gambier and L. van Doorslaer, eds., *Handbook of Translation Studies*. Volume 1. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, pp. 180–185.
18. Van Doorslaer, L. (2012). Translating, Narrating and Constructing Images in Journalism with a Test Case on Representation in Flemish TV News. *Meta: Translators' Journal*, 57(4), 1046–1059.
19. Wodak, R.; De Cillia, R.; Reisigl, M. and Liebhart, K. (2005). *The Discursive Construction of National Identity*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
20. Wodak, R. (2009). Language and Politics. In: *English Language: Description, Variation and Context*, ed. by Jonathan Culpeper, Paul Kerswill, Ruth Wodak, Anthony McEnery, Francis Katamba, Palgrave: London. Pp. 578–593.

Ponomarenko L. V. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS FOR RESEARCH INTO TRANSLATION IN MASS MEDIA: CHALLENGES AND OUTLOOKS

The article examines the aspects of research into news writing for multilingual media from the perspective of translation studies. Although information may instantly reach out through different regions of Europe and the world to the pages of media publications in multiple languages, news texts are not always direct translations from one language to another. The content and structure of information may be adjusted according to the relevance for the reader, background information that is already known to the target audience, format, as well as cultural, social and political aspects. Translation is an integral part of the process of news writing covering international events, but the translator's work is not always visible to the general public, and it is not easy to establish the source text from which the full or partial translation was made. Hence, this paper intends to cover theoretical and methodological approaches, issues with the definition of the basic concepts, and the relevance of such research.

Among Western scholars who have thoroughly studied the theory and methodology of journalistic translation are such names as E. Bielsa and S. Basnet, K. Schäffner, L. van Doorslaer, L. Davier, and R. Valdeon. The works of these authors are based on approaches that can be successfully applied deeper research of translation processes for the media in Ukrainian translation studies, in particular in cases where it is impossible to compare the complete texts of the original and its translation.

In cases when the source text is not available, it is suggested to apply the skopos theory, the approach of critical discourse analysis alongside with triangulation method to compare the target texts and detect the discrepancies in the structure of information. The importance of tracking the changes in news texts after their reproduction in another language is emphasized. Such changes include structural and contextual modifications, such as adding, deleting information, and changing the order of paragraphs. The article also touches upon the issue of translator's "invisibility" in journalism and the importance of research into translation processes for the media, given the demand for international media monitoring.

Key words: *news translation, critical discourse analysis, journalistic translation, translation for mass media, international media monitoring.*

Томнюк Л. М.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ІДІОСТИЛІ АВТОРА І ПЕРЕКЛАДАЧА ЯК ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПЕРЕКЛАД ПОЕЗІЇ БУКОВИНИ

На матеріалі поетичної збірки німецькомовної поетеси Буковини З. Меєрбаум-Айзінгер "Ich bin in Sehnsucht eingehüllt" та її перекладу українською мовою «Я тугою огорнута», виконаного П. Рихлом, було досліджено особливості перекладу німецькомовної поезії та вплив ідіостилів автора і перекладача на процес і результат перекладу. Визначено труднощі, які виникають під час процесу перекладу поезії, та шляхи їх вирішення перекладачем. Значна увага присвячується характеристиці ідіостилів З. Меєрбаум-Айзінгер як авторки збірки поезій та П. Рихла як перекладача. Встановлено, що домінування сумних мотивів у творчості З. Меєрбаум-Айзінгер зумовлено трагічною долею поетеси та написанням більшої частини віршів в умовах гетто. В результаті проведеного дослідження було з'ясовано, що поезія буковинки вирізняється поєднанням високого та розмовного стилів, адже поряд із поетизмами вона часто застосовує редуцію голосних звуків. Поетесі притаманне досить реалістичне зображення найменших деталей навколишнього світу. Авторка вдається до персоніфікації образів зі світу природи. У її поезіях присутні ознаки пісенного жанру, а саме – часте застосування повторів, рефренів та порівнянь. До формальних особливостей її віршів належать складна строфічна будова, поєднання різних способів римування в одному вірші та динамічний ритм, який поетеса застосовує для посилення емоційної напруги твору. Щодо особистості перекладача і його впливу на переклад поезії, то авторка робить такі висновки: у перекладах П. Рихла простежується застосування стратегії доместикації, яка проявляється в адаптації незвичних синтаксичних конструкцій до норм української мови, а також у вживанні західноукраїнських діалектизмів. Також слід зазначити, що перекладач, не відхиляючись від тематики віршів, надає перевагу збереженню їхньої форми – ритму та способів римування, іноді перефразовуючи або навіть доповнюючи зміст. Також перекладачеві не завжди вдається відтворити всі особливості оригіналу. У одному разі він упускає алітерацію і метафору, а в іншому – нехтує ритмом. Під час перекладу поезії З. Меєрбаум-Айзінгер П. Рихло керується принципом домінант.

Ключові слова: ідіостиль, переклад поезії, стратегія перекладу, доместикація, динамічний ритм, мовний реєстр, римування, внутрішня рима.

Постановка проблеми. Сучасні перекладознавці і критики перекладу все частіше предметом своїх наукових розвідок обирають проблеми макроперекладу, а саме індивідуально-стильові (ідіостиль автора і перекладача, гендеролект) чи функціонально-стильові (особливості перекладу окремих функціональних стилів). Таким чином, особистості автора і перекладача науковці розглядають як головні фактори впливу на процес і результат перекладу.

Актуальність теми дослідження зумовлена, з одного боку, відсутністю ґрунтовних перекладознавчих досліджень поезії Буковини, в центрі уваги яких перебували проблеми макроперекладу, з іншого боку – підвищенням інтересом до особистості перекладача як продуцента перекладу та шляхів його впливу на процес і результат перекладацької діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перекладознавці досліджують життєвий шлях того чи іншого митця передусім для того, щоб виявити та пояснити основні риси його індивідуального стилю. Ідіостиль автора і перекладача все частіше знаходиться в центрі уваги як іноземних, так і українських перекладознавців, серед яких слід назвати Б. Блоха, В. Коптілова, В. Леденьову, В. Самохіну, А. Ситченко, Р. Штольце та інших. Так, професор А. Ситченко під індивідуальним стилем розуміє цілу систему образотворчих засобів, яка охоплює як зміст, так і форму літературного твору, виражає життєвий та естетичний досвід кожного письменника, ураховує традиції національної та світової культури [4, с. 37]. До факторів формування індивідуального стилю В. Самохіна відносить не лише «соціально-історичні,

національні, морально-етичні, індивідуально-психологічні норми, а й знання людини про навколишній світ, її життєвий досвід і світогляд» [7, с. 15].

До компонентів індивідуального стилю належать типологія лінгвістичних одиниць та типологія їхнього конотативного вживання [2, с. 407].

На думку В. Леденкової, індивідуальний стиль відображається в інтеграції тем, жанрів, засобів вираження <...>, яким надається перевага і які необхідні для побудови тексту і передачі як інформативних, так і емотивно-експресивних компонентів [5, с. 161]. Також він реалізується в особливостях використання лексики народної мови. Окрім того, до доміант індивідуального стилю автора авторка відносить «звукові, зорові та запахові образи, пунктуацію, ритмомелодику, композицію оповіді» [4, с. 36–37].

Проникнути у творчий метод письменника перекладачеві можуть допомогти праці і спостереження його сучасників, літературних критиків, автобіографічні праці самого письменника [5, с. 161]. Водночас не менш важливим у перекладознавстві є індивідуальний стиль перекладача, який являє собою систему змістових і формальних особливостей тексту перекладу, що втілюють філологічні та професійні вподобання перекладача [2, с. 409].

Індивідуальний стиль перекладача за своєю змістовою структурою є більш складним, ніж індивідуальний стиль автора: «окрім типології лінгвістичних одиниць та типології їхнього конотативного вживання він містить типологію професіоналізму (професійні прийоми і засоби вирішення перекладацьких проблем)» [2, с. 409–410].

Наявність індивідуальних рис перекладача у тексті перекладу зумовлена тим, що художній переклад потребує творчого підходу. На неможливість уникнути індивідуального перекладацького підґрунтя вказує і В. Коптілов, який наголошує, що необхідно максимально відтворювати стиль тексту оригіналу, але так чи інакше крізь нього пробивається й стиль перекладача як прояв його особистості [3, с. 15]. Проте слід пам'ятати, що основною метою перекладу є «збереження індивідуального стилю автора» [2, с. 406].

Формулювання цілей статті. Мета і завдання цього дослідження полягають у визначенні особливостей ідіостилу З. Меєрбаум-Айзінгер – авторки поезій «Я тугою огорнута», що обрано як матеріал дослідження, виокремленні ключових характеристик ідіостилу П. Рихла як перекладача зазначеної вище збірки та аналізі факторів впливу ідіостилів автора і перекладача на переклад поезії Буковини.

Виклад основного матеріалу. На формування ідіостилу З. Меєрбаум-Айзінгер вагомо вплинуло її важке життя. Якби З. Меєрбаум-Айзінгер не померла у юному віці від голоду і тифу, то її літературний доробок налічував би напевно набагато більше, ніж 57 віршів, 5 із яких – переклади з їдишу, а також французької та румунської мов. Перший вірш поетеса написала у п'ятнадцятирічному віці. Свою збірку із написаними олівцем віршами вона назвала “Blütenlese” (6, с. 145).

Оскільки збірка «Я тугою огорнута» присвячена її коханому хлопцю Л. Фіхману, який, навіть не попрощавшись із нею в день депортації, вирушив за кордон, у багатьох віршах наявні не лише чуттєві образи, прояви душевного неспокою і меланхолії, а й прямі звернення до нього: «<...> *begreif meine Träume, Geliebter, sie sehnen/sich alle nur ewig nach dir*» (6, с. 122). У поезіях З. Меєрбаум-Айзінгер часто фігурують такі слова, як “Tränen”, “Trauer”, “Sehnsucht”. Тужливі настрої можна помітити вже навіть у назвах віршів, наприклад “Tragik”, “Sehnsuchtslied”, “Tränenhalsband”. Її творчість вирізняється поєднанням високого та розмовного стилів. Поряд із поетизмами вона часто застосовує редукацію голосних звуків, «що є ознакою усно-мовленнєвого стилю» [2, с. 506]. Крім того, серед творів З. Меєрбаум-Айзінгер складно знайти такі, у яких би не використовувалися образи зі світу природи. Можна простежити часте застосування такого художнього засобу, як персоніфікація рослин чи природних явищ. На особливу увагу заслуговують образи ночі та дощу, наявні у багатьох віршах дівчини, що є ніби символами смутку та відчаю. Часто застосовуваними художніми засобами також виступають анафора, рефрен та порівняння, що, як зазначає П. Рихло, зумовлено схильністю поетеси до пісенного жанру та надає її поезіям певної мелодійності.

Ще однією особливістю лірики З. Меєрбаум-Айзінгер є складна строфічна будова та поєднання декількох способів римування в одному вірші. Багато віршів поетеси відзначаються складним та динамічним ритмом. Яскравим прикладом цього є твір “Poem”, віршовані рядки якого з певного моменту починають ламатися й розпадатися на короткі синтагми, на окремі слова й склади, набуваючи нервово-пульсуючого ритму. Таким чином, авторка нібито намагається продемонструвати зруйновану ідилію її колишнього щасливого життя, яка замінилася сповнним страху та тривоги «існуванням» в умовах гетто (6, с. 147).

Отже, З. Меєрбаум-Айзінгер за допомогою численних художніх засобів змогла передати у своїх

віршах почуття єврейської дівчини, яка стала свідком жорстокого та несправедливого знищення свого народу, переживаючи при цьому ще й безпорадну тугу за коханим. За її останнім віршем слідує написані червоним олівцем слова: *“Ich habe keine Zeit gehabt, zu Ende zu schreiben”* [9].

П. Рихлу належить чимало праць на тему німецької та австрійської літератури, в тому числі німецькомовної літератури Буковини, зокрема монографія «Шібболет: пошуки єврейської ідентичності в німецькомовній поезії Буковини» [8], переклади балад німецького поета С. Гермліна, збірка П. Целана «Меридіан серця», збірка поезій Розі Ауслендер «Час Фенікса», книга Г. Дроздовського «Тоді в Чернівцях і довкола» та інші.

У своїх перекладах П. Рихло досягає тематичної та формальної близькості до тексту оригіналу. Водночас перекладач рідко вдається до дослівного перекладу, додаючи чи викидаючи певні слова або ж міняючи місцями рядки. Коли перекладач стикається з вибором, чим пожертвувати – змістом (епітетом, деталлю) чи формою (римою, ритмом), то частіше він надає перевагу формі. Іншою рисою індивідуального стилю П. Рихла є схильність до доместикації, «незвичних для українського синтаксису конструкцій в його перекладах немає, натомість трапляються західноукраїнські діалектизми» [1, с. 126].

Отже, найбільшою заслугою П. Рихла є те, що він відкрив для українського читача митців, знаних у всьому світі, але забутих на Батьківщині. Таким чином, він немов повертає Чернівцям ста-

тус «таємної літературної столиці Європи», який місто носило у часи творчості плеяди німецькомовних літераторів.

Аналіз перекладу збірки «Я тугою огорнута» розпочнемо з дослідження мовного реєстру авторки збірки і перекладача. З. Меербаум-Айзінгер застосовує у своїх поезіях редуцію голосних звуків, що надає її поезіям ознак розмовного стилю. При цьому наявна й висока поетична лексика. Крім того, у віршах зустрічаються застарілі граматичні форми слів. Загалом П. Рихло вірно відтворює мовний реєстр оригіналу (див. табл. 1).

Єдиною відмінністю лексики П. Рихла є вживання діалектизмів: *мрево, вогень, калабані* (б). Такі слова зустрічаються у збірці не надто часто, тому вони не ускладнюють сприйняття віршів, а навпаки, доповнюють розмовний стиль та невимовність, які відчуваються в оригіналі.

Перекладацькі труднощі викликає складна строфічна будова віршів З. Меербаум-Айзінгер та поєднання різних способів римування. Здебільшого перекладач точно відтворює цю особливість індивідуального стилю поетеси (див. табл. 2).

У вірші використаний такий вид строфи, як секстина із поєднанням кільцевого та суміжного римування. Ці явища відтворені у перекладі.

Як вже зазначалося, аналізованим поезіям притаманний складний ритм. Часто спостерігається чергування довгих та коротких рядків. Є також вірші з дуже короткими рядками. Здебільшого П. Рихло відтворює ритм відповідно до оригіналу (див. табл. 3).

Таблиця 1

Відповідність мовного реєстру

Тип лексики	Оригінал	Переклад
Просторіччя, розмовні форми	<i>geh', hör', sitz', denk', möcht', leg', laß', sing', hat's, nimmt's, gehn, Höh'n, heut.</i>	<i>будь, сія, кружеля, не зна, вимрієм, одів, позве, глядять, бреду, одіння, наляте, снити, зирить.</i>
Висока лексика, поетизми	<i>harren, auserkoren, umflore, vermögen, ergrünt.</i>	<i>не відає, жде, незримо, стезя, вороття, осоння.</i>
Архаїзми, застарілі форми	<i>Rauschet (3.Person Sing.), hungerig, dem Liede, fliegt.</i>	<i>днесь, дзигар, гріш, вертоград.</i>

Таблиця 2

Приклади римування у збірці «Я тугою огорнута»

<i>“Heute warst du mir ein Schmerz. (a) Häuser waren da, so weiß verschneit (b) alle in des Winters Kleid. (b) Ein Akkord in tiefer Terz (a) war in unsrer Schritte Klang. (c) Bahnsirenen heulten lang...”</i> [6, S. 16] (c)	<i>«Нині ти – мій тихий сум. (a) Всі дахи засніжені, сляні (b) у зимовім білім убранні. (b) Мов акорд печальних струн, (a) Шурхіт наших кроків (c) й потягів сирени одинокі...»</i> [6, с. 17] (c)
--	--

Проте ритм у перекладі не завжди збігається з оригіналом, як продемонстровано вище у прикладі. Тут слід зазначити, що задля досягнення адекватності перекладу поезії перекладачу іноді доводиться жертвувати певними елементами тексту оригіналу.

Із ритмом пов'язана також інтонація, яка на письмі створюється шляхом розстановки розділових знаків, які регулюють паузи, а також піднесення чи спадання тону у вірші. Як показує дослідження, перекладач зберігає окличні речення, а також усі необхідні паузи. Проте трапляються й випадки, коли перекладач, наприклад, перетворює окличне речення на розповідне (див. табл. 4).

До художніх засобів, притаманних передусім поезії, належать повтори. У поезіях З. Меєрбаум-Айзінгер зустрічаються такі види повторів, як анафора (повторення слова чи групи слів на початку

суміжних рядків) та рефрен (повтори цілих рядків). Наведемо приклади збереження та опущення анафори (див. табл. 5).

У перекладах більшості віршів П. Рихло надає перевагу збереженню форми. Це є свідченням того, що перекладач керується принципом домінанти, запропонованим В. Брюсовим. Перекладач вдається до численних перекладацьких прийомів. Завдяки його прагненню зберегти формальні особливості, у збірці не зустрічається дослівний переклад (див. табл. 6).

Для збереження ритму перекладачеві потрібно було підібрати короткі синтагми, які б римувалися між собою, тому заради цього він вдався до перестановок та перефразувань.

Натомість у білому вірші, де римування відсутнє, спостерігається переклад, за змістом значно ближчий до оригіналу, ніж у більшості римованих віршів (див. табл. 7).

Таблиця 3

Приклади ритму у збірці «Я тугою огорнута»

<i>“Ich will nicht sterben. Nein! Nein. Das Leben ist rot, Das Leben ist mein. Mein und dein. Mein.”</i> [6, S. 64]	<i>«Не хочу вмирати. Ні. Ні! Пурпур життя Належить мені. Мені і тобі. Мені.»</i> [6, с. 65]
<i>“Sie kommen dann und würgen mich. Mich und dich tot.”</i> [6, S. 66]	<i>«Вони приходять, як ніч і душать мене. Мене і тебе без жалю й співчуття.»</i> [6, с. 67]

Таблиця 4

Приклади порушення інтонації у збірці «Я тугою огорнута»

<i>“So stehst du da und wirfst den Kopf mit starrem Trotz zurück, und sagst, was du ja selbst nicht glaubst – Ich pfeife auf das Glück!”</i> [6, S. 116]	<i>«Тож ти стоїш, мов сам не свій із поглядом сумним і мовиш, наче лицедій, що щастя – то лиш дим.»</i> [6, с. 117]
--	---

Таблиця 5

Приклади збереження та опущення анафори

<i>“Ich möchte leben. Ich möchte lachen und Lasten heben»</i> [6, S. 62]	<i>«Я хочу жити. Я хочу сміятись, дітей родити.»</i> [6, с. 63]
<i>«Wir wollen glühhn so wie im Traum, wir wollen blühhn wie Baum nach Baum”</i> [6, S. 86]	<i>«Ми спалахнемо, як вві сні, розквітнемо, як навесні»</i> [6, с. 87]

Таблиця 6

Приклади збереження формальних особливостей

<i>“Die Sehnsucht blaut Mir nah vertraut Und bekannt. Sie ist in mir Und blickt zu dir Wie gebannt”</i> [6, S. 68]	<i>«Туги вино, знає давно, голубіє. В нашій судьбі, і мені і тобі тихо зріє.»</i> [6, с. 69]
--	--

Приклади збереження змісту оригіналу

<p>“Alle in uns aufgespeicherten Energien/ verausgaben wir in diesem Jauchzen, Singen, Stampfen/ <...> Für uns ist es das Symbol unseres Lebens, unserer Wünsche.” [6, S. 92]</p>	<p>«Всю нагромаджену в нас енергію/ ми виключимо в цій радості, співі, тупотінні/ <...> Для нас же це символ нашого життя, наших бажань.» [6, с. 93]</p>
---	--

Приклади збереження ритмомелодики

<p>“Wir träumen dann beide vom Glück. Wir träumen dann beide die goldensten Lügen, wir träumen uns weit, weit zurück“ [6, S. 124]</p>	<p>«Ми вимрієм щастя вві сні. Ми вимрієм золото злагоди й тиші, Ми вимрієм знади хмільні.» [6, с. 125]</p>
---	--

Досить часто домінантою вірша є ритмомелодика. У такому разі П. Рихло намагається передати її основні складники, а саме анафори, епіфори, повтори окремих словесних груп чи рядків та їхнє закономірне чергування [2, с. 22]. Такий випадок спостерігається в уривку з вірша “Schlaflied für die Sehnsucht“ (див. табл. 8).

Як бачимо, перекладач зберігає анафору, проте вдається до вільного перекладу, отже, за домінанту він обирає саме анафору, жертвуючи при цьому змістом. Такий вибір є цілком виправданим, адже, судячи з назви, цей вірш є колісковою, а отже повинен мати ознаки пісенного жанру, якими і є повтори.

Також у перекладі вдало відтворено поєднання високого та розмовного стилів шляхом вживання поетизмів та просторіч. Іноді П. Рихло вдається до вживання діалектизмів, що є однією з ознак його ідіостилу.

У перекладі П. Рихла збережено строфіку та способи римування, за винятком внутрішньої рими. Динамічний ритм та інтонація віршів

З. Меербаум-Айзінгер здебільшого зберігаються, проте зустрічаються й відмінності.

Висновки і пропозиції. Оскільки в перекладі відтворено не всі елементи віршів, наявні в оригіналі, можна зробити висновок про те, що перекладач керується принципом домінанти, жертвуючи менш важливими, на його погляд, елементами. У П. Рихла домінантою є рима та ритм вірша, заради яких він вдається до вільного перекладу та різноманітних перекладацьких прийомів. Такий художній засіб, як анафора, відтворено передусім у віршах-коліскових, щоб зберегти у них ознаки пісенного жанру, в інших випадках він часом пропускається. Крім того, було доведено, що, оскільки вірші різняться за рівнем складності, в одного й того ж перекладача можуть бути як вдалі, так і менш вдалі переклади віршів одного й того ж автора.

Перспективою подальших досліджень є аналіз перекладу П. Рихлом лірики інших німецькомовних поетів Буковини, зокрема Р. Ауслендер, В. Віттнера та К. Блум.

Список літератури:

1. Іваницька М. Л. Роль особистості перекладача в міжкультурному діалозі: Петро Рихло – будівничий моста між літературами. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство*. 2012. № 22. С. 124–128. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvnuflm_2012_22_32 (дата звернення: 05.09.2020).
2. Кияк Т. Р., Науменко А. М., Огуй О. Д. Перекладознавство (німецько-український напрям) : підручник для студентів вищ. навч. закл. 3-тє вид., доп. і перероб. Чернівці : Видавничий дім «Букрек», 2014. 640 с.
3. Коптілов В. В. Актуальні питання українського художнього перекладу. Київ, Вид-во Київського ун-ту, 1971. 131 с.
4. Корнієнко А. І. Ідіостиль автора: мовно-літературознавчий аспект. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2016. Вип. 25(1). С. 36–38.
5. Линтвар О. М. Індивідуальний авторський стиль (ідіостиль), ідіолект автора художнього твору. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна*. 2014. Вип. 44. С. 160–162.
6. Меербаум-Айзінгер З. Я тугою огорнута. Вірші єврейської дівчини до свого друга / Передм. І. Бербен. Переклад з нім. та післям. П. Рихла (нім. та укр. мовами). Чернівці : Книги – XXI, 2012. 152 с.
7. Самохіна В. А. Современная англоязычная шутка : монографія. Харків : ХНУ, 2008. 356 с.

8. Тарасова А. «Дай слову своєму глибшого змісту...»: про суть і життя Петра Рихла. Буковина, 2010. 9 лип. (№ 53). С. 3.
9. “Selma” – Ein jüdisches Mädchen. URL: <http://www.die-vorleserin.at/programme/page21/inrotenschuhen.html> (дата звернення: 01.09.2020).

Tomniuk L. M. AUTHOR AND TRANSLATOR IDIOSTYLES AS FACTORS OF INFLUENCE ON TRANSLATION OF BUKOVINA POETRY

Using the material of the poetic collection of the German-speaking poetess of Bukovina Z. Meerbaum-Eisinger “Ich bin in Sehnsucht eingehüllt” and its translation into Ukrainian “I am wrapped in longing” by P. Rychlo, was researched the main peculiarities of the translation of German-language poetry and author’s idiosyncrasies influence on the translation result. It was also distinguish the difficulties that can face you during the process of translating poetry with and the ways to solve them. The main attention is based on the characterization of idiosyncrasies by Z. Meerbaum-Eisinger as the author and P. Rychlo as a translator. It is established that Z. Meerbaum-Eisinger wrote dominant sad motives due to the tragic fate of the poet. It became the reason of her ghetto style writing. The research open the variety of Bukovinian poetry style and characterize the diverse of a combination of high and colloquial styles. Author often uses the reduction of vowel sounds along with poetry. The poetess is characterized by a very realistic depiction of the smallest details of the world around her. The author uses the personification of images from the world of nature. In her poetry there are signs of the song genre, namely – the frequent use of repetitions, refrains and comparisons. The formal features of her poems include a complex strophic structure, a combination of different ways of rhyming in one poem and the dynamic rhythm that the poet uses to increase the emotional tension of the work. Regarding the personality of the translator and his influence on the translation of poetry, the author draws the following conclusions: P. Rychlo’s translations trace the application of the strategy of domestication, which is manifested in the adaptation of unusual syntactic constructions to the norms of the Ukrainian language and the use of Western Ukrainian dialects. It should also be noted that the translator, without deviating from the theme of the poems, prefers to preserve their form – rhythm and ways of rhyming, sometimes paraphrasing or even supplementing the content. Also, the translator is not always able to reproduce all the features of the original. In one case he omits alliteration and metaphor, and in another he neglects rhythm. In translating the poetry of Z. Meerbaum-Eisinger, P. Rychlo is guided by the principle of dominance.

Key words: *idiosyncrasy, translation of poetry, translation strategy, domestication, dynamic rhythm, language register, rhyme, inner rhyme.*

Шейна О. О.

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ТЕЗАУРУСНИЙ АНАЛІЗ МОНОЛОГУ ГАМЛЕТА “TO BE OR NOT TO BE” В ОРИГІНАЛІ

Стаття присвячена концептуальному тезаурусному аналізу монологу Гамлета “To be or not to be” в оригіналі, що дає змогу реконструювати тезаурус і концептуальну картину світу Гамлета як представника Ренесансу. Зокрема, увагу зосереджено на тезаурусі героя твору, який обмежений тією культурною епохою до якої він належить, адже саме соціокультурні фактори визначають і формують мовну ментальність людини. Щоб зрозуміти, який смисл вкладає Гамлет у ті слова та словосполучення, які наявні в монолозі, автор встановлює значення кожної мовної одиниці, знайомить із семантичними полями, понятійними групами та зафіксованими логічними відношеннями мовних одиниць. Для цього він звертається до тезаурусу англійської мови й аналізує кожне слово монологу. Слова подаються за певною схемою: спочатку дієслова та іменники, які несуть основне смислове навантаження, потім – прикметники, прислівники та інші частини мови. Під час аналізу автор виявляє сім основних концептів, які перебувають у постійній взаємодії і становлять життя людини. Автор здійснює пошук структурних одиниць мислення, використаних у тексті, що робить можливим вивчення організації знання про світ, яке представлене в семантиці мовного знака. Текст монологу розглядається перш за все як втілення мовної та концептуальної картин світу Гамлета. Наголошується на тому, що під час перекладу перекладач стикається з оригіналом твору, автор якого зашифрував певне повідомлення для читачів. Необхідним етапом перекладу оригінального твору є розшифрування цього повідомлення. Постулюється, що тезаурусний й концептуальний аналіз монологу Гамлета в оригіналі дасть змогу здійснити концептуальний компаративний аналіз перекладів монологу Гамлета під кутом зору тезаурусу перекладачів, відобразити концептосферу перекладачів і вказати на індивідуальні особливості стилю кожного з них. У результаті стверджується, що залучення тезаурусного й концептуального підходу до розгляду традиційної перекладознавчої проблематики дає змогу по-новому проаналізувати найважливіші питання теорії і практики художнього перекладу.

Ключові слова: перекладознавча проблематика, тезаурус, тезаурусний підхід, концепт, концептуальний аналіз, концептосфера.

Постановка проблеми. Нині інтенсивно розробляється тезаурусний підхід до дослідження явищ світової культури. Постійний розвиток перекладознавчої науки сприяє залученню до досліджень різноманітних підходів, зокрема такого, який ґрунтується на методі тезаурусного аналізу текстів оригіналу і перекладу. Під час перекладу перекладач стикається з оригіналом твору, автор якого зашифрував певне повідомлення для читачів. Перекладач оригінального твору повинен, здійснюючи переклад, перш за все розшифрувати це повідомлення. Які ж техніки необхідно використати для цього?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методика концептуального аналізу в контексті художнього перекладу не раз була об'єктом наукових досліджень Ю. Степанова [12], О. Кубрякової [5], О. Кагановської [1]. Відчутний внесок у розвиток українського шекспірознавчого дискурсу було зроблено завдяки літературознавчим працям

Г. Кочура [4], М. Шаповалової [13], Н. Торкут [8], Н. Куконіної [6]. Методологічною основою дослідження послужили праці й дослідження із сучасної лінгвістики Е. Селіванової [11], Г. Яворської [14], А. Науменко [9].

Постановка завдання. Дослідження здійснено на матеріалі трагедії В. Шекспіра «Гамлет, принц Данський», зокрема монологу Гамлета “To be or not to be”.

Мета дослідження полягає у виявленні концептуальної картини світу Гамлета шляхом тезаурусного й концептуального аналізу монологу Гамлета в оригіналі, який передбачає пошук структурних одиниць мислення, омовлених у тексті, і слугує вивченню організації знання про світ, яке представлене в семантиці мовного знака. Текст монологу розглядається в роботі перш за все як втілення мовної та концептуальної картин світу Гамлета.

Завданнями дослідження є реконструкція тезаурусу як початковий етап концептуально-тезаурусного аналізу перекладів монологу Гамлета з метою виявлення концептуальної картини світу Гамлета.

Виклад основного матеріалу. Тезаурус – це словник, в якому словникові одиниці згруповано за семантичними полями, за понятійними групами і т. д. [10]. Варто зазначити, що є кілька видів тезаурусу: тезаурус оригіналу (в якому можна виділити тезаурус автора поряд із тезаурусом героїв твору), тезаурус перекладача, тезаурус читача. У статті увага зосереджується на тезаурусі героя твору, який обмежений тією культурною епохою, до якої він належить, адже саме соціокультурні фактори визначають і формують мовну ментальність людини.

Щоб зрозуміти, який смисл вкладає Гамлет у ті слова та словосполучення, які наявні в монолозі, чому він обирає саме ці слова, а не інші, доречно встановити значення кожної мовної одиниці, ознайомитися із семантичними полями, понятійними групами та зафіксованими логічними відношеннями мовних одиниць. Для цього звернемося до тезаурусу англійської мови та проаналізуємо кожне слово монологу. Слова подаємо за схемою: спочатку дієслова та іменники, які несуть основне смислове навантаження, потім – прикметники, прислівники та інші частини мови.

Дієслова:

to be – have the quality of being; be identical to; be someone or something; occupy a certain position or area; be somewhere; have an existence, be extant; be identical or equivalent; form or compose; work in a specific place, with a specific subject, or in a specific function; represent, as of a character on stage; have life, be alive; spend or use time;

to suffer – experience (emotional and physical) pain, to endure;

to oppose – fight against or resist strongly;

to end – to bring to an end, to stop;

to die – to stop living;

to sleep – be in a state of sleep;

to say – to state, to suggest, to suppose;

to wish – long for, desire, want, hope for;

to dream – have a daydream; indulge in a fantasy, experience while sleeping;

to come – to reach, to arrive, to approach;

shuffle off – to get rid of; dispose of, to evade or shirk (a responsibility, for example) Informal to leave; depart;

bear – put up with something or somebody unpleasant, endure, tolerate, put up, suffer, stand, support;

to grunt – to make a low short gruff noise, such as the sound made by a pig, or by a person to express annoyance;

to sweat – to perspire;

to return – come back;

to puzzle – be uncertain about; think about without fully understanding or being able to decide, perplex, mystify;

to fly – travel through the air; run away quickly, escape; pass away rapidly, vanish;

to know – be aware of the truth of something; have a belief or faith in something; regard as true beyond any doubt, have knowledge of, see, understand, recognize, perceive, be aware of, be conscious of;

to sickly – to make sickly (lacking vigor or strength; feeble or weak);

to turn awry – turn or twist toward one side, away from the correct or expected course;

to lose – fail to keep or to maintain; cease to have, either physically or in an abstract sense [15; 17].

Іменники (слова та словосполучення):

question – inquiry, interrogation, difficulty, problem, doubt, debate, argument, dispute, controversy, confusion, uncertainty, issue, point, matter, subject, problem, debate, proposal, theme, motion, topic;

mind – the part of a person responsible for thought, feelings, and intention mental, intelligence as opposed to feelings or wishes memory or recollection, a person considered as an intellectual being, the condition or state of a person's feelings or thoughts, an intention or desire, attention or thoughts, a sound mental state; sanity;

the slings – a rope or strap by which something may be lifted, a simple weapon consisting of a strap tied to cords, in which a stone is whirled and then released; arrows – darts;

fortune – an unknown and unpredictable phenomenon that causes an event to result one way rather than another a large amount of wealth or prosperity – chance, hazard, luck; an unknown and unpredictable phenomenon that leads to a favorable outcome – hoarded wealth, treasure; your overall circumstances or condition in life (including everything that happens to you) – circumstances, luck, destiny, fate, lot, portion;

arms – weapon, power;

trouble – a source of difficulty, problem, worry, a strong feeling of anxiety, distress, grief, ailment, disease;

a sleep – the state of being asleep and also euphemisms for death (based on an analogy between lying in a bed and in a tomb) eternal rest;

heart-ache – intense sorrow caused by loss of a loved one (especially by death), sorrow, suffering, pain;

shock – the state of being strongly impressed by something unexpected or unnatural;

heir – a person who inherits some title or office; recipient, receiver; successor;

flesh – alternative names for the body of a human being;

a consummation – completion, end, achievement, perfection, realization, fulfilment, culmination;

the rub – an unforeseen obstacle, difficulty, problem, the act of rubbing or wiping;

coil – anything wound or gathered into a series of rings or spiral; [Archaic] commotion; turmoil (mortal coil – the troubles of the world [coined by William Shakespeare]);

pause – stop, break, delay, interval, hesitation;

the respect – regard, relation, connection;

calamity – an event resulting in great loss and misfortune, tragedy, ruin, distress, reversal of fortune, hardship, catastrophe, woe, misfortune;

life – the course of existence of an individual; the actions and events that occur in living;

the whips – lash, cane, birch, switch;

scorns – lack of respect accompanied by a feeling of intense dislike, contempt, despite, disdain, mockery;

time – period; epoch;

the oppressor – a person of authority who subjects others to undue pressures, persecutor, tyrant, tormentor, despot;

wrong – that which is contrary to the principles of justice or law wrongfulness, unjustness, injustice;

contumely – a rude expression intended to offend or hurt; insult, vilification, abuse

the pangs – sharp pain;

love – intense fondness, deep devotion; a deep and tender feeling of affection;

the law's delay – postponement caused by legal processes;

the insolence – an offensive disrespectful impudent act, rudeness, haughtiness;

office – a government or government official holding an office means being in power

the spurns – a contemptuous rejection, [Archaic] a kick;

merit – any admirable quality or attribute, the quality of being deserving, virtue, worth;

the unworthy – lacking in value or merit; not deserving;

quietus – euphemisms for death, eternal rest, eternal sleep, sleep, rest;

bodkin – a dagger with a slender blade;

fardels – a burden (figuratively in the form of a bundle);

dread – fearful expectation or anticipation, awe, alarm, horror, terror;

bound – an archaic term for a boundary

traveller – wanderer;

will – the capability of conscious choice and decision and intention, volition, wish, desire;

ill – disease, evil or harm, sin;

conscience – the sense of right and wrong that governs a person's thoughts and actions, a feeling of guilt, obsolete – consciousness, inner feelings or thoughts;

resolution – firmness or determination, finding a solution to a problem, complexion;

pale – a fence, enclosure, boundary, restriction;

cast – a violent throw, hue, shade, tinge;

thought – reflection, consideration, idea, opinion, view, belief;

enterprise – a purposeful or industrious undertaking, initiative;

currents – flow, course;

action – deed, act, activity [15; 17].

Прикметники:

noble – worthy, honorable, virtuous, dignified, impressive;

natural – being a part of the innermost nature of a person or thing, relating to or characteristic of human beings;

mortal – fatal, deadly; cruel, implacable, unappeasable;

proud – having or showing an exaggerated opinion of your importance, ability, etc;

dispriz'd – disdained or undervalued;

patient – long-suffering, tolerant;

bare – not having a protective covering;

weary – physically and mentally fatigued, tired, exhausted;

pale – wan, whitish, feeble;

great pith and moment – great importance [15; 17].

Прислівник: devoutly – in a devout and pious manner, piously, sincerely [15].

Гамлет розпочинає свій монолог із запитання “To be or not to be?” (бути чи ні бути). Якщо розглядати це у світлі концептів життя і смерті, то очевидно, що бути належить до життя, а не бути, відповідно, – до смерті.

Що ж означає “to be”? Який сенс вкладає Гамлет у ці слова? Він поясніє це далі у монолозі, використовуючи такі дієслова, як “to suffer” та “to take arms”, “to oppose”, “to end”. Тобто в житті

є два варіанти: страждати і терпіти або озброїтися, протидіяти, боротися, покласти край, скінчити.

Проти чого повинна боротися людина, що терпіти? – Проти моря бід, з якими вона стикається протягом усього життя. Гамлет подає цілий перелік бід, що вписуються в концепт «біди, лиха»:

– the slings and arrows of outrageous fortune – пращі і стріли обурливої, жорстокої долі. У тезаурусі англійської мови вираз “slings and arrows” трактується як ідіома і має значення “harshly critical comments” – жорстко критичні коментарі. Гамлет не говорить “fate” або “destiny”, він обирає слово “fortune”, яке позначає і щастя, фортуна, багатство, щасливу долю, і рок, фатум, долю, тобто це якась вища сила, що управляє долями людей, що впливає на перебіг життя; осмислюється в двох іпостасях: сила, що несе добро, – фортуна, і сила, що несе зло, – фатум. Гамлет обрав це слово не випадково, адже у ньому віддзеркалюється суть епохи Відродження, а саме той факт, що поряд із добрими вчинками людей завжди є лихі і недостойні, епоха Відродження не є винятком [7, с. 340].

– a sea of troubles – море бід (неспокій, хвилювання, тривога, хвороби);

– the heart-ache – душевний біль, страждання;

– the thousand natural shocks that flesh is heir to – тисяча природних, властивих людині потрясінь, наслідником яких є людська плоть, тіло. У словосполученні “natural shocks” бачимо протилежність, а саме “natural – unnatural”, тобто природними для людини, властивими людині є усі ті потрясіння (shocks), яких вона не чекає, які не є природними за своїм визначенням (the state of being strongly impressed by something unexpected or unnatural) та не властиві людині. Знову бінарна опозиція, знову контраст значень. Гамлет говорить це, щоб показати, що для людей ці потрясіння є природними, тому що вони самі їх спричинили.

– the whips and scorns of time – батіг (хлист), презирство (насмішки) часу;

– the oppressor’s wrong – несправедливість гнобителів;

– the proud man’s contumely – приниження, зухвалість гордих;

– the pangs of dispriz’d love – біль кохання, що не цінується;

– the law’s delay – зволікання законів;

– the insolence of office – зухвалість, зарозумілість, гордовитість влади;

– the spurns that patient merit of the unworthy takes – презирлива відмова, відхилення, стусани,

що сприймає терпляча заслуга (гідність, чеснота) недостойного, негідного. І знову протиріччя: “patient merit of the unworthy” – гідність та чеснота того, хто не є гідним, а не є гідним тому, що терпить (patient – це не тільки терплячий, а й той, хто терпить страждання) стусани (spurns) замість того, щоб боротися і протидіяти.

Отже, коли герой промовляє фразу “to be”, він має на увазі не тільки бути, жити, а й бути в цьому житті кимось, щось собою являти, щось робити у житті, не марнувати час, дотримуватися правил, представляти якісь переконання, мати власну позицію, тобто не просто бути й існувати, а бути людиною, вдосконалюватися, робити щось. Гамлет наділений внутрішньою свободою й активністю, здатністю творити свою долю, що цілком характеризує його як представника епохи Відродження.

Називаючи всі ці лиха, Гамлет стверджує, що життя – це страждання, але трагедія Гамлета як представника епохи Відродження в тому, що він усвідомив, що всі ці лиха і біди породили самі ж люди, вони і є причиною тих бід, від яких самі ж і страждають. В епоху Ренесансу люди скоювали самі дикі злочини і жодною мірою в них не каюлися, і вчиняли вони так тому, що останнім критерієм для людської поведінки вважалася тоді сама ж особа, що почувалася ізольовано [7, с. 370].

“Not to be” означає вмерти і так позбавити себе страждань, тобто належить до концепту «смерть». Гамлет пояснює: “to die: to sleep, perchance to dream” (вмерти – це заснути, бачити сни), вмерти дуже легко (When he himself might his quietus make with a bare bodkin). Отже, якщо людина не хоче боротися, то смерть – це єдиний спосіб позбавити себе страждань. З одного боку, це кінець, якого кожен би щиро жадав (a consummation devoutly to be wish’d), але з іншого, люди не кінчають життя самогубством, а продовжують жити і страждати, тому що їх зупиняють вагання і сумніви, страх того, що їх чекає після смерті. Це не просто страх, адже Гамлет обирає слово “dread”, що означає жах, благоговійний страх, трепет, тремтіння. Люди не знають, чого їм чекати після смерті (in that sleep of death what dreams may come, the undiscover’d country from whose bourn no traveller returns). Для людей це – невідкрита країна, із-за кордонів якої жоден мандрівник, блукач не повертається. Саме страх невідомого спантеличує волю, бажання та змушує нас краще терпіти ті хвороби, зло, гріхи, що в нас є, аніж летіти до інших, про яких ми нічого не знаємо: puzzles the will, And makes us rather bear those ills we have Than fly to others that we know not of?

На цьому його роздуми не закінчуються, у кінці монологу він доходить печального висновку:

Thus conscience does make cowards of us all;
And thus the native hue of resolution
Is sicklied o'er with the pale cast of thought,
And enterprises of great pith and moment
With this regard their currents turn awry,
And lose the name of action [16].

Важливим є те, що мав на увазі Гамлет, говорячи “the pale cast of thought”. Якщо він використав слово “pale” як прикметник блідий, то маємо блідий кидок (відтінок) думки. Але якщо Гамлет мав на увазі іменник межа, кордон, яке також позначає слово “pale”? Гадаємо, що для Гамлета, який був представником епохи Відродження, було цілком природно заглиблюватися у свої думки, тому в цьому випадку Гамлет говорить про межу тіні, яку відкидає розгорнена ним раніше в монолозі думка, і саме в цих затінених межах блідне колір рішучості, причому без жодного натяку на негативну характеристику власне думки або процесу мислення.

І знову протиріччя: “enterprises lose the name of action” – ініціатива, заповзятість втрачають ім'я вчинку, діяльність, дії, тобто ініціатива стає бездіяльною. Втрата найменування (lose the name of action) – під цим, очевидно, маються на увазі сліди давніх філософських суперечок між реалістами і номіналістами, учасником яких Гамлет – студент із Віттенберга – не міг не бути. Ця суперечка – частина університетської повсякденності та інтелектуального життя за часів Шекспіра. Тобто оригінал тексту багаточаровий, він сполучає тезауруси автора і героя.

Монолог Гамлета закінчується думкою про природу роздумів. Перед нами відкривається розум героя, що аналізує не тільки дійсність і своє становище в ній, але й характер власних думок. Ця риса з'явилася в літературі саме в пору пізнього Відродження. Предметом аналізу стає посередньо людська думка, те або інше співвідношення її з дійсністю та з тим, до кого ця думка приходиться у голову. Самоперевірка, самоконтроль неминуче поєднуються із сумнівом. Так це й відбувається і з Гамлетом, який постійно прагне осмислити свої переживання й оцінити свій стан.

У цьому випадку Гамлет доходить невтішного висновку. Обставини потребують від нього дії, а роздуми паралізують волю.

Людина охоплена сумнівами і страхом, які заважають їй тверезо оцінити ситуацію й побачити, що всі ці лиха породжують люди, які здатні не тільки на благородні вчинки, а й на лихі, підлі,

недостойні. Це вони роблять життя нестерпним, проти них можна й необхідно боротися, але для цього потрібно думати, діяти, змінюватися й, відповідно, змінювати свою долю, своє життя на краще. Потрібно боротися з бідами, але рішучість зникає від постійних сумнівів, вагань і страху, що відчуває людина і які роблять із нас усіх боягузів.

Концепт «сумніви, вагання» відчувається у монолозі від початку до самого кінця. Гамлет використовує слово “question”, що позначає і питання, і вагання, проблему, яку потрібно якось розрішити, яка вимагає не просто відповіді на запитання, а дискусію, спір. Те, що Гамлет не впевнений, підтверджують й такі слова, як “perchance”, “rub”, “pause”.

Гамлет запитує: “Whether 'tis nobler in the mind”? Для Гамлета, який був вихований на гармонійних ідеалах Ренесансу, дуже важливо саме те, що є благородніше, у чому більше гідності: терпіти, чи боротися.

Що стосується концепту «я, людина», то в гендерному плані відчуваємо протистояння “he himself – all”, тобто я, особистість – інші, а з іншого боку, неусвідомлена ще Гамлетом до кінця самокритика індивідуалізму, що було характерним для представників епохи Відродження, які разом із глибинами самостверженої людської особистості надзвичайно гостро, глибоко і аж до справжнього трагізму відчували обмеженість і навіть безпорадність людського суб'єкта. Отже, після детального тезаурусного аналізу монологу Гамлета можна виділити в ньому такі концепти, як:

Концепт «життя»: to be, to suffer, outrageous fortune, mortal coil, a weary life, bear.

Концепт «смерть»: not to be, to die, to sleep, end, consummation, to dream, sleep of death, shuffle off, quietus, a bare bodkin, the undiscover'd country, bourn, no traveller, fly.

Концепт «лиха»: the slings and arrows of fortune, a sea of troubles, the heart-ache and the thousand natural shocks, the whips and scorns of time, calamity of so long life, ills, fardels, the oppressor's wrong, the proud man's contumely, the pangs of dispriz'd love, the law's delay, the insolence of office, the spurns.

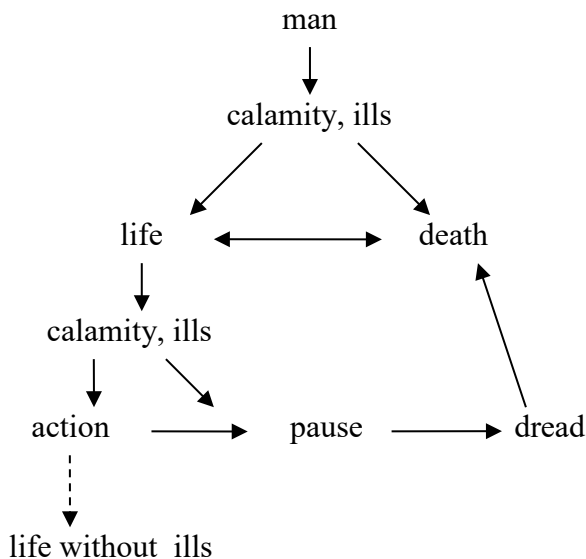
Концепт «я, людина»: nobler, mind, devoutly, to be wished, oppressor, proud man, patient merit, unworthy, he himself, conscience, cowards.

Концепт «страх»: dread, puzzles, makes, cowards, sicklied over, pale, turn awry, lose.

Концепт «вагання»: question, or, whether, perchance, rub, pause.

Концепт «дія»: to take arms, opposing, end, native hue of resolution, cast of thought, enterprises of great pith and moment, action.

Усі ці концепти перебувають у постійній взаємодії і складають життя людини, яке можна представити у вигляді схеми:



Висновки і пропозиції. Тезаурусний і концептуальний аналіз монологу Гамлета “To be or not to be” в оригіналі дає можливість охарактеризувати Гамлета як особистість, яка звикла думати, що для людини цілком природно бути справедливою і розумно користуватися своєю волею, яка

вихована на гуманістичних ідеалах епохи Відродження і від цього нікуди відступити не може, але Гамлет – це ще й людина, яка усвідомила, що людська природа схильна не лише до добра, а й до зла, що в суспільному житті закладено й такі потенції, які роблять зло неминучим. І в цьому усвідомленні його велика трагедія.

Отже, ми бачимо концептуальну картину світу Гамлета як представника епохи Відродження, яку утворюють сім головних концептів, таких як «життя», «смерть», «лиха», «я, людина», «страх», «вагання», «дія».

Усі ці концепти перебувають у постійній взаємодії і становлять життя людини. Діалектику цих концептів зображено в дослідженні у вигляді схеми, яка й віддзеркалює концептуальну картину світу Гамлета як представника епохи Відродження.

Проведений тезаурусний й концептуальний аналіз монологу Гамлета в оригіналі дає змогу перейти до наступного етапу дослідження, в якому необхідно здійснити концептуальний компаративний аналіз перекладів монологу Гамлета під кутом зору тезаурусу перекладачів, що допоможе відобразити концептосферу перекладачів і вказати на індивідуальні особливості стилю кожного з них.

Можна дійти висновку, що залучення тезаурусного й концептуального підходу до розгляду традиційної перекладознавчої проблематики дає змогу по-новому проаналізувати найважливіші питання теорії і практики художнього перекладу.

Список літератури:

- Кагановська О. Текстові концепти художньої прози (на матеріалі французької романтики середини ХХ сторіччя). Київ, 2002. 292 с.
- Коломієць Л. Віршовий переклад як метапоетичне письмо: проблема творчого методу перекладача. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2002. № 7. С. 15–23.
- Конрад Н. Запад и Восток. Москва, 1972. С. 233–247.
- Кочур Г. Шекспир на Украине. *Мастерство перевода 1966*. Москва, 1968. С. 36–53.
- Кубрякова Е. Части речи с когнитивной точки зрения. Москва, 1997. 327 с.
- Куконіна Н. Особливості перекладацького почерку Л. Гребінки. *Вісник Сумського державного університету. Серія : Філологічні науки*. Суми, 2002. № 4 (37). С. 95–99.
- Лосев А. Эстетика Возрождения. Москва, 1982. 623 с.
- Наталя Торкут: Український шекспірівський проєкт – бути чи не бути? URL: <http://litakcent.com/2008/02/27/natalija-torkut-ukrajinskyj-shekspirivskyj-proekt-buty-chy-ne-buty/> (дата звернення: 20.03.2020).
- Науменко А. Філологічний аналіз тексту (Основи лінгвопоетики). Вінниця, 2005. 416 с.
- Нелюбин Л. Толковый переводоведческий словарь. Москва, 2003. 318с.
- Селиванова Е. Когнитивная ономазиология. Київ, 2000. 248 с.
- Степанов Ю. Константы: Словарь русской культуры. Москва, 2004. С. 68.
- Шаповалова М. Шекспір в українській літературі. Львів, 1976. С. 50.
- Яворська Г. Прескриптивна лінгвістика. Київ, 2000. 288 с.
- Dictionary and Thesaurus – Merriam-Webster Online. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (дата звернення: 20.03.2020).
- Hamlet. A monologue from the play by William Shakespeare. URL: http://www.monologuearchive.com/shakespeare_001.html (дата звернення: 20.03.2020).

17. Online Dictionary, Encyclopedia and Thesaurus. Free access. URL: <https://www.thefreedictionary.com/> (дата звернення: 20.03.2020).

**Sheina O. O. CONCEPTUAL THESAURUS ANALYSIS OF HAMLET'S SOLILOQUY
"TO BE OR NOT TO BE" IN THE ORIGINAL**

The article is devoted to the conceptual thesaurus analysis of Hamlet's soliloquy "To be or not to be" in the original, which allows to reconstruct the thesaurus and the conceptual picture of Hamlet's world as a representative of the Renaissance. In particular, attention is focused on the thesaurus of the main character of the tragedy, which is limited to the cultural era which he belongs to, because socio-cultural factors determine and shape the linguistic mentality of the person. To understand the meaning of the words and phrases that are present in the soliloquy, the author establishes the meaning of each language unit, introduces the semantic fields, conceptual groups and fixed logical relations of language units. To do this, he turns to the English thesaurus and analyzes each word of the soliloquy. Words are presented according to a certain scheme: first verbs and nouns that have the main semantic message, then adjectives, adverbs and other parts of speech. During the analysis, the author identifies seven basic concepts that are in constant interaction and make up human life. The author searches for the structural units of thought stipulated in the text, which makes it possible to study the organization of knowledge about the world, which is represented in the semantics of the language sign. The text of the soliloquy is considered primarily as the embodiment of linguistic and conceptual pictures of the world of Hamlet. It is emphasized that during the translation the translator comes across the original work, the author of which encrypted a certain message for readers. A necessary step in translating the original work is to unscramble this message. It is postulated that the thesaurus and conceptual analysis of Hamlet's soliloquy in the original allows to carry out a conceptual comparative analysis of translations of Hamlet's soliloquy from the point of view of translators' thesaurus, to reflect the concept sphere of translators and to note individual style features of each. As a result, it is asserted that the involvement of the thesaurus and conceptual approach to the consideration of traditional translation issues allows a new analysis of the most important issues in the theory and practice of literary translation.

Key words: translation problems, thesaurus, thesaurus approach, concept, conceptual analysis, concept sphere.

ПОРІВНЯЛЬНЕ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

УДК 821.161.2–311.6

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.3-3/08>**Мізінкіна О. О.**

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Чмир А. В.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ВАСИЛЯ-КОСТЯНТИНА ОСТРОЗЬКОГО В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ІСТОРИЧНІЙ РОМАНІСТИЦІ («ШЕСТИДНЕВ, АБО КОРОНА ДОМУ ОСТРОЗЬКИХ» П. КРАЛЮКА ТА «ШАЛЕНІ ШАХИ» Т. Й О. ЛИТОВЧЕНКІВ)

У статті розглянуто специфіку образу Василя-Костянтина Острозького в романах «Шестиднев, або Корона дому Острозьких» Петра Кралюка та «Шалені шахи» Тимура й Олени Литовченків. Процитовано дослідження (П. Білоуса, С. Дзюби, В. Назарук, О. Сагана, С. Синюка, Р. Харчук) твору П. Кралюка, у яких наголошується на його номінуванні, композиції, сюжеті, історичній правді, нарації. Установлено, що «Шалені шахи» менше вивчено й у перших відгуках (Л. Зінченко, Л. Чурсиної) підкреслюється реалістичність образів у творі. Визначено, що поєднує романи: зображення епохи XVI ст. і змалювання постаті В.-К. Острозького.

Метою розвідки є встановлення особливостей образу князя в «Шестидневі» П. Кралюка та «Шалених шахах» Т. й О. Литовченків. Для досягнення поставленої мети обрано провідним історико-порівняльний метод, також допомогла методологія інтерпретації тексту, використання культурно-історичного методу.

Аналіз здійснювався на трьох рівнях романів (семантика заголовків, жанрові особливості, характер В.-К. Острозького), які стали визначальними для творення різних образів однієї особистості. Виявлено, що назва твору П. Кралюка більше зосереджена на постаті князя, тоді як у «Шалених шахах» Т. й О. Литовченки на перший план подають тогочасних впливових володарів. Свою концепцію бачення подій XVI ст. письменники передають завдяки популярній у той час грі, у якій фігура Острозького була однією з головних. Розглянуто жанрову своєрідність обох творів. З'ясовано, що «Шестиднев» можна визначити як історично-психологічний роман або роман-сповідь, оскільки образ Острозького постає завдяки його функції наратора оповіді та прийомам снів, спогадів, внутрішньому мовленню, візуальним засобам невербальної комунікації, інтонації, психологічному портрету й пейзажу. Динамічний сюжет і пригодницькі ризиковані ситуації в «Шалених шахах» дають уналежнити його до різновиду авантюрно-історичного роману. Проаналізовано специфіку характеру Острозького в обох творах. Установлено, що в романі П. Кралюка образ князя постає психологічно поглибленим, тоді як у «Шалених шахах» Василь-Костянтин має деякі ознаки авантюрного героя. Виділено основні риси вдачі Острозького в «Шестидневі». Підкреслено важливу роль критичних міркувань художника щодо діянь князя. Визначено суттєві риси характеру Василя-Костянтина у творі Т. й О. Литовченків. Наголошено, що в «Шалених шахах» вагому роль у сприйнятті образу Острозького відіграють його характеристики іншими персонажами.

Отже, письменники в романах моделюють різні часові проміжки в житті князя; у художніх світах творів надають йому неоднакову роль (головний герой чи один із головних героїв); звертають увагу на психологію Василя-Костянтина або зовнішні ситуації, які розкривають характер останнього. З'ясовано, що в «Шестидневі» Острозький постає позитивним героєм, натомість у «Шалених шахах» у його образі переважають негативні риси.

Ключові слова: образ, Василь-Костянтин Острозький, роман, характер, П. Кралюк, Т. й О. Литовченки, заголовок, жанр.

Постановка проблеми. Сучасна українська історична романістика характеризується тим, що письменники активно переосмислюють минуле, відроджують забуті сторінки історії. Однією з постатей, яка була художньо потрактована з погляду XXI ст., став князь Василь-Костянтин Острозький (1526–1608). Думки майстрів слова щодо його діяльності не є однозначними. У 2010 р. вийшов друком один із перших романів у новітній історії про вищевказаного діяча – «Шестиднев, або Корона дому Острозьких» Петра Кралука. Продовженням вивчення ролі та значення постаті Василя-Костянтина в історії становлення української держави стали «Шалені шахи» (2014) Тимура й Олени Литовченків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Варто зауважити, що «Шестиднев» уже тривалий час є предметом розгляду багатьох літературознавців. Так, Вікторія Назарук звертає увагу на номінування в романі П. Кралука: «Назви частин (умовно – розділів) граматично є номінативними реченнями, у яких превалюють назви кольорів. Це вирізняє твір «Шестиднев, або Корона дому Острозьких» від традиційних історичних романів, які діляться на класичні розділи чи частини» [10]. На переконання дослідниці, П. Кралука у такий спосіб суттєво трансформував класичну історичну романістику.

Велику міру реалістичності героїв твору, яка зумовлена історичною правдою та відтворенням їхнього внутрішнього світу, підкреслює Сергій Синюк («Усі персонажі «Шестиднева» – живі люди, а не картонні фігурки з підручника. Тому в романі знайшлося місце не тільки подіям і вчинкам, а й почуттям» [14]). Думка колеги по перу свідчить про те, що П. Кралуку в художній формі вдалося передати образ людини XVI ст.

За жанровими ознаками «Шестиднев» також є специфічним. Роксана Харчук відзначає, що роман П. Кралука «належить до історичного жанру, хоча композиційно й у назві співвідноситься із шестидневом, твором філософсько-богословського характеру, що пояснює світобудову з погляду християнського вчення. Зазвичай шестиднев (найвідоміший – Василя Великого) складається із шести трактатів, що відповідають шести дням сотворіння світу. За аналогією у романі Петра Кралука ідеться про сотворіння світу українського – держави Острожчини, збудованої Василем-Костянтином Острозьким» [17]. Назва твору «Шестиднев» є концептуально зумовленою та позначена інтертекстуальністю.

На оригінальний прийом оповіді – від головного героя – звернув увагу Петро Білоус. Пись-

менник, «зважаючи на те, що пише не історичний трактат, а художній твір, вкладає тлумачення подій та осіб в уста князя Острозького, чим визначає художній ракурс інтерпретації історії. Водночас такий прийом домальовує образ самого князя, який стає джерелом усвідомлення історичного часу і себе та своїх сучасників у ньому» [1, с. 10]. Постать Василя-Костянтина в романі стає уособленням тогочасної епохи.

Вищезазначену думку підтверджують міркування Олександра Сагана. Дослідник пише про те, що «життя цього князя – це фактично життя України XVI століття. Люблінська та Берестейська унії, зародження та розвиток козащини, Острозька академія, Острозька Біблія – ці та інші суспільні й релігійні явища могли б відбутися зовсім інакше, якби не особливий погляд на них некоронованого короля України-Руси Василя-Костянтина Острозького» [13]. Переконаємося, що князь дійсно був непересічною та впливовою особистістю в історії нашої держави.

На своєрідність сюжету роману вказує Сергій Дзюба: «Василь-Костянтин Острозький, відчуваючи наближення смерті, замовляє слугі – маляріві Івану – свій портрет. Причому художник мусить намалювати князя впродовж шести днів. Митець мерщій береться до роботи, а «монарх», позуючи йому, пригадує все своє звитяжне і водночас таке стражденне життя» [2, с. 131]. Прикметно, що у творі П. Кралука образ Василя-Костянтина перебуває на першому плані, він постає основним наратором оповіді.

Роман «Шалені шахи» ще чекає на фахові прочитання та літературознавчі дослідження. Сьогодні в інтернет-джерелах з'являються відгуки вдячних читачів. Зокрема, Лілія Зінченко дає високу оцінку художнім якостям твору Т. й О. Литовченків («Написано легко, літературною мовою, дотепно і цікаво. На відміну від звичайних підручників та сухих фактів, кожен образ героя прописаний досить чітко. Деякі дії головних та другорядних героїв обґрунтовані, що дозволяє бачити та сприймати їх мов живих...» [4]). Схожу думку щодо реалістичності роману Т. й О. Литовченків висловлює в рецензії й Лідія Чурсина: «Герої книги та події, що описані у романі настільки гарно прописані, що складається враження, ніби ти присутній при всіх баталіях, що відбуваються» [18].

Як бачимо, «Шестиднев» більше вивчено, ніж «Шалені шахи». Літературознавці звертають увагу на композицію, героїв, жанр, сюжет, номінування у творі П. Кралука. Дослідники

підкреслюють, що постать Василя-Костянтина Острозького посідає в «Шестидневі» виняткове місце. У відгуках на «Шалені шахи» наголошується на тому, що Т. й О. Литовченки у творі ретельно попрацювали над відтворенням кожного образу.

Романи поєднує висвітлення епохи XVI ст. з багатьма історичними подіями та провідними діячами. В обох творах особливу увагу привертає образ Василя-Костянтина Острозького. У творі П. Кралюка він є головним героєм, письменник використовує прийом спогадів князя як основний для художньої інтерпретації історичних фактів. У «Шалених шахах» Т. й О. Литовченків образ Острозького не є першорядним, натомість він сприяє передачі родинної атмосфери та зв'язків із провідними фігурами творення політики в тодішній Європі.

Постановка завдання. Мета статті полягає в з'ясуванні специфіки образу Василя-Костянтина Острозького в «Шестидневі, або Короні дому Острозьких» П. Кралюка та «Шалених шахах» Т. й О. Литовченків. Порівняльний метод допоможе встановити спільне, відмінне та окреме в досліджуваному художньому явищі на різних рівнях романів.

Виклад основного матеріалу. Заголовки. У художньому світі твору всі чинники змісту й форми впливають на сприйняття образу. Заголовки романів постають одними з перших емоційно-впливових факторів вираження концепції митців і творення образу Острозького. Варто наголосити, що обидва твори мають різні смислові акценти в назвах. «Шестиднев, або Корона дому Острозьких» підкреслює часову обмеженість оповіді для Василя-Костянтина (6 останніх днів його життя). Водночас друга частина заголовка є свідченням важливої місії головного героя, який продовжував справу своїх славетних предків, розбудовуючи державу.

У заголовку роману Т. й О. Литовченків спостерігається прозоре відсилання до гри в шахи, у якій фігура Острозького є однією із сильних. Означення «шалені» має дещо негативний відтінок, який реалізується у світі твору в значенні надмірного керування долями людей. Ключ до розуміння поетики заголовку прихований у двох главах («шахових партіях»), які розпочинають першу і другу частини роману. «Шахова партія № 1. Сила королеви» розповідає про юного англійця, який став переможцем шахового турніру. За умовами цього змагання, парубок має зробити передбачення щодо тієї країни, про яку захоче дізнатися його супротивник. Англієць пророкує, що важливу політичну роль у Польщі відіграє королева. У наступних главах роману

письменники показують значення королеви Бони Сфорци (1494–1557) у житті польських королів Сигізмунда I Старого (1506–1548) і Сигізмунда II Августа (1520–1572), у долях Беати Костелецької (1515–1576) та Іллі Острозького (1510–1539), Гальшки Острозької (1539–1582) та Дмитра Сангушка (1530–1555). Саме події, пов'язані із цими персонажами, творять основні сюжетні лінії на початку твору.

«Шахова партія № 2. Пішак, що не став ферзем» зображує переможця минулого шахового турніру в похилому віці, і цього разу він грає з єпископом. Священнослужитель, здавшись і при цьому порушивши правила змагання, передбачає, що в Польщі ватажок бунтівників не зможе стати королем. У такий спосіб єпископ натякає на Северина Наливайка, діями якого намагався керувати Василь-Костянтин Острозький. Князь у романі виступає в ролі гротескного персонажа, який суттєво впливав на індивідуальне буття окремих особистостей (Дмитра Сангушка, Гальшки Острозької, Дем'яна Наливайка, Беати Костелецької) та суспільне життя правобережної України. Оскільки шахи були популярними в епоху [19, с. 7], що описується в романі Т. й О. Литовченків, письменники в основу композиції поклали принципи цієї гри. Фігурами шахів постали реальні історичні особистості та вигадані персонажі.

Отже, назва роману П. Кралюка відсилає до роду Острозьких, що звужує коло головних персоналій, тоді як у «Шалених шахах» адресація є набагато ширшою. Стратегом на політичній і культурній арені Європи XVI ст. був не лише князь Василь-Костянтин Острозький і члени його родини.

Жанрова своєрідність. Оригінальність образу Острозького зумовлена й жанровими особливостями романів. В. Назарук підкреслює, що «характеризуючи свій витвір, автор визначає його жанр як інтелектуальний роман. До цієї характеристики хочеться ще додати означення – історично-психологічний роман-розуміння. Подібне твердження виникає із аналізу архітектоніки тексту. Роман складається із передслів'я, шести окремих частин, озаглавлених специфічною колористикою, і післяслова. Символіка шести пов'язаних між собою частин твору – асоціація із біблійною легендою про час сотворення світу. Шість днів митець малював портрет князя, і шість днів князь пригадував події, що мали місце у шести знакових для роду Острозьких містах» [10]. Для роману П. Кралюка насамперед характерні такі риси, як історизм, епічність, етичний конфлікт, що розкривається через психологічні прийоми зображення

головного героя. Відтак «Шестиднев» можна уналежнити до такого жанрового різновиду, як роман-сповідь. За аналогією до роману Павла Загребельного «Я, Богдан» (1983) твір П. Кралюка демонструє шлях осмислення своїх праведних і грішних діянь героя історичних подій. Тому в тексті роману Острозький є розповідачем, а в структурі «Шестиднева» введено його сни, спогади і внутрішнє мовлення, що зумовлює велику міру психологізму. Читач безпосередньо знайомиться з думками, напрямом мислення головного героя. Додаткову функцію виконує художник Іван, який є критиком діянь Василя-Костянтина. Натомість у «Шалених шахах» наявний оповідач. Увагу приділено не стільки образу Острозького та змалюванню його душевних порухів, скільки відтворенню тогочасної атмосфери постійних інтриг. Водночас читачеві допомагає зорієнтуватися в історичних подіях, що висвітлюються в романі, хронологічна таблиця, яка охоплює 1480–1632 рр.

«Шалені шахи» Т. й О. Литовченків за ознаками наближається до вальтерскоттівського типу історичних романів. Письменники в інтерв'ю стверджують, що із цим твором вони «впевнено вписалися в сучасній українській літературі в нішу авантюрно-історичного роману» [11]. Підтвердження знаходимо в «Літературознавчому словнику-довіднику», де виокремлюється дві провідні ознаки такого твору – динамічний сюжет і пригодницькі ризиковані ситуації [9, с. 9]. Роман Т. й О. Литовченків також входить до козацького циклу («Пустоцвіт», «Кинджал проти шаблі», «Шалені шахи» та «Фатальна помилка»), в основі якого насамперед лежить пригодницьке начало. Відтворені уривки життя Острозького постають одними зі складників картини світу XVI ст.

Характер Острозького. У «Шестидневі» письменник удається до таких прийомів творення образу Василя-Костянтина, як внутрішнє мовлення; сни, марення; сповідь як форма психологічного зображення; візуальні засоби невербальної комунікації; інтонація; психологічний портрет і психологічний пейзаж, тому постаць князя є психологічно поглибленою. Такі способи розкриття образу цього діяча допомагають деталізувати та індивідуалізувати останнього. У творі Т. й О. Литовченків Острозький близький до авантюрного героя. На думку Світлани Кучіної, «це образ людини, яка вищою мірою залежить від випадку чи втручання вищих сил, чи то надприродних сил, чи то таємничих лиходіїв, чи то благодійників. Він позбавлений ініціативності, лише пристосовується до витівок долі і змушений

діяти з урахуванням обставин, що склалися, що, зі свого боку, зберігає незмінність образу героя, його «тотожність» самому собі» (переклад наш – О. М., А. Ч.) [7, с. 26]. Василю-Костянтину притаманні такі ознаки авантюрного героя, як залежність від випадку, пристосовництво та пошук шляхів виходу зі складної ситуації з корисними намірами.

У романі П. Кралюка ключовими засобами в розкритті постаті князя є самохарактеристика й оцінка головного героя художником. Письменник відтворює ймовірні ситуації в житті Василя-Костянтина з метою показати риси вдачі останнього. Князь постійно вдається до саморефлексії, що дає змогу звернути увагу читача на змодельовані думки цього діяча. Уже в «Предслів'ї» до твору Острозький подається задумливим і зосередженим. *«Маю що згадувати. Можу годинами сидіти в задумі. А перед моїми очима бовваніють лики різних людей. Деякі змаліли, розмилися. Призабулися й діяння людські. Та можна домислити їх, побачити такими, як хочеться. І ніхто мене за те не осудить. То мій світ. І я у нім судія»* [6, с. 3], – зізнається Василь-Костянтин. Головний герой – людина поважного віку (82 роки), а тому його міркування неодмінно спрямовані на аналіз пережитого.

Наступними рисами характеру, які виразно наявні в образі Острозького, є спостережливість і гордість. Василь-Костянтин, передчуваючи свою смерть, запрошує художника Івана, який має увіковічити князя на портреті. Уперше побачивши митця, головний герой зауважує: *«До світлиці заходить маляр. Мій маляр! Невисокого зросту, але добре збитий. Має приємне лице. І – проникливі очі. Низько клонить голову. Що у тій голові – не знаю. Як і не знаю, що ховається в очах його. Та чи потрібне мені те знання? Хто він, той маляр? Простак, хлоп. Таким несть числа. А я – князь! <...> І поглядає. Знає чоловік собі ціну. Такого майстра нелегко знайти. Вчився в землі німецькій, у влохів»* [6, с. 3–4]. Високий соціальний статус князя зумовлює владність у його міркуваннях. Розмовляючи з художником і наказуючи йому намалювати портрет, головний герой визнає, що *«залізні нотки забриніли в моєму голосі»* [6, с. 5]. У «Шестидневі» Острозький зображується досвідченим правителем. Промовистим є епізод, коли маляр критикує предка головного героя – Василя Красного (?–1453) за недостатню розбудову оборонних споруд. Після цієї необачної репліки художника Василь-Костянтин зазначає, що *«я не серджусь. Що він розуміє? Молодий»* [6, с. 82].

У романі головний герой згадує про свого підданого Герасима Смотрицького (?–1594), який перед смертю пробачив князю його не завжди праведні вчинки. Острозький стверджує, що «*я теж, коли йтиму зі світу цього, прощу всіх, хто мені зло заподіяв. І подякую тим, хто зробив добро*» [6, с. 190]. Вищевказані слова вказують на благородство цього діяча. Василь-Костянтин є побожним, адже, займаючись державними справами, він не забуває про служіння Богу. Головний герой зізнається, що «*не є аз грішником великим. Правил християнських дотримую. На час великого посту іду в монастир молитися, життя проваджу тоді своє, як чернець-покутник. Отців духовних не зобизжаю. Гроші на храми, монастирі даю. Особливо на монастир Печерський, де багато предків моїх спочинок знайшли*» [6, с. 67].

Князю притаманна така риса характеру, як уміння знаходити спільну мову з різними особистостями. Історики (Микола Костомаров [5], Іван Огієнко [11], Григорій Савчук [12] та ін.) свідчать, що задля створення Острозької Біблії (1581 р.) він зміг порозумітися з такою непересічною людиною, як Іван Федоров (?–1583). Запросивши до себе в Дубно відомого друкаря й познайомившись із ним, головний герой розмірковує: «*Непростий ти чоловік, Іване Федоровичу, – думалося мені. – Непосидючий. І думки високої про персону власну. А може, то й добре. Бо інакше ким би ти був? Купцем – як твій отець? Таких доволі є. Чи гречкосієм? Таких іще більше. Нелегко, чує моя душа, буде з тобою. Але нехай! Коли щось легко дається – то гріш тому ціна*» [6, с. 175]. Василь-Костянтин не тільки мудрий і розумний, а й хитрий. Красномовним є той факт, що під час спроби католиків надіслати до Острозької академії своїх учителів головний герой, убачаючи в цьому загрозу православної вірі, вирішує заплутати сліди. Згадуючи про тогочасні події, князь розповідає, що «*мій син та мої люди доносили папському посланцю зовсім різні речі про мене. Одні говорили, ніби я заклятий схизматик і з Римом не порозуміюся. Інші, навпаки, твердили, що прагну згоду з пап'яниками знайти. Бідний латинник не знав, кому вірити і як то є насправді*» [6, с. 195].

Варто підкреслити, що головному герою властиві такі полярні риси характеру, як рішучість і пасивність. Берестейська унія (1596 р.), яка суттєво посилила релігійні проблеми і стала причиною появи греко-католицької церкви, глибоко схвилювала Острозького. Василь-Костянтин на православному соборі приймає сміливе рішення про те, що «*не даємо згоди на нову віру, не відкида-*

ємо православ'я, ні віри предків наших, не відступаємося від обичаїв та святих догм церкви східної; усі ми, малі і великі, тримаємося ортодоксії, якої непохитно наші предки трималися, задля неї не пошкодуємо не тільки маєтності, імені й будь-якого багатства світу цього, а й жінок, і дітей, і дочасного свого життя» [6, с. 158]. Водночас князь менш активний у політичних питаннях, ніж у релігійних. Цілком можливо, що головний герой утратив можливість стати монархом Речі Посполитої. «*Мені говорили, щоби і аз, грішний, подав персону свою на елекцію королівську. Я знизував плечима. Казав: ви вірите, що поляки й литвини оберуть православного русина. Навіщо мені ці клопоти?*» [6, с. 123–124], – розмірковує Острозький.

Для Василя-Костянтина також характерна чутливість. Князь співчуває трагічній долі своєї племінниці Гальшки Острозької, яка тужить за своїм першим померлим чоловіком Дмитром Сангушком. Головний герой, побачивши через багато років цю змучену дівчину й відчуваючи деяку провину в загибелі її нареченого, зізнається, що «*чомусь мої очі зволожуються*» [6, с. 59]. Розповідаючи про полоненого російською армією батька – Костянтина Острозького (1460–1530), князь визнає, що «*на душі гіркота*» [6, с. 89]. Коли у Василя-Костянтина померла його дочка Катерина (1560–1579), у нього «*потемніло в очах. Світ став немилый*» [6, с. 119]. Після загибелі свого сина – Олександра Острозького (1570–1603) – головний герой утрачає свідомість («*І світ почорнів, як смола. І я падаю у безодню*» [6, с. 166]). Коли він уболіває за майбутнє Северина Наливайка (?–1597), який перебував у польській в'язниці, на очі князя «*навертаються сльози*» [6, с. 238]. Особливо показовою в романі є сцена, у якій Василь-Костянтин ховає свою дружину Софію Тарновську (1534–1570): «*Я стояв біля труни. І підігнулися в мене ноги. І упав я на коліна. І сльози текли з очей моїх. Дорослий муж – а плакав, як хлопчик. «Не уберіг Софію», – гризла така думка. Дивився на мертву дружину, її обличчя. Змарніло воно. Але все одно моя Софія – найкраща*» [6, с. 130]. За дослідженнями істориків (Василь Ульяновський [16] та ін.), Острозький дійсно кохав свою дружину, а тому надзвичайно болісно переживав її смерть.

Додатково розкривають образ Василя-Костянтина міркування про нього художника. Думки людини, яка близька до народу, дають змогу читачеві відсторонено поглянути на постать головного героя і критично її осмислити. Маляр, знайомлячись з Острозьким, засуджує схильність до

гедонізму та прагнення до побутових зручностей: «Немає, княже, в тебе віри міцної. Любиш життя сьогосвітнє, вигоди його. Правда, хто не любить? І прагнеш, княже, лишитися в світі цьому земному – хоча б на портреті» [6, с. 5]. Художник помічає, що Василь-Костянтин часто є доволі замкнутим та обережним («Хочу вималювати контури лиця свого пана. Воно й далі незворушне. «То ж маска», – кажу собі» [6, с. 29]; «Я вже зобразив обриси князя. Залишилися очі. Та не можу їх змалювати – ховаються вони» [6, с. 49]; «Ворушаться уста князя. Щось говорить. Але – собі. Не хоче ділитися тайнами» [6, с. 52]; «Хоча незворушне в тебе, князю, лице, але голос... Видається: чую в ньому біль великий» [6, с. 89]). Очевидно, що не все портретований розповідає художникові.

Маляр уважає, що Острозький опосередковано винний у смерті Дмитра Сангушка й нещасті Гальшки: «А ти безгрішний, мій пане? І немає твоєї вини в смерті князя Дмитрія? І не ти поспував життя Гальшки? Тільки пошлюбили – вже удова» [6, с. 43]. Художник припускає, що головний герой, скориставшись послугами Івана Федорова, потім спровадив останнього: «Чи не лукавиш, князю? Знаю: вигнав ти Івана-друкаря в три шиї, як той роботу свою зробив» [6, с. 175]. Маляр засуджує Василя-Костянтина за те, що цей діяч використовував і наражав на небезпеку Северина Наливайка в корисних цілях: «Захотілося тобі на двох стільцях посидіти – з турком повоювати, цісарю, папі сподобатися, і з королем не посваритись. Тому ти Наливаю позволив збирати людей, щоби на турка, татарина йти. Добре, князю, чужими руками жар загрібати!» [6, с. 218].

Завдяки спостереженням художника помітна ще така риса вдачі Острозького, як деяка інертність. На думку маляра, головний герой деякою мірою є жертвою гіперопіки рідних у дитинстві («Зіпсувала тебе, княже, материнська опіка. Надмірна! Тепер ти – як гора. Великий! Велетенський! Видаєшся могутнім. Але стоїш на місці» [6, с. 18]). Художник помічає, що Василю-Костянтину більше до вподоби домашнє буття, аніж участь у суспільних подіях: «Ти, князю, домосід. Не хочеш, як твої пращури, шукати слави в чужих краях, завойовувати їх. Такі люди не будують імперій» [6, с. 85]. Коли головний герой розповідає про ідею створення Острозької Біблії, маляр відзначає наполегливість цього діяча («Видать, затявся ти, княже. Хочу зобразити на лиці твоєму ту впертість. Чи – силу? Вперту силу»

[6, с. 177]). Перед смертю Василя-Костянтина художник звертає увагу на його фізичну слабкість і водночас душевну доброту: «Поганий вигляд у нього – ніби всі біди, страждання, які зазнав він у житті своєму, враз звалилися на нього. Через силу посміхається. Та в очах його – доброта» [6, с. 254].

У романі «Шалені шахи» Т. й О. Литовченків ключову роль у моделюванні образу Острозького відіграють авторські характеристики та оцінки князя іншими персонажами. Письменники наголошують, що в підлітковому віці Василь-Костянтин був розбалуваним, примхливим, безцеремонним і грубим хлопчиком. Показовою є ситуація, що після одруження свого старшого брата Іллі Острозького на Беаті Костелецькій «розпещений молодик спробував відтіснити від князя молоду дружиноньку» [8, с. 25]. Непростий характер княжича підкреслює і його паспортний портрет. Побачивши Василя-Костянтина, який через деякий час повернувся з Турова до Острога, Ілля фіксує, що «хлопець підріс настільки, що виглядав набагато старшим за свої тринадцять років. Хвилясте світло-каштанове волосся, рухливе симетричне обличчя, пухкі червоні губи й рожеві щоки викликали цілком позитивні емоції. Його чарівливість псував хіба що занадто рухливий і якийсь надто примхливий погляд світлих ясних очей...» [8, с. 25]. Письменники показують процес формування характеру нащадка відомого роду Острозьких.

Ще будучи підлітком, Василь-Костянтин демонструє такі риси вдачі, які притаманні сформованим особистостям. Коли Ілля почав нездужати, Василь-Костянтин виявився надзвичайно турботливим, оскільки він «негайно засмутився й цілковито занурився у смуток, як це властиво тільки дорослим. Навіть на побороженному зморшками обличчі Іллі Костянтинівича неможливо було виявити таких явних ознак туги й суму, як на юному личку княжича! Здавалося, від гарячого, щирого співчуття він на очах перетворюється в маленького дідка, убитого горем... День за днем Василь Костянтинівич просиджував у кутку біля вікна, підперши кучеряву голівку випещеними мініатюрними ручками й мовчки розглядаючи брата» [8, с. 25]. Як бачимо, хлопець справді переживав за долю Іллі. Важкохворий брат Василя-Костянтина, обговорюючи з другом родини Федором Сангушком (?–1548) свій заповіт, характеризує княжича як досить кмітливого хлопця: «Молодий, але досить розумний» [8, с. 31]. Однак в Острозького наявні прагнення

до влади й честолюбство. У романі зазначено, що ще змалечку «княжич Василь вважав себе законним спадкоємцем острозьких володінь: про це говорили всі, включно з його матінкою. Незважаючи на свої тринадцять років, княжич вже відчував честолюбне бажання бути хазяїном. Його охопив азарт володіння, немовби вершника, який збирався скочити на необ'їждженого норювистого коня і, оком не моргнувши, привселюдно приборкати його самою лише силою волі. Княжич розраховував, досягнувши повноліття, стати дуже заможним і великим, затьмарити славу батька й діда! Марив стати власником не тільки Острога, але й усіх земель литовських... а можливо, навіть польських!..» [8, с. 103–104].

Дорослий князь виступає в романі політичним інтриганом. Усвідомлюючи, що братова дружина Беата закохана в Дмитра Сангушка, Василь-Костянтин послуговується цією ситуацією («Часто Острозький використовував вроду князя Сангушка, щоб отримати від Беат позачергову суму для так званих «добрих справ» [8, с. 36]). Князю притаманний аморальний прагматизм, оскільки він прагне позбутися сина Гальшки, який у майбутньому буде претендувати на спадщину. Для цього Василь-Костянтин пропонує Беаті «прилаштувати «незручну» дитину кудись на сторону» [8, с. 73].

Князь постає меркантильним, тому що рахує кожную копійку, яку Гальшка віддає на благоустрій Острога («Князь сумовито й нервово озирався довкола, подумки підраховуючи витрати княгині на прикрашення Острога, на будівельні роботи тощо. Тільки одна думка заповнювала його мозок: «Скільки ж грошей викинула на вітер княгиня? Скільки МОЇХ грошків пропало?..» [8, с. 114]). Письменники припускають, що саме Гальшка була ініціаторкою створення в 1576 р. відомої Острозької академії. Василь-Костянтин схильний до лицемірства. Вельми красномовною в романі є сцена, коли Северин Наливайко вирішує залишити службу сотника надвірної корогви Острозького, щоб іти воювати з татарами. Князь, розмовляючи зі своїм підлеглим та обіцяючи йому грошову допомогу, визнає, що «просто втомився лицемірити перед цим кришталево чесним, хоча й недоумкуватим чоловіком. Таке в житті старого князя ставалося нечасто... але все-таки іноді ставалося» [8, с. 201–202]. Більшість характеристик свідчить про негативні риси вдачі Василя-Костянтина.

Оцінка князя іншими персонажами також є осудливою. Беата, дізнавшись про те, що Дмитро Сангушко підтримує діалог з Острозьким,

звинувачує в цьому парубка: «— Дмитре Федоровичу, я звернулася до вас за порадою, як до друга! А ви, виявляється, за мою спиною обговорюєте наші розмови із цим істериком?! Я з такими зусиллями вирядила князя в Дубно, щоб узагалі не бачити й не чути цього негідника!.. Іноді терплю його присутність в Острозі тому лише, що князь вирішує фінансові питання, у яких я анічогісінько не тямлю!.. Так, я терплю Василя Костянтиновича, оскільки обіцяла покійному чоловікові не сваритися з його братом» [8, с. 37]. Схожої невисокої думки про свого дядька була й Гальшка: «Та й князь Василь Костянтинович, виявляється, ще той негідник: пожертвував життям свого племінника Семена, щоб отримати Острозький замок від Беат...» [8, с. 122].

Визначальними є й слова сина князя – Януша Острозького (1554–1620), які адресовані своєму отцю: «— Батьку, а вам не набридло поширювати плітки? Ви б Бога побоялися, чи що... <...> – Права була моя матінка, коли називала вас бездушним тираном, охопленим настирливою ідеєю володіння!!! Скільки сил віддаєте ви цій марній битві за спадщину – не збагнути!!! Ви мерзенний і бридкий, батьку, як і всі ваші думки й діяння, народжені в запалі інтриг і пристрастей!.. Ви ж навіть не помітили, як згасла ваша дружина, моя матінка Зофія. Не бажаєте чути, як страждаємо без вашої уваги ми – ваші сини. А Олена... Вона прекрасна й чиста, немов янгол небесний! Якщо ви, батьку, захочете скривдити її, то на мою допомогу навіть не розраховуйте. Упокортеся, доки не пізно! Попереджаю по-доброму» [8, с. 106–107]. Василь-Костянтин зображується жорстоким правителем, якому байдуже на смерть своєї дружини Софії і страждання членів родини Острозьких. У тексті твору наявні ще такі показові авторські характеристики цього діяча, як старий хитрун [8, с. 144], старий лис [8, с. 144] і скупий князь [8, с. 145]. Прикметно, що лис є символом «лицемірства, лукавства та улесливості, хитроумрошів, злодійкуватості й хижакства, влізливості, хвалькуватості, скритності та обережності, чуткості, нечесності» [3, с. 444]. Як бачимо, Т. й О. Литовченки витворюють постать Василя-Костянтина переважно з негативними рисами.

Висновки і пропозиції. Отже, письменники по-різному представляють образ Острозького. Якщо П. Кралюк подає останні дні життя князя, то Т. й О. Литовченки показують його у віці від 13 до 71 років і неодноразово звертають увагу читача на його непростий характер. У «Шестидневі» Василь-Костянтин, беззаперечно, є головним

героєм, тоді як у «Шалених шахах» він – один із головних героїв. У творі П. Кралюка акцент зроблено на психології Острозького, яка забезпечується спогадами, снами, мареннями, внутрішнім мовленням і психологічним портретом героя. Критичний погляд на вчинки князя подається завдяки міркуванням художника Івана. Натомість у «Шалених шахах» постать цього діяча розкривається переважно завдяки змалюванню ситуацій, які характеризують його. Такий прийом подачі героя свідчить про те, що в романі Т. й О. Литовченків князю притаманна авантюризм, пристосуванство та лицемірство.

У «Шестидневі» Василь-Костянтин, осмислюючи свої вчинки, виступає переважно позитивним героєм. З погляду художника подається критична оцінка деяких вчинків князя, що увиразнює образ останнього. Такий спосіб зображення Острозького є спробою неупереджено поглянути на постать цього українського діяча XVI ст. Натомість в образі Василя-Костянтина, що постає в «Шалених шахах», превалюють негативні характеристики. В Острозького наявна патологічна жадоба до влади і збагачення. Унаслідок князь залишається самотнім, покинутим і незрозумілим.

Список літератури:

1. Білоус П. Шість днів і все життя князя Острозького. *Літературна Україна*. 2011. № 11. С. 10.
2. Дзюба С. Рец. на книгу: Кралюк П. Шестиднев, або Корона дому Острозького: Роман. *Сіверянський літопис*. 2011. № 2. С. 131–136.
3. Енциклопедичний словник символів культури України / за заг. ред. В. П. Коцура, О. І. Потапенка, В. В. Куйбіди. 5-те вид. Корсунь-Шевченківський : ФОП Гавришенко В. М., 2015. 912 с.
4. Зінченко Л. Ми маємо краще вчити історію! : рецензія. *Друг читача*. 22.05.2015. URL: https://vsiknygy.net.ua/shcho_rochyataty/41606 (дата звернення: 01.07.2020).
5. Костомаров М. І. Галерея портретів: Біогр. нариси: для серед. та ст. шк. віку / упоряд. і передм. В. О. Замлинського ; пер. з рос. М. М. Ілляш. Київ : Веселка, 1993. 326 с.
6. Кралюк П. Шестиднев, або Корона роду Острозького : роман. Київ : Ярославів Вал, 2010. 320 с.
7. Кучина С. А. Герой в художественной структуре классического авантюрного романа. *Lingua mobilis*. 2010. № 3 (22). С. 25–31.
8. Литовченко Т. І., Литовченко О. О. Шалені шахи. Харків : Фоліо, 2014. 315 с.
9. Літературознавчий словник-довідник / за ред. Р. Т. Гром'яка, Ю. І. Коваліва, В. І. Теремка. Київ : Академія, 2007. 752 с.
10. Назарук В. М. Про «Шестиднев» Петра Кралюка. *Науковий вісник Ужгородської богословської академії імені святих Кирила і Мефодія*. Ужгород : Карпатський університет імені Августина Волошина, 2010. URL: <http://kulturolog.org.ua/publications/p-reviews/244--qq.html> (дата звернення: 01.07.2020).
11. Огієнко І. І. Історія українського друкарства / упоряд., авт. іст.-біогр. нарису та приміт. М. С. Тимощик. Київ : Либідь, 1994. 448 с.
12. Савчук Г. Постать Івана Федорова в контексті московської еміграції у Литву другої половини XVI століття. *Наукові зошити історичного факультету Львівського університету*. 2012–2013. Вип. 13–14. С. 17–31.
13. Саган О. «Шестиднев, або Корона дому Острозького». *Релігійно-інформаційна служба України*. 2010. 22 листопада. URL: https://risu.org.ua/ua/index/studios/announcements_of_publications/39149 (дата звернення: 01.07.2020).
14. Синюк С. «Шестиднев» Петра Кралюка. *День*. 2011. 4 лютого. № 19. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/ukrayinci-chitayte/shestidnev-petra-kralyuka> (дата звернення: 01.07.2020).
15. Тимур і Олена Литовченки: колективний розум : інтерв'ю. *Національна спілка письменників України НСПУ* / розмовляла Е. Заржицька. 12.09.2017. URL: <https://nspu.com.ua/interv-yu/timur-i-olena-litovchenki-kolektivnij-rozum> (дата звернення: 01.07.2020).
16. Ульяновський В. Князь Василь-Костянтин Острозький: історичний портрет у галереї предків та нащадків. Київ : Простір, 2012. 1370 с.
17. Харчук Р. Роман про історичну й духовну сліпоту. *ЛітАкцент*. 2011. 10 лютого. URL: <http://litakcent.com/2011/02/10/roman-pro-istorychnu-j-duhovnu-slipotu> (дата звернення: 01.07.2020).
18. Чурсина Л. Від читачів: Історія як партія у шахи («Шалені шахи», Тимур та Олена Литовченки). *Катрусин книгозал*. 12.08.2015. URL: [https://knygozal.wordpress.com/2015/08/12/від-читачів-історія-як-партія-у-шахи-ш%20\(дата%20звернення:%2001.07.2020](https://knygozal.wordpress.com/2015/08/12/від-читачів-історія-як-партія-у-шахи-ш%20(дата%20звернення:%2001.07.2020)
19. Янків І. Т., Литвинець А. І. Історичні аспекти розвитку шахів в світі та Україні : лекція № 1 з навчальної дисципліни «Шахи». Львів, 2019. 28 с.

Mizinkina O. O., Chmyr A. V. THE INTERPRETATION OF VASYL-KOSTIANTYN OSTROZKY IN MODERN UKRAINIAN HISTORICAL NOVELS (“SHESTYDNEV, OR THE CROWN OF THE HOUSE OF THE OSTROZKY FAMILY” BY P. KRALIUK AND “CRAZY CHESS” BY T. AND O. LITOVCHENKO)

The article considers the specifics of the image of Vasyl-Konstantin Ostrozky in the novels “Shestydnev, or the Crown of the House of the Ostrozky Family” by Peter Kraliuk and “Crazy Chess” by Timur and Elena Litovchenko. The research (P. Bilous, S. Dziuba, V. Nazaruk, O. Sagan, S. Sinyuk, R. Kharchuk) of P. Kraliuk’s work is cited, in which his nomination, composition, plot, historical truth, narration are emphasized. It is established that “Crazy Chess” is less studied and in the first reviews (L. Zinchenko, L. Chursina) the realism of images in the work is emphasized. It is determined that combines the novels of the reconstruction of the XVI century and the creation of personality V.-K. Ostrozky.

The purpose of the investigation is to establish the peculiarities of the image of the prince in P. Kraliuk’s “Shestydnev” and T. and O. Litovchenko’s “Crazy Chess”. To achieve this goal, the leading historical-comparative method was chosen, and the methodology of text interpretation, cultural-historical method also helped.

The analysis was carried out on three levels of novels (semantics of titles, genre features, the character of V.-K. Ostrozky), which became decisive for the creation of different images of one person. It was found that the title of P. Kraliuk’s work is more focused on the figure of the prince, while in “Crazy Chess” T. and O. Litovchenko bring to the fore the influential rulers of that time. Writers convey their concept of the vision of the events of the XVI century with the help of a popular game at the time, in which the figure of Ostrozky was one of the main. The genre originality of both works is considered. It has been found that “Shestydnev” can be defined as a historical-psychological novel or a confessional novel, as Ostrozky’s image appears due to his role as narrator of narratives and techniques of dreams, memories, inner speech, visual means of nonverbal communication, intonation, psychological portrait and landscape. The dynamic plot and adventurous risky situations in “Crazy Chess” allow you to belong to a kind of adventure-historical novel. The specifics of Ostrozky’s character in both works are analyzed. It is established that in P. Kraliuk’s novel the image of the prince is psychologically profound, while in “Crazy Chess” Vasyl-Konstantin has some features of an adventurous hero. The main features of Ostrozky’s character in “Shestydnev” are highlighted. The important role of the artist’s critical considerations regarding the prince’s actions is emphasized. Significant features of the character of Vasyl-Konstantin in the novel by T. and O. Litovchenko are determined. It is emphasized that in “Crazy Chess” other characters’ opinions about him play an important role in the perception of Ostroh’s image.

Thus, writers in their novels model different time intervals in the life of the prince; give him a different role in the texts of works (the protagonist or one of the main characters); pay attention to the psychology of Vasily-Constantine or external situations that reveal the character of the latter. It was found out that in “Six Days” Ostrozky appears as a positive hero, while in “Crazy Chess” his character is dominated by negative traits.

Key words: *image, Vasily-Konstantin Ostrozky, novel, character, P. Kraliuk, T. and O. Litovchenko, title, genre.*

Николенко О. Н.

Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленко

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ В РОМАНЕ XX ВЕКА (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА «ДОКТОР ЖИВАГО» Б. ПАСТЕРНАКА)

У статті здійснено комплексне і багатоаспектне дослідження інтертекстуальності в романі Б. Пастернака «Доктор Живаго». Простежено інтертекстуальні зв'язки роману «Доктор Живаго» зі світовою літературою, філософією, фольклором, Біблією. Визначено форми й способи створення інтертекстуальності у творі, насамперед у прозовій частині. Проаналізовано внутрішню інтертекстуальність роману, текстові зв'язки між прозовою та поетичною частинами, а також між романом «Доктор Живаго» та іншими творами Б. Пастернака. З'ясовано вплив інтертекстуальності на розвиток жанру роману та індивідуальний стиль письменника.

Провідну роль в організації романної структури «Доктора Живаго» відіграє біблійний інтертекст (сюжети про Богоматір, Ісуса Христа, Лотову дружину, Содом і Гоморру тощо), який пронизує всі рівні твору. Образ Юрія Живаго концентрує навколо себе безліч інтертекстів у прозовій і ліричній частинах роману. Крізь призму біблійних цитат, алюзій, ремінісценцій, образів, мотивів Юрій Живаго сприймає світ, що стрімко змінюється. Особливе поетичне й християнське бачення дає змогу головному героєві усвідомити драматизм революційних процесів й абсурд радянської дійсності, невідповідність історичного розвитку біблійним цінностям. Однак Юрій Живаго навіть в умовах терору не втрачає здатності мислити й вірити в торжество життя й силу Творця.

Зображення революційних подій у біблійному інтертексті (всесвітній потоп, Содом і Гоморра тощо) пов'язане з історичними аналогіями (С. Разін, О. Пугачов, Робесп'єр, Наполеон, імператори Стародавнього Риму), літературними алюзіями і ремінісценціями («Гамлет» В. Шекспіра, вірші О. Блока), інтерпретацією філософських теорій XIX–XX століть.

Ключові слова: Борис Пастернак, «Доктор Живаго», роман, інтертекст, інтертекстуальність, образ, мотив, алюзія, ремінісценція, жанр, «діалог культур».

Постановка проблеми. В XX веке жанр романа претерпевает существенные изменения, становясь все более открытой, динамичной и пластичной формой, которая вполне соответствовала незавершенному и постоянно изменяющемуся миру в его напряженных социальных, исторических и психологических коллизиях. В организации структуры романа XX века большую роль играет интертекстуальность. Различные интертексты, включенные в общий поток романного повествования, существуют не каждый сам по себе, а в тесном взаимодействии в тексте и в контексте произведения. Это придаёт роману содержательную многовекторность, множественность «пучков смыслов», которые позволяют изменить жанровую модальность, расширить возможности художественной образности и интерпретационный потенциал произведения.

Ярким примером влияния интертекстуальности на обновление романного жанра является «Доктор Живаго» (1957), отмеченный в общем

контексте творчества Бориса Пастернака Нобелевской премией 1958 г. «за значительные достижения в области лирики, а также за продолжение традиций эпического романа».

Анализ последних достижений и публикаций. Несмотря на многочисленность исследований, «Доктор Живаго» таит еще немало скрытых смыслов, нуждающихся в тщательном изучении с помощью современных методов и подходов. Одним из таких перспективных методов в изучении романа Б. Пастернака является интертекстуальный метод, основанный на трудах М. Бахтина [2], Ю. Кристевой [11; 17], О. Ронена [13], Ж. Леви-Стросса [18], Р. Барта [1], М. Фуко [16], Б. Гаспарова [10] и др., которые разработали эффективную методику изучения «диалогизма в литературе». Она позволяет рассматривать художественное произведение как открытую динамическую систему в общем тексте мировой культуры.

Большой вклад в изучение интертекстуальности в романе «Доктор Живаго» сделали такие

ученые, как Сергей Буров [3; 4; 5; 6; 7], Наталия Фатеева [15], Ирина Суханова [14], Александр Власов [8], Людмила Волосевич [9] и др. Наибольшее внимание исследователей привлекли межтекстовые отношения романа Б. Пастернака с поэзией Серебряного века (А. Блок, В. Маяковский, А. Белый и др.) и русской классической литературой (А. Пушкин, Н. Гоголь, Ф. Достоевский и др.). «Стихотворения Юрия Живаго» стали предметом изучения библейского и шекспировского текстов в поэтической рецепции Б. Пастернака. Вместе с тем далеко не всё многообразие интертекстов романа «Доктор Живаго» раскрыто в полной мере, особенно в его прозаической части (поскольку цикл «Стихотворения Юрия Живаго» изучен гораздо больше, чем романная проза, в аспекте интертекстуальности).

Постановка задач. В этой связи главной целью нашей статьи является комплексное и многоаспектное исследование интертекстуальности в романе Б. Пастернака «Доктор Живаго». Данная цель обусловила такие задачи: 1) изучить интертекстуальные связи романа «Доктор Живаго» с мировой литературой, философией, фольклором, Библией; 2) определить формы и способы создания интертекстуальности в произведении (прежде всего в прозе); 3) выявить внутреннюю интертекстуальность в романе – текстовые связи между прозаической и поэтической частями; 4) установить влияние интертекстуальности на развитие жанра романа и индивидуальный стиль писателя.

Изложение основного материала. Ведущую роль в организации романной структуры «Доктора Живаго» играет библейский интертекст, который пронизывает все уровни произведения. Уже в самом начале романа в сцене похорон матери юного Юрия Живаго звучит библейское песнопение «Вечная память», которое используют в православном богослужении для торжественного поминовения усопших. Тут же введена прямая цитата из молитвы об усопших «Со духи праведных» (об упокоении и прославлении Пречистой Девы и Христа), что соответствует печальному событию. Однако христианское выражение «Вечная память» буквально с первых страниц произведения акцентирует не столько идею смерти (хотя речь идет о панихиде – заупокойном богослужении), сколько идею «вечной жизни», которая должна открыться усопшим после ухода в мир иной. Идея торжества жизни над смертью заложена Б. Пастернаком в заглавии романа, в имени главного героя – Юрия Живаго (в ранних вари-

антах Патрикий Живульт, Пурвит (с франц. *pur vie*) – ради жизни). Как известно, в рукописи романа была фраза из Откровения Иоанна Богослова: «Смерти не будет»: «И отрет Бог всякую слезу с очей их, и смерти не будет уже; ни плача, ни вопля, ни болезни уже не будет, ибо прежнее прошло» (Откр. 21:4). В окончательной редакции произведения эта фраза сохранилась в виде непрямого цитирования и толкования героем. В лекции для тяжело больной Анны Ивановны Громеко с целью поддержания ее морального духа уже взрослый Юрий Живаго по-своему интерпретирует «Откровение Иоанна Богослова»: «Не о чем беспокоиться. Смерти нет. Смерть не по нашей части. А вот вы сказали: талант, это другое дело, это наше, это открыто нам. А талант – в широчайшем понятии есть дар жизни. Смерти не будет, говорил Иоанн Богослов, и вы послушайте простоту его аргументации. Смерти не будет, потому что прежнее прошло...» [12, с. 69].

Идею «вечной жизни» поддерживает в первой части романа «Доктор Живаго» прямая цитата из библейского Псалма: «Господня земля и исполнение ея, вселенная и вси живущие на ней» (Пс. 23:1), в котором прославляется Господь и его власть на земле, а также все люди, ищущие Господа («Это – род ищущих Господа...» (Пс. 23:6)), они получают от Него благословение и вечную жизнь («Тот получит благословение от Господа и милость от Бога, спасителя своего» (Пс. 23:5)). Таким образом, библейские тексты «Вечной памяти» и Псалма 23 связывают воедино концепты «смерть» и «жизнь» как неразделимые, а также идеи о «вечной жизни» и поиске Господа на земле. В таком библейском интертекстуальном поле очерчивается начинающийся жизненный путь мальчика Юры Живаго.

Примечательно, что печальные события в судьбе юного героя происходят в канун Покрова – церковного праздника в честь Святой Богородицы. Это еще больше подчеркивает мысль об отсутствии смерти и о христианской поддержке, небесного Покрова, о присутствии всеобщей матери – Богоматери как покровительницы для людей независимо от их звания. Юра, который совсем недавно похоронил мать и столкнулся со смертью, в эти трагические дни интуитивно осознает, что он вовсе не одинок в мире, ведь есть Господь, Христос, Богородица, которые открывают врата в мир иной. Мать Юры предстает для ее сына в новой ипостаси – Покровы, Богородицы в домашнем, человеческом облике (в восприятии ребенка) для воплощения христианской

сущности, что открывается пытливым душой мальчика. Не случайно рядом с Юрой оказался его дядя, священник Николай Николаевич Веденяпин, который после похорон рассказывает племяннику в монастырских покоех о Христе как утешении во всех скорбях и надежде на Воскресение.

Впоследствии концепт Богоматери (в том числе в связи с памятью о матери) неоднократно будет возникать в жизни Юрия Живаго, как, например, летом 1903 года: «Была Казанская, разгар жатвы» [12, с. 9]. Летоисчисление для Юрия Живаго обозначено не только реальными датами, но прежде всего – христианскими праздниками, в частности, праздником явления Пресвятой Богородицы в Казани. Совмещение хронологического (исторического и биографического) и христианского времени является важной особенностью романа «Доктор Живаго», который благодаря этому выходит за рамки реальной действительности, приобретая онтологический смысл.

Неразрывно связанные между собой в сознании мальчика образы матери и Богородицы совмещают реальный и христианский тексты в его жизни. Эти женские образы (родного человека и небесной покровительницы) автор помещает в фольклорный контекст. В воспоминаниях о времени, «пока жива была мать», счастье представляется Юре в виде далекого сказочного пространства: «...и он уносил вас на санках в тридешатое царство, в тридевятое государство. Тихий парк обступал вас. (...) Там зажигали огни. Спускался вечер. Вдруг всё это разлетелось» [12, с. 8]. Детская сказка для Юры внезапно оборвалась со смертью матери. Однако позже, когда в его жизни появится Лариса Гишар, в словах страстного объяснения Юры опять возникает тот же сказочный интертекст: «И вот среди охватившей всех радости я встречаю ваш загадочно невеселый взгляд, блуждающий неведомо где, в тридевятом царстве, в тридешатом государстве» [12, с. 146]. Через сказочный хронотоп (далекого царства-государства) происходит совмещение в сознании уже взрослого героя образов его матери, Богоматери и Лары (хотя Лара в тот момент была еще далека от него). Беременность Тони Юрия Живаго также воспринимает сквозь призму образов матери и Богоматери. В дневнике он записал: «Богоматерь просят: «Молился прилежно Сыну и Богу Твоему». Ей вкладывают в уста отрывки из псалма: «И возрадовался дух мой о Бозе Спасе моем...» (...) Это она говорит о своем младенце, он возвеличит ее («Яко сотвори ми величие сильный»), он – ее слава. Так может сказать каждая женщина.

Ее Бог в ребенке» [12, с. 280]. В данном случае в записках Юрия Живаго звучат прямые цитаты из Евангелия от Луки, из хвалебного гимна, воспетого Богородицей Богу (Лк. 1:46-48). Предназначение женщины Юрия Живаго осмысляет как причастность к великому таинству, поэтому в его восприятии совмещаются сказочно-волшебный и христианский интертексты.

Кстати, в описании дяди Юры – Николая Николаевича Веденяпина – подчеркивается его необыкновенное сходство с мамой героя: «Он был похож на маму. Подобно ей он был человеком свободным, лишенным предубеждения против чего бы то ни было непривычного. Как у нее, у него было дворянское чувство равенства со всем живущим. Он так же, как она, понимал всё с первого взгляда и умел выражать мысли в той форме, в какой они приходят в первую минуту, пока они живы и не обесмыслятся» [12, с. 10]. В портрете акцентировано еще одно подтверждение идеи жизни вопреки смерти, которое получил маленький Юра.

В рассуждениях Николая Николаевича Веденяпина содержатся отзвуки популярных философских теорий, которые находят живой отклик в душе мальчика. «Отец Николай был священник, прошедший толстовство и революцию и шедший все время дальше» [12, с. 10]. Он говорит: «Сейчас в ходу разные кружки и объединения. Всякая стадность – прибежище недаренности, все равно верность ли это Соловьеву, или Канту, или Марксу. Истину ищут лишь одиночки и порывают со всеми, кто любит ее недостаточно. Есть ли что-нибудь на свете, что заслуживало бы верности? Таких вещей очень мало. Я думаю, надо быть верным бессмертию, этому другому имени жизни, немного усиленному. Надо сохранять верность бессмертию, надо быть верным Христу!» [12, с. 12]. В дальнейшем Веденяпин указывает на то, что человек живет не в природе, а в истории и что Евангелие есть ее обоснованием. Любовь к ближнему Николай Николаевич осмысляет как неизменный евангельский концепт и «высший вид живой энергии». В этих мыслях Веденяпина совмещаются реминисценции на Евангелие и на работы религиозного философа Н. Федорова («Философия общего дела»), где высказывается идея о необходимости последовательной разгадки смерти и ее будущего преодоления за счет «общего дела» – приближения к Христу в мыслях, душе и деяниях. Аллюзии на античную историю и культуру (на жестокость Калигулы) в рассуждениях Веденяпина создают оппозицию «мир без

Бога» и «мир с Богом», которая станет одной из центральных в романе.

В уста Юрия Живаго Б. Пастернак неоднократно вкладывает не только прямые цитаты из религиозных текстов (из Библии, молитв и другие), но и неточные, вольно интерпретированные героем цитаты. В детстве Юра воспринимает природу и весь мир сквозь призму Евангелия. Например, загадочный пейзаж оврага напоминает ему картинку, «как в его иллюстрированном Священном писании». Здесь же ему померещилась его мать, «будто аукается с ним и куда-то подзывает». Слияние образов природы, матери и библейских сюжетов вызывает в душе Юры эмоциональный подъем и обращение в матери в форме неточной (по-детски интерпретированной) молитвы к ангелу-хранителю («Ангеле Божий, хранителю мой святой...»). Сквозь призму матери, ее духовного бессмертия, Юра как бы нащупывает и свой «истинный путь» с Господом.

Контрастом мыслям Юры о жизни во Христе в контексте христианской истории звучат размышления Ники (Иннокентия) Дудорова, опасность которых раскрывают литературные и философские аллюзии. «Как хорошо на свете! – подумал он. – Но почему от этого всегда так больно? Бог, конечно, есть. Но если он есть, то он – это я» [12, с. 20]. В этих словах слышатся аллюзии на строки М. Лермонтова из стихотворения «Выхожу один я на дорогу...» («Что же мне так больно и так трудно...») и идеи Ф. Ницше о «смерти Бога» и «сверхчеловеке». Ника Дудоров «в безумном превышении своих сил» считает себя вправе не только приказать дереву осине замереть в неподвижности, но и убить Надю, а потом он собирается ударить к отцу в Сибирь «подымать восстание». Здесь явно ощущается влияние (хотя и в зародыше) идей Петра Верховенского из «Бесов» Ф. Достоевского. Позднее мысль о вседозволенности для «сверхчеловеков» будет возникать неоднократно в контексте биографического и исторического времени в романе. Например, в высказываниях Максима Клинцева-Погоревших, который невозмутимым тоном оракула предсказывал гибельные потрясения на ближайшее время: «Эти разрушения – закономерная и предварительная часть более широкого созидательного плана. Общество развалилось еще недостаточно. Надо, чтобы оно распалось до конца, и тогда настоящая революционная власть по частям соберет его на совершенно других основаниях» [12, с. 163]. Юрий Живаго понимает, что «опять запахло Петенькой Верховенским, не в смысле новизны, а в смысле

испорченности и пустозвонства» [12, с. 162]. Идеи Петра Верховенского будет претворять в жизнь Антипов-Стрельников как воплощение нового «сверхчеловека». А Юрий Живаго, наоборот, как отмечает автор, «не причислял себя к полубогам и сверхчеловекам». В данном случае использование литературно-философского интертекста через форму отрицания выделяет образ главного героя как несоответствующего общей атмосфере революционной эпохи.

Политические события после манифеста 17 октября 1905 года, размах забастовочного движения и его жестокое подавление со стороны царских властей ярко представлены в романе с помощью песенного интертекста: «Варшавянка» (польская и русская революционная песня 1905 года, автор слов В. Свенцицкий, русский перевод Г. Кржижановского), «Марсельеза» (гимн Французской революции, автор слов Р. Де Лиль, русский текст на музыку Дж. Б. Виотти авторства П. Лаврова под названием «Рабочая Марсельеза» использовался наряду с «Интернационалом»), «Вы жертвою пали в борьбе роковой...» (знаменитый похоронный марш русского революционного движения с конца 1870-х годов, существует проблема авторства).

Образ Патули Антипова органически вписан в революционную толпу (его привела с собой Марфа Тиверзина), что как бы предвосхищает его будущее как «рыцаря революции». С образом мальчика в толпе бастующих связан новозаветный мотив об избииении младенцев (Евангелие от Матфея). Библейский миф о чрезмерной необоснованной жестокости коррелирует с произволом военных, которые устроили разгон мирной демонстрации. «Полувзвод проскакал, повернул, перестроился и врезался в хвост шествия. Началось избиеение...» [12, с. 38]. То, что Патуля уцелел в ходе кровавых событий, содержит аллюзию на библейский миф о чудесном младенце Иисусе Христе и Его спасении от царя Ирода. Данная аллюзия акцентирует необыкновенность, избранность Патули в ходе революционного движения. Впоследствии он изображается как бы «новым мессией». Вместе с тем Б. Пастернак творчески переосмысливает, «переворачивает» библейский миф в проекции на образ Антипова-Стрельникова: неслучайно будет изменена фамилия, семейная жизнь и вся судьба героя. Антипов отдалается от ипостаси «чудесного младенца» и становится его антиподом, то есть новым антихристом.

Динамика интертекста в связи с образом Павла Антипова свидетельствует о внутренних

изменениях героя. «Чудесный» компонент в образе Патули акцентирует не только миф о спасении «чудесного младенца», но и фольклорный интертекст. Поначалу Павел, который женится на Ларе Гишар после ее рокового выстрела в Комаровского, предстает сказочным «богатырем», «Ерусланом Лазаревичем» (в восприятии Войтковской). Фольклорный мотив спасения заколдованной красавицы (Лары) от злой силы (Комаровского) недюжинным богатырем (Пашей Антиповым) усиливают свадебные песни («Виноград», «Расплетайся трубчатая коса, рассыпайтесь, русы волоса»), упоминание студенческих прозвищ Антипова – «Красная девица» и «Степанида» (женское имя, означающее «венки», «кольцо», что соответствует ситуации свадьбы), а также использование устойчивой фольклорной формулы, когда Лару «повезли под злат-венец». Однако после венчания Лары и Паши сказочный ореол вокруг Антипова развеивается. Его уход на войну добровольцем связан не с жадностью богатырских подвигов, а с его бегством от Лары, с которой он испытал и большое счастье, и еще большее отчаяние. В восприятии Галиуллина Антипов на войне «казался заколдованным, как в сказке. И вот его не стало, и на руках у Галиуллина остались бумаги и фотографии Антипова и тайна его превращения» [12, с. 116]. В романе «Доктор Живаго» Б. Пастернак нередко использует различные точки зрения для актуализации определенного интертекста. В результате возникает целый комплекс отражений, «пучки смыслов», придающих многомерность художественному образу.

«Новый Антипов», «сверхчеловек» в образе военкома Стрельникова, в котором уже не осталось ничего человеческого, а лишь «революционная необходимость», предстает на фоне библейского интертекста, отсылающего к мифам о Страшном суде. Стрельников берет на себя роль вершителя человеческих судеб. Он может даровать жизнь (как он сделал по отношению к Юрию Живаго), но может и отобрать ее «в целях революции»: «Сейчас Страшный суд на земле, милостивый государь, существа из Апокалипсиса с мечами и крылатые звери, а не вполне сочувствующие и лояльные доктора» [12, с. 252].

Лара воспринимает «нового Антипова» в ассоциациях с Древним Римом: «Это нечто мне недоступное, не жизнь, а какая-то римская гражданская доблесть» [12, с. 299]. Учитывая, что в романе прослеживается оппозиция «мир без Бога» (античное время, Рим) и «мир с Богом» (христианское время), образ Стрельникова в свете

данного интертекста усиливает картину современного «обезбоженного» мира, куда пришел «мессия наоборот», то есть антихрист в человеческом обличье. В оценке Стрельникова с точки зрения Лары в ироническом подтексте присутствуют аллюзии на романы Ф. Достоевского: «Мировой пролетариат, переделка вселенной, это другой разговор, это я понимаю. А отдельное двуногое вроде жены там какой-то, это так, тьфу, последняя блоха или вошь» [12, с. 300]. В воспоминаниях Лары о Паше возникает также известный мотив А. Чехова «человека в футляре» как нераскрытой человеческой сущности, что в эпоху глобальных перемен привело к трагическим последствиям.

Как мы уже отметили, в образе Стрельникова нашла воплощение идея Ф. Ницше о «сверхчеловеке». Однако в преддверии смерти Стрельников сам же развеивает миф о себе как о «сверхчеловеке»: «Подумайте, шесть лет разлуки, шесть лет невыносимой выдержки. Но мне казалось, – еще не вся свобода завоевана. Вот я ее сначала добуду, и тогда я весь принадлежу им, мои руки развязаны. И вот все мои построения пошли прахом. Завтра меня схватят... (...) Меня схватят и не дадут оправдаться. Сразу набросятся, окриками и бранью зажимая рот. Мне ли не знать, как это делается?» [12, с. 461]. В высказываниях Стрельникова содержится скрытая аллюзия на библейский миф о вавилонской башне, что свидетельствует о желании Стрельникова, как и других деятелей революционного движения, возвыситься до уровня Бога, вершителей судеб мира. Но всемогущество и власть оказались иллюзией. Из «сверхчеловека», который имел право карать или миловать, Стрельников сам превратился в жертву. Таким образом, Б. Пастернак снова использует прием «переворачивания» библейского мифа, создавая картину революционного «мира наоборот», где сместились все ценности, человеческая сущность и ход истории. Финалом судьбы Стрельникова стало его самоубийство, в описании которого Б. Пастернак опирается на фольклорную образность: «Снег под его левым виском сбился красным комком, вымокши в луже натекшей крови. Мелкие, в сторону брызнувшие капли крови скатились со снегом в красные шарики, похожие на ягоды мерзлой рябины» [12, с. 462]. Собственно, здесь используется не сам интертекст, а его акцентированное отсутствие. За образом рябины в устном народном творчестве закреплены устойчивые значения: плодородие, благополучие, семья, любовь, защита т. д. Поскольку в судьбе Стрельникова ничего этого не свершилось, то и самих

ягод в его последнем портрете как бы нет, капли крови лишь напоминают ягоды мерзлой рябины, становясь символом бессмысленности жизни и бесполезности той жертвы, которую принес Павел во имя революции.

Тот же самый фольклорный образ рябины используется в характеристике Лары. Но это живой поэтический образ (а не капли крови на мертвом лице, напоминающие мерзлые ягоды), который придает огромные силы Юрию Живаго, когда он бежит из партизанского плена: «Я увижу тебя, красота моя писаная, княгиня моя, рябиношка, родная кровинушка» [12, с. 372]. В прозаическую часть романа Б. Пастернак вводит авторскую стилизацию в духе фольклора – песню «Что бежал заюшка по белу свету...». В песне о «заюшке» акцентированы мотивы бегства по белу свету, печали-разлуки и тоски по милой. Образ рябины в тексте приобретает персонифицированное значение жизненной спутницы рассказчика, его силы, источника любви, сочувствия и поддержки. В финале песни образы рябины и красавицы сливаются воедино. Это предвосхищает предстоящую встречу Лары и Юрия Живаго, развитие их человеческих отношений на фоне новой реальности, где «что-то сдвинулось в мире», где сместились моральные ценности и смыслы.

Противоречия, которые охватили революционное общество, воплощаются в романе «Доктор Живаго» через контрасты смыслов, заложенных в интертекстах. Б. Пастернак сталкивает точки зрения Николая Николаевича Веденяпина и Нила Феоктистовича Выволочнова. Веденяпин утверждает мысль о том, что Христос поясняет истину светом повседневности и что каждая жизнь символична, потому что она значительна. Выволочнов, являясь его идейным оппонентом, провозглашает обратное, отрицая и Христа, и христианскую философию, и искусство: «России нужны школы и больницы, а не фавны и неньюфары. (...) А вы думаете, что наоборот? Мир спасет красота, мистерии и тому подобное, Розанов и Достоевский?» [12, с. 43]. Здесь совмещаются музыкальный, живописный, литературный и философский интертексты: образы символистов и импрессионистов К. Дебюсси (симфоническая поэма «Послеполуденный отдых фавна» по мотивам одноименного стихотворения С. Малларме), К. Моне («Неньюфары»), непрямая цитата из романа Ф. Достоевского «Идиот» («Красота спасет мир»), упоминание имени В. Розанова как религиозного философа, увлекавшегося идеями Ф. Достоевского и отстаивавшего теорию бес-

смертия жизни («Легенда о Великом инквизиторе Ф. Достоевского»). Всё это совмещается, чтобы подвергнуться критике со стороны сторонников «нового мира». Отрицание достояний человеческой мысли и искусства воплощает мысль о всеобщем разрушении, начавшемся в стране. В диалоге Веденяпина и Выволочнова вновь актуализируется оппозиция Рим – христианство как «мир без Бога» и «мир с Богом». Веденяпин говорит: «Рим был толкучкою заимствованных богов и завоеванных народов, лавкою в два яруса, на земле и на небе, свинством, захлестнувшимся вокруг себя тройным узлом... <...> И вот в завал этой мраморной и золотой безвкусицы пришел этот легкий и одетый в сияние, подчеркнута человеческий... <...> и начался человек, человек-плотник, человек-пахарь, человек-пастух в стаде овец на заходе солнца» [12, с. 45]. В христианской утопии, озвученной Николаем Николаевичем, акцентированы библейские характеристики Иисуса Христа – плотник, пахарь, пастух в стаде овец, а также то, что Он – Сын человека, а потому каждый может следовать его путем Христа.

Однако общество в процессе революционных процессов всё больше и больше отдалялось от Христа, что в романе «Доктор Живаго» подчеркивается с помощью библейского интертекста со значением трагического разрыва завета (союза) с Господом. В изображении картины войны Б. Пастернак использует аналогии на библейские топосы Содомы и Гоморры, которые, согласно мифам, были уничтожены Богом за грехи их жителей и являются символом греховности и распутства. «Сбегай на улицу, Карпенко, спроси, по какому случаю содом», – сказал Юрий Андреевич» [12, с. 125]. В образе Устины в романе «Доктор Живаго» актуализируется библейский сюжет о Лотовой жене, которая оглянулась на разрушаемые небесным огнем нечестивые города Содом и Гоморру. Драматические события в Мелюзееве описываются Б. Пастернаком с помощью образа саранчи, которая тучами висела над крышами домов. Нашествие саранчи восходит к Библии, где этот образ встречается довольно часто («Книга Пророка Иоиля», «Откровение Иоанна Богослова» и другие), воплощая невиданные испытания, конец света. Революция в восприятии Юрия Живаго предстает в виде огромного наводнения, всемирного потопа. Еврейские погромы и издевательства вызывают в душе главного героя размышления о чаше страданий. Зыбушинская республика во главе с сектантом Блажейко, который «объявил новое тысячелетнее зыбушинское

царство, общность труда и имущества и переименовал волостное правление в апостолат», переворачивает библейский миф и доводит его до абсурда, создавая «мир наоборот», карнавалы, но вместе с тем и трагически реальный. Бессмысленность братоубийственной гражданской войны подчеркивается с помощью цитирования Псалма 90 («Живый в помощи Всевышнего»), считавшимся чудодейственным и оберегающим от пуль. Этот текст Юрий Живаго находит на груди в ладанках у представителей красных партизан и белогвардейцев (у телефониста и Сережи Ранцевича). Но Псалом не может защитить ни от ран, ни от смерти, как убеждается Юрий Живаго, в этой войне нет победителей и побежденных, ведь общество окончательно отступило от Бога.

Изображение революционных событий в библейском интертексте соединяется с историческими аналогиями (С. Разин, Е. Пугачев, Робеспьер, Наполеон, деятели Древнего Рима), литературными аллюзиями и реминисценциями («Гамлет» В. Шекспира, «Мы дети страшных лет России...» А. Блока и др.), интерпретацией философских теорий (Л. Толстой, Ф. Ницше и др.).

Жизненная история Лары Гишар предстает в ореоле интертекстуальных связей. Имя Лариса имеет устойчивое значение – «чайка». Фамилия с французского *guichet* означает «окно», «тюремное окно». То есть в самом имени героини содержатся мотивы неволи и порыва на свободу. Повествование о судьбе юной Лары вызывает ассоциации с темой детства Ч. Диккенса: «Это были самые ужасные места Москвы, лихачи и притоны, целые улицы, отданные разврату, трущобы «погибших созданий» [12, с. 24]. Появление рядом с Ларисой адвоката Комаровского сопровождается аллюзиями и реминисценциями на трагедию «Фауст» Й. В. Гете. Пёс Комаровского Джек вцепился в ногу Ларе, что напоминает черного пуделя, предшествующего приходу Мефистофеля. Соответственно Комаровский изображается как воплощение нечистой силы, фатального зла, а Лара – как современная белокурая Маргарита, чистая и непорочная дева. Впоследствии интертекст, связанный с Маргаритой из «Фауста», найдет воплощение в описании безумия Лары (в момент покушения на Комаровского и после выстрела). А в образе Юрия Живаго воплощены искания Фауста: «Каждый родится Фаустом, чтобы всё обнять, всё испытать, всё выразить» [12, с. 283]. Но это далеко не единственный аспект в образе главного героя.

В образе Комаровского также акцентирована метафора «человек-зверь», восходящая к Библии

(«Откровение Иоанна Богослова») и к роману Э. Золя «Человек-зверь» (1888), в котором главный герой стремится овладеть женщиной, а потом убить её: «Она требовалась ему дозарезу, а увидеть ее в это воскресенье не было возможности. Он метался, как зверь, по комнате, нигде не находя себе места» [12, с. 47]. Мотив звериного начала появляется и в стихотворении «Сказка» («Стихотворения Юрия Живаго»), где есть образы девы-красавицы, дракона и конного рыцаря, который «вышел на звериный след». Поэтический текст коррелирует с любовным треугольником Лара – Комаровский – Юра.

Падение Лары отражается в онирическом пространстве средствами фольклорного интертекста: «...а на земле поют «Черные очи да белая грудь» и «Не велят Машеньке за реченьку ходить» [12, с. 50]. В этих народных песнях рассказывается о судьбе бедной девушки, соблазненной молодчиком. Трагедию Лары усиливает сравнение её с образом Катерины из «Грозы» А. Островского, а также живописный интертекст – воспоминание-ассоциация Лары о картине «Женщина или ваза (Сложный выбор)» (1878) художника Г. Семирадского, на которой изображен римский патриций, размышляющий, что лучше купить – вазу или рабыню. «Она сейчас упадет без чувств посреди улицы от омерзения. Что она сейчас вспомнила?! Как называлась эта страшная картина с толстым римлянином в том первом отдельном кабинете, с которого всё началось? «Женщина или ваза». И она тогда еще не была женщиной, чтобы равняться с такой драгоценностью» [12, с. 54]. Соответственно образ Комаровского ассоциируется с римским патрицием, изображенным на картине Г. Семирадского.

Стремление Лары к внутреннему очищению воплощается в сцене, где она слышит и повторяет девять блаженств из Нагорной проповеди Христа (Евангелие от Матфея). Согласно Библии, следование им в земной жизни приведет к вечному блаженству в вечной жизни. «Блажени нищие духом... Блажени плачущие... Блажени алчущие и жаждущие правды... Лара шла, вздрогнула и остановилась. Это про неё. Он говорит: завидна участь растоптанных. Им есть что рассказать о себе. У них всё впереди» [12, с. 51]. В ходе развития сюжета образ Лары углубляется за счет ассоциации с Магдалиной, которая, согласно Библии, удостоилась увидеть воскресение Христа. Этот образ возникает и в прозаической, и в лирической частях романа (стихотворение «Магдалина»).

В восприятии Юрия Живаго Лара предстаёт то в образе читающей Татьяны Лариной, то в библейских образах Богоматери, ангела, свечи (символа божественного света), то в фольклорном образе рябиноушки. «Ты недаром стоишь у конца моей жизни, потаенный, запретный мой ангел, под небом войн и восстаний» [12, с. 424]. «А ты всё горишь и теплишься, свечечка моя яркая!..» [12, с. 435].

Любовную историю Юрия Живаго и Лары раскрывают также парные библейские (Адам и Ева, Христос и Магдалина) и литературные (Ромео и Джульетта) образы. Прямая цитата из трагедии В. Шекспира «Ромео и Джульетта», с одной стороны, воплощает сильные чувства героев, а с другой – предвосхищает их будущую трагедию и разлуку.

В финале романа Лара молится за Юрия Живаго словами молитвы за умерших: «И целуйте меня последним целованием» [12, с. 495]. «Могла ли она думать, что лежавший тут на столе умерший видел этот глазок проездом с улицы и обратил на свечу внимание? Что с этого, увиденного снаружи пламени, – «Свеча горела на столе, свеча горела», – пошло в его жизни его предназначение?» [12, с. 496]. В данном фрагменте обнаруживается внутренняя интертекстуальность, когда в прозу романа входит прямая цитата из стихотворения «Зимняя ночь» («Стихотворения Юрия Живаго»).

Вокруг образа главного романного героя Юрия Живаго, по сравнению с другими персонажами, сосредоточен наибольший комплекс интертекстов. В научной литературе достаточно глубоко изучен цикл «Стихотворения Юрия Живаго», где возникают библейские мотивы, связанные с сюжетами Священного Писания о Рождестве («Рождественская звезда»), пути и входе Христа в Иерусалим («Чудо», «Дурные дни»), молении в Гефсимании («Гамлет», «Гефсиманский сад»), положении во гроб и Воскресении («Гефсиманский сад», «Магдалина», «На Страстной»), Преображении («Август») и др. В цикле присутствуют известные библейские образы, которые поэтически переосмысляет главный герой романа и автор стихов – Юрий Живаго – в проекции на свою личную судьбу и судьбу всего общества (Фавор, чаша, ангел, свеча, Мария, Магдалина, Христос, Иуда, волхвы, апостолы и др.). В «Стихотворения Юрия Живаго» заложен библейский хронотоп через упоминание церковных праздников (Страстная, Пасха, Рождество, Преображение и др.). Всё это служит утверждению идеи вечной

жизни вопреки смерти. Эта идея звучала в самом начале романа и обрела лирическое воплощение в стихах Юрия Живаго (кольцевая композиция романа). Соединение библейского (Христос в Гефсимании) и шекспировского (размышления Гамлета) интертекстов в начальном стихотворении «Гамлет» создаёт напряжённую ситуацию нравственного и философского выбора жизненного пути – ситуацию, в которой находился Иисус Христос, Гамлет, а теперь Юрий Живаго.

Помимо лирической части, образ Юрия Живаго концентрирует вокруг себя множество интертекстов и в прозе романа. Сквозь призму библейских цитат, аллюзий, реминисценций, образов, мотивов Юрий Живаго воспринимает стремительно изменяющийся мир (крестный путь, Содом и Гоморра, Страшный суд, дьявол, всемирный потоп, вавилонская башня, Иуда и т. д.). Особое поэтическое и христианское видение позволяет главному герою осознать драматизм революционных процессов и абсурд советской действительности, несоответствие хода общественной истории библейским ценностям. Однако Юрий Живаго даже в условиях террора не теряет способности мыслить и верить в торжество жизни и силу Творца. С библейским интертекстом, сконцентрированным вокруг образа Юрия Живаго, тесно связаны мотивы дара (жизни и творчества), духовного воскресения личности, любви, принятия страданий как нравственного испытания и др. Помимо библейского интертекста, для понимания образа Юрия Живаго и его отношений с другими персонажами, миром и самим собой большое значение имеют тексты русской и мировой классической литературы, современный литературный контекст, а также труды философов XIX–XX веков. Юрий Живаго воспринимает А. Блока как «явление Рождества во всех областях русской жизни» [12, с. 82]. Под влиянием А. Блока пробуждается его творческое призвание и стремление написать лирическое «поклонение волхвов». Юрий Живаго много говорит о своем увлечении Ф. Достоевским и В. Маяковским (как «продолжении Достоевского»). Образы нигилистов, революционеров и футуристов неоднократно возникают в сознании героя, попавшего в водоворот общественных процессов на рубеже веков. В юности Юра, Тоня Громеко и Миша Гордон увлекались сочинениями В. Соловьёва («Смысл любви») и Л. Толстого («Крейцера соната»), в которых идет речь о разных типах любовного чувства. Собственно, эти различные типы любви испытал Юрий Живаго в отношениях с Тоней и Ларой.

Библейские и литературные тексты становятся мощной духовной поддержкой для главного героя. Особенно в годы голода и террора, когда семья временно смогла укрыться от невзгод в Варькино. Там Юрий Живаго повторяет стихи Ф. Тютчева («Какое лето, что за лето! Ведь это право волшебство...»), представляет себя «подобно Робинзону, подражая Творцу», вспоминает «толстовское опрощение», перечитывает «Евгения Онегина» и другие поэмы. Разговоры о книгах А. Пушкина, Н. Гоголя, Л. Толстого, Ф. Достоевского, И. Тургенева, И. В. Гете, В. Шекспира, а также о христианской истории помогают Юрию Живаго не утратить смысл существования и способность к творчеству. Именно в библиотеке, среди книг, он вновь увидит Лару, которая предстанет перед ним в образе читающей пушкинской героини из «Евгения Онегина». То, что дом Лары украшали женские мифологические кариатиды (музы с бубнами, лирами, масками), кажется Юрию Живаго особым знаком, ведь при всех разрушениях именно культура остается незыблемой навсегда. Вместе с Ларой и через свет культуры Юра обретает новый смысл – не как «сверхчеловек или полубог», а как частное лицо, жизнь которого имеет большое значение, по убеждению Б. Пастернака. «Отдельная челове-

ческая жизнь стала Божьей повестью, наполнила своим содержанием пространство вселенной» [12, с. 410]. В образе Юрия Живаго воплощена идея литературного творчества и шире – поэтического отношения к миру. Поэтому в прозаической части романа большую роль играет внутренняя интертекстуальность: цитирование Юрием Живаго своих текстов из «Стихотворений Юрия Живаго» («Зимняя ночь», «На Страстной» и др.); отрывки из записей Юрия Живаго; фрагменты из его произведения «Игра в людей» («мрачный дневник или журнал тех дней, состоящий из прозы, стихов и всякой всячины»).

Выводы и предложения. Интертекстуальность позволила Б. Пастернаку не только отразить жизненный и духовный путь главного героя «Доктора Живаго» в сложном социальном контексте, но и открыть новые горизонты в развитии романа как поливекторного и синтетического жанра (эпического и лирического) – воплощения общего хода истории и культуры сквозь призму частной жизни человека. Дальнейшее исследование жанра романа в аспекте интертекстуальности позволит установить закономерности развития литературного процесса и особенности «диалога культур» в эпоху XX века.

Список литературы:

1. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика: Пер с фр. Москва : Прогресс. 1989.
2. Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа. *Эстетика словесного творчества*. Москва : Искусство. 1979.
3. Буров С. Г. Сказочные ключи к «Доктору Живаго». Пятигорск : «РИА на КМВ». 2007. 968 с.
4. Буров С. Г. Пастернак и Чаадаев. Пятигорск : Изд-во ПГЛУ. 2009. 218 с.
5. Буров С. Г. Игры смыслов у Пастернака: В 2-х ч. Ставрополь : Изд-во СГУ. 2010. Ч. 1. 225 с.; Ч. 2. 229 с.
6. Буров С. Г. Полигенетичность художественного мира романа Б.Л. Пастернака «Доктор Живаго». Диссертация...доктора филологических наук. Ставрополь. 2011.
7. Буров С. Г. Реминисцентный слой пушкинского «Пророка» в «Докторе Живаго» Б. Л. Пастернака. *Вестник Российского университета Дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика*. 2011. № 1. С. 11–19.
8. Власов А. «Явление Рождества» (А. Блок в романе Б. Пастернака «Доктор Живаго»). *Вопросы литературы*. 2006. № 3. С. 87–119.
9. Волосевич Л. В. К вопросу об интертекстуальных связях: деревенское пространство в «Мертвых душах» Н.В. Гоголя и в романе Б.Л. Пастернака «Доктор Живаго». *Наукові записки Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди. Серія: Літературознавство*. 2011. № 4 (1). С. 3–11.
10. Гаспаров Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. Москва : Новое литературное обозрение. 1996. 495 с.
11. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман. *Диалог. Карнавал. Хронотоп*. 1993. № 4. С. 5–24.
12. Пастернак Б. Доктор Живаго. *Пастернак Б. Собр. соч.*: в 11 томах. Т. 4. Москва : Слово. 2004. С. 6–548.
13. Ронен О. Лексические и ритмико-стилистические повторения и «неконтролируемый подтекст». *Известия РАН. Серия литературы и языка*. Т. 56. 1997. № 3. С. 40–44.
14. Суханова И. А. Интертекстуальные связи романа Б. Л. Пастернака «Доктор Живаго» с повестью Ф. М. Достоевского «Село Степанчиково и его обитатели». *Верхневолжский филологический вестник*. 2019. № 1. С. 86–92.
15. Фатеева Н. Интертекст в мире текстов. Москва : Либроком. 2012. 284 с.

16. Фуко М. Археология знания. Санкт-Петербург : Гуманитарная Академия. 2004.
17. Kristeva J. *Desire in language: a semiotic approach to literature and art*. New York : Columbia University Press. 1980.
18. Lévi-Strauss C. *Anthropologie structurale*. Paris : Plon. 1958.

**Nikolenko O. N. INTERTEXTUALITY IN THE 20TH CENTURY NOVEL
(BASED ON THE NOVEL “DOCTOR ZHIVAGO” BY B. PASTERNAK)**

The article presents a comprehensive and multifaceted study of intertextuality in the novel “Doctor Zhivago” by B. Pasternak. The author traces the intertextual connections of the novel “Doctor Zhivago” with world literature, philosophy, folklore, and the Bible, determines the forms and ways of creating intertextuality in the work, primarily in its prose part. The internal intertextuality in the novel is also revealed, namely the textual connections between its prose and poetic parts, as well as between the novel “Doctor Zhivago” and other works by B. Pasternak. The influence of intertextuality on the development of the novel genre and individual style of the writer is also examined.

The biblical intertext (stories about the Virgin Mary, Jesus Christ, Lot’s wife, Sodom and Gomorrah, etc.), which permeates every level of the work, plays the leading role in organizing the structure of the novel Doctor Zhivago. There are many intertexts revolving around the figure of Yuri Zhivago in the prose and lyrical parts of the novel. Through the prism of biblical quotes, allusions, reminiscences, images, motives, Yuri Zhivago perceives a rapidly changing world. A special poetic and Christian vision allows the protagonist to realize the drama of revolutionary processes and the absurdity of Soviet reality, the inconsistency between the course of social history and biblical values. However, even under the reign of terror, Yuri Zhivago does not lose his ability to think and believe in the triumph of life and the power of the Creator. The biblical intertext is closely related to the motives of the gift (life and creativity), the spiritual resurrection of the personality, love, acceptance of suffering as a moral test, etc. Texts of Russian and world classical literature (L. Tolstoy, F. Dostoevsky, A. Pushkin, F. Tyutchev, etc.), the modern literary context (A. Blok, V. Mayakovsky, etc.), as well as works of philosophers of the 19th-20th centuries (F. Nietzsche, V. Soloviev, I. Kant, etc.) are of great importance for understanding the character of Yuri Zhivago and his relations with other characters, the world and himself.

The depiction of revolutionary events in the biblical intertext (the Flood, Sodom and Gomorrah, etc.) is combined with historical analogies (S. Razin, E. Pugachev, Robespierre, Napoleon, emperors of Ancient Rome), literary allusions and reminiscences (“Hamlet” by W. Shakespeare, poems by A. Blok, etc.), the interpretation of philosophical theories of the 19th-20th centuries.

Lara Guichard’s life story abounds with intertextual connections with the works of J. W. Goethe (Margarete), A. Ostrovsky (Katerina), A. Pushkin (Tatyana Larina), folklore (images-symbols of rowanberry, candles), art (painting, music), and the Bible (Magdalene). Paired biblical (Adam and Eve, Christ and Magdalene) and literary (Romeo and Juliet) characters are used when unfolding the love story of Yuri Zhivago and Lara.

Key words: Boris Pasternak, Doctor Zhivago, novel, intertext, intertextuality, image, motive, allusion, reminiscence, genre, “dialogue of cultures”.

Хайруліна Н. Ф.

Луганський державний університет внутрішніх справ імені Е. О. Дідоренка

ЖИТТЯ ЯК ЯРМАРОК І ЯРМАРОК ЯК ЖИТТЯ В ЛІТЕРАТУРІ АНГЛІЇ ТА УКРАЇНИ КІНЦЯ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

Дослідження є спробою комплексного аналізу принципу «життя як ярмарок і ярмарок як життя» в художній літературі. Велику увагу зацентовано на природі й функціях поняття «ярмарок» в літературознавстві, вичерпно аргументовано доцільність дослідження саме цього принципу. Реалізовано спробу виявити й дослідити принцип «життя як ярмарок і ярмарок як життя» у творах В. Текеря та І. Франка в ракурсі сучасного компаративного літературознавства; комплексно проаналізовано функціонування цього принципу на поетологічному та семіотичному рівнях; здійснено порівняльно-типологічне зіставлення творчого доробку письменників, а також уточнено роль і значення комплексного художнього-семіотичного аналізу літературного твору. Обраний за основу дослідження художньо-семіотичний компаративний аналіз долає усталену суперечність між поняттями «аналіз тексту» та «інтерпретація твору». Це означає, що результатом аналізу і художнього тексту, й інтерпретації літературного твору є побудова їхніх моделей.

На основі аналізу науково-практичного доробку представників структуралістського підходу (Р. Барта, Ю. Лотмана, У. Еко, Юлії Крістевої та інших) визначається роль семіотичного аналізу літературного твору. Беручи до уваги суспільно-історичні умови періоду, в якому було створено об'єкти дисертації (а саме: друга половина ХІХ – початок ХХ століття): період різноманітних революційних рухів, наукових відкриттів, актуальність буржуазних і національних перетворень, формування нових імперій, активний розвиток торговельних відносин, у світовій літературі з'являється новий тип героя – людина, яка прагне всіма засобами домогтися життєвого добробуту, мати фінансову незалежність, авторитет у суспільстві, реалізацію задуманих цілей. Саме тому логічним у роботі бачиться дослідження саме принципу «життя як ярмарок і ярмарок як життя», де все продається й купується.

Ключові слова: принцип «життя як ярмарок», поетика, семіотика, жанр, сюжетно-тематичні особливості.

Постановка проблеми. Суспільно-політичні процеси кінця ХІХ – початку ХХ століття значно вплинули на розвиток світової літератури. Тому закономірним є той факт, що в контексті літературного процесу зазначеного періоду, коли характер фінансових відносин у світі досяг апогею, письменники, намагаючись працювати в інтересах читача, починають активно звертатись до проблеми сутності фінансових відносин. Наслідком цього стала поява персонажів, які готові на все заради досягнення мети, «продають» себе, щоб отримати певне збагачення, однак зазнають моральної деградації. Життя персонажа за принципом, що все продається й купується, посідає одне з провідних місць у світовій літературі.

Актуальність теми дослідження зумовлена потребою поглиблення сутності втілення принципу «життя як ярмарок і ярмарок як життя» та з'ясування авторських стратегій щодо створення його структурних компонентів. Обрана порівняльна комбінація – романи української

та англійської літератур – дає змогу розглянути творчість вітчизняних митців у контексті світової літератури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Варто зазначити, що нині є багато різноаспектних досліджень, спрямованих на вивчення художніх особливостей українського та англійського реалістичних романів. Велику цінність для нашої студії мають наукові праці Ю. Лотмана, Ю. Крістевої, Р. Барта, які присвячено структуральному аналізу; праці з теорії літературного моделювання В. Жирмунського, Н. Астрахан, А. Соломоніка; компаративні дослідження зарубіжних (К. Джонатана, К. Пішуа, П. Брюнеля) і вітчизняних (В. Будного, М. Ільницького, Л. Грицик та інших) науковців; дослідження, які спрямовано на вивчення художніх особливостей творів В. Текеря та І. Франка (Дж. Макмастера, Дж. Кері, Г. Шоу, Е. Гардена, Т. Івашевої, Н. Бернадської, М. Левченка, М. Ткачука, В. Дмитренко та інших). Висвітлення теми природи ярмаркування належить дослідниці

О. Новік «Мотив ярмарку у творах український романтиків».

Постановка завдання. Мета студії полягає у виявленні типологічних й індивідуально-авторських особливостей репрезентації принципу «життя як ярмарок і ярмарок як життя» шляхом компаративного зіставлення в українській та англійській літературах.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань:

- окреслити особливості функціонування поняття «ярмарок» у літературознавстві;
- розглянути принцип «життя як ярмарок і ярмарок як життя» як світомоделювальне начало у творах української та англійської літератур другої половини XIX – початку XX століття;
- з'ясувати авторські стратегії щодо творчої реалізації основних компонентів заявленого принципу.

Виклад основного матеріалу. Своєрідність національних варіантів реалізму впливає передусім зі специфіки його співвідношення з дійсністю, зокрема з життям певної країни за певної історичної епохи.

Значна роль у розвитку реалістичної літератури в різних країнах належала культурно-історичним чинникам. Як уже зазначалося, література існує не сама по собі, вона є складником духовної культури, яка становить системну єдність. У цій єдності за різних епох визначаються домінанти, що справляють суттєвий вплив на інші види духовної, творчої діяльності людини, зокрема й на літературу.

Незважаючи на те, що реалістичний роман, як і реалізм загалом, кожної країни має свої національні репрезентанти, типологія сходження та естетика цього культурного явища виявлялася як у Англії, так і в Україні деякою мірою ідентично.

Серед загальних тенденцій реалістичного роману англійської та української літератур можна виділити такі:

- тенденція до психологізації прози;
- порушення важливих проблем виховання та освіти на тематичному рівні (тенденція моральності);
- тенденція створення типових характерів за типових обставин;
- тенденція до зображення сільської молоді, яка в пошуках кращого життя їде до міста.

З метою реалізації поставлених у дослідженні завдань логічним буде розглядати художній принцип «життя як ярмарок і ярмарок як життя» в контексті пошуку шляхів досягнення щастя героями

запропонованих реалістичних романів. Асоціація нашого життя з ярмарком має глибоко філософське обґрунтування.

Абстрактний характер вираження поняття «життя як ярмарок і ярмарок як життя» в літературі має цілком фактичні ознаки, які не варто ототожнювати з образами «життя як базар», «у житті як на ринку», тому що природа ярмарку й базару різна.

Український тлумачний словник наводить такі пояснення цим термінам:

1) Ярмарок (від. нім. Jahrmarkt, букв. – щорічний торг) – торги, що регулярно відбуваються у визначений час у певному місці, на які з'їжджаються люди для продажу та купівлі товарів, укладання торгових угод.

2) Базар – це місце роздрібного продажу продуктів харчування, організована торгівля спеціальними товарами в період найбільшого попиту на них.

3) Ринок – місце роздрібного продажу продуктів харчування та інших товарів; базар [1].

Ба більше, базар і ринок відбуваються щодня, це повсякденний бік купівлі-продажу, тоді як ярмарку, окрім комерційного компоненту, притаманний святковий. Ярмарок – народне свято, до якого готуються заздалегідь, куди відбирається й демонструється все найкраще. Подібно до героїв названих творів, які готові на все заради вигідного продажу себе за найдорожчу ціну.

На базарі можна придбати різні товари, тоді як на ярмарку представлено певну категорію з них. Вхід на ринок є вільним, а за відвідування ярмарку нерідко стягується певна плата. У творах найчастіше це плата своїм здоров'ям, гідністю, душею, навіть життям.

Отже, основними ознаками ярмарку є такі: періодичність, святковість, селективність та обмежена доступність.

Проблема знецінення людини в суспільстві була, є і залишається актуальною.

Треба зазначити, що тему ярмарку в українській літературі вперше порушив М. Гоголь. Письменник майстерно вказує на глибоку природу ярмаркування в повістях «Сорочинський ярмарок» (1832), де сфокусовано увагу на елементі святковості, маскараду, колективності. Сюжет повісті письменника «Портрет» (1833–1834) містить модель «життя – ярмарок».

Українські прозаїки 70–90 років доповнили галерею соціальних типів, серед яких уже були описані інтелігенти, просвітники, селяни, протестанти, образами повії (Панас Мирний «Повія», 1883) та емансипованої, самостійної жінки (І. Франко «Для домашнього огнища», 1897).

Реалістичні романи англійської літератури, так само як і української, спрямовані на проблему гармонізації духовного життя суспільства. Спільна проблематика дає підстави порівняти два абсолютно різних за обсягом (мається на увазі й ідейно-естетичний, й фактичний, 612 й 154 сторінки) твори, які вміщують у собі загальний філософський принцип «життя як ярмарок і ярмарок як життя».

Розгляд сюжетно-тематичних особливостей наведених прозових творів убачаємо логічним з огляду на те, що В. Текерей та І. Франко були першими представниками у вітчизняних літературах, хто усвідомив істину, яку і в наш час розуміють не всі митці, вони вбачали зв'язок соціальних причин і духовних наслідків у формуванні людської вдачі, досягнули це всебічно, без спрощень і надмірної прямолінійності. Варто наголосити, що у творах В. Текерея й І. Франка увиразнюються специфіка функціонування сатиричного дискурсу та їхні погляди на сатиру. Ірина Плавуцька зауважує, що обидва письменники «одностайні щодо характеру емоцій, які повинен викликати сатиричний твір, і завдань розвінчання «слабких і смішних» явищ життя як основної соціальної функції сатиричного твору» [6, с. 162–166]. Спільним для англійського та українського письменників є також переконання, що суспільно-політична сатира покликана відтворювати широку картину життя суспільства, взяту в його найхарактерніших ознаках і типах.

Вершиною творчості В. Текерея є роман «Ярмарок суети» (1847–1848). У цьому творі символічною є вже назва, що розкриває модель «життя – ярмарок», де все купується й продається. Це головний образ, який пояснюється в тексті в авторських відступах майже пів сотні разів, – це образ Ярмарку суети, або Ярмарку сарнославства («The Vanity Fair»).

Тоді як представник англійської літератури використовує влучну метафору як перший жанротворювальний складник моделі «життя – ярмарок», І. Франко назвою роману «Для домашнього огнища» напряду розкриває мету, яку бачила головна героїня твору й заради чого робила певні аморальні вчинки. Намагаючись заробити якомога більше грошей, героїня І. Франка сама не зрозуміла, як перетворила своє життя і своїх рідних на суцільний ярмарок.

Окрема особливість притаманна іменам ключових персонажів. Літературознавці давно вже помітили, що в романі «Ярмарок суети» багато

контрастних постатей, починаючи із двох жіночих персонажів – Ребекки та Емілії – або персонажів двох чоловіків, доля яких пов'язана з Емілією Седлі, – Джорджа Осборна і Доббіна. Таких антитез чимало й у посиланнях роману, автор діє за законом зіставлення протилежностей, контрастних барв, примушуючи кожен ставати яскравішою, соковитішою. В. Текерей бездоганно володіє контрастним зіставленням, цей могутній художній засіб нарікає одну з героїнь Ребекка Шарп (Rebecca Sharp), чие прізвище в перекладі означає «гостра, різка, кмітлива». Наділяючи героїню таким ім'ям, автор у такий спосіб презентує її домінуючі людські риси.

Основним об'єктом сатиричного зображення у В. Текерея є переважно різноманітні вияви феномена снобізму.

Анеля Ангарович – ім'я ключової постаті в романі І. Франка «Для домашнього огнища». Таким, на перший погляд «грубим», «твердим», з погляду фонетики, прізвищем автор наділяє тонку жіночу натуру, яка потребує домашнього затишку й щастя.

Суттєвою відмінністю між романом В. Текерея та твором І. Франка є особливість відтворення хронології подій. У романі «Ярмарок суети» події відбуваються протягом десятиліття, світові події змінюють одна одну, але це не заважає читачеві чітко відчувати задум блискучого майстра алегорії – В. Текерея. Можна чітко виділити дві сюжетні лінії: долю Емілії Седлі та історію особистісного становлення й падіння Ребекки Шарп. З перших сторінок роману стає зрозумілим походження й матеріальний стан двох дівчат: «Емілія Седлі була дочкою лондонського купця, досить заможного чоловіка, а Беккі Шарп платила за пансіон своєю працею з меншими дітьми...» [7, с. 21]. «Батько Ребекки Шарп був художником і давав уроки малювання, проте він легковажно марнував свій хист і мав велику схильність залазити в борги та вчащати до пивниць» [7, с. 26]. Маючи різне дитинство й різні погляди на життя, обидві подруги мали одну мету – стати щасливими. Але, на відміну від наївної Емілії, яка «...була найдобріша й найскромніша з-поміж усіх», Ребекка Шарп цілком реалістично сприймала життя та сміливо визнавала свої недоліки. Під час поїздки з пансіону Ребекка говорить важливу фразу, яка вже з перших сторінок налаштовує читача на роздуми про філософський сенс продажного життя: «Світ – це дзеркало, він кожному відбиває своє справжнє обличчя...» [7, с. 26].

Автор протиставляє не тільки світогляд і похдження, кожна з них мала свою неповторну зовнішність. «Ребекка була маленька, тендітна, бліда дівчина з рудими косами, що звичайно ходила опустивши очі, та коли підіймала їх, вони здавалися великими, загадковими і чарівливими... Поряд з іншими, високими й квітучими вихованками пансіону, Ребекка Шарп здавалася дитиною» [7, с. 27].

Емілія Седлі мала янгольську зовнішність, співала, немов соловейко, й «...мала таке добре, веселе, ніжне й чутливе і щедre серце, що прихилилася до себе кожного, хто спілкувався з нею» [7, с. 21].

Героїня І. Франка неабиякої краси жінка, з нею читач знайомиться не в юні роки, як із Ребекою Шарп, а тоді, коли Анелі вже 28 років і вона чудова мати двох дітей: «... розкішно розвита брюнетка з блискучими чорними очима, з цвітом молодості і здоров'я на повних рум'яних щоках, на чудово викроєних малинових устах, з маленькою ямочкою на круглому підборідді, що надавала їй вираз жартовливої молодості і невинності, – се, очевидно, пані дому. Ніхто би по ній не пізнав, що їй 28 літ, що вона мати двоїх дітей, котрі ходять уже до початкової школи, – так молодим, свіжим і непочатим видається її лице, вся її еластична, дівоча і чаруюча постать» [8, с. 3].

На різних етапах життя, Ребекка (16 років) – ще з юнацтва, Анелі (28 років) – відчувши нагальну потребу забезпечити своїх дітей, героїні чітко усвідомлюють для себе, що вони ладні піти будь-якими шляхами заради матеріального блага й визнання в суспільстві.

Наділяючи своїх героїнь на перший погляд досить негативними рисами: жага до багатства, певна нахабність, автори все ж дарують цим жінкам здатність до самокритики, іноді самоіронії. Наприклад, Ребекка Шарп абсолютно відверто стверджує: «Мстивість – риса, зате природна. А я не свята, зовсім не свята» [7, с. 25].

Композиції роману «Ярмарок суєти» та роману «Для домашнього огнища» подібні щодо ускладненості, розгалуженості, використання таких художньо-стилістичних прийомів, як гіперболізація, алегорія, антитези, контраст й асоціація внутрішнього світу персонажів із зображувальним зовнішнім. Ці сюжетно-тематичні особливості допомагають чітко окреслити в індивідуальній світоглядній структурі творів присутність запропонованої нам моделі. Існування героїнь за принципом «життя – ярмарок» презентовано митцями як вузловий «нерв» на тлі загальної картини світу до кожного твору.

У творчості І. Франка та В. Текерея домінантною є реалістична модель світу, зокрема сатирична, сферою художніх прерогатив прозаїків було розв'язання злободенних національних, соціальних проблем. Спільним для митців є зображення впливу об'єктивно існуючої дійсності на духовний світ людини. В. Текерей у своєму романі точно локалізує дію в містечку Англії, Франко топографічно точний у просторі Львова.

Уважаємо, що сила соціального та морального впливу прози В. Текерея та І. Франка не тільки у викритті, але у всепроникній іронії, що оголює фальш, вади, претензійність. Письменник використовував грізну зброю сатири й гротеску, намагаючись виправити соціальні вади, ось чому в його творах відчувається гіркий критичний присмак. Крім того, В. Текерей прагнув створити добре продуманий і зважений художній світ, критикував пафос, сентиментальність і риторичку та закликав бути природними й правдивими. У романі «Ярмарок суєти» перед читачем постають люди різних соціальних кіл – буржуа, аристократи, члени парламенту, поміщики, військові, дипломати, вчителі, гувернантки, економки, слуги. Усі вони живуть за законами «Ярмарку», де продається і все купується, де розмір капіталу є міркою людської честі, всім керують успіх і багатство, де «титул і карета – іграшки більш дорогі, ніж щастя» [7, с. 14]. Отже, «Ярмарок суєти» позначений синтезом історичного та сучасного роману. Минуле, теперішнє та майбутнє є рівними для автора перед лицем гри фатуму, саме тому В. Текерей іронічно зближує в романі далеке та близьке, велике та мале, героїчне та побутове.

Амплітуда простору переживання в І. Франка більша, ніж у В. Текерея, але вихідні ситуації дуже подібні. В обох творах письменники змальовують молодих, вродливих героїнь, веселих за вдачею, щасливих чоловіків, на перший (або швидше поверховий) погляд усе дуже добре. Однак із самого початку в окремих репліках чи деталях автори закладають ледь уловимий дисонанс, у безжурність закрадається відчуття несподіваного лиха. На нашу думку, особливу увагу у романі І. Франка привертає специфіка моделювання цього художнього простору. Домінантним, безперечно, є простір переживання, що співпадає зі світотворчою вертикаллю письменника. В обох творах існування таємниці та загроза їй розкриття зумовлюють виникнення для всіх персонажів ситуації випробування. Перша її стадія – очікування. Навперемінна поява надії, що можна розквитатися з минулим, – і втрата її, наростання

тривоги, одчайдушні зусилля перешкодити чоловікові (Ребекка – Роудену, Анеля – Антону) дізнатися правду.

Особливої уваги в досліджуваних творах заслуговує елемент так званого віддзеркалення головних персонажів. Під цим маємо на увазі, що за кожною з героїнь у творах зустрічається ще одна постать із такою ж життєвою позицією «життя – це ярмарок».

Гасло Ребекки Шарп повністю підтримує лорд Стайн. Сприймаючи життя лише як гру, лорд Стайн сам чітко розуміє, що насправді має нещасливу долю. Потрапивши до рук лорда Стайна, Ребекка чітко розуміє, що є лише здобиччю в руках безжального чоловіка. Але, незважаючи на це, героїня В. Текерея готова «заплатити» таку страшну ціну за можливість стати частиною англійської аристократії.

Отже, можемо спостерігати тотожне віддзеркалення життєвих позицій Ребекки Шарп та лорда Стайна в романі В. Текерея «Ярмарок суети».

У романі І. Франка елемент віддзеркалення стосується Анелі Ангарович та її близької подружки пані Шаблінської. На початку твору автор

одразу вводить нас у вир подій. Першою у творі з'являється пані Ангарович, дружина капітана, що п'ять років служив у Боснії, яка чекає на повернення свого чоловіка до Львова. З цієї нагоди вона готує йому покої, обід і тішиться, що поряд із нею її вірна приятелька пані Шаблінська.

Висновки і пропозиції. Аналіз текстів обох письменників дає підстави говорити про типологічні відповідності й у баченні В. Текереєм та І. Франком людей як «акторів» життєвої «комедії» (у В. Текерея) чи «драми» (у І. Франка). Персонажі Франкового роману такі ж «маріонетки долі», як і дійові особи Текереєвого «Ярмарку суети».

Певні типологічні відповідності вбачаємо й у використанні обома письменниками такого звичного елементу театральної атрибутики, як «завіса» (у І. Франка – «серпанок»). У романі англійського сатирика з топосом завіси пов'язано два ритуали – ритуал «опускання» та ритуал «піднімання» завіси, у яких цей концепт здебільшого набирає переносного метафоричного і навіть символічного значення. З ритуалом «піднімання» можна асоціювати матеріальне збагачення Анелі, з ритуалом «опускання» – її самоубство.

Список літератури:

1. Академічний тлумачний словник української мови в 11 томах. Київ : Вид-во «Наукова думка», 1970–1980.
2. Александрова Г. А. Проблеми вивчення традиційних сюжетів, образів, мотивів у порівняльному літературознавстві кінця ХІХ – початку ХХ ст. *Літературознавчі студії* : зб. наук. пр. Київ : Київський університет, 2004, Вип. 7. С. 3–7.
3. Астрахан Н. І. Буття літературного твору: Аналітичне та інтерпретаційне моделювання : монографія. Київ : Монограф, 2014. 432 с.
4. Бернадська Н. І. Український роман: теоретичні проблеми і жанрова еволюція : монографія. Київ : Академвидав, 2004. 368 с.
5. Гальчук О. В. Моделі світу в художніх текстах ХХ століття: особливості авторських варіантів. *Султанівські читання*. Вип. VII. Івано-Франківськ : Симфонія форте, 2018. С. 85–100.
6. Плавуцька І. Р. Суспільно-політична сатира І. Франка та В. Текерея: монографія. Тернопіль : ТІЕП, 2008. 160 с.
7. Текерей В. М. Ярмарок суети (Роман без героя) / пер. Ольга Сенюк. Київ : Вища школа, 1983. 621 с.
8. Франко І. Я. Зібрання творів: у 50 т. Київ : Наук. думка, 350 с.

Khairulina N. F. LIFE AS A FAIR AND A FAIR AS LIFE IN THE LITERATURE OF ENGLAND AND UKRAINE IN THE LATE XIX – EARLY XX CENTURY

The study is an attempt to analyze the principle of “life as a fair and fair as life” in fiction comprehensively. Much attention is paid to the nature and functions of the “fair” concept in literary criticism, the feasibility of studying this principle is exhaustively argued. An attempt was made to identify and investigate the principle of “life as a fair and a fair as life” in the works by W. Thackeray and I. Franko in the perspective of modern comparative literature; the functioning of this principle at the poetic and semiotic levels is comprehensively analyzed; the comparative-typological comparison of the creative work of writers was made, as well as the role and significance of a complex artistic-semiotic analysis of a literary work was specified. The artistic-semiotic comparative analysis chosen as the basis of the research overcomes the established contradiction between the concepts of “text analysis” and “interpretation of the work of art”. This means that the result of the analysis of both the literary text and the interpretation of a literary work is the construction of their models.

The role of semiotic analysis of a literary work is determined on the basis of the analysis of the scientific and practical achievements of the representatives of the structuralism approach (R. Barthes, Y. Lotman, U. Eco, Yu. Kristieva, etc.). Taking into account the socio-historical conditions of the period in which the objects of dissertation research were created (namely: the second half of the XIX – early XX century): the period of various revolutionary movements, scientific discoveries, relevance of bourgeois and national transformations, formation of new empires, active development of trade relations, a new type of hero appears in world literature – a man who seeks by all means to achieve the well-being of life, to have financial independence, authority in society, the realization of intended goals. That is why it seems logical to study the principle of “life as a fair and a fair as life”, where everything is sold and bought.

Key words: principle of “life as a fair”, poetics, semiotics, genre, plot-thematic features.

Чик Д. Ч.

Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна академія імені Тараса Шевченка

МІСТО ТА ПОВСЯКДЕННІСТЬ: ЖАНРОВИЙ РІЗНОВИД «ФІЗІОЛОГІЧНОГО НАРИСУ» У ТВОРЧОСТІ В. ДАЛЯ І Ч. ДІКЕНСА

Порівняльно-типологічний аналіз прозового доробку В. Даля та Ч. Дікенса дає можливість виявити спільності в художньому мисленні митців, які майже паралельно започатковували новий жанровий різновид у своїх літературах. Компаративне зіставлення окреслює й розбіжності, що були зумовлені національною специфікою та історичними умовами, а також «духовним кліматом» у Російській і Британській імперіях першої половини XIX ст.

Вияв спільних типологічних особливостей «фізіологічних нарисів» В. Даля та Ч. Дікенса допоміг з'ясувати чіткі риси, які вирізняють цей жанровий різновид від інших жанрів, зокрема й публіцистичних. В. Даль і Ч. Дікенс у «фізіологічних нарисах» намагалися відобразити точну й фактологічно насичену картину образів і звичаїв, «беручи» їх із повсякденного життя. Хронотоп міста набуває специфічного значення саме у «фізіологічному нарисі», автор якого повинен зробити фотографічний і водночас багатовимірний знімок, щоб із максимальною точністю відтворити часопросторові характеристики міського топосу. У «фізіологічному нарисі» В. Даля та Ч. Дікенса столиця як центр деміфологізується, втрачає свою сакральність. Історія міста – це історії його жителів, без легенд, переказів чи міфів, без фантазмагорії та містики. Повсякденні історії протиставлені вигадкам, вони спираються на деклароване безпосереднє споглядання та правдивий опис.

Жанр «фізіологічного нарису» є своєрідним попередником майбутніх соціологічних досліджень, а також майбутніх прозових жанрів, які вписуються в парадигму реалізму XIX ст. Важливим складником художнього світу досліджуваного жанру є хронотоп повсякденності. Відповідно, художні світи «фізіологічних нарисів» реалізувалися схожими поетикальними прийомами та засобами, що доводить необхідність подальших компаративних досліджень творчості обраних авторів.

Ключові слова: «фізіологічний нарис», жанр, часопростір, повсякденне життя, типізація.

Постановка проблеми. Як відомо, «фізіологічні» нариси отримали свою назву завдяки оригінальній збірці афористичних есе на тему гастрономії à la Монтезь французького письменника Ж. А. Брійя-Саварена (1755–1826) «Physiologie du Goût...» («Психологія смаку...») (1825). Згодом чималу популярність у Франції завоювали дев'ять випусків часопису «Les français peints par eux-mêmes» («Французи в їхньому власному зображенні») (1840–1842). У центрі уваги авторів були «фізіології» людей, міст, народів і навіть тварин. «Фізіологічні нариси» були поширені не лише у Франції першої половини XIX ст.: майже одночасно з французькими схожі збірки з'явилися у Британській, а пізніше й у Російській імперії.

Тема «фізіологічного нарису» належить у сучасному порівняльному літературознавстві до малодосліджених: досі цей жанровий різно-

вид на матеріалі творчості В. Даля та його британських візаві не ставав предметом окремого ґрунтового аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У літературознавстві тему «фізіологічного нарису» в російській літературі ґрунтовно досліджували монологічно. Варто назвати важливі й актуальні дослідження Ю. Голубицького, В. Кулешова, Ю. Манна, В. Марковича, О. Цейтліна та інших. «Фізіологічні нариси» В. Даля також часто ставали предметом студій українських і зарубіжних літературознавців: зокрема, у працях і розвідках О. Голубенка, М. Євдокимова, В. Недзвецького, В. Парсієвої (Смірної), Н. Юган та інших. Дослідження типологічних аспектів прозових творів письменника стосувалися переважно українського та російського контексту (П. Волинський, А. Гулак, О. Скиба, Ю. Фесенко, Н. Юган та інші).

Постановка завдання. З огляду на те, що типологічні особливості «фізіологічних нарисів» В. Даля (псевдонім – «Казак В. Луганский») в західноєвропейському контексті досі були обділені увагою компаративістів, на часі їхній розгляд (винятком є невелика стаття Г. Чудинової про типологічну спільність «фізіологічних нарисів» В. Даля та О. де Бальзака). По-новому оцінити малі прозові твори письменника дасть змогу їх зіставлення із «Sketches by Voz» (1833–1836) Ч. Дікенса, якого небезпідставно вважають родоначальником «фізіологічного нарису» в англійській літературі та «автором міських гумористичних нарисів» [22, с. 12]. Творчість Ч. Дікенса ґрунтовно простежена – з останніх варто назвати роботи англомовних дослідників Дж. М. Л. Дрю [20], Дж. Пігготт [23], М. Лостер [21], а також монографію Т. Боголепової «Очерки о Бозе. Художественный мир Чарльза Диккенса: истоки и итоги» [3].

Виклад основного матеріалу. 56 скетчів Ч. Дікенса, які публікувалися з листопада 1833-го по червень 1836 р. у часописах «Bell's Weekly Magazine» (пізніше «Bell's Life in London»), «The Carlton Chronicle», «The Evening Chronicle», «The Monthly Magazine», «The Morning Chronicle», були спершу маловідомими – 22-річний журналіст, який підписувався псевдонімом «Боз», був знаний лише серед кола шанувальників сатиричної преси. Справжня слава до молодого письменника прийшла після публікації роману «The Posthumous Papers of the Pickwick Club» у 1836–1837 рр. «Sketches by Voz» вийшли окремим двотомним виданням у 1836 р., яке також містило й нариси, написані автором спеціально та які не публікувалися раніше, як-от: «Meditations in Monmouth-Street», «A Visit to Newgate», «The Hospital Patient».

У статті ми розглянемо в зіставному аспекті зі скетчами Ч. Дікенса два найвідоміші «фізіологічні нариси» В. Даля – «Петербургский дворник» (перша публікація – «Литературная газета» (1844), наступного року ввійшов до альманаху за ред. М. Некрасова «Физиология Петербурга») і «Денщик (Физиологический очерк)» – ввійшов до одного з номерів журналу «Финский вестник» за 1845 р.). Дослідники зауважують у цих творах оригінальність письменницького стилю, опрацювання тих принципів, які в майбутньому стануть засадничими для «натуральної школи» та своєрідними еталонними зразками, а також органічне вписування в згадані вище збірники [17, с. 176–177].

Говорити однозначно про вплив Ч. Дікенса на ці твори В. Даля не доводиться: перші переклади окремих нарисів Ч. Дікенса на російську здійснено лише на початку 1850-х рр.; вони вишли як додатки до журналу «Современник» у видавництві Е. Праца (Диккенс Ч. Скицы : (Sketches) Чарльза Диккенса. Санкт-Петербург : тип. Э. Праца, 1851. 174 с.; Диккенс Ч. Очерки лондонских нравов. Санкт-Петербург : тип. Э. Праца, 1852. 138, 44 с.; Диккенс Ч. Наш приход. Нравоописательные очерки. Санкт-Петербург : тип. Э. Праца, 1852. 48 с. та ін.). В. Кулешов застерігав від спокуси писати про рецепцію Ч. Дікенса у творчості представників російської «натуральної школи» й пропонував проводити таке зіставлення в широкому типологічному сенсі [6, с. 240]. У своїй компаративній студії ми будемо орієнтуватися саме на таку пропозицію.

Порівняльно-типологічний аналіз прозового доробку російського й англійського письменників дасть можливість виявити подібності в художньому мисленні митців, які майже паралельно започатковували новий жанровий різновид, ключовою проблематикою якого стала соціальна типізація. Компаративне зіставлення окреслить також і розбіжності, що зумовлені національною специфікою та історичними умовами, а також «духовним кліматом» у Російській і Британській імперіях першої половини XIX ст. Вияв спільних типологічних особливостей «фізіологічних нарисів» В. Даля та Ч. Дікенса допоможе з'ясувати чіткі риси, які вирізняють цей жанровий різновид від інших жанрів, зокрема й публіцистичних.

Як відомо, побутові нариси, більше відомі зараз як «фізіологічні», отримали свою назву завдяки монографії, своєрідній збірці афористичних есе на тему гастрономії à la Монтень, французького письменника Ж. А. Брійя-Саварена (1755–1826) «Physiologie du Goût...» (1825) (парадоксально, але свого часу цей автор був більш відомий як суддя і ресторанний критик, аніж літератор). Пізніше велику популярність здобули дев'ять випусків часопису «Les français peints par eux-mêmes» (1840–1842). Літературна техніка «фізіологічного нарису» зводиться до «виправданого прийому газетного фейлетону – перетворювати бульвар в інтер'єр» [2, с. 82].

Літературознавці схильні вважати, що в російській літературі жанр «фізіологічного нарису» був започаткований авторами альманаху «Наши, списанные с природы русскими» (1840–1842) О. Башуцького, які не просто «мапували» французькі (хоча й взорувалися на видання Л. Кюрмера) чи англійські прототипи, а намагалися

виробити власну концепцію зображення реалій життя, спираючись водночас на традицію, закладену ще етнографічними нарисами К. Батюшкова, В. Одоєвського та іншими. Щоправда, твори, які можна віднести до «фізіологічного нарису», з'являлися й раніше – це, зокрема, нарис «Ярмарка» українського письменника Г. Квітки-Основ'яненка, опублікований у 1840 р. в одному з номерів «Современника».

Ю. Голубицький виділяє притаманні «фізіологічному нарису» риси: відсутність сюжету у традиційному розумінні слова; принцип локалізації дії; статистично точні дані про зображувані місцевість, час і людей; стосунок до виховання, освіти, життєвих умов героїв як до основних характеристик; підвищена увага до характеристики соціальних типів і середовища; зображення життя в соціальному розрізі; тенденція до типізації зображуваного явища та намагання створити взірці-типи [5, с. 137].

«Фізіологічний нарис» є міським ескізом: він покликаний показати життя урбаністичного топосу зсередини – без прикрас і можливих стереотипів та упереджень. Це інший бік столиці – з повсякденним життям простолюду, яке часто відмінне від позитивного й оптимістичного.

Велике місто, дослідниками й безпристрасними аналізаторами якого виступають В. Даль і Ч. Дікенс, знеособлює людей, які його населяють. На фоні пишних архітектурних ансамблів і брудних кварталів, широких проспектів і вузьких вулиць, великих магазинів і непоказних крамниць письменники вихоплюють саме непомітних представників соціального низу.

Автори часто акцентують увагу на циклічності часу в містах – ніч, коли столиця спить, змінюється ранком – пробудженням зі сну величезного механізму, який не спинається до пізньої ночі. Образи «дрібних гвинтиків», які приводять у рух тіло міста, часто викликають співчуття. Нарис «Thoughts about People» (1835) Ч. Дікенс розпочинає з рефлексій над тим, з якою байдужістю Лондон ставиться до життя та смерті людей. Особливо байдуже місто до тих, хто не мав друзів, після смерті про них, зрозуміло, ніхто не згадує, ніхто не помічає їхнього відходу. Ця велика група людей колись прибула з бідних провінцій у пошуках щастя, спонукувана інстинктом виживання, але, покинувши домівку та рідних, вони витратили свої найкращі роки марно. У місті ці люди губляться, про їхнє існування забувають колишні друзі й надалі вони інертно існують, а не живуть: «These men, however, happily for themselves, have

long forgotten such thoughts. Old country friends have died or emigrated; former correspondents have become lost, like themselves, in the crowd and turmoil of some busy city; and they have gradually settled down into mere passive creatures of habit and endurance» [19, с. 131].

Така ж циклічність часу в її суб'єктивному вимірі презентована в нарисі В. Даля «Петербургский дворник» (1844). Двірники працюють у столиці, щоб прогодувати сім'ї, а потім залишаються й починають займатися торгівлею чи повертаються в рідні села, щоб дати можливість своїм дітям також піти на заробітки. Автор також припускає і цілковитий розрив із периферією, адже може статися, що «Иван, я думаю, не пойдет в деревню, а пойдет, надумавшись, либо в кучера, либо станет зимою лед колоты, а летом яблоками торговать; весной же и осенью перекупать и продавать что случится на толкучем. Удали его в дворниках тесно, а дома скучно; со столичным образом человека в такой глуши жить тяжело...» [10, с. 140].

Топос столиці у нарисі «Петербургский дворник» представлено в надто локалізованому плані – двір і вулиця, які підмітають двірники Григорій та Іван. Їхні світи обмежуються виконанням обов'язків і примітивним побутом. Робота дає їм змогу пізнаватися з безліччю типажів, які часто їх й не зауважують. Перехожі заважають двірникам підмітати вулицю: ті вічно ними незадоволені й створюють враження дуже зайнятих людей. Розміреність, неспішність і позірна байдужість до навколишнього світу – їхні основні риси: «Дворник продолжает свое дело, будто не слышит, и ворчит после про себя, но так, что через улицу слышно: «А обойти не хочешь? Нешто глаз во лбу нету?» Другой дворник, для которого, собственно, острое слово это было пущено, смеется и, выпрямившись, засучивает несколько рукава, шаркнув себя локтем по боку, передает черную масляную ветошку, для отдыха, из правой руки в левую, а освободившеюся рукою почесывает голову» [10, с. 131]. Отже, двірник перебуває у двох вимірах одночасно – у своєму світі з численними обов'язками та в зовнішньому світі – з галасливим натовпом перехожих. Таку ж відстороненість від зовнішнього світу через «особливості професії» описує Ч. Дікенс у нарисі «The Last Cab-driver, and the First Omnibus-cad». Зверхність над іншими людьми у кучера кебу перетворена в домінуючу рису своєрідного світогляду, схожого на мізантропію: «The driver of the red cab, confident in the strength of his own moral

principles, like many other philosophers, was wont to set the feelings and opinions of society at complete defiance. Generally speaking, perhaps, he would as soon carry a fare safely to his destination, as he would upset him – sooner, perhaps, because in that case he not only got the money, but had the additional amusement of running a longer heat against some smart rival. But society made war upon him in the shape of penalties, and he must make war upon society in his own way» [19, с. 87].

Однією з вимог до «фізіологічного нарису» є фактографічна точність. Зокрема, показано цілковиту байдужість двірника Григорія до запитань «пристойно одягненого чоловіка», який шукав потрібний йому будинок. Зрештою двірник допомагає знайти необхідну квартиру після обуреного наполягання візитера. В. Белінський у статті «Петербург и Москва» з першої частини «Физиологии Петербурга», порівнюючи дві російські столиці, стверджував такий факт: «... в противоположность Москве, огромные дома в Петербурге днем не затворяются и доступны и через ворота, и через двери; ночью у ворот всегда можно найти дворника или вызвать его звонком, следовательно, всегда можно попасть в дом, в который вам непременно нужно попасть» [1, с. 398]. Таке ж звернення до етичного аспекту поведінки персонажа бачимо й у «The Last Cab-driver...» Ч. Дікенса.

Підвищена увага до характеристики соціальних типів і середовища спонукує авторів творити особливу поетику – поетику повсякденності з антиномічним поєднанням гумористичного та трагічного пафосу. Наприклад, у нарисі «Денщик» колоритним є образ головного героя Якова, який, перебуваючи на службі в різних офіцерів, часто потрапляє в комічні ситуації, які виказують його жалюгідне становище. Так само й помічник судового пристава Банг із нарису «The Broker's Man» (1835) у своїй оповіді поєднує комічний випадок із вигідним прислужуванням зі спогадом про чергування в помешканні бідної родини [19, с. 16–20].

Схильний до клептоманії, злодійкуватий денщик із нарису В. Даля зі сміховинним лексиконом і дивними звичками є продовжувачем пікарескної традиції, таким собі збирачем деяких архетипних рис майбутнього сатиричного образу Йозефа Швейка з роману чеського письменника Я. Гашека «Osudy dobrého vojáka Švejka za světové války» («Пригоди доброго вояка Швейка під час Світової війни») (1921–1923). Образ денщика Якова вписується в галерею «розумних дурнів» (Санчо Панса, Фальстаф, Фігаро та інші), в яку

зараховує і Швейка відомий російський богеміст С. Нікольський [12, с. 73].

Хронотоп міста набуває особливої ваги саме у «фізіологічному нарисі», автор якого повинен зробити фотографічний і водночас багатовимірний знімок, щоб із максимальною точністю відтворити часопросторові характеристики міського топосу, де «кожен із рівнів і кварталів міста має свою окрему семантику, свою функцію» [4, с. 42]. Семіотичні коди Лондона та Петербурга, імпліцитно присутні у «фізіологічних нарисах» Ч. Дікенса та В. Даля, творять водночас візуальні та історико-культурні тексти столиць. Англійського та російського письменників цікавлять насамперед не центри столиць, а околиці, віддалені вулиці та провулки, брудні квартали, де спостережливий оповідач може побачити життя таким, яким воно є.

У «фізіологічному нарисі» В. Даля та Ч. Дікенса столиця як центр деміфологізується, втрачає свою сакральність. Історія міста – це історія його жителів, без легенд, переказів чи міфів, без фантазмагорії та містики. Повсякденні історії протиставлені вигадкам, вони спираються на деклароване безпосереднє споглядання та правдивий опис. Загалом «фізіологічні нариси» не лише В. Даля, але й таких різних за стильовою спрямованістю О. Башуцького, Ф. Булгаріна, Я. Буткова, П. Вістенгофа, Є. Гребінки, Д. Григоровича, М. Загоскіна, М. Некрасова та інших можна протиставити «міській міфології». Звертаються до «петербурзької міфології» М. Гоголь і Ф. Достоевський, канонізуючи так усну петербурзьку літературу й вводячи її в коло «високої словесності» [8, с. 286].

В. Топоров, намагаючись дати вичерпний перебіг не-петербуржців першої половини XIX ст., які долучилися до творення Петербурзького тексту, не згадує В. Даля, що, вочевидь, є помилковим упущенням [16, с. 25]. У «фізіологічних нарисах» російського письменника Петербург – це не Большой чи Невський проспекти, а та частина міста, яка в зіставленні з розкішними вулицями і проспектами, змушує згадати, що існують не лише освітлені та модні магазини чи розкішні котеджі, а й вузькі вулички з дерев'яними будинками та дрібними магазинчиками з розбитими вікнами. Російський письменник не проводить зіставний аналіз столиці з її одвічним суперником – Москвою, як це схильні були робити більшість його російських сучасників: В. Андросов, В. Белінський, М. Герсеванов, О. Герцен, І. Панаєв, П. Сумароков та інші. Англійський письменник також умовно розділяє

Лондон з огляду на соціальну належність своїх персонажів і саме в неprestижні квартали і вулиці спрямовує свого спостережливого оповідача. Твердження Н. Михальської про те, що Ч. Дікенс є одним із перших англійських письменників-урбаністів [11, с. 15], вважаємо справедливим і щодо В. Даля, який одним із перших у російській літературі досліджує столицю метрополії.

Т. Сільман запропонувала власний термін – «дікенсівський» ландшафт, – який є особливим психологічним тлом, на поверхню якого проступають диференційовані особистості, класифіковані згідно з професіями чи районами проживання [14, с. 16]. У В. Даля ці постаті, як правило, є репрезентантами бідних верств населення, що надає творам особливого соціального потенціалу. Утім, не варто обмежувати образосферу «фізіологічного нарису» лише представниками знедолених верств: такого акцентування не простежуємо ні в російського, ні в англійського письменників. Автори «фізіологічних нарисів» акцентують як на спільному, так і на відмінному в описах різних «людських типів».

«Фізіологічному нарису» властива в'їдлива авторська іронія, яка часто наближається до сатири: письменник ніби стоїть над натовпом, пильним поглядом вдивляючись у всіх і кожного і, помічаючи якісь хиби, відразу їх зображує. Кожен «фізіологічний нарис» має «власні» типові образи,

топоси й ситуації. Перефразовуючи концепцію І. Тена, можна говорити про тріаду «образ – топос – тема» щодо цього жанру та намагання дотримуватися точного відтворення характерів. «Конкретні, на перший погляд ніби випадкові індивідуальні риси, які «оживляють» образ, добираються письменником так, що в сукупності своїй вони сприяють найповнішому та найяскравішому виявленню характерного, типового, звертають увагу на нього» [7, с. 66]. Як бачимо, у фокус уваги Ч. Дікенса потрапляють звичайні міщани, слуги, торговці з дрібних магазинів і лихварі, власники готелів і заїжджих дворів, візники карет, омнібусів і кебів, парламентарі, рантиє, актори аматорських театрів і церков з їхніми глядачами, відвідувачі пабів і благодійних банкетів, підсудні, судді та інші. Так само у В. Даля в досліджуваних нарисах головними героями виступають двірники та денщики.

Висновки і пропозиції. Отже, В. Даль і Ч. Дікенс у «фізіологічних нарисах» намагалися відобразити точну й фактологічно насичену картину образів і звичаїв, «беручи» їх із повсякденного життя. Важливим складником художнього світу досліджуваного жанру є хронотоп повсякденності. Відповідно, художні світи «фізіологічних нарисів» реалізувалися схожими поетикальними прийомами та засобами, що доводить необхідність подальших компаративних досліджень творчості обраних авторів.

Список літератури:

1. Белинский В. Г. Петербург и Москва. Белинский В. Г. Полное собр. соч. Москва : АН СССР, 1958–1959. Т. 8. 1959. С. 385–413.
2. Беньямин В. Шарль Бодлер. Поэт в эпоху зрелого капитализма. Беньямин В. Маски времени. Эссе о культуре и литературе / пер. с нем. и франц. ; сост., предисл. и примеч. А. Белобратова. Санкт-Петербург : Симпозиум, 2004. С. 47–234.
3. Боголепова Т. Г. Очерки о Бозе. Художественный мир Чарльза Диккенса: истоки и итоги. Владивосток : Дальневост. Ун-т, 2007. 204 с.
4. Возняк Т. С. Феномен міста. Львів : [б. в.], 2009. 334 с.
5. Голубицкий Ю. А. Физиологический очерк и становление социологии. Социологические исследования. № 3. Март, 2010. С. 133–138.
6. Кулешов В. И. Литературные связи России и Западной Европы в XIX веке (первая половина). Москва : Московский университет, 1965. 462 с.
7. Лесин В. М. Реалістичний образ у художньому творі. Київ : Дніпро, 1976. 120 с. (Бесіди про художню літературу).
8. Лотман Ю. М. Символические пространства. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. Москва : Языки русской культуры, 1996. С. 239–295.
9. Луганский В. [Даль В.] Денщик (Физиологический очерк). Русский очерк. 40–50-е годы XIX века / под ред. В. И. Кулешова. Москва : Московский университет, 1986. С. 351–358.
10. Луганский В. [Даль В.] Петербургский дворник. Русский очерк. 40–50-е годы XIX века / под ред. В. И. Кулешова. Москва : Московский университет, 1986. С. 131–140.
11. Михальская Н. П. Чарльз Диккенс : Очерк жизни и творчества. Москва : Учпедгиз, 1959. 124 с.
12. Никольский С. В. История образа Швейка. Новое о Ярославе Гашеке и его герое. Москва : Индрик, 1997. 176 с. (Серия «Б-ка Ин-та славяноведения и балканистики РАН». Кн. 7).
13. Пирсон Х. Диккенс. / пер. М. Кан ; послесл. В. Каверина ; под ред. Я. Рецкера. Москва : Молодая гвардия, 1963. 512 с. (ЖЗЛ ; Вып. 3 (360)).

14. Сильман Т. Диккенс. Очерки творчества. Ленинград : Худ. лит-ра, 1970. 376 с.
15. Сотникова И. А. Жанровые особенности «Очерков Боза» Диккенса. Эстетические позиции и творческий метод писателя : сб. ст. Москва : МГПИ им. В. И. Ленина, 1973. С. 60–81.
16. Топоров В. Н. Петербург и «Петербургский текст русской литературы» (Введение в тему). Топоров В. Н. Петербургский текст русской литературы: Избранные труды. Санкт-Петербург : Искусство – СПб, 2003. С. 7–118.
17. Юган Н. Л. В. И. Даль и русская литература 30–60-х гг. XIX в. : монография. Луганск : ЛНУ имени Тараса Шевченко, 2011. 400 с.
18. Юган Н. Л. Жанровая парадигма творчества В. И. Даля : монография. Мариуполь : ПГТУ, 2018. 474 с.
19. Dickens Ch. Sketches by Boz. Illustrative of every-day life and every-day people. With a frontispiece by George Cruikshank. London : Chapman and Hall, 1850. 304 p.
20. Drew M. L. J. Dickens the Journalist. Basingstoke, Hampshire [u.a.] : Palgrave Macmillan, 2004. 256 p.
21. Lauster M. Sketches of the Nineteenth Century : European Journalism and Its Physiologies, 1830-50. [Б. м.] : Palgrave Macmillan, 2007. 366 p.
22. Palgrave Advances in Charles Dickens Studies. Ed. J. Bowen and R. L. Patten. London : Palgrave Macmillan, 2006. 368 p. (Palgrave Advances Series).
23. Piggott G. Dickens and Benjamin: Moments of Revelation, Fragments of Modernity. [Б. м.] : Ashgate Pub Co, 2012. 256 p. (Nineteenth Century Series (Ashgate)).

Chyk D. Ch. THE CITY AND EVERYDAY LIFE: THE GENRE OF THE “PHYSIOLOGICAL SKETCH” IN THE WORKS OF V. DAHL AND CH. DICKENS

The comparative-typological analysis of the “physiological sketches” (“physiological essays”) by V. Dahl and Ch. Dickens reveals common features in artistic thinking of the writers, who are almost parallel to initiate the new genre in their national literatures, issues which had been primarily a social typology. Also, comparative analysis outlines the differences that were due to specific national and historical conditions, as well as “mental climate” in the Russian and British empires of the first half of the XIX cent.

The manifestation of common typological features of “physiological sketches” by V. Dahl and Ch. Dickens helped to clarify the apparent features that distinguish this genre variety from other genres, including journalistic ones. V. Dahl and Ch. Dickens in “physiological sketches” tried to reflect an accurate and factually rich picture of images and customs, “taking” them from everyday life. The chronotope of the city acquires a specific meaning in the “physiological sketch”, the author of which must take a photographic and at the same time multidimensional image to reproduce with maximum accuracy the spatiotemporal characteristics of the urban topos. In the “physiological sketches” by V. Dahl and Ch. Dickens, the capital as a center is demythologized, losing its sacredness. The history of the city is the history of its inhabitants, without legends, or myths, without phantasmagoria and mysticism. Everyday stories are opposed to fiction; they are based on declared direct contemplation and true description.

The genre of “physiological sketch” is a kind of ancestor to future sociological researches, as well as future prose genres that fit into the paradigm of realism of the nineteenth century. An important constituent of the artistic world of the studied genre is the chronotope of everyday life.

Key words: “physiological sketch”, genre, chronotope, everyday life, typing.

ТЕОРІЯ ЛІТЕРАТУРИ

УДК 821.111

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.3-3/12>

Маланій Н. І.

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

ФІЛОСОФСЬКО-ЛІТЕРАТУРНІ ДИСКУРСИ ДИЗАБІЛІТІ У ВЕЛИКОБРИТАНІЇ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХІХ СТОЛІТТЯ

У науковій розвідці окреслено особливості сприйняття проблеми ненормативної тілесності в контексті Вікторіанської епохи. Основним ядром роботи є студії дизабіліті, які набули особливого поширення в кінці двадцятого – на початку двадцять першого сторіччя у вирі боротьби опресованих маргінальних груп західних суспільств за свої права. У наш час увага дослідників приділена також історичним проєкціям Іншого тіла. Особливий наголос учені роблять саме на досвіді Британської імперії як основної геополітичної та науково-культурної сили в дев'ятнадцятому столітті.

У зв'язку з поодиноким характером представлення питань дизабіліті в українському гуманітарному просторі постала потреба в систематизації їх британських теоретико-філософських і літературних діахронічних вимірів у тодішньому загальноєвропейському прочитанні. Отже, основним завданням статті є аналіз творчих здобутків англійських мислителів, зокрема «Соціальна статика, або умови, необхідні для людського щастя» Герберта Спенсера, «Спадковий геній» Френсіса Гальтона, «Походження людини і статевий відбір» Чарльза Дарвіна.

Запропоновані цими вченими ідеї спричинили тектонічні зрушення в науковому та суспільно-політичному житті не тільки Великобританії, а й усього світу. Концепції «виживання найсильнішого» Герберта Спенсера, еволюції та природного відбору Чарльза Дарвіна, евгеніки Френсіса Гальтона поряд із матеріалізмом Карла Маркса й надлюдини Фрідріха Ніцше та їх розуміння ненормативної тілесності мали негативний вплив на подальше розв'язання питання дизабіліті. Британці були переконані у великій небезпеці цього явища, адже воно посилювало процеси виродження тогочасних цивілізованих соціальних формацій і запусало регресивні процеси з поверненням до варварства. Запропонований ними вихід у формі контролю розмноження призвів до катастрофи на початку минулого століття, а саме практики стерилізації чи навіть насильницького винищення фізично та психічно відмінних.

Ключові слова: дизабіліті, ненормативна тілесність, Інше тіло, еволюціонізм, евгеніка, дарвінізм.

Постановка проблеми. Після завершення найкровопролитнішої в людській минувшині Другої світової війни Західний світ вступив на шлях світоглядного переосмислення прав людини, особливого його найнезахищеніших верств. Однією з найбільш стигматизованих груп виявилися особи з відмінною тілесністю. Отже, на зламі тисячоліть виникають студії дизабіліті, які за допомогою широкого міждисциплінарного інструментарію прагнуть розкрити особливості цієї злободенної проблеми. Важливим на цьому шляху є розуміння історичних передумов і напрувань, зокрема напрацювань європейської науки дев'ятнадцятого століття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На відміну від трансатлантичного гуманітарного простору, зацікавленість українських учених питаннями ненормативної тілесності, включно з дизабіліті, має спорадичний характер і представлена поодинокими розвідками (О. Бандровська [1], Т. Гундорова [2], Т. Свербілова [3], В. Суковата [5], О. Узлова [6] та ін.), які в більшості стосуються літературного процесу цього та минулого сторіччя. Отже, актуальною є потреба глибшого вивчення генезису студій дизабіліті.

Постановка завдання. Метою роботи є увиразнення британських філософсько-літературних здобутків, дотичних до сфери дизабіліті

періоду правління королеви Вікторії на тодішньому загальноєвропейському тлі. Вирішення поставленої мети робить провідним завданням статті аналіз таких праць: «Соціальна статика: виклад соціальних законів, що обумовлюють щастя людства» Герберта Спенсера, «Спадковий геній» Френсіса Гальтона та «Походження людини і статевий відбір» Чарльза Дарвіна.

Виклад основного матеріалу. XIX століття стало переломним у становленні Великобританії як провідної геополітичної та економічної сили. Завдяки вмілому правлінню королеви Вікторії країні вдалося уникнути антимонархічних потрясінь, які в той час ширилися континентом. Держава значно примножила свої володіння і стала Імперією, над якою ніколи не заходить сонце. Вона трансформувалася в рушійну силу науково-технічного прогресу. Проте за ці звершення довелося заплатити надзвичайно велику ціну простим британцям. Постійні воєнні кампанії, неналежні та понаднормові години праці, законодавче урізання прав бідних через систему робітних будинків (*Poor Law Amendment Act*, 1834) сприяли збільшенню числа каліцтв і найрізноманітніших тілесних ушкоджень. Дискримінація осіб із дизабіліті мала масовий характер, про що свідчить автобіографічна «Розповідь про досвід і страждання Вільяма Додда: фабричного каліки» (1841) [8] його ж авторства. Ця жорстока реальність початку століття сприяла появі англійського романтизму, представники якого не оминули людей з Іншою тілесністю (Джон Кітс, Мері Шеллі, Джордж Гордон Байрон). Однак саме на письменників реалістів припала місія відображення всіх аспектів соціальної нерівності індустріальної Англії. Нерідко їхні персонажі були носіями різних видів дизабіліті: каліка Крихітка Тім із «Різдва-ної пісні» (1843 р.) Чарльза Діккенса, божевільна Берта Рочестер і сліпий і безрукий Едвард Рочестер із «Джейн Ейр» (1847 р.) Шарлотти Бронте, культовий одноногий пірат Джон Сільвер з «Острова скарбів» (1883) Роберта Льюїса Стівенсона чи щасливий принц з однойменної казки Оскара Вайлда (1888).

Друга половина XIX сторіччя була напрочуд важливою з огляду на теоретико-філософські здобутки вчених з різних дисциплін, які зробили значний внесок у подальше становлення студій дизабіліті. До їхньої когорти належать британці Герберт Спенсер, Френсіс Гальтон, Чарльз Дарвін, німці Карл Маркс і Фрідріх Ніцше, італійці Чезаре Ломброзо й Вільям Ферреро та єврей Макс Нордау.

«Соціальна статика, або умови, необхідні для людського щастя» (“*Social Statics: or, The Conditions essential to Human Happiness specified, and the First of them Developed*”) (1851) – книга видатного англійського філософа й соціолога Герберта Спенсера (Herbert Spencer) (1820–1903), одного з основоположників еволюціонізму. Його відомий вислів «виживання найбільш пристосованих» (“*survival of the fittest*”) [4, с. vi] став коротким виразником сутності не тільки власних переконань, а й Чарльза Дарвіна та Френсіса Гальтона. У книзі він представив декілька цінних із погляду розуміння місця фізично та психічно відмінних осіб у тогочасному соціумі тез. Розмірковуючи над природою зла, філософ розглядав його джерелом непристосованість устрою всіх живих організмів до умов, у яких вони існують. Це призводить до порушення гармонії між цілісною організацією та середовищем, у якому вона перебуває. Отже, виходячи з першопричин такого дисбалансу, можна стверджувати, що «кожне страждання, заподіяне людському тілу, починаючи від головного болю й до смертельних хвороб, від опіку чи вивиху й до випадкової смерті, заподіюється виключно тим, чиє тіло опинилося в умовах, які не відповідають його силам і властивостям. Те саме можна сказати не тільки про фізичне, а й про моральне зло» (тут і далі переклад наш – *Н. М.*) [4, с. 61]. Представляючи страждання як «відсутність згоди між здатністю і сферою її дії» [4, с. 62], не дивним є бачення соціологом будь-якої недосконалості як «нестачі пристосування до умов існування» [4, с. 66]. Отже, надмір або брак тих чи інших властивостей не має стати на шляху прогресу людини та її здатності адаптуватися до навколишньої реальності. Учений беззастережно вірить у те, що здорова людина стане досконалою, так само як і сліпеч набуде більш довершеного тактильного відчуття. Він висловлює сподівання на остаточне пристосування людських особливостей до суспільного життя, а як наслідок викорінення зла й аморальності [4, с. 67]. Цей процес є надважливим для становлення інституційної спроможності держави, адже «соціальні установи – це кістки громадського тіла, а національна моральність – це його життя. Кістки розвинуться та отримують вільний, здоровий ріст, якщо моральність, яка є життям громадського тіла, буде потужнішою й міцною, в іншому випадку вони набудуть форм хворобливих і потворних» [4, с. 237]. Саме таких обрисів з погляду сучасного світобачення набули спроби «допомоги» найбільш незахищеним верствам Великобританії XIX століття.

Герберт Спенсер, аналізуючи закони про бідних у четвертій частині книги, проводить паралелі з природою, у якій існує суворя дисципліна, що, попри свою жорстокість, є вельми благодійною. Під «благодійністю» мається на увазі право на виживання найсильнішого: «Крім того, хижак не тільки викрадають зі стад травоядних особин, які пережили кращу пору свого життя, а й винищують також хворобливих виродків і тих, які менше за інших відрізняються швидкістю й силою. За допомогою такого очисного процесу й боротьби ... запобігають усякому погіршенню раси, усякому розмноженню поганих особин і забезпечують тілобудову, цілком пристосовану до навколишніх обставин, з зумовлює найбільше щастя» [4, с. 321]. Наведені дослідником факти із життя тваринного світу повсюдно застосовувалися в той час до людини як до наділеної самопізнанням і самоусвідомленням істоти. Така спрощена екстраполяція призвела до виправдання автором скасування адресної допомоги бідним і розповсюдження системи робітничих домів: «Усякий повинен засуджувати те безтурботне розкидання грошей, яке довело до досконалості організовану систему жебрацтва. Цей спосіб дій створив те становище, за якого спритне випрошування зробилося більш вигідним, ніж звичайна ручна робота. Він породив наслідування паралічу, епілепсії, холери й нескінченної безлічі хвороб і каліцтв» [4, с. 324]. У широкому плані окремих носіїв дизабіліті мислитель вважає негідними життя, оскільки вони перебувають у дисгармонії із зовнішнім світом через наявність критично психічних чи тілесних вад. Із філософської перспективи для нього зрозуміло, що «люди, чия дурість, дефекти й лінь доводять до смерті, повинні бути поставлені на один щабель із жертвами слабких нутроців і потворних кінцівок» [4, с. 377]. Проте найбільш разучим у цьому ж контексті є інше радикальне твердження: «Ці недосконалі істоти – помилки природи; як тільки вони виявляються такими, вони беруться назад її законами. Вони піддаються випробуванню разом з іншими. Якщо вони виявляються досить досконалі для життя, то залишаються жити, і добре, якщо так. Якщо ж вони недостатньо досконалі, то помруть, і це найкраще, що такі істоти можуть зробити» [4, с. 377]. Подібно природі соціолог констатував факт наявності так званого «очищення» британського суспільства Вікторіанської епохи від «негідних у будь-якому стосунку елементів» [4, с. 377].

Не менш знаковою постаттю був сучасник Герберта Спенсера – Френсіс Гальтон (Francis Galton) (1822–1911), який увійшов у науку як засновник евгеніки. Вершиною його творчості є фундамен-

тальна праця «Спадковий геній: дослідження його законів і наслідків» (“Hereditary Genius: An Inquiry Into Its Laws and Consequences”) (1869), яка написана під враженням від вікомної роботи свого двоюрідного брата Чарльза Дарвіна «Походження видів шляхом природного добору або збереження обраних рас у боротьбі за життя» (1859). Він на базі доступних статистичних даних поставив собі за мету прослідкувати особливості спадкування здібностей людей у розрізі їхнього місця в суспільстві, а саме найвидатніших історичних постатей (полководців, учених, письменників, музикантів, кліриків, суддів тощо). Це уможливило йому сформулювати теорію наслідування таланту з певними обмеженнями та винятками. Так, здебільшого вище соціальне становище зумовило покращення природи індивіда, нижче ж – його деградацію та виродження. Він висловив припущення, що, слідуючи чітко спланованим алгоритмам дій, цілком реально було б створити високообдаровану породу осіб завдяки продуманим шлюбом протягом декількох послідовних поколінь [9, с. 1]. Проте цінною є його класифікація людей за їхніми природними талантами, у якій він, виходячи із «закону відхилення від середнього» [9, с. v], принагідно описує представників ненормативної тілесності. Як статист він наводить приблизну цифру в 50 000 імбецилів та ідіотів серед двадцяти мільйонів жителів тодішньої Англії й Вельсу. Він опирається на дослідження доктора Едуарда Сегена, фундатора олігофренопедагогіки, про можливість інституційного спеціалізованого навчання таких осіб, щоб вони відповідали соціальним і моральним законам і були здатними до порядку, елементарної роботи й звичних життєвих операцій під стороннім контролем. Деякі могли розуміти моральні та соціальні абстракції й тим самим наближалися до рівня простолюдина. Філософ констатує, що особи з дизабіліті є також вузько індивідуально проблемою тогочасності, більшість із менш вираженими хитами «розкидані між приватними сім’ями та залишені поза увагою, існування яких, проте, добре відомо родичам і друзям; вони занадто безглузді, щоб брати участь у загальному суспільстві, але їх легко розважає якесь тривіальне, нешкідливе заняття» [9, с. 25]. Одержимий прагненням удосконалення людської раси, Френсіс Гальтон убачає велику небезпеку в такому явищі, як дизабіліті. Він уважав, що тодішнє суспільство є перевантаженим і все більше заглиблюється в дегенерацію [9, с. 345]. Через неконтрольованість розмноження якості окремих представників соціуму поступово погіршується. Утрачаючи ознаки вищої цивілізації, кожне наступне покоління стає

менш пристосованим. Навіть попри збереження зовнішніх атрибутів, політична та соціальна тканина руйнується й відбувається більший чи менший рецидив варварства. Тому однією з найкращих форм у розв'язанні питання вдосконалення раси є вилучення тілесних Інших і поміщення їх у «безшлюбні монастирі чи сестринства» (“celibate monasteries or sisterhoods” [9, с. 362]). Ключовим тут є наголошення на неможливості продовження свого роду такими особами. Згодом ця теза стала основою евгенічного підходу до людей із дизабіліті.

Значний внесок у розвиток не тільки британської наукової думки, а й світової зробив Чарльз Дарвін (Charles Robert Darwin) (1809–1882). Сформована ним теорія еволюції сприяла зміні підходів до походження життя на Землі. Знаковою працею є, звичайно, «Походження видів шляхом природного відбору або збереження обраних рас у боротьбі за життя» (“On the Origin of Species by Means of Natural Selection, or the Preservation of Favoured Races in the Struggle for Life”) (1859). Однак для студій дизабіліті важливішою розвідкою є «Походження людини і статевий відбір» (“The Descent of Man, and Selection in Relation to Sex”) (1871), у якій автор, опираючись на власний досвід і здобутки сучасників, розкриває особливості становлення людського виду. Зокрема, опираючись на «Спадкового генія» Френсіса Гальтона, він підтримав його ідею про можливість спадкування талантів як надзвичайно складного поєднання високих здібностей. Проте це стосується також божевілля й обмеженості розумових здібностей, які подібним чином передаються в деяких сім'ях. Причиною цьому, як і у тварин, є сукупність змінених умов, яким піддавався кожен вид протягом багатьох поколінь [7, с. 28]. Дослідник Стівен Гелб вважає, що біолог використав існування інтелектуальних обмежень, щоб підтримати теорію еволюції людини. Отже, ці особи з дизабіліті в його вченні представлені в чотирьох основних узагальненнях: «(1) проміжної сходинки на еволюційній драбині, що з'єднує людей і приматів; (2) приклади неминучих відходів і втрат, спричинених природним відбором, що впливають на їх змінюваність; (3) дно шкали, що становить «найнижчий», найбільш непридатний сорт будь-якого виду, коли особи упорядковані за інтелектом; (4) атавістичні повернення до вимерлих форм, вивчення яких дасть змогу виявити особливості більш ранніх етапів еволюції людини» [10]. Як приклад Чарльз Дарвін пише про затримку розвитку мозку в ідіотів-мікроцефалів. Їхні череп і звивини мозку менші, ніж у нормальних людей. Найвні характерні зовнішні грубі обриси обличчя.

Їхні розум і здібності надзвичайно слабкі, а поведінка та гігієна нагадують тваринну, близьку до приматів [7, с. 35–36]. Для статті значущим є не так сам опис різних форм дизабіліті, як шляхи його вирішення. Учений стверджував, що члени більш цивілізованих націй становлять більшу різноманітність ознак через наявність різних класів і занять, ніж представники диких народів. На відміну від свійських тварин, які людство приручило і штучно змінювало протягом століть, розмноження рас чи великих груп людей не піддавалося методичному контролю. Винятком була Спарта, згідно із законами якої всі новонароджені оглядалися, тому сильних і добре розвинених залишали в живих, інших же знищували [7, с. 28]. У цьому контексті він принагідно наводить приклад природного відбору в диких народів, у світі яких слабкі тілесно чи психічно з часом усуваються, поступаючись місцю здоровим. З іншого боку, цивілізовані особи тогочасної Великобританії робили все можливе, щоб стримати процес елімінації, будуючи притулки для недоумкуватих, калік і хворих, запроваджуючи закони для бідних, а медики застосовували всі свої вміння, щоб продовжити життя кожного. У такому підході мислитель убачав небезпеку, оскільки слабкі елементи суспільства могли продовжувати свій рід, що, своєю чергою, було вкрай несприятливо для людської раси. Практично прирівнюючи відмінних тілесно до свійських тварин, він був вражений, адже такий неправильний догляд чи дозвіл розмножуватися гіршим особинам призводив до виродження домашньої породи. Єдиний вихід із цієї ситуації вчений убачав у стримуванні розмноження людей із дизабіліті, а саме щоб шлюби між слабкими й малообдарованими членами суспільства укладалися рідше, ніж між здоровими, або зовсім утримувалися від шлюбу [7, с. 134]. Взаємні перегукування між евгенікою Френсіса Гальтона та еволюціонізмом Чарльза Дарвіна наприкінці XIX століття вилилися в поняття соціального дарвінізму, який пояснював суспільні процеси крізь призму природних. Такий спрощений підхід, на превеликий жаль, реалізований на практиці у формі насильної стерилізації носіїв ненормативної тілесності політичними режимами різного ідеологічного штибу початку XX століття.

Рівними за значенням для тодішнього становлення теоретико-методологічного базису студій дизабіліті стали праці вчених і континентальної Європи – «Капітал» Карла Маркса, «Так казав Заратустра» Фрідріха Ніцше, «Кримінальна жінка» Чезаре Ломброзо та Вільяма Ферреро й «Виродження» Макса Нордау, які потребують подальшого вивчення.

Висновки і пропозиції. Проаналізувавши праці британського теоретико-літературного дискурсу, а саме роботи Герберта Спенсера, Френсіса Гальтона та Чарльза Дарвіна, ми можемо констатувати суголосність їхніх думок у питаннях ставлення й розв'язання проблеми дизабіліті. Кожен із них убачав небезпеку в цьому явищі як для тодішнього британського суспільства, так і для його прийдешніх поколінь. Отже, панівній на той час

медичній моделі, яка через функціонування опресивної системи найрізноманітніших державних і приватних інституцій прагнула певною мірою справитися з носіями ненормативної тілесності, вони протиставили засновані на законах природи тези про виживання найсильнішого, що в кінцевому підсумку поряд з ідеями Карла Маркса та Фрідріха Ніцше призвело до звірств нацистського й комуністичного режимів.

Список літератури:

1. Бандровська О. Модернізм між минулим і майбутнім: антропологічний дискурс англійського роману. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 444 с.
2. Гундорова Т. Транзитна культура. Симптоми постколоніальної травми : есеї. Київ : Грані-Т, 2012. 548 с.
3. Свербілова Т. Мотив подорожі в сучасному سینема-тексті в світлі соціальної моделі дизабіліті (ненормативної тілесності). *Сучасні літературознавчі студії*. 2015. Вип. 12. С. 488–505.
4. Спенсер Г. Соціальна статика / пер. с англ. Київ : Гама-Принт, 2013. 496 с.
5. Суковата В. Теорія «дизабіліті» та конструкції інвалідності в масовій культурі. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2012. № 1. С. 84–98.
6. Узлова О. Хвороба як «нарративний протез» (на матеріалі романів Девіда Лоджа «Терапія» і «Глухота як вирок»). *Тіло як вистава: мистецькі проєкції* : збірник наукових статей. Бердянськ : ФОП Ткачук О.В., 2015. С. 18–24.
7. Darwin C. *The Descent of Man, and Selection in Relation to Sex*. Second edition. London : John Mubbay, albemable Street, 1896. 693 p.
8. Dodd W. *A Narrative of the Experience and Sufferings of William Dodd: A Factory Cripple*. London : L. & G. Seeley, 1841. 45 p. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=RQdswEACAAJ&hl=uk&pg=PA1#v=onepage&q&f=false> (дата звернення: 15.09.2020).
9. Galton F. *Hereditary Genius: An Inquiry Into Its Laws and Consequences*. London : Macmillan and Co., 1869. 466 p. URL: <https://archive.org/details/hereditarygeniu01galtgoog/mode/2up> (дата звернення: 15.09.2020).
10. Gelb S. Darwin's Use of Intellectual Disability in The Descent of Man *Disability Studies Quarterly*. 2008. Volume 28. № 2. URL: <https://dsq-sds.org/article/view/96/96> (дата звернення: 15.09.2020).
11. *The Disability Studies Reader* / Edited by Lennard J. Davis: Fourth Edition. New York and London : Routledge, 2013. 578 p.

Malaniy N. I. PHILOSOPHICAL AND LITERARY DISCOURSES OF DISABILITY OF GREAT BRITAIN OF THE SECOND HALF OF THE NINETEENTH CENTURY

Scientific research outlines the peculiarities of the perception of the problem of non-normative corporeality in the context of the Victorian era. The main core of the work is disability studies, which became especially widespread in the late twentieth and early twenty-first centuries in the vortex of the struggle of oppressed marginal groups of Western societies for their rights. Nowadays, researchers also pay attention to the historical projections of the Other Body. Scholars place particular emphasis on the experience of the British Empire as a major geopolitical, scientific and cultural force in the nineteenth century.

Due to the single nature of the presentation of issues of disability in the Ukrainian humanitarian space, there was a need to systematize their British theoretical, philosophical and literary diachronic dimensions in the then European context. Thus, the main task of the article is to analyze the achievements of English thinkers ("Social Statics: or, The Conditions essential to Human Happiness specified, and the First of them Developed" by Herbert Spencer; "Hereditary Genius: An Inquiry Into Its Laws and Consequences" by Francis Galton, "The Descent of Man, and Selection in Relation to Sex" by Charles Darwin).

The ideas proposed by these scientists caused tectonic shifts in scientific and socio-political life not only in Britain but also around the world. Concepts of Herbert Spencer's "survival of the fittest", the evolution and natural selection of Charles Darwin, the eugenics of Francis Galton, along with the materialism of Karl Marx and Friedrich Nietzsche's superman, and their understanding of non-normative corporeality had a negative impact on the disability. The British were convinced of the great danger of this phenomenon, because it intensified the processes of degeneration of the then civilized social formations and launched regressive processes with a return to barbarism. Their proposed solution in the form of reproduction control led to a catastrophe at the beginning of the last century, namely the practice of sterilization or even forced extermination of physically and mentally different.

Key words: *disability, non-normative corporeality, Other body, evolutionism, eugenics, Darwinism.*

Pukaliak M. V.

Lviv Polytechnic National University

MULTIMODALITY AS THE MEANS OF MEANING CREATION IN ENGLISH FAIRY TEXT AS FICTIONAL LITERATURE

The article explores the investigation of the ways we try to get to know the world and ourselves in relation to our settings and environment, we have used and continue to use the fairy tale as figurative mode of communication. For centuries we have developed the oral and literary capacity within our brain to communicate relevant information about specific conditions and relations in our lives and to use and change this information as we get used to our changing conditions.

There is a domain within our brain that enables us to form and conceptualize the information according to variable linguistic trends and developments, and we have developed a strong genetic disposition to forming and cultivating mental and public representations within social and cultural institutions that make the fairy tale relevant as a literary genre that is analyzed in reference to fictional discourse within the framework of cognitive linguistic paradigm.

The fairy tale developed out of an oral cognitive mode of communication and narration which later continued and expanded by print enabling it to acquire the corresponding type of discourse, known as a fictional discourse, fairy tale discourse being one of it.

Fairy tale discourse is a complex linguo-semiotic phenomenon, a product of speech and thought of an ethnic group manifested in different genres of fairy works of art (fairy tales, legends, nursery tales, historical and local tales) together with extralinguistic factors. The works of art that make up fairy tale discourse are united by the common category of fabulousness with the miraculous as its central component and accumulate mythological beliefs shared by society in the system of verbal and nonverbal signs. We consider the place of a fairy tale within the framework of fictional literature and highlight structurally-compositional model, lexico-semantic content and iconic loading of English fairy texts as the examples of multimodal units of narration.

Key words: *fairy tale, discourse, cognitive, extralinguistic, paradigm, category.*

Formulation of the scientific problem. The rapid development of the latest digital technologies, its total integration into the communication process raises the question of the *multimodal nature of communication*. Recently, more and more attention is focused on the intermedial or multimodal parameters of the communication flow, while in the communicative space there is ‘a general tendency to aesthetize, to illustrate and to visualize various texts as communicative artifacts’.

Analysis of the latest investigations of the question. Researchers emphasize on the high degree of integration of various semiotic resources in the modern communicative process, when it is almost impossible to separate its verbal component from paraverbal one. Paraverbal refers to how we say the words we say, for example do we seem happy, sad, angry, determined or forceful. Some researchers suggest it accounts for about 30% of what we communicate. Tone of voice and the way in which we choose our words is important here. When we are angry, we tend to speak more rapidly

and at a higher pitch. If we feel someone is attacking us, we tend to respond in short, curt, sentences. You can usually tell if a person is bored by a tendency towards a slow and monotone delivery. So, in such a case, discourse is like a polycodal unity, which necessitates the research of parameters of the interaction of verbal and other semiotic codes in the process of discourse creation.

Many scholars try to give a definition to multimodal discourse. Van Leeuwen points out that ‘*multimodality*’ means the combination of different semiotic modes – for example, language and music – in a communicative artifact or event. For example, language and music – in a communicative artifact or event. It also refers to the diverse ways in which a number of distinct semiotic resource systems are both codeployed and co-contextualized in the making of a text-specific meaning. A more specific definition is that “multimodal discourse involves the interaction of multiple semiotic resources such as language, gesture, dress, architecture, proximity lighting, movement, gaze, camera angle, and so on”.

Setting objectives. The main task is to consider the place of a fairy tale within the framework of fictional literature and highlight structurally-compositional model, lexico-semantic content and iconic loading of English fairy texts as the examples of multimodal units of narration.

Presentation of the basic material. In modern linguistics we can see growing interest to the problems of the narrative as an all-embracing element of artistic text, capable of manifestation of the features of the genre, style and author's positions. Modern fiction represents a complex synthesis of comprehension and the embodiment of the features of the author's artistic concept and his worldview.

In the basis of modern literary process lies the idea of stylistic eclecticism and, consequently, the style reorganization of the formed speech forms. So in the British literature we observe 'the transformation of previously created artistic forms: words, character, plot, chronotope, genre' [1, p. 56–59].

Eclecticism means a combination in one work the signs of different styles, a combination of diverse artistic elements. Such a symbiosis of styles can be observed not only in literature, but in painting, music, architecture, interior design.

Speaking of eclecticism as a stylistic principle of British literature, we mean the diversity and breadth of text formation. Eclecticism as a stylistic property of fairy exposes the essential features of its poetics and also explains the relationship of the text with the non-textual reality.

In a fairy text means of eclectic combinations of the semantic parts of a text we can observe the connection between myth and reality, everyday and eternal, rational and irrational. In fiction, as the model of complex objective-subjective world, the reflection of system of modern world is observed and realised with the help of various narrative methods.

'Writing, image and colour lend themselves to doing different kinds of semiotic work; each has its distinct potentials for meaning – image may just have the edge over writing' [2, p. 1]. The starting point for social semiotic approaches to multimodality is to extend the social interpretation of language and its meanings to the whole range of modes of representation and communication employed in a culture. Central to this approach are three theoretical assumptions.

Social semiotics assumes that representation and communication always draw on a multiplicity of modes, all of which contribute to meaning.

It focuses on analyzing and describing the full repertoire of meaning-making resources which people use in differently realized in different modes. For instance, the spatial extent of a gesture, the intonational range of voice, and the direction and length of a gaze are all part of the resources for making meaning. The meanings of multimodal signs fashioned from such resources, like the meanings of speech, are located in the social origin, motivations and interests of those who make the sign in specific social contexts. These all affect and shape the sign that is made. The meanings realized by any mode are always interwoven with the meanings made with those other modes co-present and co-operating in the communicative event. This interaction produces meaning. Multimodality focuses on people's process of meaning making, a process in which people make choices from a network of alternatives: selecting one modal resource, meaning potential, over another.

In the opinion of H. Stockl multimodal approach rises the status of multimodal semiotics, as methodological apparatus of this branch can be applied to the analysis of heterogeneous nonverbal modes, which go far beyond scientific tasks of traditional linguistics and semiotics of a text. It is worth to mention that multimodality is a relatively new discipline and it has got whole number of theoretical questions. The first and the most important is to provide a definition of the object of the research – to the mode of communication.

First of all, communication is interpreted as transmission of meanings, which is going on several regimes/plans/modes of communication especially in oral and written speech. The chose and arrangement of these modes of communication separately or in interaction makes it possible to generation and transmission of meanings in the process of communication. Secondly, transmission of meanings is happening because of involvement of heterogeneous semiotic (lingual and paralingual) and sensory-perceptual (smell, taste) resources. The last but not least, affirmations about multimodal character of communication and multimodality as property of all texts without any conclusions, even those who seems to be mono-modal are axiomatic. Traditionally, the term 'text' has been used to refer 'mono- modally' to verbal text. However, according to Kress and van Leeuwen "all texts are multimodal, meaning that all texts always and without exception involve the interaction and integration of several semiotic modes' [2, p. 2]. Therefore in making sense of the multimodal texts, moving beyond the traditional cognitive strategies and enhancing the readers'

interpretive abilities is an important part of reading comprehension instruction. Images and texts are being combined in unique ways, and readers in today's world need new skills and strategies for constructing meaning in transaction with these multimodal texts as they are encountered during the social practices of interpretation and representation. If visual discourse treats images themselves as agencies, power relations are misconstrued by hiding the responsibility of the users.

A literary work is a textually embodied conceptual structure, whose conceptual component is identical to the structure – compatible with its text – which its author intended (meant) in composing it [3, p. 49].

Among the main aspects of the composition study are problems of complex definition of the term, delineation of external and internal compositions, outlining functional-semantic features of composite parts of texts, etc. Not taking into consideration the cultural scale and historical experience of study, the only approach to the interpretation of this category does not exist at present. Mostly the composition is considered as the *form* or *content* phenomenon. The main categories of the text include the form and content categories where the composition is a component of the form category. The concept of composition is interpreted as a form, that systematize, provides integrity. In a dynamic aspect, “the composition is defined as a motivated arrangement components (fragments of the text); in each of them there is a certain way of the image (characteristic, description, dialogue, monologue) or a separate point of view (author, narrator, the character) regarding the depicted.” In view of this, the composition ensures unity of a literary work.

The fairy belongs to folk literature and is part of the oral tradition. In its written form the fairy tale tends to be a narrative in prose about the fortunes and misfortunes of a hero or heroine who, having experienced various adventures of a more or less supernatural kind, lives happily ever after. Magic, charms, disguise and spells are some of the major ingredients of such stories, which are often subtle in their interpretation of human nature and psychology [4, p. 302].

Narratology in literary theory is the study of narrative structure and principle. It is the study of the logic, principles, and practices of narrative representation.

Narratology studies the form and the technique.

Narratology is divided into:

- order: sequence of events;
- frequency: the separation between an event and its narration that allows several possibilities;

- duration: the discourse time and narrative time, the separation in time between an event and its narration

- voice: narrator, how tells the story;

- mood of writing: mood means the distance of intimacy, mood is defined in the distance and perspective of the narrator;

The structure of a work determines its *integrity*, *completeness* and *unity* [4, p. 302]. Composition of a fairy text is predetermined by author's intentions, genre and content of the literary work. It embodies a system of combination of all its elements.

The composition not only provides a syntagmatic sequence of elements of the fairy text, but also participates in the formation of logical connections established between them. It is identified with a network of links between plots covering the entire work. In the context of contemporary research of the composition, were outlined structural criteria of organization of the text such as *multiplicity*, *dynamism* and *variability* [5, p. 32].

The sense of dynamization of the composition is interleaving, changing and stratification of the verbal rows. Due to this, the transformation of the original text material into composite version is happening. The key to transformation is interaction and interpenetration elements of the text. Compositional transformation means to replace actualizers, that is, semantically filled elements that play an important role in the structure of the text. According to the above concept, no element of the text can be positionally fixed in the composition. Its position and functions depend on the selected strategy of interpreting the text.

Literary text serves as a representation of the unique and exclusive artistic world, which is “*an independent modal structure*” [6, p. 369].

Among the main features of modern fairy, the plurality of options of interpretations is determined. Fairy text has inexhaustible interpretation potential and infinite plurality of meanings that create an open literary work. So, compositional structure of the fairy text is considered as a formal organization of its elements in a particular syntagmatic sequence or hierarchical dependence. From the point of view of informativity compositional components are not homogeneous, since the most important information is concentrated preferably in strong text positions.

When taking into consideration the compositional structure of the text *portions*, *size*, *fragments*, *integrity*, *functional specificity* are distinguished. These aspects are taken into account in formocentric and content approaches to defining the concept of composition. However, in conditions of the modern process of text

formation we should take into account the following structural principles of organization such as dynamism, variability, plurality. This is connected with traditional for postmodernism conception of an open literary work.

“If narrative purpose, coherence, rationality are founded on and speak the notion of integral selfhood, then vagueness, indirection and ambiguous symbolisation express awareness of self-fragmentation” [7, p. 89].

Two types of textual connectivity are identified – cohesion and coherence. *Cohesion* (local connectivity) is “a connection of a linear type that has formal expression mainly with the help of linguistic means” [5, p. 51]. It is based on the pronoun substitutions, lexical repetitions, use of conjugations, correlation of grammatical forms. It is hard to find reasons to believe that the position the author should assume for himself is one in which he is a provider of often incoherent thoughts and feelings regarding how he experiences life and reality, rather than the more traditional position in which the author tells a story with characters and their acts being the main focus.

Unlike cohesion, *coherence* (global connectivity) – is the connectivity of a non-linear type that combines elements of different levels of text. The most important means of providing coherence include repetitions of words with common semantic components and parallelism. In fiction there may be semantic chains – rows of words with common sema. Their interaction provides the generation of new semantic ties, relationships. “Deploying semantic rows (chains), their location and relationship determine the semantic composition of the text” [5, p. 52].

But, as has been frequently noted in the literature, cohesion does not of itself lead to the realization of a text as a coherent discourse. “Identifying cohesive links by noticing how semantic features are copied across different items and how items act upon each other by the modification principle will narrow down the pragmatic possibilities, but cannot determine interpretation” [8, p. 131].

Dirk Geeraerts studied lexical fields, various types of their relations and methods of the analysis. He distinguished lexical, semantic and conceptual fields of the words. Along with him, Geoffrey Leech and John Lyons studied meanings of the words, phrases and sentences and their diverse types differentiating conceptual, connotative, emotive and other meanings.

Humans don't use words without any intentions, either explicit or implicit. The meaning of the words can be lexical or cognitive, have logical or denotative

content sense, be based on associations or conceptual structures. So, dealing with meaning of the words, we are talking about semantics that is “the study of meaning system of a language, so it concerns the meaning of words” [9, p. 46–47].

The word ‘semantic’ was introduced by Michel Bréal during the 19th century. According to John I. Saeed, *semantics* is “a study of meaning communicated through language. It has been observed a great interest in semantic theory among linguists in the last few years” [10, p. 69]. The main reason is the development of generative grammar that emphasizes on the distinction between deep structure and surface structure. On the one hand, semantics deals with the way words and sentences are related to objects and processes in the world. On the other hand, it deals with way words are related to each other in terms of synonymy, entailment and contradiction. “Social-semiotic theory is interested in meaning in all its forms. Meaning arises in social environments and in social interactions. The core unit of semiotics is the *sign*, a fusion of form and meaning”.

Lexical semantics concerned with the identification and representation of the semantics of lexical items. *Lexemes* are linguistic items with their own meanings that cannot be predicted based on the meaning of the parts and can be considered from different perspectives. The meaning of content words is concepts that correspond to concrete objects with definite properties.

According to G. Leech, there are such types as ‘associative meaning’ and ‘conceptual meaning.’ Firstly, *conceptual meaning*, logical or cognitive is stylistically neutral and objective; it is basic propositional meaning which corresponds to the primary dictionary definition. Geoffrey Leech has defined conceptual meaning as “the widely assumed to be the central factor in linguistic communication” [9, p. 49].

Conceptual meaning deals with the core meaning of the expression and has the aim of providing an appropriate representation to a word or sentence. Associative meaning is subjective and stylistically marked. In terms of it five types of meaning can be distinguished. Connotative meaning manifests itself in associating an expression or word with one's experience or viewpoint adopted by individual, group or society. Stylistic meaning is conveyed about ‘the social context and stylistic features’ of the piece of language used by the writer. Mainly stylistically marked lexical items and expressions can be encountered in the texts of the book jackets, especially in the book reviews that bear features of publicistic and colloquial styles (*kick-butt, drop-dead, poignant, heart-stopping, captivating*) and in the blurbs that

have features of publicistic and belles-lettres styles (*the plot thickens, the voyage of a lifetime, sheds light on this enduring mystery, the greatest epic fantasy, awardwinning*).

Adrienne Lehrer defined a semantic field as a set of lexemes which cover a certain 'conceptual domain' and which bear certain specifiable relations to one another. The advantage of a semantic field is that it gives you an overview of a conceptual area and allows you to see how different 'linguistically coded concepts' in a language determine each other.

Conclusions. Fairy tale discourse is a complex linguo-semiotic phenomenon, a product of speech and thought of an ethnic group manifested in different genres of fairy works of art (fairy tales, legends, nursery tales, historical and local tales) together with extralinguistic factors. The works of art that make up fairy tale discourse are united by the common category of fabulousness with the miraculous as its central component and accumulate mythological beliefs shared by society in the system of verbal and nonverbal signs.

References:

1. Бехта І. А., Карп М. А. Мультиmodalні засоби когезії та когерентності у сучасних літературних казках: теоретико-методологічна інтерпретація. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. 2014. Вип. 13. С. 88–108.
2. Kress G. *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. London : Routledge, 2011. 712 p.
3. Mitchell K. *Intention and Text Towards an Intentionality of Literary Form*. New York : Continuum, 2008. 192 p.
4. *The Penguin Dictionary of Literary Terms and Literary Theory* / ed. by J. A. Cuddon. England : Penguin Books, 1999. 1024 p.
5. Hoey M. *Textual interaction: An introduction to written discourse analysis*. London ; New York : Routledge, 2001. 224 p.
6. Enkvist N. E. *From Text to Interpretability: A Contribution to the Discussion of Basic Terms in Text Linguistics. Connexity and Coherence: Analysis of text and Discourse*. New York : Walter de Gruyter & Co, 1989. 382 p.
7. Brown D. *The Modernist Self in Twentieth-Century English Literature: A Study of Self-Fragmentation*. Hampshire ; London : The Macmillan Press Ltd., 1989. 206 p.
8. Widdowson H. G. *Text, Context, Pretext. Critical Issues in Discourse Analysis*. Cornwall : Blackwell Publishing Ltd, 2004. 200 p.
9. Leech G. *Semantics: The study of meaning*. London : Penguin books, 1974. 400 p.
10. Saeed J. *Semantics*. Australia : Wiley Blackwell, 2003. 480.

Пукаляк М. В. МУЛЬТИМОДАЛЬНІСТЬ ЯК ЗАСІБ СТВОРЕННЯ АНГЛІЙСЬКОГО КАЗКОВОГО ТЕКСТУ ЯК ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Стаття досліджує способи, якими ми намагаємося пізнати світ і нас самих стосовно наших обставин і середовища, де ми використовуємо та продовжуємо використовувати казку як образний спосіб спілкування. Протягом століть ми розвивали усну й літературну здатність нашого мозку передавати відповідну інформацію про конкретні умови та стосунки в нашому житті, змінювати цю інформацію, коли ми звикаємо до мінливих умов.

У нашому мозку є ділянка, яка дає нам змогу формувати й осмислювати інформацію відповідно до змінних мовних тенденцій і розвитку, і ми розробили сильну генетичну схильність до формування та культивування психічних і громадських уявлень у соціальних і культурних установах, що створюють казку як актуальний літературний жанр, який аналізується у зв'язку з вигаданим дискурсом у рамках когнітивної лінгвістичної парадигми.

Казка розвинулася з усного когнітивного способу спілкування й розповіді, який згодом продовжився та розширився завдяки друку, що дало їй змогу набути відповідного типу дискурсу, відомого як вигаданий дискурс, одним із яких є казковий дискурс.

Казковий дискурс – це складне лінгвосеміотичне явище, продукт мовлення та думки етнічної групи, що проявляється в різних жанрах казкових художніх творів (казки, легенди, дитячі казки, історичні й місцеві казки) разом із екстралінгвістичними факторами. Художні твори, що становлять казковий дискурс, об'єднані загальною категорією казковості з чудотворним і центральним компонентом, які накопичують міфологічні вірування, спільні для суспільства в системі вербальних і невербальних знаків. Ми розглядаємо місце казки в рамках художньої літератури та виділяємо їх структурно-композиційну модель, лексико-семантичний зміст і знакове завантаження англійських казкових текстів як приклади мультиmodalних одиниць переказу в тексті.

Ключові слова: казка, дискурс, когнітивний, екстралінгвістичний, парадигма, категорія.

Свенцицкая Э. М.

Таврический национальный университет имени В. И. Вернадского

ДРАМЫ ОБЪЕКТИВАЦИИ:

ВЯЧ. ИВАНОВ – М. М. БАХТИН – М. М. ГИРШМАН

Стаття присвячена драматичній для ХХ сторіччя проблемі авторства, яка в цьому культурному контексті сприймається як докорінне перетворення, як діалектика знищення й народження. Мета роботи – прослідкувати еволюцію осмислення творчого процесу як переводу авторської суб'єктивності в цілісність художнього твору, від переживання, втіленого в тексті, через філософську есеїстику до наукової концепції.

Для молодших символістів дієвість та дійсність художнього слова – це межа, до якої воно прагне, але не може перейти, не позбувшись власної суті. Для В'яч. Іванова трагедія творчості полягає саме в тому, що вона є пориванням до недосяжної межі, за якою починається його знищення. І поет не може не прагнути цієї межі, але водночас не може не розуміти, що це прагнення не тільки нездійсненне, але й є закінченням його власного існування.

У М. М. Бахтіна процес об'єктивації описаний як естетичне завершення. Адже мистецтво слова виникає як своєрідний аналог події буття. Естетичне завершення й являє собою таке вилучення певного фрагмента з події буття, його оформлення як цілого, а потім переведення його в буття, яке створюється, в буття естетичного об'єкту, в якому, звичайно, подієвість аж ніяк не знімається. Автор у М. М. Бахтіна знаходиться «по дотичній» до зображуваного світу. Ця лінія є також межею, і все, що там знаходиться, є двоїстим.

М. М. Гіршман, як і М. М. Бахтін, займає дослідницьку позицію на межі, тобто він виявляє наслідки, які випливають з межової природи літературного твору. Художнє слово стає межею передусім між матеріальною даністю тексту й ідеальною сутністю художнього світу твору. Специфіку і статус художнього слова він визначає як взаємоперехід зовнішнього й внутрішнього: в кожному матеріальному моменті виражається художня реальність, і саме тому розгортання художнього твору – це процес, у якому елементи цілого знаходяться у стані взаємопроникнення, в результаті якого мова стає словотворенням, в якому живе творець.

Ключові слова: автор, об'єктивація, ритм, художнє слово, літературний твір.

Постановка проблеми. Большинство коллизий, рассматриваемых теоретико-литературной наукой, в начале возникают именно в этом качестве внутри литературных произведений, более или менее четко ими артикулируются и уже затем переходят в научное рассмотрение, где, собственно, обретают уже статус закономерности. На наш взгляд, есть тут какая-то ирония – то, что лично автором переживается как драма или даже трагедия, то что в реальном творчестве рушит жизнь или ведет к «полной гибели всерьез», в науке даже не просто успокаивается, но претворяется в нечто нормативное, даже естественное, неотъемлемое от художественного творчества в ту или иную эпоху.

Начиная с ХХ века такой драматичной проблемой становится проблема авторства и – более конкретно – проблема претворения жизни в творчество, реально пережитых чувств и жизнен-

ного опыта – в произведение искусства. Данная проблема стала особенно острой в литературе модернизма, где романтический культ авторства, доведенный до своего предела, естественно перетек в кризис авторства. Это было связано, естественно, с новым статусом личности, индивидуальности как таковой, в ее двойственном осмыслении: от декларации растворения ее в чем-то высшем и бытийном (Вл. Соловьев, С. Булгаков, Вяч. Иванов) до рассмотрения ее как средоточия этого самого высшего и бытийного (Н. Бердяев, Д. Мережковский, А. Белый). Общеизвестно, что данная проблематика инициировалась на русской почве философией Ф. Ницше, которая, опять-таки, осмыслялась в диапазоне от «антихристово добра» (Вяч. Иванов) до «выхода к новому небу и новой земле» (Н. Бердяев).

Анализ последних исследований и публикаций. Собственно, именно в данном контексте

мы говорим о драме объективации. Наше понимание данного философского термина восходит к философии Н. Бердяева, который подразумевал под ней опредмечивание, отчуждение своего внутреннего содержания от себя. Бердяевская объективация – это переход духовного содержания в мир явлений, она, с одной стороны, лишает его своего личного, сокровенного, оставляя в одиночестве, с другой стороны, насильственно сцепляет его с другими. Именно поэтому, как пишет Бердяев, «объективация есть утрата свободы духа, хотя она выражает события духа. Мир объективации – не духовный мир». По Н. Бердяеву, мир духа есть подлинная реальность человека, мир объективированный, мир объектов на его фоне – это мир символов, мир знаков и условностей, именно поэтому «дух распинается в мире объективации». Это проблему, пожалуй, лучше всего артикулировал М. Гершензон в его споре с Вяч. Ивановым: «...Так стоя в музее перед знаменитой картиной, я мыслю о ней. Художник писал ее для себя, и в творчестве она неотделима от него, – он в ней и она в нем; и вот – она вознесена на престол как объективная ценность...» [1, с. 398].

Прежде всего, обратим внимание, как драматично в поэзии серебряного века выглядит творческий процесс – как воплощение, как создание образов – и одновременно изымание этих образов из жизненной реальности и переведение их в некоторое призрачное, условное существование. Яркие примеры – блоковское стихотворение 1913 года «Художник» (в черновиках оно называлось «Творчество») и позднее стихотворение «И, наконец, ты слово произнес...» А. Ахматовой. В обоих стихотворениях наличествуют два момента. Во-первых, особое внутреннее состояние в момент рождения этого слова – предощущение преображения всей жизни, соединенности всего со всем: «Длятся часы, мировое несущие. / Ширятся звуки, движение и цвет. / Прошлое страстно глядится в грядущее. Нет настоящего. Жалкого нет» (А. Блок); «И вокруг тебя запела тишина, / И тихим солнцем сумрак озарился, / И мир на миг один преобразился, / И странно изменился вкус вина» (А. Ахматова). А затем происходит лишение этого слова творящих атрибутов, воплощение его в мире, рожденное произведение осмысливается как убийство: «Жду, чтоб понять, закрепить и убить. / ...И, наконец, у предела зачатия / Новой души, неизведанных сил, – / Душу сражает, как громом, проклятие: / Творческий разум осилил – убил» (А. Блок); «И даже я, кому убийцей быть / Божественного слова предстояло, / Почти благо-

говейно замолчала, / чтоб жизнь благословенную продлить» (А. Ахматова). У ранней Ахматовой о том же еще более явно: «Одной надеждой меньше стало- / Одною песней больше будет. / И эту песню я невольню / Отдам на смех и поруганье».

Формулировка цели. Цель данной статьи – проследить эволюцию осмысления творческого процесса как перевода авторской субъективности и целостность художественного произведения – от переживания, выраженного текстом, через философскую эссеистику к научной концепции.

Изложение основного материала исследования. Для младших символистов дополнительная драма заключается в том, что слово поэтическое воспринимается здесь на фоне того Слова, которое творило мир не символически, а абсолютно реально. Искусство вообще и художественное слово в частности, являясь связью, соединением двух миров, воплощает лишь возможность восхождения к этому слову, причем в ее принципиальной неосуществимости в рамках мира трансцендентального. Действенность и действительность слова – тот невоплотимый предел, к которому оно стремится, однако не может перейти, не перестав быть самим собой. Осознавал это, например, Вяч. Иванов осознает: «Музы не пророчат, как пророчит устами Пифии или кумейской Сивиллы Аполлон» [2, с. 181], «Символ – слово, становящееся плотью, но не могущее ею стать, если же бы стало, то было бы уже не символом, а самую теургическую действительностью» [3, с. 197–198]. И еще более жестко: «Все поиски магизма в искусстве извращают в корне заложенную в нем святыню теургического томления» [4, с. 215].

«Поэзия – религиозное действие и тайнодейственный подвиг» [5, с. 78] именно потому, что это действие заранее обреченное, результат его недостижим. Трагедия творчества, возможно, именно в том, что оно представляет собой постоянный «зов», «трепет», порыв к недостижимой границе, за которой начинается его уничтожение. И поэт не может не стремиться к этой границе, и в то же время не может не сознавать, что это стремление не только неосуществимо, но и является концом его собственного существования. И с этого момента поэтическое слово становится постоянным биением о границы – этические и эстетические, эстетические и религиозные, между жизнью и бытием, между «я» и «другими». Речь идет о том, что границы, как все в искусстве, «проходят через сердце поэта», это границы не внешние, а внутренние. То есть – поэт не существует за ее стенками, и без нее он существовать не сможет,

иначе это уже будет другой поэт. Таким образом, поэт соприкасается с тайной своего и нашего существования, которую можно только чувствовать, но раскрыть эту тайну нельзя, ибо она тут же и исчезнет.

Возможно, именно поэтому Вяч. Иванов в своих философских работах настаивает на различении художника и человека в самом процессе художественного творчества, где они являются нетождественными друг другу субъектами нисхождения и восхождения. В работе «О границах искусства» читаем следующее: «Деятельность художника есть некое дерзновение и вместе некая жертва, ибо он, поскольку художник, должен нисходить, тогда как общий закон духовной жизни есть восхождение к бытию высочайшему. Отсюда противоречие между человеком и художником: человек должен восходить, а художник нисходить. Как разрешается это противоречие? ...большею частью художник, видя смысл своей жизни и ее высочайшие вершины в своем искусстве, просто считает человека в себе низшею и потому пренебрегаемую частью своего озаренного художественным гением существа» [4, с. 205].

Заметим, что аналогичным образом формулирует проблему объективации М. М. Бахтин, говоря о взаимоигнорировании и автономности этих двух сфер внутри одного человека: «Когда человек в искусстве, его нет в жизни, и наоборот. Нет между ними единства и взаимопроникновения внутреннего в единстве личности» [6, с. 5–6]. М. М. Бахтин находит связь этих сфер в единстве ответственности, Вяч. Иванов также переносит центр тяжести за пределы искусства, на личность. В определении внутреннего канона Вяч. Иванов находит некое содержание, общее для искусства и жизни, и на этой основе становится возможной та взаимообращенность художника и человека в творящем субъекте, о которой говорит М. М. Бахтин, – оно основано на «принципе возрастающего духовного познания вещей и на общем преодолении личного начала не в художнике только, и не в моменте только художественного творчества, но в самой личности художника и во всей его жизни – началом сверхличным, вселенским» [4, с. 208].

Отсюда и вытекает у Вяч. Иванова трагедийность творчества, осмысление художества как жертвы: «Творчество не было бы жертвою, если бы оно было новым духовным приобретением: напротив, оно – отдача силы, излучение энергии, мука и страда в сфере высшей духовности, ответственность и как бы некий грех воплощения,

но в то же время и некая искупительная жертва, жертва сладостная и страстная» [4, с. 209]

Здесь у Вяч. Иванова появляется, как у М. М. Бахтина, категория ответственности, она возникает как связующее звено между высшей и низшей реальностями, в которых воплощается произведение искусства, и связана именно с этим процессом воплощения. Собственно, эта трагедийность ответственности воплощения, которое не необходимо бытию, а необходимо самому художнику, – главный момент в их осмыслении драмы объективации.

Не зря сам термин «объективация» у М. М. Бахтина появляется еще в ранней его работе «К философии поступка»: здесь говорится об эстетической интуиции, которая не в состоянии адекватно воссоздать событие бытия, поскольку «образы ее объективированы, то есть в своем содержании изъяты из действительного единственного становления, не причастны ему» [7, с. 7]. В этой работе заложены основы ряда контрапунктных идей М. М. Бахтина, в том числе и идея авторской вненаходимости («принцип себя-исключения»), о которой более подробно говорится в работе «Автор и герой в эстетической деятельности». Собственно, сам процесс объективации здесь описан как эстетическое завершение. Ведь искусство слова возникает как своеобразный аналог события бытия, поскольку «содержание произведения – это как бы отрезок единого открытого события бытия, изолированный и освобожденный формою от ответственности перед будущим событием и потому в своем целом самодовлеюще-спокойный, заверченный...» [7, с. 9]. Завершение и представляет собой такое извлечение некоего фрагмента из события бытия, его оформление как целого, а затем переводение его в бытие вновь создаваемое, в бытие эстетического объекта, в котором, естественно, событийность отнюдь не снимается: «В словесном художественном творчестве событийный характер эстетического объекта особенно ясен – взаимоотношение формы и содержания носит здесь почти драматический характер...» [8, с. 324], так как «форма есть граница, обработанная эстетически [9, с. 165].

Обратим внимание в связи с этим, что и автор у М. М. Бахтина, «находясь вне хронотопов изображаемого им мира, находится не просто вне, а как бы на касательной к этим хронотопам» [10, с. 501]. Касательная, в общем-то, это тоже граница, и все, что находится на границе, по определению двойственно. С одной стороны, М. М. Бахтин в «Авторе и герое...» говорит

о значимости «антиципации смерти для эстетического завершения», о том, что «смерть – форма эстетического завершения личности», о том, что «ритм охватывает пережитую жизнь, уже в колыбельной песне начали звучать тона реквиема конца». И это значит, что логика эстетического завершения противопоставлена логике чистого поступка «жизни-веры», поскольку, в отличие от смысловой незавершенности и непредопределенности человеческой личности в жизни, «"этость" бытия нуждается во внесмысловом оправдании, поскольку она только фактична (упрямо налична) по отношению к заданной полноте событийного смысла» [9, с. 201]. Но с другой стороны, «Смертная плоть мира имеет значимость лишь как *оживленная смертной душой другого*» [9, с. 202, курсив мой. – Э. С.]. То есть, тут буквально «смертию смерть поправ», и диалогическая природа и жизни, и искусства возникает как необходимость, как спасение, как включение выведенного за пределы жизненного мира содержания в «мировой симпозиум», происходящий в большом времени. Отсюда возможно и напряженный персонализм М. М. Бахтина, ведь «только я, находясь вне бытия, могу принять и завершить его помимо смысла» [8, с. 203].

Теперь, переходя к осмыслению драмы объективации, драмы авторского сознания в работах М. М. Гиршмана, отметим, в первую очередь, что он здесь безусловно во многом идет в фарватере идей М. М. Бахтина. Так же, как и у М. М. Бахтина, эта драма разворачивается между тремя субъектами – автором, героем, и читателем. В работе М. М. Бахтина «Автор и герой в эстетической деятельности» речь идет, как пишет в примечаниях к работе Л. А. Гогтишвили, «о трех, а не двух точках вневходимости: автор, герой и читатель, каждый из них, будучи вневходим друг другу, постольку же является условием двух других участников эстетического события – социального взаимодействия трех» [11, с. 543]. Точно также у М. М. Гиршмана, целостность литературного произведения – результат взаимообращенности разных субъектов: «Художественный мир литературного произведения потому и является миром, что включает в себя, внутренне объединяет и субъекта высказывания, и объекты высказывания, и адресата высказывания – «читателя» как одного из неявных, но неизменных компонентов произведения» [12, с. 94].

Самое главное – М. М. Гиршман, как и Бахтин, занимает исследовательскую позицию на границе, то есть он выявляет следствия, вытекающие

из пограничной природы литературного произведения. Знаменательно, что, в отличие от многих теоретиков, которые основываются на более статичных понятиях «текст» (Ю. М. Лотман, Р. Барт) или «мир» (Д. С. Лихачев, В. В. Федоров), М. М. Гиршман работает с понятием промежуточным, пограничным – «произведение»: «Художественное произведение, рассмотренное как динамическая целостность, не просто утверждает, но содержит в себе, реализует связи идей, культур, наций, исторических эпох друг с другом. В целостности произведения встречаются и переходят друг в друга объективное содержание мира и субъективное содержание личности, всеобщие закономерности развития искусства и индивидуальный творческий замысел» [12, с. 73].

Принципиально важно, что природа художественного целого предполагает становление, она динамична. Согласно М. М. Гиршману, в нем проявляется не движение от части к целому, а совершенно иная система: 1. Возникновение целостности как первоэлемента. 2. Развертывание целостности в разделяющихся и взаимодействующих друг с другом составных элементах и уровнях произведения. 3. Завершение целостности в созданном произведении» [13, с. 195]. Весь этот процесс предполагает, с одной стороны, обособление и разделение на составляющие, с другой стороны – преодоление их самостоятельной сущности и значимости – это не просто анализ и синтез, это нечто соответствующее бахтинской жизненно-смертной динамики в эстетическом завершении, однако выраженное более отчетливо, структурно и, надо сказать, доступно.

Проявителем этой универсальной динамики и пограничности у М. М. Гиршмана является ритм. Опять-таки, М. М. Бахтин в уже цитированной работе соотносит ритм с оформлением переживания, с наиболее активным проявлением онтологического статуса эстетического завершения: «Ритм есть ценностное упорядочение внутренней данности, наличности. Ритм не экспрессивен в точном смысле этого слова, он не выражает переживания, не обоснован внутри него» [9, с. 189]; «Ритмированное бытие целесообразно без цели, цель не избирается, не обсуждается, нет ответственности за цель; место, занимаемое эстетически воспринятым целым в открытом событии единого и единственного бытия, не обсуждается, не входит в игру, целое ценностно независимо от рискованного будущего в событии бытия, оправданно помимо своего будущего» [9, с. 191].

Именно ритм как «порядок в движении» (Платон) содержит у М. М. Гиршмана образ бытия-общения – то есть совмещения и продуктивного взаимодействия противоположных тенденций: во-первых, внутренней расчлененности и объединения (как пишет А. Белый, «ритм есть целостность – единство многоразличия [14, с. 133], во-вторых – индивидуального и межиндивидуального (соотношение индивидуальности ритмических композиций и предзаданной абстрактности метрики и типов ритма). Ритм, являясь «формой в движении» [15, с. 383], динамически уравнивает эти противоположные интенции.

В связи с этим и художественное слово становится границей – прежде всего между материальной данностью текста и идеальной сущностью художественного мира произведения. Специфика и статус художественного слова им определяются как взаимопереход внешнего и внутреннего: в каждом материальном моменте выражается художественная реальность, и именно поэтому развертывание всякого художественного произведения представляет собой процесс, в котором элементы целого не просто выстраиваются один подле другого, а взаимопроникают друг в друга, в результате чего «язык обращается в единственно возможную форму словесно-художественного бытия, становится плотью и ликом художественного мира – словотворения, в котором живёт творец» [16, с. 6].

Но это не статическое состояние слитности, а постоянное срастание, в результате которого рождается органическая целостность литературного произведения, то есть художественное слово в своем актуальном бытии оказывается процес-

сом, который по способу организации приближается к органическому процессу. И, как пишет ученый в одной из работ, «именно понятие “художественная целостность” может быть фундаментом обоснования и раскрытия погранично-связывающей роли литературного произведения как двуединого процесса претворения изображаемой действительности в художественный текст и преобразования текста в форму существования, воплощения художественного мира» [17, с. 125].

Выводы и перспективы. В заключении следует сказать следующее. То, что в кругозоре автора переживается как драма, или в лучшем случае как оптимистическая трагедия, в кругозоре литературоведа, воспринимающего словесный образ и произведение как целостный художественный мир, оборачивается их специфической динамичностью: ведь художник познает, творя, так что и все создаваемое им образное целое, и каждый момент его становления и развертывания, перехода форму в содержание, а содержания в форму – это воплощение процесса становления смысла, становления специфического понимания жизни. Именно в этом смысле сознание литературоведа, во всяком случае, некоторых литературоведов, какими были М. М. Бахтин и М. М. Гиршман – это сознание не только мета-читательское, но и мета-писательское, именно в плане умения с наименьшими потерями для содержательности разложить переживание и жизненный опыт на отвлеченно-научные составляющие. Но только таким образом, как нам кажется, можно говорить о литературе как о явлении именно эстетическом – «выразительном и говорящем бытии», осуществлении и выявлении индивидуально-авторских смыслов.

Список литературы:

1. Иванов Вяч., Гершензон М. Переписка из двух углов / Иванов Вяч. Собрание сочинений в 4 томах. Брюссель, 1987, Т. III, С. 383–415.
2. Иванов Вяч. Заветы символизма / Иванов Вяч. Родное и вселенское. Москва : Республика, 1994. С. 180–191.
3. Иванов Вяч. Мысли о символизме / Иванов Вяч. Родное и вселенское. Москва : Республика, 1994. С. 191–196.
4. Иванов Вяч. О границах искусства / Иванов Вяч. Родное и вселенское. Москва : Республика, 1994. С. 199–218.
5. Иванов Вяч. Спорады. Иванов Вяч. Родное и вселенское. Москва : Республика, 1994. С. 73–91.
6. Бахтин М. М. Искусство и ответственность / Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. Москва : Искусство, 1979. С. 5–7.
7. Бахтин М. М. К философии поступка / Бахтин М. М. Полное собрание сочинений в 7 томах, Москва : Русские словари – Языки славянской культуры, 2003, Т. I, С. 7–68.
8. Бахтин М. М. Проблема формы, содержания и материала в словесном художественном творчестве / Бахтин М. М. Полное собрание сочинений в 7 томах, Москва : Русские словари – Языки славянской культуры, 2003, Т. I, С. 265–326.
9. Бахтин М. М. Автор и герой в эстетической деятельности / Бахтин М. М. Полное собрание сочинений в 7 томах, Москва : Русские словари – Языки славянской культуры, 2003, Т. I, С. 69–263.

10. Бахтин М. М. Формы времени и хронотопа в романе / Бахтин М.М. Полное собрание сочинений в 7 томах, Москва: Русские словари – Языки славянской культуры, 20012, Т. III, С. 340–512.
11. Гоготишвили Л. А. Постраничные примечания / Бахтин М.М. Полное собрание сочинений в 7 томах, Москва : Русские словари – Языки славянской культуры, 2003, Т. I, С. 457–878.
12. Гиршман М. М. Стиль литературного произведения / Литературное произведение: Теория художественной целостности. 2-е изд., доп. Москва : Языки славянских культур, 2007. С. 71–112.
13. Гиршман М. М. Произведение / Поэтика. Словарь актуальных терминов и понятий. Москва : Изд-во Кулагиной, 2008. С. 195–196.
14. Белый А. О ритмическом жесте / Структура и семиотика художественного текста. *Ученые записки Тартуского государственного университета*. Тарту : Тартуский государственный университет, 1981. вып. 515. С. 132–140.
15. Бенвенист Э. Общая лингвистика / Под ред. Ю.С. Степанова. Москва : Прогресс, 1974. 448 с.
16. Гиршман М. М. Стиль и поэтическое словообразование в лирике Ф.И. Тютчева. Литературоведческий сборник: творчество Ф.И. Тютчева: филологические и культурологические проблемы изучения. Вып. 15-16. Донецк : ДонНУ, 2003. С. 6–15.
17. Гиршман М. М. Художественная целостность. Дискурс № 3–4, 1997 С. 121–126.

**Sventsitska E. M. DRAMAS OF OBJECTIVATION:
VYACH. IVANOV – M. M. BAKHTIN – M. M. GIRSHMAN**

This article is devoted to the twentieth century's dramatic problem of authorship, which is perceived in this cultural context as a radical transformation, as dialectics of destruction and birth. The aim of this work is to trace the evolution of understanding the creative process as a transition of author's subjectivity into the wholeness of the artistic work, from the experience embodied in the text, through philosophical essayism to scientific concept.

For younger symbolists, the effectiveness and reality of the artistic word is the boundary to which it aspires, but cannot cross it without losing its own essence. For Vyach. Ivanov, the tragedy of creativity is that it is an aspiration for an unattainable mark, beyond which its destruction begins. The poet cannot but aspire for this boundary, but at the same time, he cannot but understand that this aspiration is not only unattainable but is also the end of his own existence.

In M. M. Bakhtin, the process of objectivation is described as an aesthetic consummation. After all, verbal art arises as a particular analog of the event of being. The aesthetic consummation represents such extraction of a certain fragment from the event of being, its arrangement as a whole, and then its transition into the created being, into the being of the aesthetic object in which, of course, the eventivity is by all means preserved. The author in M. M. Bakhtin exists "on the touching line" in relation to the depicted world. This line is also the boundary, and everything there is dual.

Like M. M. Bakhtin's, M. M. Girshman's position as a researcher is "at the boundary", that is, he identifies the consequences arising from the boundary nature of the literary work. The artistic word becomes the boundary—first of all between the material being of the text and the ideal essence of the artistic world of the work. He defines the specificity and the status of the artistic word as a mutual transition of the external and the internal: in each material moment artistic reality is manifested, and that is why the unfolding of the artistic work is a process in which the elements of the whole are in a state of mutual penetration, and as a result, language becomes the word creation where the creator lives.

Key words: *author, objectivation, rhythm, artistic word, literary work.*

ФОЛЬКЛОРИСТИКА

УДК 821.161.2

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.3-3/15>

Шкляєва Н. В.

Луцький національний технічний університет

Николюк Т. В.

Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ГЕРОЇКО-ФАНТАСТИЧНИХ (ЧАРІВНИХ) КАЗОК ЗАХІДНОГО ПОЛІССЯ ТА ЗАХІДНОЇ ЧАСТИНИ ВОЛИНИ

У статті визначено, що казки Західного Полісся та західної частини Волині відзначаються завершеністю. Вони побутують у багатьох варіантах. Героїчність – обов'язкова умова оповіді казок цього виду.

Деякі із сюжетів героїко-чарівних творів мають історичне коріння, але не всі. Усе зображене описується поза часом і простором, деколи як сучасне, що відбувається десь далеко.

Визначено, що головною ознакою фантастичних казок Західного Полісся та західної частини Волині є незвичайність описуваного, надприродність, таємничість, чудесність подій, динамічність їх розгортання. Основними мотивами є мотиви подорожі, дороги героя чи героїні, труднощів та випробувань, що випадають на нелегкому шляху, героїчних вчинків, подвигів.

Виявлено, що простір у чарівних казках Волині й Полісся змінний. Він поділяється на світ «своїх» і «чужих», постійно змінюються місця, краєвиди, персонажі можуть бути «тут» і «там» одночасно. Межею між реальним та паралельним світами у казках Волині й Полісся є ліс, річка, озеро, колодязь, міст, вогонь, дерево чи інша рослина, яма, болото, багно, копанка, перейшовши через які, персонаж опиняється в паралельній реальності.

Виявлено, що для казок цього типу характерна наявність чудо-помічника (людини, тварини чи предмета) та дарувальника.

З'ясовано, що в сюжетотворенні поліських та волинських чарівних казок виявилися уявлення про культ дерев, тварин, птахів.

У чарівних казках Західного Полісся та західної частини Волині досить часто функції героя, який вирушає в далеку, сповнену випробувань подорож, виконує героїня або ж дівчина-чарівниця. У казках, записаних у Західному Поліссі та західній частині Волині, такі героїні мешкають у болотах, річках, озерах, лісах.

Для творів цього регіону властивий мотив про чоловіка-вужа або хлопця-вужа, а також епізод із порушенням табу, наприклад, заборони виходити з дому, розповідати щось батькам, дітям.

Зазначено, що у волинських та поліських казках про вужів, гадюк, риб, жаб та рибок помітно прослідковуються також риси культу води, а в карпатському регіоні поширені елементи культу гір.

Ключові слова: сюжет, казка, культ, міф, мотив, чарівна казка.

Постановка проблеми. Казка має архаїчну оповідальну традицію, розгорнуту систему персонажів, давню історію розвитку та побутування. За довготривалий період цей жанр розвинувся неабияк за різними ознаками. Це окремих, специфічний масив, що поєднує в собі різнохарактерний щодо художніх, композиційних та жанрових особливостей матеріал. На це неодноразово вказувало багато дослідників різного часу [14, с. 4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Російський учений В. Пропп, досліджуючи казкові види та підвиди, зауважував, що варто класифікувати їх як жанр [14, с. 148]. До казки можуть належати найрізноманітніші за поетикою та жанровими різновидами твори. Казка – поняття ширше, ніж просто фольклорний масив. О. Никифоров, говорячи про їхні особливості, зазначав: «Казка, як надто складний і багатий

вид поезії, живе не в одній єдиній формі, а в багатьох» [13, с. 8].

Прикладом класифікації казок за жанровими ознаками є «Покажчик казкових типів», складений фінським фольклористом Антті Аарне (1910 р). Він утвердився в міжнародній фольклористичній практиці. У 1929 р. російський фольклорист М.П. Андрєєв (1892–1942) доповнив його новими сюжетами та мотивами і видав окремою книгою [1]. Пізніше покажчик був доповнений американським фольклористом С. Томпсоном, який зафіксував та ввів до нього чимало нових мотивів з епічної творчості багатьох народів світу. Покажчик Аарне-Томпсона взяли за основу систематизації і польських народних казок, яку здійснив Ю. Кржижановський [18].

Під час укладання та видання східнослов'янських казок упорядниками теж використовується покажчик Аарне-Андрєєва. Схема розташування казкового матеріалу, використана в ньому, була схвалена й відомим білоруським ученим-фольклористом К. П. Кабашниковим, який підготував та видав ґрунтовний збірник білоруських народних казок про тварин [17].

Під час класифікації західнополіських творів також використаний покажчик Аарне-Андрєєва, та виділено із класифікатора найбільший масив чарівних казок.

Предметом дослідження статті є героїко-фантастичні казки населення Західного Полісся та західної частини Волині.

Постановка завдання. Мета і завдання – визначити специфіку героїко-фантастичних казок населення Західного Полісся та західної частини Волині й особливості реалізації давніх традицій, звичаїв, повір'їв у творах.

Виклад основного матеріалу. Чарівні казки дуже близькі до інших фольклорно-епічних жанрів: сказань, легенд, переказів, епічних пісень. Але, на відміну від названих жанрів фольклору, не пов'язані безпосередньо з міфологічними уявленнями чи історичними особами й подіями. Для казки характерна традиційність сюжету і структурних елементів (зачин, кінцівка), розподіл рис характеру героїв за принципом «добрий-злий». Творам цього жанру властива багатоепізодність, багатоплановість, драматичний розвиток подій, зосередження, щасливе закінчення. Казка відзначається «замкнутим часом» і завершеністю, перемогою добра над злом. У них органічно поєднуються міфологічні, фантастичні та героїчні мотиви. Найпоширеніші такі: змієборство, добування і використання чудодійних предме-

тів (цілюща вода, чудо-меч, шапка-невидимка, чоботи-самоходи) тощо. Герої фантастичних казок долають багато випробувань, ідучи нелегкою дорогою до своєї мети. Вони мають надприродні здібності, винахідливі й кмітливі.

Дослідники чарівних казок стверджують, що у фантастичних казках збереглися давні форми мислення, трактування дійсності, магичні герої. На походження чарівної казки з міфу вказував і В. Гнатюк: «Коли в 19 ст. учені звернули увагу на казки, зараз виникло питання, звідки вони взялися, і як пояснити велику подібність поодиноких казок у різних народів. Зразу уважали їх за винахід середньовічних трубадурів та арабів. Потім висловлювали погляд, що міфологія одної епохи переміняється в поезію дальшої епохи, а поезія – в казки ще дальшої. Тому казки належить уважати за наймолодшу форму міфів...» Спираючись на дослідження братів Грімм, М. Міллера та теорію Бенфея, В. Гнатюк вважав, що українські казки «належить уважати за останки тих давніх арійських міфів» [2, с. 22].

Намагаючись пояснити та дослідити основні мотиви фантастичних казок, дослідник зазначав: «У казці правда не є зовнішнього змісту; в ній правда внутрішня, ідеальна, як відблиск релігійної ідеї, що перейшла від первісного міфу. Через те в ній фантазія вільніша <...>. Отже, казка є ніщо інше, як старовинні міфи, що витворились і перейшли на землю ще за часів індоєвропейських. Міфічне зерно залилось цілим як головний мотив, як сенс казки. Казка має космополітичне значення. Критерієм дослідження казки є порівняльна міфологія; метода дослідження міфології казок – порівняльна» [2, с. 34].

Серед чарівних виділяють окремо «героїчні казки». Героїчними називають їх у зв'язку з наявністю в центрі сюжету образу героя-богатиря, лицаря, навколо подвигів якого й розгортаються сюжетні лінії. Героїчність – обов'язкова умова оповіді творів цього виду, оскільки вони виникли та розвинулись у докняжу добу української історії.

Деякі із сюжетів героїко-чарівних казок мають історичне коріння. Такі герої, як Кирило Кожум'яка, мають прототипів. У творах цього типу трапляються описи чи згадки про історичне минуле (напади турків, татар). Таких казок на території Західного Полісся та західної частини Волині чимало.

Інші казки з теренів Волині й Полісся позбавлені конкретного історичного підґрунтя. Усе зображуване описується поза часом і простором, деколи як сучасне, що відбувається десь далеко

(«колись-колись», «давно те було»). Головною ознакою фантастичних казок Західного Полісся та західної частини Волині є незвичайність описаного, надприродність, таємничість, чудесність подій, динамічність їх розгортання. Основними мотивами є мотиви подорожі, дороги героя чи героїні, труднощів та випробувань, що випадають на нелегкому шляху, героїчних вчинків, подвигів.

Головним принципом сюжету казок цього типу є швидкість і динаміка. Сюжет розгортається навколо подорожі в часі персонажа. Час і простір змінюються. Категорії часу та простору функціонують за певними законами: час як такий відсутній. Перебіг подій переноситься з реального світу в потойбічний: «Жили були дід та баба. Вони не мали дітей. Одного разу, в неділю, сиділи вони на березі річки і побачили, що по воді пливе велике гарне яблуко. Воно прибилося до берега. Взяла баба яблуко і принесла до хати. Коли ж захотіла поділити ножом яблуко на дві частини, із нього вискочив маленький хлопчик. Дід з бабою дуже зраділи і назвали його Хлопчик-Яблучко. Ріс Хлопчик-Яблучко, як на дріжджах. Щодня з'їдав велику миску каші та скибку хліба. Дуже швидко хлопчик виріс і пішов підкоряти острів Чудовиськ, щоб забрати у Чудовиська усі його скарби і віддати бідним. Вирушив у далекий путь. Дорогою йому зустрілися Ворона, Кішка і Собака. Усі вони поставали вірними слугами Хлопчика-Яблучка. Довго йшли вони, аж поки не побачили велику браму і воїнів-охоронців. Ворон злетів у повітря і видзьобав охоронцям очі, Кішка перестрибнула через браму і відсунула засув, а Собака почав кусати воїнів за ноги. Зайшли вони до замку, загрузили скарбами повен візок. Слуги Хлопчика-Яблучка притягли віз у село і роздали усі скарби бідним. «А таки наш Хлопчик-Яблучко – найсміливіший від усіх», – раділи дід із бабою і плескали в долоні» [9].

Простір у чарівних казках Волині й Полісся змінний. Він поділяється на світ «своїх» і «чужих», постійно змінюються місця, краєвиди, персонажі можуть бути «тут» і «там» одночасно. Потойбічний світ перебуває під землею, у воді, на небі, біля старого високого дуба, невідомого озера, замуленого болота. У поліських та волинських казках до нього можна потрапити, випадково забравши в гушавину лісу, побачивши у воді білу лілею, потрапивши в озерне чи річкове «вікно», пере-чепившись через гілля, враз опинитись в іншому вимірі.

«Інше» життя має свої, особливі закони та традиції. Нерідко вони перегукуються з давніми звичаями та обрядами волинян та поліщуків.

Межею між реальним та паралельним світами в казках Волині й Полісся є ліс, річка, озеро, колодязь, міст, вогонь, дерево чи інша рослина, яма, болото, багно, копанка, перейшовши через які, персонаж опиняється в паралельній реальності. Цей перехід можливий лише у певний час. У цьому героєві можуть допомагати інші персонажі – люди, тварини, птахи, плазуни, комахи, чарівні речі, предмети побуту.

Чуже середовище завжди налаштоване вороже до персонажа. Герой наражається на небезпеку та випробування, для подолання яких необхідні духовні та фізичні сили.

В. Давидюк, описуючи українські героїко-фантастичні казки, називає їх ініціальними. Дослідник зазначає: «На межі між своєю і чужою землею, позбавлений будь-яких засобів існування, він мусить якось виживати, тому цілиться в першого-ліпшого звіра, який йому трапляється: орла, вовка. Часом ловить рибу. Тобто виявляє себе як мисливець та рибалка. Кожна жива істота, на життя якої він посягнув, просить пощади, обіцяючи стати в пригоді в потрібний момент» [4, с. 105].

На Волині теж є достатньо ініціальних казок, як-от: «Жив-був лісник. У нього було три сини. Ослаб лісник і чує, що скоро помре. Покликав синів і говорить:

– Я все життя був лісником, я сходив увесь ліс. У лісі є місце, де я ніколи не був. І вмер старий.

Стали сини лісниками. По усьому лісі ходили, а в те погане місце не заходили. Та одного разу вирішили зайти. Найменший брат говорить: «Давайте візьмемо клубок ниток, щоб не заблудитися». Та й пішли вони. Розмотували клубок, щоб не заблукати. А звірі ходили і порвали нитку.

Ходили-ходили та й повернулись сини на те саме місце – до великого дуба. Змучились і вирішили заночувати під дубом. Два брати лягли, а старший залишився на варті.

Дійшло до дванадцятої години ночі, повіяв страшний вітер. Аж дуб гувся. Подивився старший брат – летить поверх лісу змії. І крикнув старший брат: «Хто ти? Стань, а то стріляти буду!» Змії злякався і просить: «Пропусти мене, я дам тобі таку річ! Скільки житимеш – користь буде». І кинув йому шапку-невидимку.

Встали зранку, а старший брат їм нічого не говорить. Так ходили вони другий день до вечора і все виходили до того дуба. І знову полягали спати. На варті залишився середній брат. О дванадцятій годині взялась буря, що ламалися дуби. Дивиться – летить змії:

– Стій! Стріляти буду!

– Не стріляй, я дам тобі таку річ, що скільки житимеш, то будеш мене споминати. Дам тобі сопілку. Подуєш – вийде армія.

Кинув змії сопілку і полетів. Рано встали хлопці, а брат нічого їй не каже. І почали вони ходити по лісі, а на вечір вийшли до того дуба. Та й лягли під ним спати, а за вартового став найменший брат. Опівночі знялася буря, гнуться дуби. Подивився брат – летить змії.

– Стій! Стріляти буду! – крикнув брат.

– Пустити мене, то дам гаманець, який ніколи не буде порожнім.

А менший брат говорить:

– Це не все. Як вийти з цього лісу?

– Бери сокиру і теши дуба з цього боку.

Як встанете рано, то йдіть у той бік, з якого буде затесано дуба.

Рано встали хлопці, а найменший брат говорить: «Ну, давайте будем виходити з цього лісу». Не довго вони йшли і вийшли з того лісу. Побачили знову поляну. Менший брат каже:

– Давайте сядемо на цій поляні і трохи спочинемо. Посідали вони і менший питає:

– Хлопці, що ви робили ночами як були на варті?

Старший говорить:

– Я маю шапку-невидимку.

Середній каже:

– У мене є така сопілка, що як подую в неї, то скільки хочеш армії вийде.

А менший витягнув гаманець з грішми. Випорожнив його, а він знову повний.

Вчув менший брат, що в царя є дочка, і та дочка день і ніч грає в карти. Взяв він гаманець і йде до неї. І взяв з собою шапку-невидимку. Та й пішов до дівчини в кімнату. Аж тоді побачила його дівчина, як зняв шапку:

– Як ти зайшов сюди? У мене є варта.

– А я маю шапку-невидимку.

– Як таке діло, то давай грати в карти.

Грали вони цілий день і ніч, а він кладе й кладе гроші.

Вона питає: «Звідки у тебе стільки грошей?»

– А мій гаманець такий, що я беру й беру із нього гроші.

Дівчина: «Будем обідати». Принесла вона різних вин, напоїла хлопця і він заснув. А вона забрала і сказала варті викинути його на дорогу.

Приходить додому і розказує братам що сталося.

– Я загубив шапку-невидимку, гаманець з грошима, але я візьму сопілку і оголошу війну цареві.

Узяв хлопець сопілку, подув у неї – набралось стільки війська, що й краю не видно. Цар хотів утікати, надів шапку-невидимку, але замість того, щоб стати невидимим, помітив, що на голові у нього вирости роги. От чому цар рогатий» [10].

Для казок цього типу характерна наявність чудо-помічника (людини, тварини чи предмета) та дарувальника (того, хто дарує героєві чарівний предмет). В. Давидюк говорить про це так: «У деяких сюжетах герой отримує і чарівний предмет, який стає йому в нагоді. Або три волосини із гривни коня, або перо жар-птиці, яке вказує героєві шлях до тридевятого царства, або ж чарівний клубок, який котиться з гори в долину, показуючи шлях на край світу» [4, с. 105]. Не є винятками і казки Західного Полісся та західної частини Волині. Тотемні вірування в сюжетотворенні поліських та волинських чарівних казок виявилися в їх зв'язку з культами дерев, тварин, птахів. Вони є основними в конструюванні казкового сюжету і простежуються на рівні мотивів, образів. Дерева та рослини в казках Волині та Полісся антропоморфічні: вони можуть говорити, думати, керувати людськими долями, знищувати й рятувати. Дерева у сюжетах здавна наділялись чарівними властивостями: родили цілющі плоди; від ягід з вишні виростили роги; виготовлені з особливого дерева сокира, сопілка, колиска чи інший предмет ставали чарівними; зруб дерева перетворювався в Івасика-Телесика. Як бачимо, у казці, записаній у с. Рудка, біля чарівного дуба відбуваються всі інші події, виникають чарівні предмети-помічники, розгортається подальший сюжет. Чарівний дуб ніби й не бере безпосередньої участі у житті персонажів, але наділений найвищим рівнем свідомості, керує їхніми думками, діями, контролює волю персонажів, стає володарем їхніх доль, з-під його влади складно звільнитись.

У сюжетах західнополіських та західноволинських фантастичних казок багато персонажів для зв'язку подій – скаржники, наклепники, зрадники. Л. Дунаєвська подає трикатегорійну систему казкових персонажів, поділяючи їх на злотворців, добротворців, знедолених [5, с. 107].

У чарівних казках Західного Полісся та західної частини Волині досить часто функції героя, який вирушає в далеку, сповнену випробувань подорож, виконує героїня, або ж дівчина-чарівниця. Крім того, поширені сюжети про дівчину-тварину чи пташку: «І опинелись ме на днове озера і стало ребаме. Тільки раз на теждень, у ниділю, стаєм ме знов людьме. Худобу віганяємо пастеся, по господарству пораїмося. А в пониділок знову ребами

стаємо. А був той старей водяником і жев колесь у тий річце, шо ме замусоріле і знещіле. Отакей нашій гріх. Пусте ж мою дитену, рібалко, бо я тобі все сказала! Піріхрістевся рібак, кенув ребку в озиро, забрав свій сачок і лодку та й подався додому. І того ж року помер» [11].

У загальносвітовій фольклорній традиції такі героїні часто посаджені в темницю чи високу башту, палац на скелі чи острів посеред моря, що є ознакою царської спадкоємиці, яка утримувалась в ув'язненні з метою опіки та охорони [16, с. 756]. У казках, записаних у Західному Поліссі та західній частині Волині, такі героїні мешкають у болотах, річках, озерах, лісах (Царівна-Рибка).

Чарівні казки Волині та Полісся багаті образами незвичайних тварин, птахів, риб, комах. Вони також є захисниками та помічниками персонажів-людей, яким відомі таємниці всесвіту. Такі герої розуміють мову звірів та птахів, уміють поводитися з лісовими, морськими чи повітряними істотами.

Окремим типом чарівних казок є ті, в яких збереглися уявлення про «родинні» зв'язки людини з ведмедем, що було характерним для давніх тотемістичних уявлень. Існує ряд творів, де йдеться про викрадення ведмедем жінки та співжиття з нею, про народження в жінки (від ведмеда) сина, котрий володіє великою (мовби успадкованою від батька-ведмеда) силою. Схожий сюжет наявний і в західнополіській казковій традиції. Але тут головним персонажем виступає не ведмідь, а вуж (Батько-Вуж).

Мотив про чоловіка-вужа або хлопця-вужа неодинокий у фольклорі Західного Полісся та західної частини Волині. Як правило, вуж викрадає молоду дівчину і залишає її собі за дружину. Це давній сюжет, в якому зафіксовано обряд одруження дівчини з представником природи, духом води.

Досить цікавою й своєрідною є інтерпретація казки «Вужева наречена». На Волині й Поліссі ця

казка називається «Батько-Вуж». Досліджуючи її загальноукраїнську фольклорну версію, В. Давидюк пише про те, що текст казки «містить у собі нитку логічних невідповідностей, які викликають часом подив і наштовхують на думку про нееквівалентність вимірів на тому й на цьому світі».

Дівчина з казки наділена надзвичайною силою, адже вона вільно і без перешкод спілкується з навколишньою природою: розмовляє з мешканцями лісу, повітря, підземного царства, води.

Непростими є дівчата-персонажі, які живуть у лісі в будинках вужів, зміїв, вовків. В. Балушок висловлює припущення, що «дівчата, які жили в будинках «вовчих» союзів, уважалися жрицями жіночої богині ... що в багатьох народів була особлива «діва-войовниця» [3, с. 84].

У казках цього типу наявний ще один мотив – порушення табу, заборони виходити з дому, розповідати щось батькам, дітям. Порушення табу в казках західнополіського регіону завжди призводить до негативних наслідків. Якщо головна героїня нехтує забороною виходити за межі хати, лісу, озера, підземного світу, то це призводить до нещастя. У головного героя виникають проблеми, коли він порушує прохання не спати, не дивитись, не повертатися назад, не торкатись чи не брати якогось предмета.

У волинських та поліських казках про вужів, гадюк, рибу, жаб та рибку помітно простежуються риси культу води: озера, річки, озерця, болота, багна чи болітця. Цьому сприяло природне середовище регіонів. Адже лише водойми можуть бути домівками для чудо-істот. У чарівних казках карпатського регіону поширені елементи культу гір. У казкових сюжетах карпатського краю згадуються мідні, срібні, золоті, скляні чи кришталеві гори, що розмежовують паралельні світи.

Висновки. Отже, в чарівних казках Волині й Полісся збереглися зразки колишніх звичаїв, обрядів, уявлень і традицій наших предків, поліщуків та волинян.

Список літератури:

1. Андреев Н. П. Указатель сказочных сюжетов по системе Аарне. Ленинград, 1929. 118 с.
2. Гнатюк В. Народні байки. Львів, 1918. 120 с.
3. Балушок В. Українська родина. Київ, 2000. 250 с.
4. Давидюк В. Вибрані лекції з українського фольклору. Луцьк, 2009. 448 с.
5. Дунаєвська Л. Українська народна проза (легенда, казка): еволюція епічних традицій. Київ : Наукова думка, 1997. 360 с.
6. Записано від Балюк Надії у селі Сереховичі Старовижівського району.
7. Записано від Велесюка Петра у селі Боремель Демидівського району Рівненської області.
8. Записано від Іванової Любові у м. Сарни Сарненського району Рівненської області.
9. Записано від Пус Вікторії у м. Устилуг Володимир-Волинського району.
10. Записано від Стрижук Катерини у селі Рудка Волинської області.

11. Записно від Швайко А. П. у селі Лобна Любешівського району Волинської області.
12. Энциклопедический словарь / Ф. А. Брокгауз, И. А. Ефрон. СПб., 1900. 59 полутом. С. 164.
13. Никифоров А. И. Сказка, ее бытование и носители. *Литературная энциклопедия* / ред. коллегия : П. И. Лебедев-Полянский, И. М. Нусинов. Москва : Худож. лит., 1937. 783 с.
14. Померанцева Э. В. Судьбы русской сказки. Москва. 220 с.
15. Пропп В. Я. Принципы классификации фольклорных жанров. *Советская этнография*. 1964. № 4. 148 с.
16. Токарев С. А. Послесловие. *Фрэзер Д. Д. Золотая ветвь*. Москва, 2003. Т. 1. 290 с.
17. Казкі пра жывёл і чарадзейныя казкі / Складальнік К. П. Кабашнікаў. Мінск, 1971.
18. Julian Krzyżanowski. Polska bajka ludowa w układzie systematycznym. t. I, Wrocław. Warszawa–Kraków, 1962. Т. II, 1963.

Shkliaieva N. V., Nykoliuk T. V. PECULIARITIES OF THE HEROIC AND FANTASTIC (MAGICAL) TALES OF WESTERN POLISSYA AND WESTERN PART OF VOLYN

In the article it is determined that the tales of Western Polissya and the western part of Volyn are distinguished by completeness. They come in many variants. Heroism is a main condition for this kind of telling fairy tales.

Some of the heroic fairy tale stories have historical roots, but not all. Everything depicted is described beyond time and space, sometimes as recent, happening somewhere far away.

The main feature of the fantastic tales of Western Polissya and the western part of Volyn is the uncommonness of what is described, the supernatural, the mystery, the wonder of events, and the dynamism of their deployment. The main motives are the motives of travel, the path of the hero or heroine, the difficulties and trials that fall on the difficult path, heroic actions, achievements. It is found that the space in the fairy tales of Volyn and Polissya is changeable. It is divided into the world of “native” and “foreign”, constantly changing places, landscapes, characters can be “here” and “there” at the same time. The boundary between the real and parallel worlds in the fairy tales of Volyn and Polissya is a forest, river, lake, well, bridge, fire, tree or other plant, pit, swamp, mud, ditch, passing through which the character finds himself in a parallel reality.

It is found that fairy tales of this type are characterized by the presence of a miracle helper (human, animal or object) and a giver.

It is found out that in the plot of Polissya and Volyn magical fairy tales there are ideas about the cult of trees, animals and birds.

In the fairy tales of Western Polissya and the western part of Volyn, the heroine or a girl-wizard often travels with a lot of trials. In fairy tales recorded in Western Polissya and the western part of Volyn, such heroines live in swamps, rivers, lakes and forests.

The tales of this region are characterized by a motive of a snake man or a snake boy, as well as an episode with a violation of taboos, such as a prohibition on leaving home, telling to parents, children.

In the Volyn and Polissya's tales about snakes, vipers, fish, frogs and fishes, the features of the water cult is noticeable, as far as in the magical tales of the Carpathian region the elements of the mountain cult are widespread.

Key words: plot, fairy tale, cult, myth, motive, magic fairy tale.

КРИМСЬКОТАТАРСЬКА ЛІТЕРАТУРА

УДК 82'512.19:341.43Умеров Е.

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.3-3/16>

Арнаутова А. Р.

Тарас Шевченко адына Киев миллий университети

ЭРВИН УМЕРОВНЫНЪ ЕСЕРЛЕРИНДЕ СЮРГЮНЛИК МЕВЗУСЫНЫНЪ АКС ЭТЮВ ХУСУСИЕТЛЕРИ

Пропонована стаття присвячена аналізу творчості Ервіна Умерова. Це один із видатних письменників у кримськотатарській літературі, який першим звернувся до теми депортації. Багато дослідників під час вивчення періоду депортації звертаються саме до творів Е. Умерова, оскільки ця тема є провідною в його творчості.

Твори Е. Умерова наповнені глибоким смислом. Страждання свого народу письменник передає в оригінальному й неповторному стилі. Особливим для того часу є подання сюжету, коли, крім зображуваних подій, автор розкриває особистий життєвий досвід і філософський погляд на події. Майстерно використовуючи психологізми, письменник описує всі труднощі та страждання народу, який виявився несправедливо пригнобленим і звинуваченим. За результатами аналізу творів Е. Умерова «Янъгъызлыкъ», «Къара поездлар» і «Рухсет» можемо зазначити, що автор, зображуючи почуття персонажів, застосовував один із різновидів поширених психологізмів, властивих своєму часу. У коротких оповіданнях він передає весь біль і страждання кримськотатарського народу, який опинився у трагічному становищі. Герої його творів, виживаючи у важких і не придатних для життя людини умовах, завжди пам'ятали про моральність, зберігали власну честь і гідність, а найголовніше – у цій боротьбі за життя не забували про головні цінності свого народу: національну гордість і людяність, любов та відданість історичній батьківщині. Розкриваючи тему депортації, автор нікого не залишає байдужим, і читач не просто є спостерігачем подій, що розгортаються, а долає разом із героями всі випробування й труднощі, переживає ті ж почуття та настрої, що й герої творів.

Ключові слова: *період депортації, літературний образ, літературний символ, аналіз літературного образу, психологізм, філософський підхід, літературний аналіз, способи відображення літературного образу.*

Къырымтатар эдебиятында сюрюнлик мевзусыны айдынлаткъан яызджылар сырасында Эрвин Умеровны айрыджа къайд этмеге мумкюн. Сюрюнлик мевзусы онынъ иджадында гъает муим ер тута. Яызджы къырымтатар халкъынынъ башына тюшкен буюк фаджианынъ тесирини инджелеп теренден, озь заманына коре, фикирлерини ачыкълай ве бутюнлей башкъа нокъта-и-назарлардан акс эте. Э. Умеров эсерлеринде озюнинъ омюр теджрибесини, аятий фельсефесини муджесемлендирди.

«Бу икяелерге мен «Феникс къушы» деген ад бермек истер эдим, чюнки Феникс – «олюм бильмеген къуштыр», бу – бизим халкъымыздыр, сталинизм, волюнтаризм эм де брежневи эм оны не къадар алчатса да, о кене гьурурле баш котерип юрьди, кениш даркъалгъан коррупция,

хырсыэлыкъларда иштирак этмеди, осьти, буюди, несилини девам эттирди. Бойле халкъкъа седжде этмектен гъайры башкъа бир шей ола бильмез, Меним бу икяелерим, яызджы оларакъ, чапкъыма седждемдир» (Э. Умеров).

Миллетимизнинъ бугуньки вазиятини козь огюне алсакъ, ве иджады талиль этильген муэллифнинъ юкъарыда аньылгъан эсерлерини къыяс этсек, сайланылгъан мевзумыз актуаль олгъаныны коремиз.

Ишимизнинъ материалы оларакъ Эрвин Умеровнынъ иджадынъ ве эдебиятшынаслыкънен багълы ильмий ишлер козьде тутула.

Ишимизнинъ объекти «Янъгъызлыкъ», «Къара поездлар», «Рухсет» икяелери.

Ишимизнинъ макъсады – Эрвин Умеровнынъ икяелеринде сюрюнлик мевзусы насыл

узулларнен акс этильгенини косьтермектир. Ондан да гъайры «Яньгъызлыкь», «Къара поездлар» ве «Рухсет» киби икяелерини талиль этмек.

Ишимизнинъ къоюлган вазифелери: «Яньгъызлыкь», «Къара поездлар» ве «Рухсет» икяелерни окъумакъ, назарий малюматларыны козьде тутып, оларыны талиль этмектир.

Араштырма нетиджелернинъ амельде къулланылмасы – сюрюнлик девирдеки эсерлерини терен огренмек ве тенкъид этмектир.

Сюрюнлик деврининъ къырымтатар эдебияты муим чизгилеринден бири – несирджиликнинъ бутюн жанрларында кениш сильтем алувыдыр. Очерк жанрынъ кенишленгени, язджыларнынъ о заманнынъ яшаишинен сыкъы багъ тутувы исбатлай. Очерклерде диккъатны джелъп эткен эсас мевзу, ильк-эвеля, илериде келеджек несиллернинъ аяты ве эмегине ёнетиле [1; 2; 3; 4]. Муэллифлернинъ чокъусы озь къараманларнынъ ички дюньясыны ачыкълап онъа зияде диккъат айыра. Язджынынъ олып кечкен вакъияларны талиль этювде тенкъидий янашувы, меселени ачыкъланмасына ынтылувы, къырымтатар очерк жанрында, яньылыкь олды. Бойле башлангъыч эдебияткъа сонъунда кельген яш язджылар тарафындан къуветлендирильди ве даа яньы фикирлернен зенгинлешти [5].

Къырымтатар эдебиятында сюрюнлик мевзусыны айдынлаткъан язджылар сырасындан Эрвин Умеровны айрыджа къайд этмеге мумкюн. Сюрюнлик мевзусы онынъ иджадында гъает муим ер тутта. Язджы къырымтатар халкъынынъ башына тюшкен буюк фаджианы теренликнен ачыкълай ве бутюнлей башкъа нокъта-и-назарындан акс эте. Э. Умеров эсерлеринде озюнинъ омюр теждрибесини акс эте.

Бойле янашма, XX асырнынъ яш эдиплер Айдер Осман, Урие Эдемова, Эрвин Умеров, Риза Фазыл, Эмиль Амит, Сафтер Нагаев, Аблязис Велиев, Рустем Алиев ве дигерлерининъ эсерлеринде де къайд этмек мумкюн. Олар икяе ве очерк жанрларыны гъайрыдан жанландырды. Мевзу черчивелери баягъы кенишледи. Оларнынъ очеркleri ве икяелеринде илери эмекчилернинъ психологик портретлери яратылды. Новелла жанрында земане мевзусы эп пекинди. Бир чокъ новеллаларда социаль мевзу, миллет ве ватан севгиси мевзуларынен сыкъ багълы оларакъ ишленильди.

Етмишинджи сенелерде заманнынъ актуаль мевзуларында яратылган реалистик повесть ве романлар, къырымтатар эдебиятынынъ бу шараитте эльде эте бильген хусусий

енъишлеридир. Раим Тынчеровнынъ «Баарь танъында», Шамиль Алядиннинъ «Теселли», Черкез-Алининъ «Догъмушлар», Тимур Дагъджынынъ «Унутылган йыр» повестьлери джемиетнинъ земаневий аятындан алынып язылган эсерлер оларакъ яньы омюр тарзыны терен эстетик талиль этюв эсасында догъдылар. Бу девирнинъ эсас хусусиети – къырымтатар эдебиятында роман жанрынынъ илерилевидир. Несир жанрынынъ энъ буюк шекили олган романлар язылганы эдебиятымызнынъ черчевеси бир дередже даа кенишлегенини косьтермекте. Шамиль Алядиннинъ «Эгер севсенъ» (1961) ве «Рузгярдан салланган фенерлер» (1969), Юсуф Болатнынъ «Саф юреклер» (1962) ве «Анифе» (1969), Решид Мураднынъ «Дагълар сонатасы» (1968), Сеитумер Эминнинъ «Ираде дерьясы» (1971), Черкез-Алининъ «Сабалар къучагъында» (1973) ве дигер романлар бу фикиримизнинъ делилидир.

Бутюн совет эдебиятында олганы киби, о вакъытта къырымтатар несирнинъ эсасында эмек мевзусы етекчи эди. Юкъарыдаки романларнынъ эксериети де истисна дегильдир. Бу эсерлернинъ гъаевий бедий севиелери бирдайы олмаса да, оларны маневий джеэттен зенгин, озь девринен терен ве сыкъы багълы шахс оларакъ къараманларынынъ социаль актив позицияларыны тасдикълавгъа ынтылув бирлештире. Оларда шимдики девирни терен анъламагъа, умуминсаний, ахлякый ве этик проблемаларнынъ яньы чизгилерини корьмеге ярдым эткен узакъ ве якъын тарихтаки вакъиялар муджесемлеше.

60-ынджы сенелернинъ сонъунда икяелеринде психологик портретлерининъ яратылувы актуаль ве прогрессив эди, джиддий реализм романтик эеджангъа денъишти. 70–80-инджы сенелерде эдебиятымызнынъ бу ёнелиште гурь ве семерели инкишафыны, шу девирде яратылган эсерлернен тасдикълана.

Рустем Муедининъ «Ахрет ёлу» (1993 с.) икяесини окъугъанда, биринджи джумлесинден, козь огюнде юреги кедер толган, мушкюль бир алда олган инсан сымасы тасвирлене. Ве бу образны яратмакъ ичюн, язджы муреккеп бир композиция тизе, шу композицияда эр бир сёз, эр бир виргуль мукеммель шекильде келиштирилип, окъуйыджыгъа эсас персонажнынъ алыны ве онынъ дуйгъуларыны айдынлата.

Муэллиф Мамбетнинъ такъдирни къырымтатар халкъынынъ такъдиринен къыясланганы шубесиздир. Мамбет озь ветанында зорлукълар

чекип чекишкенине бакъмадан иджрет ёлуны окъадар агъыр яшады ки, атта Оркъапыдан кечкен сонъ токътап геджелемеге къарар бере. «Къырыммыыз битаята, ич олмагъанда онынъ къучагъында бир геджечик даа юкълайыкъ. Бир даа, бельки мында къайтып оламамыз, – деди» [16, с. 29]. Эм де бу гедже Мамбетнинъ аилеси ичюн, сонъки раат ве бераберликте кечирильген геджедир. Рустем Муедин, персонажнынъ бу аркетлер вастасынен, асретлик дуйгъуларыны тасвирлемеге тырышты.

Умумен алгъанда, эсернинъ мевзусы, – буюк бир фаджыадыр: «<...> учъ джандан ибарет, къара язылы къырымтатар аилеси муаджирлик ёлуна чыкъып, Ахрет ёлуна минди <...>» [16, с. 37].

Къайд этмелимиз ки, Рустем Муединнинъ икяесинде ачыкълангъан девир тесадуфен сечильмеди. Фикиримизге коре о, къырымтатарларны озъ тарихына дикъкъат этип тафсилятлыджа огренип, хуляса чикъармагъа джелъп этмеге тырышты. Эсернинъ гъасини ашагъыда кетирилген сатырларында ачыкълай. «Башына эсини топлангъанда: «Эй, Танърым! Бу татарнынъ башына ничюн бойле агъыр язылар яздынъ, аджеба?» – деп ах чеке. Бу ёлларда джан бергенлернинъ эписине Алла рахмет эйлесин. Амин!» [16, с. 37].

Эрвин Умеров 1938 сенеси майыс 1-де Къырымнынъ Октябрь районындаки Ени-Сала коюнде оджалар аилесинде дюнъягъа кельди, Озбекистаннынъ Алтыарыкъ районында тасиль коръди, Москвада Максим Горький адында эдебият институтында окъуп алий малюматлы олды. Эмек елуны колхоз тарласында, сонъра Ванновский нефть ишлев заводында чиленгирликтен башласа да, мектеп чагъындан онъа раатлыкъ бермеген эдебият севгиси оны башта «Ленин байрагъы» газетасына ве, ниает, Москвадаки буюк девлет нешриятларындан бири олгъан «Детская литература» нешриятына алып кельди. Бу иш онынъ юрегине якъын эди ве бу иште о, чокъ йыллар девамында эдебият алемнинъ къалабалыгъына бутюнлей далып чалышты.

Эрвин Умеров бизге, чокътан-чокъ эсерлер багъышлады. Олардан ана тилимизде язылгъан ве Гъафур Гъулам нешриятында бастырылгъан, «Эр даим кунеш олсун» (1970), «Эки атеш арасында» (1975), «Йылдызларга догъру» (1983), «Умют» (1988) ве дигер повесть ве икяелеринден тертип этильген китаплары айрыджа дикъкъаткъа ляйыкътырлар. Онынъ айны заманда озъбек ве рус тиллеринде яраткъан «Коктал елу», «Козьлериннинъ ярыгъы», «Меним Ювам»,

(«Яш гвардия» нешрият) ве «Экинджи келин» («Советский писатель» нешрият) адлы китапларына кирген эсерлери бир чокъ къардаш халкълар окъуйыджыларынынъ дикъкъатыны джелъп этти. Онынъ, балалар ве осъмюрлер аятына багъышлангъан эсерлерининъ сайысы аз дегильдир.

Эрвин Умеров, Москва нешриятында ишлеген заманында, озюни СССР халкълары арасында уста терджиман оларакъ танытты. О, институтта окъугъан йыллары, Абдулла Къаххарнынъ «Къабирден давуш» эсерини рус тилине терджиме этип чыкъты. Сонъра, Худайберди Тухтабаевнинъ «Тылсымлы къалпакъ», Латиф Махмудовнынъ «Къыргъый», «Сырлы мектюп», Отъюр Хашимовнынъ «Чель авасы» киби китапларыны, Черкез-Алининъ «Сабалар къучагъында» романыны, «Догъмушлар» ве «Ешилъ далгъалар» повестьлерини ве даа бир чокъ языджыларнынъ эсерлерини рус тилине терджиме этти. Онынъ айры терджиме эсерлерине Константин Симонов, белли озъбек тенкъидчиси, филология илимлерининъ докторы Пирмат Шермухамедов юксек къыймет кестилер.

СССР яызджы бирлигининъ азасы олгъан Эрвин Умеров джаныкъанынен эдебияткъа берильген яызджылардан биридир. Онынъ эли астындан бу кунге къадар терджимелеринен берабер рус, озъбек ве ана тилинде 30-дан зияде китап нешир этильди. Эрвин Умеров эдебиятны севген ве онъа джан-юректен хызмет эткен, даима янъылыккъа ынтылгъан ве бу саада баягъы къазанчлар эльде эткен, окъуйыджыларгъа зевкъ багъышлагъан, земане несирмизде белли ер алгъан семерели эдиплермизден биридир.

Э. Умеровнынъ «Янъгъызыкъ» (1961) икяеси, инсан такъдирнинъ фаджиясына терен мерхаметлик дуйгъуларыны ашлай. Яызджы Сабырлы ады олгъан копекнинъ талийи акъкъында тафсилятлы икяе эте. Накъльджи роллони, адисе-вакъиаларгъа шаат олгъан, яызджынынъ озю эда эте. Икяенинъ айыры хусусиети, бу эсернинъ баш къараманы – копек Сабырлы олгъаныдыр. Белли ки, эдебий эсерлерининъ къараманлары сифатында тек адамлар дегиль де, айванлар да аркет этмелери мумкюн. Сабырлынынъ симасы эсернинъ къыйметини ве мантыкъий озегини тешкиль эте.

Сабырлы юрекли ве дуйгъулы, азаплар чеккен, тюшонген, озъ фикирлерини ифаде эткен ве адамлар арасында олгъан акъсызлыкънынъ кескинликнен ис эткен персонаждыр.

Эсердеки адисе-вакъиалар Къырымнынъ узакъ бир коюнде олып кечелер. Чобанлыкъ эткен

Сулейман он кьойны белли копек асрайджы дангалакътан аджайип, къаны бозулмагъан асыл чобан копегине денъише. Лякин Сулейманнынъ сою Дагъджды шу копекни чобан ишине ляйыкъ корьмей: «санъа кучлю, кучюне тень, акъылы олгъан айван керек» деп, копекни дагъдаки къашкъырларгъа алып кете. Бойле этип, Сабырлы дюньягъа келе.

Онынъ анасы джыныслы копек эди, бабасы – кучлю къашкъыр. Бу озьгюн бир копек, онынъ дамларынды къашкъыр ве копек къаны акъа эди.

Язджы Сабырлынынъ такъдирини чокъ йыллар девамьнда козь этип тура. Къашкъырларгъа къаршы олгъан куреште онынъ шорбаджысы Сулейман зарарлана ве алгъан яраларынды оле. Шорбаджысыны джойгъан Сабырлы, чокъ вакъыт кедерли, мугъайып юре. Копекнинъ кедерини муэллиф бойле сёзлер иле тарифлей: «Талаш нетиджесинде пейда олгъан яралар тюзельдилер. Сабырлыны олар чокъ чекиштирмедилер. Копекни башкъа шей раатсызлай эди: кимсенинъ онен иши ёкъ, чюнки онынъ энъ севген адамы гъайып олгъан эди. Копекни илькиде яньгъызылыкъ дуйгъусы сарып ала» [17, с. 14].

Чобаннынъ огълу бар, амма кьой бакъмакъ ичюн Айдер даа кичкене эди. Сабырлыны яньы шорбаджыгъа берелер. О адам пек саран ве залым эди. О, ич бир къабааты олмагъан Сабырлыны къамчынен ургъан сонъ, копек эвге къайтып келе. Бир къач йылдан Айдер осе ве чобанлыкъ этип башлай. Бу вакъыт Сабырлы ичюн энъ яхшы вакъыт эди. Куньдюз кьой сюрюсини яйлягъа чыкъармагъа ярдым эте, геджелери – кьошны къаравуллай. Къаарькъасеветтен къартайгъан Айдернинъ анасы энди рахметли олды. Къараманнынъ арекет тарзына дикъкат этейик: «Сабырлы юксек чаурге чыкъып, озю дюньягъа кельген ерге, чытырманлыкъ арасына кире ве койге тараф айланып, айгъа бакъып, бутюн гедже улуп чыкъа» [17, с. 15]. Бу левхада къараманнынъ ве табиатнынъ сеслери бири-бирине уйгъун шекильде арекет этелер. Ялынъыз бойле бирлешов Сабырлыгъа теселли бере, гонълони ала. Язджынынъ юксек бедий истидаты олгъаны ичюн, о табиатнынъ сырларыны терен дуя. Икяе девамьнда айван ве табиат арасында олгъан сыкъы багъ ачыкъ-айдын корюне.

Коремиз ки, Сабырлы – назик къальбли бир айвандыр. Бу ерде Сулейман ольген сонъ, къараман озюни ильк сефер яньгъыз дуйгъаныны хатырлайыкъ. Бундан сонъ якъын ве азиз адамларыны джойгъан Сабырлы, бакъымсыз

къалып, къартлыкънынъ якъынлашкъаныны дуйып башлады. Адамларда олгъаны киби, кемиклери сызлады, озю де агъырлашты. Сабырлынынъ омюринден бу деври акъкъында язджы буюк севги ве мерхаметнен, сукъланып яза. «О энди апансыздан копеклернен талашмай эди. Эбет, керек олса, ойле бир запарта чекер: озь ерини билъсин, деп. Бунъа бакъмадан, башкъа копеклер оны урьмет эте, онъа ёл берип, сайгъы толуп бакъышнен озгъара эдилер» [17, с. 15].

Муэллиф окъуйджынынъ назарыны къараманнынъ симасына догърулта ве Сабырлынынъ яньгъына джелъп эте. Сабырлы адамлар дюньясынынъ сырларыны бир вакъыт анълап оламай эди. Дженк копекнинъ бутюн яшайыш тарзыны боза. Кескинлешкен яньгъызылыкъ дуйгъусы копекке раатлыкъ бермей. Муэллиф, копекнинъ сабыры чокъ олганыны къайд эте: Сабырлы, оны чокъ вакъыттан берли чекиштирген ачлыкъ азапларына ве сувукъкъа энди алышкъан эди. Геджелери сувукътан юкъламайып, къарда чапкъалап чыкъа эди. Лякин яньгъызылыкънен къияслагъанда булар эписи бир шей дегиль эди. Копек адамларнынъ янынды яшап алышкъан ве олар олмагъанларына пек кедерлене эди. Сабырлы Дагъджынынъ булунгъаныны сезип, онъа бара. Къарт копекке аш бере ве айваннынъ яньгъызылыкъ текаран языла эди. Лякин тезден къарт кечине ве Сабырлы кене бир озю къала. Копек немселер къалдыргъан бомбадан яралангъан сонъ, алы феналаша: «Эндиден сонъ о чокъ хасталана эди. Эгер ачлыкъ ве яньгъызылыкъ дуйгъулары раатсызламаса, о ятар ве кьобасынды бир вакъыт чыкъмаз эди» [17, с. 19]. Сабырлы алсыз олса да, насылдыр анълашылмагъан теляш ве къоркъу дуйгъуларыны ис этип, койге бара. Анда адамларнынъ алекетини корип, тааджи пленмей, чюнки койдеки эр бир денъише онъа тек хавфлыкъ кетиреджегини биле. Бойлеликнен, язджы окъуйджыны эсернинъ чезилювине якъынлаштыра, къырымтатарларнынъ омюринде юзь берген фаджиалы ал – сюрюгликни тасвирлей. Муэллиф де копекнен берабер козь эте: «Айван чокъ вакъыт къадынлар, балалар ве къартлар къолларында богъчалар ве торбалар тутып, мектепкетараф явашадылмагъанларыны бакъып турды. Анда, мейданда, олар бир сюрю олып, аджыныкълы алда тура эдилер. Балалар агълай, буюклер шашмалап, озь ара яваштан лаф эте эдилер. Сонъ къапалы ешилъ машиналар кельди. Мейданда тургъан адамлар, индемейип, сессиз-солукъсыз машиналаргъа юкленип башладылар. Ялынъыз бир къартый, сес-седа

ийберип кычырды ве индже, алсыз сесчикнен бала агълады. Сонъ эр шей тынды. Машиналар, байыр-чайырларда силькинип, тез-тез кеттилер» [17, с. 20]. Инсаниетке, кырымтатар халкына кършы дешетли фаджиалы вакъиа олып кечмекте эди. Кырымтатарларны межанындан меджбур этип айырдылар. Кырымтатар халкыны ер юзюнден силип ташламагъа ынтылдылар.

Сабырлы, адыны акълап, сабырнен эр шейге даяна. Кимерде о озюне аш тапып ола, амма чокъусы вакъыт айван ач юре эди. Сабырлы шашмалады: энди не япмакъ, насыл яшамакъ кереклигини бильмей эди. Айваннынъ меракълы фикирлери бунъа исбат ола биле. Шу фикирлерде кырымтатар халкынынъ тюшонджелери, дюньябакъышлары акс этильгени дуола: *«Копек бир вакъыт адамларны сонъунадже анълап оламай эди. Энди исе – асыл да анъламай... Бу насыл шей? Бутюн кой яваштан ешилъ машиналаргъа отуруп, бир ерлерге кетти? Олар не, акъылларыны джойдылармы? Догъру, бири-бирлерине сюрюнен мусафирликке, тойларгъа бармагъа сева эдилер, амма койни бош ташлап кетмек, бойле шей олмагъан эди»* [17, с. 26]. Сабырлы олгъан шейнинъ бутюн фаджисыны даа анъламай, фаркъына бармай эди, амма янгъызылыкъ онынен берабер оладжагъына эмин эди. Бу янгъызылыкъ тек агъырылар ве азаплар кетирди. Бойлекликнен, янгъызылыкъ къайдеси, бутюн эсер девамында арекет этип, эсернинъ лейтмотивини тешкиль эте.

Фаджианынъ асылыны муэллифининъ озю анълата: *«Копек, эльбетте, асретлик чекип, бир шей бильмей эди. Адамлар, аякъкъа турып, эвлерини, малларыны, эдждатларынынъ мезарларыны озъ башына терк этмедилер ве Сабырлы яшыкътан бильген тек бир кой бошамады. Бутюн къомшу койлер, учюнджиси, бешинджиси, онунджысы, юзюнджиси, денъизнинъ учъ тарафында олгъан ерлер эписи бош къалды»* [16, с. 26]. Языджы терен айретте къала: *«Нелер ола шу? Не ичюн эр кесни аякъкъа котерип, алып кеттилер? Оладжакъ шейми бу? Буны ешилъ машиналарда отургъан ве ким биле къайда кеткенлер да бильмей эди. Буны шу машиналаргъа отурткъан ве койлерни сарып алгъанлар да бильмей эди. Ич бир кимсе бильмей эди»* [16, с. 26].

Сабырлы сабырнен койлюернинъ къайтаджакъларыны бекледи, не ичюндир оларнынъ къайтып келеджеклерини умют эте эди. Сонъ асретлик чекип башлады, кучю кетейткъаныны дуйып, башыны сувукъ, первасыз йылдызларгъа

котерип, индже аджыныкълы сеснен улуды. О сес къарыкъ ве аджиз эди, айваннынъ улумагъа да такъаты къалмады. Бираздан янгъан отмек къокъусыны алып ве адам сесини эшитип, копек эвге тараф кете. О адам да, бельки, янгъызылыкътан къуртулмакъ истегендир, – дей языджы. Языджы инсан ве айван дуйгъуларынынъ параллеллигини юксек меаретнен акс эте.

Языджы икяени: *«О, адам козьден гъайып олмагъандже, артындан бакъып къала. Сонъ ёлдан четке кетип, чалылар арасына кирип ята ве баягъы вакъыт, козюни алмайып, агъаргъан кокке бакъып тура. Сонъ башыны ог аякъларына къойып, узанып ята. Сабырлынынъ ачыкъ козюне чибин отура, амма о оны энди къувып оламай»* [16, с. 33] деген сатырларынен битире. Бу сатырларда муэллиф, Сабырлынынъ омюти сонъ нефесине къадар узюльмегенини ачыкъ-айдын косътере.

«Къара поездлар» (1962 с.) икяесинде сюрюгюник мевзусы даа теренлеше. Языджы даянылмайджакъ, шараитлерге тюшкен ве дешетли эзиеглерге укюм этильген адамларнынъ буюк фаджисыны косътере. Эсер окъуйыджыгъа гъает тесирли тарзда язылгъан. Муэллиф миллий кырымтатар тимсалининъ эмиетини ача ве айны заманда эсерде терен ахлякъий меселелерни котерип, миллий рух, ве миллий психология мевзусына токъунарак, чешит бедий усулларны къулланып, окъуйыджыгъа инсанларнынъ булунгъан вазиеги тесиринде этрафтаки муитке мунасебетини, тюшонджелерини, хис-дуйгуларыны ве арекетлерининъ манасыны, ве себеплерини ачыкълай.

Языджы, яш къадын Джеваиренинъ тарихыны беян эте. Джеваире койде яшай. Акъайы Экрем дженкте, лякин ондан чокътан хабер ёкъ. Бу хаберсизлик къадынны кичкене огълунен берабер Акъмесджитке ёл алмагъа меджбур эте. Яш къадын озюнен энъ къыйметли сайылгъан шейлерни ала: «огълуны сыджакъ кийиндирип, бир богъчачыкъ аш, озюнинъ кербар боюнджагъыны, ве намлы эгерни, чюнки оны коръмек ичюн та узакъ койлерден келе эдилер» [17, с. 40]. Языджы эгернинъ тарихыны икяе эте. Бу къошма икяе кырымтатар халкынынъ кечмишини ве шимдики заманыны къыяс этип бир бирине багълай. Белли ки, кечмишсиз шимдики заманнынъ эмиети ве къыймети олмас: *«Экремнинъ къарт дедеси, буюк уста-демирджи, огълуны хызметке азырлап, бу эгерни япкъанына юз элли йылдан зияде кечти. Уста буюк севги иле индже кумюш пуллардан орънеклер ясады.*

Бир узенгиде ойып язды: «эгерден ергедже бир адым, амма атлы ичюн чокъусы бу адым сонъки адым олмасы мумкюн», экинджисинде: «тувгъан топракъ ерине олгъан узенгини джойма» [17, с. 40]. Бу эгер эфсанеге ялынъыз озюнинъ гузеллиги ичюн кирмеди. Языджы бу акъта тафсилатлы изаатлар бере: эгер буюк вакиаларнынъ шааты олды, Экремнинъ къартдедеси бу эгерде отурып, Бородино чатышмасында иштирак этти. Оларны къаза-белялардан эгер сакълады, онъа бакъкъанда, о сабырсызлыкънен беклеген якъын адамларыны коре эди деп, гурурунен яза муэллиф. Джеваиренинъ къорантасы ичюн эгер – гъаэт къыйметлидир, чюнки о, омюрнинъ бир парчасы олгъан ве къолларнынъ сыджагъыны сакълап къалгъан, шан-шуретнинъ тимсали олып къалды. Шу эгер къорантанынъ туюсю олып, мукъайтлыкънен сакълана ве несиль-несильден кече эди деп къайд эте языджы. Экрем де эгерге отурып, эчки ве къойларны отлата, мектепке бара экен. Экрем оджа олды, амма муэллиф – «*Экрем ичюн эгерден къыйметли шей ёкъ эди*» деп айта. О онынъ тамырлары тарихынынъ бир парчасы эди. Бойлеликнен, эгер тувгъан топракънынъ, тувгъан эвнинъ миллий тимсали, архетипик образ олып къала. Языджынынъ бу тимсальни къамиль къуллаувы, бизим фикримиздже, икяенинъ мевзу ве гъаесини къайд этмеге ярдым эте – бу тувгъан топракъкъа олгъан севги ве садъкълыкътыр. Экрем да къадимий насиаткъа риаэт эте – узенгилерни джоймай, тувгъан топракъны да унутмай. «О эвден эгерсиз кетти, лякин эр бир заманнынъ озь эгери бар», – Бойле этип муэллиф, сатырлар арасындан муим ве эмиетли фикирлер анълатув усулыны къуллаунып, яш несильни тембиелей. Языджы яш къадыннынъ арекетлерини акълай: немселерни къувгъан сонъ, кимер сойлары онларнен мектюплер алдылар. Джеваире исе бир шей алмады. Къара мектюп – о да ёкъ. Бу хаберсизлик... Бу себептен Джеваире койден кетти» [17, с. 41].

Лякин татасынынъ эви бомбаларнен патлатылгъан. Бир чингене къадын, озь эвине кетирип, онъа ярдым эте. Акъшам яш лейтенант келевекъадынларгъадешетливехуджурхаберайта: «*Мени динъленъиз ве, ялварам, къычырманъыз, яни агъламанъыз. Сизге айтаджакъ шейим бар... Сиз – къадынлар, эм кичкене баланъыз да бар... Къыскъасы, бойле. Бугунъ саба сизни сюрдюн этеджеклер*» [17, с. 46]. Шашыладжакъ шей, лякин къадынлар сес-солукъ чыкъармадылар. Бу шей Джеваиренинъ акъылына сыгъмай эди, насыл этип да апансыздан бутюн халкъны

сюрдюн этсинлер? Ярымада бошагъан сонъ, анда ким яшайджакъ? Бельки бир де бир арбий ишлер ичюндир? Къадын озюнинъ фикирлерине инанып башлады, амма гедже сеслерине динъленип отурды, эр дакъкъа къапунынъ къакъылмасыны беклей эди. Саба аскер кельди. Къадыннынъ къолунда бир богъчадан гъайры бир шей олмагъаныны корип, барып бир чувал аш кетирди. Бу диалогта языджы эки къарама-къаршы, бири-бирине зыт кельген фикирлерни косътере:

– *«Керекми о санъа? Яхшысы бу, багъышланъыз, насылдыр эгер ерине, чокъча тыкъынмагъа бир шей алмакъ керек!»*

– *Ёкъ, ёкъ! – къычырып башлады Джеваире ве аскернинъ къолундан эгерни чекип алды. Мен оны ташламам.*

– *Ер азда, даа баланъ бар, насыл котередженъ оны! Сонъ сенинъ эгеринден не файда? Яхшысы чокъча тыкъынмагъа аш ал!*

– *Ёкъ, эгерни мен къалдырмам. Ойле олса отъмек сыгъмайджакъ чувалгъа!*

– *Зарары ёкъ! Эгерни... эгерни мен къалдырмам» [17, с. 49–50].*

Коремиз ки, Джеваире ичюн эгер отъмектен да къыйметли, чюнки о тамырларыны андыргъан къырымтатар халкъынынъ бир парчасыдыр, бу онынъ «несиль хатырасы» дыр.

Энди о къаранлыкъ, кирли, тынчыкъ вагонда кете. Бала, токътамайып, агълай. Адамларны, айванларны киби къафеске къапаткъанлар ве олар, бу эзиетлерге артыкъ даянмайып, Джеваиренинъ устуне къычырылар. Лякин къадыннынъ баласы хаста, шу себептен о оны тынчландырып оламай. Бельгисиз ерлерге кеткен адамларнынъ буюк фаджиясы, чаресизлиги бу вагондадыр. Эписинден чокъ баба ве огъул давалашалар. Бойле шараитлерде инсан сыфатыны сакълап къалмакъ къыйын эди: «*Ялан айтасынъ, бокъогълу бокъ, оласынъ! Шамар сеси копчеклернинъ тасырдысы, демірлернинъ гъыджырдысы, хаста баланынъ аизарларындан нек эшитильди. – Ур, ур, мен башкъа бу шейге чыдап оламайым! – Оласынъ!» [17, с. 36].*

Огъул ве баба арасында мунасебет сонъ дереджеде кергинлеше:

« – Баба, ялварам, урма мени – санъа къол котермеге меджбур этме! Башкъа чыдап оламагъаныма меним къабаатым ёкъ. Адамлар озь башына сонъки дереджеге кельмейлер. Огълунынъ сесинде – къоркъузув, ялварув, богъазында тыкъылып къалгъан агълав ве янакъларыны якъкъан шамарларнынъ масхаралыгъы сезиле эди. – Тур, ерине барып ят. Юкъла. – Олмайым,

баба, пычакъ пек кескин! Оласынъ. Эр кес ола, сен де олурсынъ. Бар» [17, с. 36].

Бундан сонъ заваллы адамларнынъ башына язылган фаджиа юзь бере. Бала тынчланды. Джеваире сабийнинъ солгун ве къатып башлаган беденчигини кокрегине бастырып тута эди. Гъарип къадын, санки огълунынъ юреги ургъаныны дую эди, лякин бу онынъ юреги ура, огъланчыкнынъ юреги чокътан токътады. Муэллиф къадыннынъ ёрулып такъатсыз калганыны косътере: Джеваирени худжур бир тынчыкъ сарып алды – учъ юкъусыз куньден сонъ, раатланмакъ имкяны пейда олды. Гъает болдурган алсыз къадын олып кечкен шейнинъ фаркъына бармай: «Энди мумкюн, энди Алла озю фурсат берди, огълум татлы юкъуда, яхшы оладжакъкъа ошай... Вагон сонъсыз айненийни йырлап, салланмакъта: Юкъламагъа мумкюн, юкъламагъа мумкюн, юкъламагъа мумкюн» [17, с. 39].

Джеваире юклап къала ве тюшонде акъайы Экремни коре. Эр шей къарышып кетти, къайда тюш, къайда керчек, анъламанынъ чареси ёкъ. Бу яйляны о яхшы биле: о Байбуган яйлясы, бир вакъытлары Экремнен берабер мында эчки бакъып юрьдилер. Чокъ зорлукълар чеккен, алсызланган гъарип къадын тюшонде бир шей дуймай: «Индеме, индеме! – Экремнинъ къоллары онынъ тенини сыйпайлар, олар къаба ве агъыр эди... Дженкни къолайлыкънен башындан кечирмеди, гъалиба... Экремнинъ бети тикенли, агъызы къуру, дудакъларына япышкъанда агъырта» [17, с. 51]. Бирден Джеваире ава етишмегенини дуя. Уянып, копчеклернинъ сесини эшите, бир кимсенинъ агъыр нефесини ис эте. Къадын оны нараларгъа бастырган кевдени дуя. Джеваирени дешет сарып ала. Устюнден ябанджы кевдени тюшюрмек ичюн арекетлер япа, къычырмагъа истей – агъызыны къапаталар. О тишлей, кучюни джойып, ярдымгъа чагъыра.

Муэллиф баба ве огъул кене къавгъа эткенлерини косътере. Етмиш яшындаки къарт огълундан вазгече ве оны къатты джезалай: «Ёкъ, йибер. Сакъланаджакъ эдим, бойле хыянетни осьтюргеннинъ бетини адамлар коръмесин, деп. Энди исе, коръсинлер, мен етмиш яшындам... коръсинлер... Вазгечем» [17, с. 52]. Бабасы огълуны вагондан къува. Бу диалогта бутюн халкънынъ терен фаджиясы, омюрнинъ окюнчи сезиле.

«–Кет! – Тиймеманъа! Сангакучюм етер, баба. Яхшысы тийме. Гунадан чекиль. – Делилигинъ

озюне етер. Сен оны косътердинъ. Сенинъ де кореджегинъ бардыр. Меним огълум ёкъ, джойыл козюмден. Алла бойнунъны урсын. Аминъ!» [17, с. 52].

Иште, къарт адам огълуны джанындан севгенине бакъмадан, Ватангъа, халкъ огюне садыкълыгыны биринджи ерге койып, инсафыны, къальбини темиз къалдырды. Огълу, озъ къабаатыны танып, бабасындан, халкътан эяллыкъ сорай: «Олар мени атып ольдюрлер! – Кет. – Къартнынъ сесинде ич бир дуйгъу ис этильмей. – Кет. Кевде ерге сериле. – Багъышла мени, баба!.. Багъышлангъыз, адамлар. Вагонда сес-солукъ чыкъмай. Бабанынъ сёзлери къатты, лякин адалетли къарар чыкъаралар: – Кет, огълум. Халкъкъа къара куньлерде хыянетлер кереги ёкъ. Сен агъыр, буюк, багъышланымлаз гуна къазандынъ. Сен бизим джеллатларнен бир олдынъ. Олардан да бетер! Ана къаравулджы-офицер бизни аджып, къапуны ачыкъ къалдырды... Сен исе?! Кет!» [17, с. 53].

Эсернинъ сонъунда муэллиф персонажгъа къатты олюм къарарыны чыкъара. «Поезд даа тёпеге яваш кете, бир къач сание адамнынъ кевдеси къапуда корюне ... сонъ ёкъ ола. Шу дакъкъасы прожекторлар тамбурларда парылдайлар, авада пулемёт сеси яхшы этип ата. Сес-седа берип, къырылып, сес эшитиле: – А-а-а-а!» [17, с. 53].

«Рухсет» икяени окъугъанда, бириринджи сатырлардан башлап муэллиф окъуйджыгъа, насылдыр агъыр дуйгъулар догъурта. «Ибадулла юмукъ козьлерини тавангъа тикип, къыбырмагъа къоркъуп бутюн гедже чалкъа ятты. Урие даа деми юкъугъа кетти. Шимдигедже онынъ нефес алувыны дингълеп ятты, Ибадулла исе юкълаган адам киби терен ве тегиз нефес алмагъа тырышгы, онынъ ардысыра кокюс кечирювлерини дингъледи, сонъра апайы тынып къалды» [17, с. 73].

Персонажларнынъ гонъюль алы, яшаган муити, къасеветлери халкъмызнынъ бутюн чеккен агъырлыкъларыны акс эте. Халкъмызгъа тек койден койге барып кельмеси ясакъ олгъаны дегильде, озьлерине беджерген ишлерини сечмеге чарелери биле ёкъ: «Бельки, «спецпереселенец» олгъанымыз ичюн алмайдырлар? Эгер мени кочюрген олсалар, меним не къабаатым бар? Бу да етмегендай «спец» лагъабыны такъыштырдылар! Эгер меним къабаатым олса, тутсын къапасын-лар, суд этип, атсынлар – истегенлерини япсынлар, мен разым! Меним уйкен агъам дженкнинъ

бу башындан кирип, о башындан чыкты, бабам исе дженк-тен кыйтып кельмеді. Мен чалышмак, файда кетирмек истейим, мени исе севген ишиме якълаштырмайлар! Бу догърумы? Бильмейим, аркъадаш, олар озьлери билелер, – деп сомурданды реис ве ашыкып идаре бетке догъурылды» [18, с. 78].

Халкъымыз эр бир тарафтан мукъайт олмагъа меджбур эди, эн кескин меселелерден бири бу чакъыджылар (донос) меселесидир:

«Ибад! Сен не япасынь, пезевенк? Олар бизни инсен ерине саймайлар да! Дели олма, Рамазан! – деп окюрди Ибадулла. – Тюръмеге тюшмек истейсинъми? Оларгъа тек себен олсун – наралар чокътан азырлар. Мен санъа ачыкъ аьлатам, сержант!» [18, с. 80].

Э. Умеров озь эсеринде бир кырымтатар аилесининъ яшагъан адисени акс эте. Бу адисе бир чезильмеген меселенен багълыдыр: «Э, мектюп алдым. Анам олюм алында. Барып кельмеге рухсет этинъиз. Бу узакъ дегиль, къомишу районда» [18, с. 81].

Лякин комендант рухсет бермей – «Коресинъизми, он бир кунь кечкен... Шай олса да, мен базар эртеси телефон этип бакъарым... – Салахуудинов эр шейни япмагъа азыр олгъаныны, лякин тамамиле чаресиз экенини косьтерип, кокюс кечирди.

Мен кетмек кереким, комендант, – деди Ибадулла къатий давушнен. О, эр шей, башыны эр якъкъа бура берип отургъан мына шу адамгъа багълы экенини, буны исе онъа бир заман аьлатып оламайджагъыны сезді. Амма Ибадулла энди артына чекинип оламай. О тек бир суаль берювнен лафны кести.

– Сизинъ ананъыз ольген эдимиз?» [18, с. 82].

Эбет бельки энде вакъыт ойле де чокъ кечти лякин Ибадулланынь юреги анасына ынтыла ве бойлеликнен ханунларгъа бакъмадан гизли эвинден «кыырсыз киби» сакъланып кете. «Лякин къайдалардадыр оны хаста, меджалсыз анасы тельмирип беклемекте...»

Онынъ къадыны, энде къоджасыны башкъа корьмеджегини аьлай ве сагълыкълашкъан вакътында яныкылап агълай, амма балаларгъа бир шей бильдирмеге истемей. «Урие бутюн кевдесинен титреерек, акъайына сарылды.

Ибад, джанчыгъым, биз бир даа корюшмейджекмизми?

Олды! – О апайыны енгильден итеп йиберди. – Айтам да санъа, ярын гедже эвде олурым, деп. Шимди кетмек керек. Козьяшларыньны силь. Бизден джесаретли олмак талап олуна. –

О сусып турды ве иляве этти: – Балаларгъа бир шей айтма» [18, с. 83].

Ибадулла Анасыны тюшюне, оннынъ юрегинде ве анынъда чешит дуйгъулар ве тюшюнджелер къарыша: «Олеяткъанда тыштан эшитильген эр бир шытырдыны динълейдир, бунынъ ичюн де джаны ипрангъан тенини терк этип оламайдыр ве о, Ибадулла, анасынынъ чекишювлери ичюн къабаатлы... Екъ, арткъа ёл ёкъ. Бу къалабалыкъ агъыр девирде оларны тек бири-бирине севги, садъкылыкъ, дуйгъудашылыкъ, шефкъат ве мерамет къуртара биле... Бунсыз олар яшап оламазлар» [18, с. 83–84].

Бойлеликнен, яызджы, икяенинь тар колеmine бакъмадан, кырымтатар халкъынынъ башына тюшкен буюк фаджианынь теренлигини кямилликнен косьтерди ве шубесиз, салмакылы образлар яратты. Эрвин Умеровнынъ къараманлары яшайышкъа келишмеген шараитлерде омюрлерини, инсафларыны темиз сакълап къалмагъа арекет этелер. Ве, энъ муими, миллий гъурур, миллий шуур, инсаниетлик дуйгъуларыны, Ветангъа севги ве садъкылыкъны джоймайып, озь омюрлери ичюн исрарнен курешелер.

Эрвин Умеров – кырымтатар эдебиятында сюрюнлик мевзусыны айдынлаткъан яызджылар сырасында айрыджа къайд этильген эдиптир. Онынъ иджадында сюрюнлик мевзусы гъает муим ер тута. Яызджы кырымтатар халкъынынъ башына тюшкен буюк фаджианы озь нокъта-и-назарыдан акс эте. Э. Умеров эсерлеринде озюнинъ омюр теджрибесини, аятий фельсефесини таныта. Икяелеринде сюрюнлик мевзусыны ачыкылагъанда, халкъымызнынъ бутюн корип яшагъан аджыларыны, ве кечирген агъырлыкъларыны, озюне хас олгъан бир усулларнен косьтермекте.

«Яньгъызылыкъ», «Къара поездлар» ве «Рухсет» киби икяелерини талиль эткенде бойле хусусиетлерни къайд этмелимиз: муэлиф тасвирлеген персонажларнынъ дуйгъуларыны акс этмек ичюн, озь девирине хас олгъан ве кенъиш даркъалгъан психологизмнинъ чешитлеринден бирисини усталыкънен къуullanаракъ, окъуйы-джыгъа буюк тесир этмектедир.

Яызджы, икяенинь тар колеmine бакъмадан, кырымтатар халкъынынъ башына тюшкен буюк фаджианынь теренлигини кямилликнен косьтерди ве, шубесиз, салмакылы образлар яратты. Эрвин Умеровнынъ къараманлары яшайышкъа келишмеген шараитлерде да омюрлерини, инсафларыны темиз сакълап къалмагъа арекет этелер. Ве, энъ муими, миллий

гзурур, инсаниетлик дуйгзуларыны, Ветангъа севги ве садыкълыкны джоймайып, озь омюрлери ичюн исрарнен курешелер.

Окъуйджы икяе этильген адиселерни четген сеир этмей, аксине эсер къараманларынен берабер бутюн адиселерини бирликте яшап, оларнынъ дуйгзуларны юрегинден кечире. Керчектен де, окъуйджыларыны эйиджанладырмак ве

къараманларнынъ аятлары ичюн къасевет эттирмек, буларыны эписини беджерген инсан, буюк бир санат устасы олмалыдыр.

Чалышкъан мевзумыз гъает муим, кенъиш ве меракълы олгъаныны козьде тутып, сюртюнлик девирде яратылгъан эсерлернинъ хусусиетлерини терен огренмеге ве огюмизде янъы макъсадлар къойып, янъы меселелерини чезмеге ниет этемиз.

Къулланылгъан эдебият:

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. Москва, 1979. 423 с. ; Введение в литературоведение : учебное пособие / Л. В. Чернец, В. Е. Хализев, А. Я. Эсалнек и др. ; под ред. Л. В. Чернец. Москва : Высшая школа, 2004. 680 с.
 2. Къуртнезир З. Къырымтатар эдиплери. Омюр ве яратыджылыклары акъкъында къыска малюмат. Акъмесджит : «Таврия» нешрияты, 2000. 224 с.
 3. Тамарченко Н. Д., Тюпа В. И., Бройтман С. Н. Теория литературы : учебное пособие для студентов филол. фак-тов высш. учеб. заведений : в 2 т. Москва : ИЦ «Академия», 2004. Т. 1 : Теория художественного дискурса. Теоретическая поэтика. 512 с.
 4. Фазылов Р., Нагаев С. Къырымтатар эдебиятынынъ тарихы. Къыска бир назар. Симферополь : Къырым девлет окъув-педагогика нешрияты, 2001. 640 с.
 5. Хализев В. Е. Введение в литературоведение. Литературное произведение: основные термины и понятия / под ред. Л. В. Чернец. Москва : Наука, 1999. 289 с.
 6. Хализев В. Е. Теория литературы. 2-е изд. Москва : Высшая школа, 2000. 398 с.
 7. Хализев В. Е. Введение в литературоведение. Литературное произведение: основные термины и понятия / под ред. Л. В. Чернец. Москва : Наука, 1999. 289 с.
 8. Юнусова Л. С. Крымскотатарская литература. Симферополь : Доля, 2002. 344 с.
 9. Керим Исмаил Асан-оглу. Къырымтатар эдебияты : къулланма дерслик. Симферополь : Крымское учебно-педагогическое государственное издательство, 1995. 352 с.
 10. Джемилева А. А. Художественные искания в современной крымскотатарской прозе 70–80-х годов XX века. *Учёные записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Филология»*. 2005. Т. 18(57). № 3. С. 215–221.
 11. Джемилева А. А. Відзеркалення теми депортації у творчості Ервіна Умерова. *Культура народів Причорномор'я*. 2008. № 140. С. 43–46.
- Лексикографик менбалар:
12. Энциклопедический словарь юного литературоведа / сост. В. И. Новиков. Москва : Педагогика, 1988. 416 с.
 13. Усеинов С. М. Крымскотатарско-русско-украинский словарь. : в 3 т. Симферополь : Оджакъ, 2006. 416 с.
- Бедий эдебият:
14. Муедин Р. Ахрет ёлу. *Муедин Р. Къатмер къадерлер. Икяелер, пьесалар, шиирлер. Топлама эсерлер*. Симферополь : Къырым девлет окъув педагогика нешрияты, 2000. С. 29–37.
 15. Умеров Э. Чёрные поезда. Москва : Текст, 2002. 269 с.
 16. Умеров Э. Рухсет. *Йылдыз*. 1989. № 2. С. 73–84.

Arnautova A. R. SPECIAL METHODS OF COVERING THE TOPIC OF DEPORTATION IN THE WORKS OF ERWIN UMEROV

Erwin Umerov is noted as one of the prominent writers who consecrate the topic of deportation in his works. Due to the fact that the theme of deportation is dominant in the works of E. Umerov, many researchers, studying this period, turn to his works. The works of E. Umerov are filled with deep meaning. The writer, covering the problem of the hardships and sufferings of his people, presents it in an original and unique style. In the compositions of an outstanding writer of his time, the special presentation of the plot, in which personal life experience and philosophical view is mirrored. Covering the topic of deportation, the author touches the soul of the readers deeply. Masterfully using the techniques of applying psychologisms, he describes all the hardships and sufferings of people who are not justly oppressed and pecked.

Analyzing his works “Loneliness”, “Black trains” and “Permission”, we can note some features: the author, reflecting the feelings of the characters, used one of the varieties of widespread psychologisms peculiar to his time.

In his short stories, the author conveys all the pain and suffering of the Crimean Tatar people, who found themselves in a tragic situation.

The heroes of the work, surviving in difficult and unsuitable for human life conditions, remembering morality, retained honor and dignity.

And the most important thing is that in this struggle for life, they did not forget about the main values of their people: national pride and humanity, love and devotion to their historical Motherland.

The reader is not an observer of the unfolding events that are described in the work, but rather experiences all the trials and difficulties with the heroes.

And all this is accompanied by the experience of the same feelings and moods that the heroes of the works experience.

Key words: *deportation period, literary image, literary symbol, analysis of the literary image, psychologism, philosophical approach, literary analysis, ways of displaying the literary image.*

МОВИ НАРОДІВ АЗІЇ, АФРИКИ, АБОРИГЕННИХ НАРОДІВ АМЕРИКИ ТА АВСТРАЛІЇ

УДК 81'276

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.3-3/17>

Кравець О. І.

Київський національний лінгвістичний університет

ДІАХРОНІЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІОЛЕКТІВ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Запропонована стаття присвячена виникненню та розвитку явища соціолекту в історичному розрізі. У дослідженні систематизовано теоретичні напрацювання світової та вітчизняної лінгвістичної думки щодо діахронічного розвитку соціолекту загалом та молодіжних соціолектів зокрема. Хронологія розвитку та функціонування молодіжних соціолектів визначається на науковому матеріалі лексикографічних джерел XVIII–XXI ст. Слід відмітити, що у сучасному мовознавстві спостерігаються значні розбіжності стосовно термінології соціолектів, які зумовлені змінами в житті суспільства, підходами до вивчення явища соціолект та новими лінгвістичними тенденціями. Результати опрацювання літературних та лексикографічних джерел минулих століть свідчать про те, що молодіжний соціолект низки мов розглянутих країн (Франція, Німеччина, Англія, Америка, Росія, Україна, Японія) своїм корінням сягає в далеке минуле. Його аналіз дає змогу виявити спільні тенденції виникнення та розвитку, які дають підставу стверджувати, що соціолект – це історичний процес; це особливість не конкретної мови а явище універсальне. Панівною є думка, що зацікавленість соціальними діалектами була зафіксована у Франції ще XII–XV ст. В інших представлених до розгляду країнах дані щодо соціолектів з'являються децю пізніше, та спільним для кожної мови є мовна репрезентація соціальної диференціації суспільства, а мова носіїв соціолекту розглядається як продукт соціальних взаємовідносин у безпосередньому зв'язку з рівнем їхньої культури, духовних цінностей, переконань, віком тощо. Окрему увагу приділено дослідженню соціолектів в Японії, що має відмінності від інших представлених до розгляду мов світової соціолінгвістики. Діахронічний аналіз наукових доробок у цій галузі дозволив простежити взаємозв'язок між історією розвитку соціолектів та процесами, які відбуваються в суспільстві: молодіжний соціолект розвивався у прошарках з певними соціальними особливостями і у різних вікових групах; історично соціолект запозичує свою лексику із наявної нормативної мови, змінює її та адаптує для комунікативних потреб певної соціальної групи; соціолект свідчить про зміну системи цінностей, і в молодіжному середовищі, і в суспільстві в цілому.

Ключові слова: *арго, жаргон, молодіжний соціолект, сленг, соціальні варіанти мови, шюданго.*

Постановка проблеми. Останнім часом у наукових колах набуло широкого обговорення питання мовної варіативності загалом та соціолектів зокрема, до яких належить і молодіжний соціолект. Лінгвісти розглядають мову в реальному життєвому контексті, у сфері соціальних взаємозв'язків людини, де велика увага приділяється як індивідуальному мовленню, так і мовленню певних груп. Серед дослідників соціальної варіативності мови чітко простежується думка щодо соціального розшарування суспільства,

яке безпосередньо призводить до формування соціальних діалектів [5, с. 63–68].

Постановка завдання. Метою нашої статті є дослідження явища соціолекту в діахронічному аспекті шляхом встановлення зв'язку між історією розвитку соціолектів та процесами, які відбуваються в суспільстві. Відповідно до поставленої мети передбачено з'ясувати низку питань, які характеризують зв'язок між мовними і соціальними явищами: систематизувати наукові здобутки закордонних та вітчизняних лінгвістів

у галузі соціолектології; простежити виникнення та розвиток соціолектів; встановити, яким чином політичні, економічні, соціальні, культурні зміни в суспільстві впливають на мову/соціальні діалекти, якими певне суспільство послуговується.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Обґрунтування концепції соціальних варіантів мови як явища, для якого «соціальний момент є невід’ємною часткою її структури, розвитку, змін та існування», є беззаперечним досягненням мовознавства ХХ століття [9, с. 26]. Підґрунтя нового напрямку сучасних соціолінгвістичних досліджень заклала плеяда видатних лінгвістів кінця ХІХ – початку ХХ ст.: І. О. Бодуен де Куртене, А. Мейє, М. Фасмер, Дж. Фьорс, В. В. Виноградов, Б. О. Ларин, Е. Сепір, М. Петерсон, В. М. Жирмунський, Є. Д. Поліванов, Л. О. Ставицька, Т. Шібата, А. Йонекава, які вивчали соціально зумовлену варіативність мови.

Виклад основного матеріалу. Питання соціального варіювання мови має складний характер і тісно пов’язане з питанням соціальної диференціації суспільства, адже в основі вирішення проблематики лежать взаємини між соціальною структурою суспільства та структурою мови. Тож незважаючи на те, що лінгвісти розглядають мову як соціальне явище з ХІХ ст., витoki соціального варіювання мови слід шукати за часів початку соціального розшарування суспільства.

На якому саме історичному етапі розвитку мови народжуються ті чи інші соціолекти, є надзвичайно суперечливим питанням, адже фіксація та аналіз мовних явищ відбулися значно пізніше, аніж виникла мова. Погляди науковців щодо виникнення самого явища «соціолект» та його етимології і сьогодні носять дискурсивний характер; втім, усі погоджуються з тим, що соціальна диференціація мови – явище природне й історично зумовлене. Поряд з терміном «соціолект» науковці для позначення соціально обумовлених різновидів мови використовують такі поняття, як «жаргон», «арго», «сленг», термінологічне значення яких може і перехрещуватися, і вживатися синонімічно. Уперше у науковий вжиток термін «соціолект» був введений Є. Д. Поливановим, який використовував його для позначення соціально обумовлених варіантів мови, та визнається універсальним і найбільш адекватно формулює сутність соціальної диференціації мови [8].

Перші свідчення щодо соціолектів припадають на період ХІІ – ХV ст., зокрема у давньофранцузькій мові було зафіксовано слово жаргон [jargon], що означає «нерозбірлива балаканина, тарабар-

щина, щебетання, пташина мова» і пов’язують її виникнення з виникненням соціальних суперечностей в містах феодальної Франції. Під кінець ХІV – початок ХV ст. під назвою «арго» [argot] (фр. Ergot – кривотлумачення «шпора півня», символ злодійського промислу) у Франції зафіксовано згадки про мову злодіїв. Пізніше термін «арго» отримав ширше значення, так почали називати й умовну мову студентів, акторів, спортсменів тощо.

Писемні свідчення терміна «арго» зафіксовано у праці “Le jargon de l’argot reform” Олів’є Шаро, та означало “L’argot, one societe” (арго – це спільнота) та використовувалося для позначення роду занять бідних або спільноти бідних чи злодіїв. На початку ХVІІІ ст. арго називають мову професійних бандитів, використовують і мову різних соціальних груп, також і фамільярно-розмовний варіант парижан. Основи порівняльного вивчення соціальних діалектів започаткував Фр. Мішель у праці “Etude de philology sur l’argot et sur les idioms analogues parles en Europe et en Asie” (1856), це була перша серйозна спроба систематизації та інвентаризації арготичного словникового складу на основі писемних свідчень. Загальновідомо, що лінгвістичний інтерес щодо соціальної природи мови спочатку найбільш чітко визначився саме у Франції. Праця Поля Лафарга «Мова і революція» (1894) – це перше лінгвістичне дослідження, в якому відмінності соціальних варіантів французької літературної мови ХVІІІ – ХІХ ст. – «класових», за визначенням Лафарга, були не тільки зафіксовані, а і витлумачені як наслідок та відображення протиріч у суспільстві епохи французької буржуазної революції [13, с. 5–32].

Вагомий внесок у дослідження соціальних варіантів мови додали праці і інших французьких науковців, а саме О. Вітю (1884) – арго ХV ст.; Л. Шен (1888) – арго в містеріях і баладах Ф. Війона; М. Швоб і Ж. Гійєсс (1892) – механізм словотворення в арго [7, с. 30–38]. Теоретичною і методичною базою для вивчення сучасного арго стала фундаментальна праця Л. Сенеана “Sources de l’argot ancien” (1912). Автор систематизував і зробив детальну інвентаризацію старого арго, а отримані в ході дослідження результати дозволили значно поповнити сучасні словники, в яких представлена широка палітра сучасних соціолектів.

Вагомий внесок у вивчення соціального аспекту мови внесли представники французької соціологічної школи на чолі з А. Мейє. Обґрунтовуючи тезу про те, що «мову можна зрозуміти

лише з урахуванням її соціальної природи», тим самим стверджується наявний взаємозв'язок між варіантом мови, суспільним устроєм та різномудом людського мислення в процесі розвитку цивілізації. Соціальний аспект вивчення мови уперше був уведений А. Мейє в науку як суттєвий та необхідний [10].

У Німеччині перші згадки про аргіо [rotwelsch] фіксують у XIII ст., перші словники німецьких діалектів – праці Г. Еслібаха датуються 1490, хоча до друку книга “Liber vagatorum” «Книга бродяг» вийшла тільки у 1510 році. З початку XVI ст. ґрунтовно почали досліджуватися молодіжні соціолекти, але до XVIII ст. ці дослідження проводилися на незначній кількості джерел. Перші дійсно наукові дослідження почали з'являтися у XVIII ст., мову студентів описано у працях К. Ф. Б. Августина (1795), Ф. Клюге (1895), Д. Мейєр (1894). У центрі уваги Р. Айленберга (1901), Ф. Мельцера (1928), Г. Хенне (1986) знаходиться мова учнів. Першою науковою спробою лексикографічного фіксування соціолектів молоді став словник розмовної мови Х. Кюпера “Wörterbuch der deutschen Umgangssprache Jugenddeutsch von A bis Z” 1970 року. Суттєвий внесок в теорію соціальної лінгвістики внесла німецька історична діалектологія, представлена працями Т. Фрінгса і його Лейпцігською школою. У межах соціально-історичного підходу до аналізу мови Т. Фрінгс висунув концепцію залежності історичних форм існування мови від суспільно-економічних умов і форм спільності людей [13].

Знавець англійського сленгу М. М. Маковський вважає, що немає письмово занотованих документів сленгу раннього періоду розвитку мови, адже на той час іще не було чіткої соціальної диференціації мови. Тож розвиток соціальних варіантів англійської мови доводиться розглядати за рахунок праць датованих XV ст., і здебільшого присвячених словнику *злодіїв*. Найбільш вагомою у цьому відношенні працею є словник Т. Хармена (Harman Th. A Caveat or Warning for Common Cur-sitors, vulgarly called vagabonds, 1566), письмовою передумовою якого став доробок Р. Копленда (Coplend R. The Nye Way to the Spytte House, 1530–1540) [9, с. 37].

Ранні праці щодо англійського сленгу носили лексикографічний характер, до більш ґрунтовного, від звичайного укладання словників та глосаріїв до наукового дослідження царин використання/тлумачення сленгу науковці перейшли у першій половині XIX ст. Одним із вагомих в англомовній соціолексикографії визнають ім'я Дж. К. Хоттена,

укладача відомого словника “The Slang Dictionary” (1972), уперше виданого в 1859 році, ідеї якого є найбільш актуальними для соціолексикографічного осягнення. У своєму доробку автор виділяє варіанти соціолектів (сленг, кент), описує історію походження кожного, дає визначення. До найбільш авторитетних дослідників соціальної розшарованості англійської мови слід віднести британського лінгвіста Еріка Партріджа. Його доробки містять дослідження і сучасних, і історичних британських, американських канадських і австралійських сленгів: “Slang Today and Yesterday” (1933) – пропонує чітку класифікацію нестандартної лексики англійської мови; “Usage and Abusage” (1964) – уточнює визначення та дає характеристику термінів сленг, аргіо, кент. Зазначимо, що на сучасному етапі розвитку лінгвістики англійський та американський сленг здобули неабияку популярність. Роль англійської мови при формуванні соціолектів, особливо молодіжних, у світі значуща і є джерелом поповнення лексичного складу та зміни у складі соціолектів інших мов. Помітного впливу зазнають молодіжні соціолекти, що в черговий раз підтверджує необхідність вивчення соціолектів в цілому у руслі світової лінгвістики.

Проблема соціологічного дослідження мови перебуває у центрі уваги американських науковців починаючи з другої половини XX ст. Вважають, що саме американський лінгвіст Х. Каррі у 1952 році вперше вжив термін «соціолінгвістика» [5, с. 6]. Цим терміном була визначена течія, яка уже фактично існувала в лінгвістиці та пропагувала вивчення мови як соціального явища. Слід враховувати, зауважує М. Чемоданов, що соціолінгвістика США неоднорідна у своїх теоретичних концепціях, у ній акцентується необхідність чітко розрізняти структурний і соціальний аспекти вивчення явищ мови [13, с. 7]. У. Лабов, автор фундаментальної монографії про соціальну стратифікацію англійської мови в Нью-Йорку “The Social Stratification of English in New York City” (1966), вивчає реальну картину повсякденного мовленнєвого спілкування, підґрунтям якого є зібраний фактично матеріал соціальної варіативності мови. Він експериментально доводить, що представники будь-якої соціальної групи можуть користуватися такими мовленнєвими функціями як «самовираження», «міжособистісне спілкування», «вираження соціальної солідарності», «підтримка соціального контакту» та інші. У. Лабов розглядає фонетичну варіативність сучасного американського варіанту англійської

мови залежно від соціальної обумовленості мовців і стилістичних умов мовлення [14, с. 92–151].

Першоджерела російських соціолектів, як зазначають дослідники, сягають приблизно XVII ст. Про форму раннього злодійського аргю, «отверніца» (особлива мова бродяг, яку вживали козаки бунтівники під провадженням Івана Болотника), згадують у своїх записах Ісаак Маса, який перебував в Росії в 1601–1635 роках та його сучасник англієць Річард Джеймс [11, с. 73]. Перша достовірна інформація щодо складу соціолектного словника з'являється в «Истории славного вора, разбойника и бывшего московского сищика Ваньки Каина», надрукована в 1785 р. Матеріал, представлений в книзі, слугує надзвичайним здобутком для дослідження історії російських соціолектів [11, с. 62]. Першим документом, де описується соціолект молоді, зокрема семінаристів, є історія написана М. Г. Пом'яловським «Нариси бурси» (1862–1863), яка занотовує факт існування мови семінаристів як набору специфічних мовленнєвих концептів, лексичних засобів, які відрізняють форму спілкування цієї групи від інших [6, с. 32–41].

Пізніше І. О. Бодуен де Куртене також згадував про вивчення мови молоді, назвавши її «секретною або напівсекретною мовою учнів, які навчаються в старших класах» і деяких інших соціальних груп. Проте молодіжні соціолекти привертають увагу дослідників тільки на початку XX ст. з точки зору реформування школи, коли хлопчики та дівчатка навчаються разом. Окрім того, революція і громадянська війна залишають багато безпритульних дітей, на мову яких впливають тюремні та злодійські жаргони, і які дуже скоро стають невід'ємною частиною шкільного спілкування. Вважають, що саме цей період і став початковою фазою вивчення молодіжних соціолектів [4, с. 16–21].

Свого часу І. М. Береговська простежує наслідкові зв'язки між мовою та безпосередньо подіями, які відбуваються в суспільстві. Еволюцію мови молоді Росії у XX ст. вона розглядає з урахуванням «історичного тла», відзначає динамічний характер змін лексичного складу молоді з впливом чиннику «історичних катаклізмів» та виділяє три «бурхливі хвилі» розвитку молодіжної мови. Перша хвиля, 20-ті роки минулого століття, часи революції і громадянської війни, призвела до структурних змін в суспільстві та розбавила мову молоді «блатними слівцями». Друга хвиля припадає на 50-ті роки, коли на вулиці та танцмайданчики міст вийшли «стиляги». Третю хвилю

пов'язує з періодом застою 70-80-х років, який породив різні неформальні молодіжні рухи, і «хіпі» створили свій «системний» сленг як мовний жест протистояння ідеології того часу. За словами дослідниці, виразної рисою молодіжного соціолекту на той час є домінування запозичених англійських слів, які фактично були імітацією західного стилю життя. Вона також закликає не вбачати в молодіжних соціолектах виключно негативну сторону (забруднення мови), а розглядати їх як спосіб збагачення розмовної та літературної мови [6, с. 32–41].

Вагомим у галузі дослідження соціолектів є доробок В. С. Елістратова «Словарь русского аргю», результат 13-річної (з 1980 до 1993) праці автора, який містить 9000 статей та адекватно відображає мовну ситуацію в Росії XX ст. у тому ж числі і що стосується заниженої стилістично забарвленої лексики, яку пов'язують з певною соціальною групою.

Лінгвістичні розвідки соціолекту в Україні відносять нас в XVII–XVIII ст., прикладами чого слугують аргю лірників, сліпих музикантів, жебраків, вояків, бурсацько-семінарський жаргон лексикографічні. Однак перші спроби зафіксувати різні види соціолектів зафіксовано на початку XIX ст. Як приклад наведемо російськомовний історично-побутовий роман «Пан Халявський» (1839), написаний видатним українським письменником Г. Ф. Квітка-Основ'яненко. Уперше фраза «молодіжний жаргон», взята з французької лексикології, використана у згаданому романі при описі «Таємної мови семінаристів», учнів богословських шкіл в XVIII – XIX ст. За словами автора, семінаристи додавали до кожного суфіксу «ми», що перетворювало їх мову на «мову конкретного змовника». На думку О. А. Аніщенко, такий факт дає підстави говорити про порівняльну функцію жаргону [4].

Період першої половини минулого століття і аж до 60-х років засвідчує певний застій в українській соціальній діалектології. Згодом з'являються праці: Й. О. Дзензелівського тритомний «Лінгвістичний атлас українських народних говорів Закарпатської області України» до якого входить 24 публікації, праці періоду з 1958 до 1993 рр.; дослідження у сфері соціальних різновидів в українській мові О. Горбача «Аргю українських лірників» (1957), «Аргю українських вояків» (1963), «Аргю українських школярів і студентів» (1966), «Аргю слобожанських сліпців («невлів»)» (1971); у 1998 р. виходить до друку «Перший словник українського молодіжного сленгу» С. Пиркало [7, с. 36].

З-поміж сучасних досліджень українських соціолектів, в тому числі і молодіжних, вирізняються праці Л. Ставицької (2000, 2001, 2005, 2006). Серед значної кількості її робіт слід відзначити монографію «Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови» (2005), в якій дослідниця подає розлогу класифікацію соціальних діалектів та описує хронологію розвитку соціолектів української мови XIX – початку XXI ст. [13].

На окрему увагу заслуговують підходи соціологічного дослідження мови в Японії, зокрема, один із ведучих напрямків японської науки про мову, з 40-х років XX ст. і до наших днів, так звана «Школа мовного існування» 「言語過程説」 [gengo katei setsu]. Сам термін «мовне існування» говорить про направленість проблематики і трактується як «буття/існування людини, що проявляється в її діях, пов'язаних з мовленнєвою комунікацією, які складають повноцінність людського буття та протиставляють його тваринному світу як істоту соціальну» [15]. Вчення японських лінгвістів вирізняється певним специфічним підходом до функціонування мови в соціумі. У своїх дослідженнях для аналізу реального «мовного існування» застосовується детально розроблена методика та система тестів, які дозволяють відібрати інформантів опосередкованих носіїв мови, здатних репрезентувати ті чи ті соціальні, вікові та професійні групи. Видатний представник школи мовного існування Шібата Такеші одним з перших в японській лінгвістиці у своїй праці «Мова що народжується в побуті колективу/групи» (1956) використав термін 「集団語」 [shyudango], що в перекладі означає «мова групи/колективу». Слід зазначити, що поняття «група» японцями трактується значно ширше, ніж в українській мові, групою може бути сім'я, університет, компанія, країна. Під мовою групи/колективу Т. Шібата розглядав головним чином, арго (секретна мова), професійну мову, сленг. Мова, яка штучно створена, значною мірою залучає іноземні слова та притаманна певній групі з тісними внутрішніми зв'язками [16, с. 92].

Оперуючи твердженнями Шібата Такеші, Йонекава Акіхіко (米川明彦) запропонував увести термін 「社会集団語」 [syakashyudango] «мова соціальних групи/колективу» [18]. Він вважав, що в межах соціальної діалектології про мову соціальних груп доречно говорити як про поняття соціального типу, що проявляється не лише під впливом соціальної чи професійної приналежності, а і під впливом біологічного, психологіч-

ного, освітнього, виховного, культурологічного факторів. Дослідник запропонував мовні варіації в межах соціальних груп, якими і нині послуговуються японські лінгвісти:

- 「反社会的集団の語」 «слова асоціальних груп» (犯罪用語・不良用語など «мова злочинців; погані слова/терміни»);
- 「職業的集団の語」 «слова професійних груп» (業界用語・職場語) «галузеви/промислові терміни; мова робітників (робочих місць)»);
- 「趣味娯楽集団の語」 «слова груп за інтересами/розваги» (釣り・野球ファン «рибаки; спортивні фанати»);
- 「若者集団の語」 «слова молодіжних груп» (キャンパス語・高校女生語) «кампус терміни; сленг старшокласниць» [18, с. 95].

Здобутки Йонекава Акіхіко (米川明彦) є надзвичайно важливими для історії японської соціальної діалектології. Фундаментальною є його праця, де викладені та сформовані ґрунтовні відомості, матеріали якої представлено у книзі Йонекава Акіхіко (米川明彦) 「集団語の研究」 [shyudango no kenkyu] «Вивчення мови груп» (2009), в якій теоретично узагальнюється лінгвістичний досвід у сфері використання мовних варіацій соціальних груп, піднімається питання взаємодії соціолектів з нормами загальнонародної мови [17].

Незважаючи на те, що вчення про соціолекти в Японії вважається новітнім явищем, перші писемні згадки «нових, неправильно вживаних слів», якими розмовляла молодь, зафіксовані у відомому творі епохи Хейан «Записи край узголів'я» Сей Сьонагон (「枕草子」清少納言), написаному у 986-1000 роках. В епоху феодального правління Едо в японському суспільстві існували досить жорсткі соціальні відмінності між різними прошарками населення, які накладалися і на мову. Мали місце професійні розбіжності в мові, по-різному розмовляли самураї, купці, ремісники, селяни. Порівняно виразні соціолекти японської мови зафіксовано іще в XVII–XVIII ст., так званий особливий говір гейш Сігамачі, який частково зберігся і до сьогодні. До недавнього часу функціонували говірки мандрівних купців, придворних дам, буддійських священників, які нині поступово виходять зі вжитку [2, с. 21].

Перші ж наукові дослідження молодіжної мови як соціального явища датуються другою половиною XIX століття (епохи Мейдзі), коли на перший план виходить прагнення до свободи у різних сферах життя, яке виражається і у самій мові. Згідно з дослідженнями Йонекава [19] підґрунтям японських молодіжних соціолектів слід вважати

мовлення дівчат-старшокласниць та дівчат-студенток, які внаслідок новітніх соціально-економічних реформ також стали новітнім явищем того часу. Суттєво вплинули кардинальні зміни кінця XIX ст., а саме європеїзація країни, і на мову юнаків. Вагомого впливу на розвиток молодіжних соціолектів привнесла «американізація» японського суспільства після Другої світової війни, виражена в надзвичайній кількості запозичень з англійської мови.

У 2019 р. вийшов у світ потужний і унікальний за своїм наповненням словник А. Йонекава 「平成の新語・流行語辞典」 [heisei no shingo ryukougo jiten] «Словник нових і популярних слів епохи Хейсей». Матеріалом слугували слова різних соціальних прошарків японського суспільства, які народилися та набули масового поширення в епоху Хейсей (1989–2019). До складу словника увійшло 1400 слів які містить різносторонню інформацію щодо молодіжних соціолектів (семантичну, граматичну, стилістичну). У словнику також висвітлені історичні передумови виникнення та способи їх словотворення [17].

Питання, актуальні для японської лінгвістичної думки, значно відрізняються від проблематики європейської та американської соціолінгвістики. Наприклад, для однорідного японського суспільства не є актуальною тематика двомовності та проблема мовної меншості, на відміну від американського, де першочергово приділяється увага саме цій тематиці. Із низки особливостей японської соціолінгвістики слід зупинити увагу на вирішенні проблеми нормалізації мови. На відміну від інших країн, де норма мови регулю-

ється, виходячи від вчення системи мови, в Японії це, перш за все, дослідження, що ґрунтуються на звичках і думках носіїв мови та ситуації в суспільстві [3, с. 52–74].

Простеживши еволюцію соціолектів у світовій лінгвістиці, можна дійти таких висновків: соціальні діалекти мають свою відмінну, багатовікову історію розвитку та функціонування; різняться підходи щодо напрацювання теоретичних засад, зокрема і по нині немає єдності у витлумаченні самого поняття «соціолект»; зародження соціолектів, в тому числі і молодіжних, пов'язано з усіма соціальними змінами в суспільстві; останнє півстоліття для світової лінгвістики характерною є чітка скерованість в бік соціологізації при вивченні мовних явищ. Відтак можна впевнено стверджувати, що мова – це складне багатоаспектне соціально диференційоване явище і питання соціальної диференціації мови, нерозривно пов'язане з питанням соціальної диференціації суспільства. Детальне вивчення взаємодії між мовою та суспільством в часі, вивчення соціально обумовлених варіантів мови як самостійних лексико-семантичних явищ дозволяє краще розуміти сутність мови в цілому. Таким чином, здійснений аналіз молодіжного соціолекту низки мов показує, що молодіжний соціолект є феноменом історичним та явищем міжнародним, а не особливістю мови окремо взятої країни. Звідси можна дійти висновку, що глобалізація суспільства, реальне та віртуальне спілкування молоді зумовлюють появу нових спільних рис у молодіжному соціолекті різних країн світу, що свідчить про необхідність дослідження молодіжних соціолектів в Японії.

Список літератури:

1. Алпатов В. М. Волошинов, Бахтин и лингвистика : монография. Москва : Языки славянской культуры, 2005. 432 с.
2. Алпатов В. М. Япония: язык и общество: 2-е изд., доп. Москва : Институт востоковедения РАН, Муравей, 2003. 208 с.
3. Алпатов В. М. Японская социолингвистика. *Социолингвистика вчера сегодня*: сб. науч. трудов. Москва, 2004. С. 52–74.
4. Анищенко О. А. Генезис и функционирование молодежного социолекта в русском языке национального периода: монография. Москва : ФЛИНТА: Наука, 2010. 280 с.
5. Беликов В. И., Крысин Л. П. Социолингвистика: учебник для вузов. Москва : Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2001. 315 с.
6. Береговская Э. М. Молодежный сленг: формирование и функционирование. *Вопросы языкознания*. 1996. № 3. С. 32–41.
7. Бугера О. А. Соціальні діалектизми: історія розвитку та теоретичне опрацювання. *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. Кривий Ріг, 2011. Вип. 6(2). С. 30–38.
8. Ерофеева Т. И. Социолект: стратификация исследования : автореф. дис. на соискание уч. степени д. филол. н.: спец. -10.02.19. Санкт-Петербург, 1995. 32 с.
9. Маковский М. М. Английские социальные диалекты (онтология, структура, этимология) : учебное пособие. Москва : Высшая школа, 1982. 132 с.

10. Мейе А. Введение в сравнительное изучение индоевропейских языков. Москва : Государственное социально-экономическое издательство, 1938. 512 с.
11. Приемышев М. Н. Тайные и условные языки России XIX в. Ч. 1: монография. Санкт-Петербург : Нестор-История, 2009. 455с.
12. Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг: соц. диференціація української мови : монографія. Київ : Кри-тика, 2005. 464 с.
13. Чемоданов Н. С. Проблемы социальной лингвистики в современном языкознании. *Новое в лингвистике* : сб. науч. трудов / за ред. Н. С. Чемоданов. Москва, 1975. С. 5–32.
14. Labov W. The logic of nonstandard English: *Advances in the Sociology of Language* / ed. By J. A. Fishman. The Hague: Mouton, 1976. Vol. 1, P. 92–151.
15. Shibata T. On some problems in Japanese sociolinguistics: Reflection and prospect. *Language in Japanese Society: (Current Issues in Sociolinguistics, F. C. C. Peng, ed)*. Tokyo, 1975.
16. 柴田武. ことばの講座 第5巻 (現代社会とことば). 集団生活が生む言葉. 東京, 1956. ぺ. 88–108.
17. 米川明彦. 平成の新語・流行語辞典. 東京. 東京堂出版, 2019. 678ぺ.
18. 米川明彦. 若者語を科学する. 東京 : 明治書院, 1998. 312ぺ.
19. 米川明彦. 集団語辞典. 東京. 東京堂出版, 2000. 856ぺ.

Kravets O. I. DIACHRONIC ASPECT OF THE SOCIOLECTS RESEARCH IN MODERN LINGUISTICS

The article is devoted to the emergence and development of the phenomenon of sociolect in historical terms. The author generalizes the theoretical works of world and domestic linguistics taking into account the diachronic aspect of sociolect in general and youth sociolect in particular. The research studies the chronology of the development and functioning of youth sociolects based on the experimental material of lexicographic sources of the XVIII–XXI centuries. The contribution proves that in modern linguistics there are significant differences in the terminology of sociolect, which are due to changes in society, approaches to the study of the phenomenon of sociolect and new linguistic trends. The results of the study of literary and lexicographic sources of the past centuries indicate that the youth sociolect of a number of languages of different countries (France, Germany, England, the USA, Russia, Ukraine, and Japan) has its roots in the distant past. Experimental data of sociolects research appeared later but common for each language is the linguistic representation of social differentiation of the society and the language of sociolect speakers is regarded as a product of social relationships in direct connection with their culture, spiritual values, beliefs, age, etc. Particular attention is paid to the study of sociolects in Japan, which differs from the languages of world sociolinguistics. Diachronic analysis of scientific achievements in this area allowed us to trace the relationship between the history of sociolects and the processes taking place in the society: youth sociolect has developed in segment of the people with certain social characteristics and in different age groups; historically, the sociolect borrows its vocabulary from the existing normative language, changes it and adapts it to the communicative needs of a certain social group; sociolect indicates a change in the system of values, both in the youth environment and in the society as a whole.

Key words: argot, jargon, slang, youth sociolect, social language variants, shyudango.

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 81'42:81'27

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.3-3/18>**Гриненко І. В.**

Український гуманітарний інститут

Коваль А. Г.

Київський університет культури

ДИСКУРС-АНАЛІЗ ЯК ЗНАК МОВНОГО КОДУ В СЕРЕДОВИЩІ СОЦІУМУ

У роботі досліджено основи до розмаїття підходів у соціологічному аналізі дискурсу, проаналізовано підґрунтя для інтерпретацій терміна «дискурс», виокремлено значення термінів «текст», «дискурс», «мовлення», що властиві соціологічному дискурс-аналізу, розглянуто структуру, одиниці і категорії дискурсу, а також описано його деякі характерологічні риси. Запропонована наукова розвідка висвітлює дискурс як складний феномен, який «пронизує» різні наукові площини. У статті розглядаються основні проблеми оцінки цього поняття, яке залишається в центрі уваги сучасних наукових дискусій. У науковій праці приділено увагу щодо історії сучасної дискурсології, доводиться, що вона, по суті, є програмним документом для нового напрямку в мовознавстві. Дослідники теми торкаються виникнення і концептуального оформлення теорії дискурсу, висвітлюють питання сутності дискурс-аналізу, який наразі перебуває в стані розробки й уточнення. Автори звертають увагу на лінгвістичний та соціальний параметри розуміння дискурсу. Особливу роль у статті приділено дискурс-аналізу як знаку мовного коду, зануреного в соціальне середовище. Науковці розкривають належність дискурс-аналізу до міждисциплінарної сфери знань, яка ґрунтується на підвалинах таких гуманітарних і суспільних наук, як-то філософія, психологія, соціологія, етнографія, семіотика, стилістика, а також на дослідженнях і доробках у галузі штучного інтелекту тощо. Новизною цього наукового дослідження є розкриття соціолінгвістичних векторів дискурсу через призму його психолінгвістичних параметрів. У статті робиться висновок, що таке поняття, як «дискурс», не можна розглядати лише в одній площині, воно об'єднує в собі різні підходи, це – непростий когнітивно-комунікативний феномен, а дослідження даного поняття – на часі є перспективними. Результати роботи можуть бути використані під час комплексних досліджень соціологічної та психологічної природи дискурсу та підготовки соціологів, психологів і журналістів.

Ключові слова: дискурс, дискурс-аналіз, текст, мовлення, соціолінгвістика.

Вступ. Дискурс – непросте і багатогранне явище мовної діяльності, яке перебуває в центрі уваги лінгвістики та інших галузей науки. Це поняття досліджується також такими науками і царинами, як філософія, семіотика, соціальна психологія, теорія штучного інтелекту, етнографія, літературознавство, теорія комунікації. Крім переліченого, феномен дискурсу вивчається вченими різноманітних напрямів лінгвістики. У цьому ряду – когнітивна лінгвістика, психолінгвістика, прагмалінгвістика, етнолінгвістика, лінгвокультурологія тощо. Дослідники різних напрямів

науки надають самому терміну «дискурс» неоднакові тлумачення. Це, безумовно, ускладнює проблему висвітлювання дискурсу як лінгвістичного явища. До прикладу, французький мовознавець Еміль Бенвеніст зазначає, що зацікавлене ставлення до дискурсу пов'язане саме з інтересом до проблеми індивіда (мовного також), який, як передбачається, формується всередині соціального конструктивізму. Завданням цієї соціологічної теорії, на думку вченого, є дослідження комунікації «як соціального процесу побудови світу» [1, с. 21].

Постмодерновою філософією термін «дискурс» вживається задля позначення утворення, що має мисленнєво-комунікативну природу і належить до типу об'єктів, які належним чином можуть сприйматися реципієнтом лише крізь призму нелінійної парадигми.

Як справедливо зауважують І. Бойко, Л. Климанська, «аналіз дискурсу можна в широкому сенсі визначати як вивчення мови, яка розглядається комунікативно» [2, с. 105]. Будь-яке визначення дискурсу, як правило, орієнтується на концепцію мови у її використанні, зокрема в контексті як ситуативному, так і культурному, звертається увага на мову над та поза межами речення. Дослідники зазвичай надають перевагу вивченню одному з векторів з даного списку: функціоналізм, структуралізм, соціальний інтеракціонізм, соціальний конструкціонізм тощо, спираючись на конкретні переконання. Це і зумовлює актуальність статті, оскільки соціолінгвальні аспекти дискурсу є недостатньо дослідженими.

Мета статті полягає в розгляді різних підходів до трактування поняття «дискурс», розмежувати значення термінів «текст», «дискурс», «мовлення», з'ясувати категорії, одиниці і структуру дискурсу, а також описати деякі типологічні риси дискурсу.

Теоретичне підґрунтя. В основі теорії дискурсу лежить семіотика, соціологія, соціолінгвістика, комунікативістика та політологія. Досліджуване питання представлено такими іменами, як Л. Альтюссер, М. Бахтін, А. Грамші, Ж. Делез, М. Фуко, серед зарубіжних дослідників вивченням дискурсу займалися Р. Водак, Т. ван Дейк, Т. ван Левен, М. Мейер, Р. Роджерс, Н. Феркло, Л. Чоуліораки та багато інших. Російські науковці, зокрема А. Алтунян, І. Жукова, В. Карасік, І. Тартаковська досліджували дискурс-аналіз з метою вивчення проблем соціально-політичного спрямування. Оскільки на сьогодні фактично відсутня офіційно визнана точка зору на соціологічний аналіз дискурсу та наявна велика кількість підходів, це призвело до плутанини визначень тих, хто займається вивченням цієї практики соціологічних досліджень. На думку Красних В, для цього є три причини: «По-перше, соціологічний дискурс-аналіз визначається як фундаментальна конкретна процедура аналізу. По-друге, соціологічний дискурс-аналіз вважається такою практикою дослідження, якій бракує строгості, що залежить у більшій або меншій мірі від самого аналітика. Нарешті, сумніви існують щодо соціологічного дискурс-аналізу як методу аналізу як такого» [7 с. 104–105]. Власне тому варто пояснити, що представляє собою соціо-

логічний дискурс-аналіз, виокремивши його специфіку у порівнянні з іншими видами дискурс-аналізу, що проводяться дослідниками інших сфер, дисциплін, і виокремити властиві процедури саме соціологічного дискурс-аналізу.

У мовознавстві термін «дискурс» використовується доволі часто. Утім, якоїсь єдиної дефініції, яка б охоплювала всі контексти використання, наразі немає. Крім цього, проблеми визначення самого поняття «дискурс», а також методологія аналізу ще розробляються та деталізуються.

Історія сьогочасної дискурсології бере початок саме з роботи Зелліга Харріса – американського лінгвіста з українським корінням. Ця наукова праця вийшла в світ у 1952 році під назвою «Discourse analysis («Аналіз дискурсу»).

Ця наукова праця стала своєрідним маніфестом нового напрямку лінгвістики – дискурсології. Щоправда, саму назву цей сегмент мовознавства дістав не відразу, а з часом. Генезу дослідження теорії дискурсу пов'язують із школами П. Хартмана, П. Вундерліха та інших німецьких вчених, які у свій час проводили дослідження мовного вживання. До витоків теорії дискурсу відносять також і американську школу соціолінгвістичного аналізу комунікацій Г. Закса, Е. Щеглова та інші. Доклали зусиль для розвитку нового мовного напрямку з логіко-семіотичним описом різноманітних видів тексту і французькі постструктуралісти Є. Ландовський, А. Греймас та інші. Початок розвитку теорії дискурсу пов'язують також і з описом народознавчого контактування в антропологічних наукових розвідках та макетуванням вербалізації в пізнавальній (когнітивній) психології.

У 60–70-х роках ХХ ст. зароджується, набуває розвиток і формуються наукові підвалини теоретичного маркування поняття дискурсу. Це, за спостереженнями видатних мовознавців Т. ван Дейка, Б. Палека, В. Дреслера та ін., було «зумовлено не тільки прагненням структурної лінгвістики вивести синтаксис за межі речення» [3, с. 6], але, як вважають Дж. Остін, Дж. Р. Серль та ін., «розробкою прагматики мовлення» [3, с. 6], «наданням дослідженню мовлення соціальних рис» (Е. Бенвеніст, М. Бахтін та ін.) [3, с. 6], при цьому із загальною тенденцією до інтеграції гуманітарних досліджень» [3, с. 6]. Розділення ж самих понять «дискурс» і «текст» розпочалося на початку 70-х і продовжувалось практично до кінця 80-х років минулого століття. Загальноприйнято вважати, що текст – абстрактна, формальна конструкція, а дискурс – різноманітні види її актуалізації, що розглядаються з позицій ментальних процесів

та екстралінгвістичних факторів. Тому термін «дискурс» нині уже не застосовують до текстів, «зв'язки яких не піддаються відновленню з живим життям (наприклад, мертві мови)», оскільки дискурс – це текст, узятий у подієвому аспекті [3, с. 6].

У 80-х роках минулого століття Патрік Серіо – швейцарський лінгвіст, – визначив декілька формулювань самого поняття дискурсу. Видатний фахівець в області аналізу дискурсу враховував різні вектори мовознавства і площини вивчення обговорюваного терміну, рис. 1.

Беручи до уваги перше і шосте формулювання, дискурс, на відміну від мови, уподібнюється мовній діяльності. Згідно з другою дефініцією дискурс є лінійною низкою послідовностей висловлень. Третє тлумачення поняття означає висловлювання в комунікаційній обстановці. У наступному визначенні поняття «дискурс» – це бесіда, діалог. Відповідно визначення № 5, яке належить Емілію Бенвеністу, деталізується сама сутність дискурсу. Введення поняття дискурсу як соціального контексту розглядається у сьомому пункті. Ще одне, восьме трактування, належить французькій школі аналізу дискурсу, де звертається увага на сукупність процесів розуміння та утворення дискурсу.

Сучасні мовники сприймають дискурс як у широкій, так і у вузькій квінтесенціях. Дискурс у загальному значенні – це текст із контекстом. Звужене розуміння терміну – це мовно-інформативний механізм взаємодії між носієм мови та реципієн-

том. Більш розлоге розуміння термін «дискурс» дістав у кінці ХХ століття. Саме тоді поняття дискурсу набуло розмаїття, а тлумачення самого терміна набуло залежності від наукового напрямку і контексту. Занурення лінгвістів світу в «дискурсну» тему та розвиток мовознавства породив наукову дисципліну, за допомогою якої вивчаються тексти та їх зв'язок із соціумом. Із часом нове науковий вектор отримав назву «аналіз дискурсу». Статус нової дисципліни визначено міждисциплінарною сферою знань, в основі якої закладені підвалини філософії, соціології, психології. Дисципліна включає в себе також і елементи етнографії, семіотики, стилістики. Крім цього, учені-лінгвісти, які глибоко занурюються в дослідження питань, пов'язаних з аналізом дискурсу, мають можливість використовувати у свої дослідженнях найсучасніші здобутки в царині штучного інтелекту. Новітня наука все частіше стверджує, що дискурс є атрибутом соціуму.

Так, український фахівець в області комунікативних технологій Георгій Почепцов надає дискурсу статус соціолінгвістичної структури. «Дискурс – це мовна дійсність, яку покладено на соціальні координати», – стверджує вчений в одній із своїх наукових праць [4, с. 7].

До прикладу, «Лінгвістичний енциклопедичний словник» термін «дискурс» образно називає мовою, яка занурена в життя. Дискурс – це «зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними – прагматичними, соціокультурними, психологічними

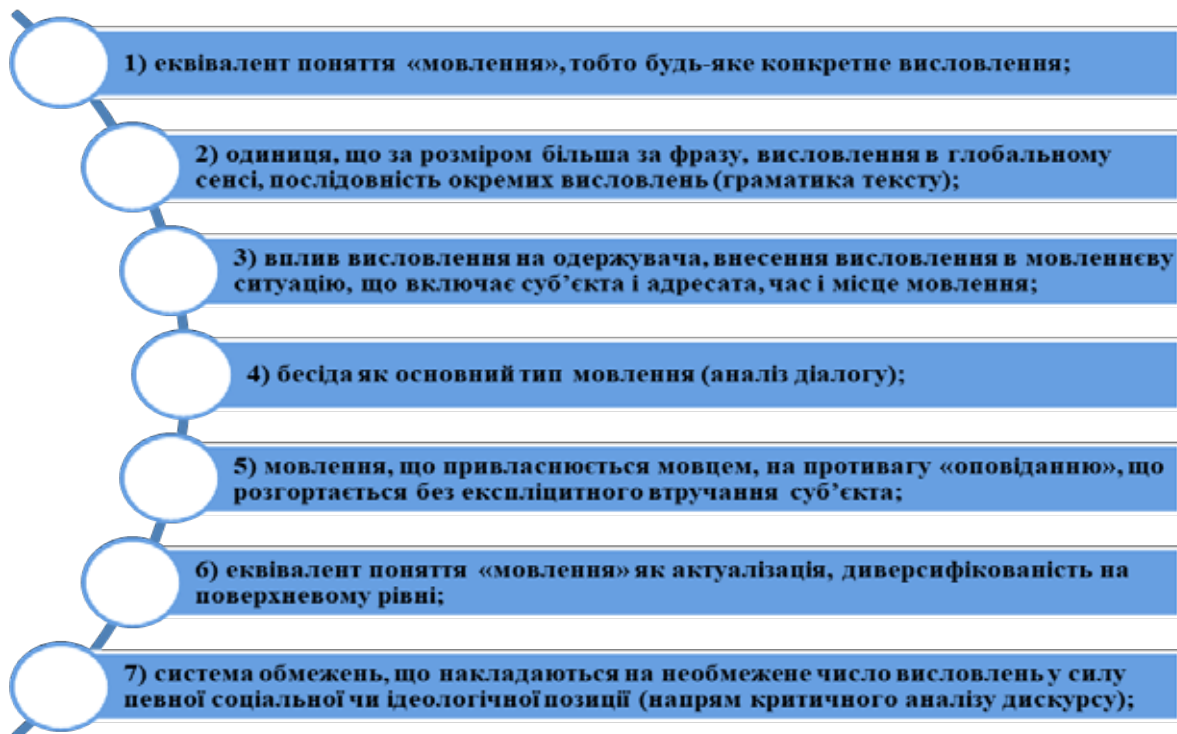


Рис. 1. Визначення дискурсу за П. Серіо [6]

та іншими факторами; текст, взятий у подієвому аспекті; мовлення, яке розглядається як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь у взаємодії людей і механізмів їх свідомості (когнітивних процесів), – саме так трактують автори словника поняття «дискурс». [5, с. 136–137].

Результати дослідження. Дискурс зазвичай пов'язують із прагматичним та когнітивним аспектами. На думку російського лінгвіста Владимира Карасика, прагматичний аспект «допомагає з'ясувати ситуацію спілкування, визначати ступінь зв'язності тексту, його комунікативної адекватності, виявляти його імплікації і пресупозиції, можливість інтерпретації. Тому дискурс у цьому аспекті має відношення до живого мовлення» [6, с. 10].

За словами В. Карасика, пізнавальний аспект звернений до розцсових, інтелектуальних здібностей співучасників комунікації. Це дає, на думку мовознавця, можливість «зрозуміти етнографічні, психологічні, соціокультурні стратегії і тактики, а також правила породження та декодування мовлення в певних умовах, які визначають у дискурсі співвідношення загального і конкретного, нового і старого, експліцитного й імпліцитного тощо» [6, с. 10].

Останні дослідження з психолінгвістики вирізняють два плани дискурсу.

Згідно з першим, мовознавчим, дискурс розглядається як результат. Другий, лінгвокогнітивний, трактує дискурс під іншим кутом – власне, як процес. Дослідники дисципліни, яка є дітищем психології і лінгвістики, стверджують, що дискурс – це повсякденна мовна практика. Особливість дефініції поняття дискурсу в психолінгвістиці зводиться до того, що під цим формулюванням мається на увазі «вербалізована мовленнєво-розумова діяльність, яка містить у собі не лише власне лінгвістичні, а й екстралінгвістичні компоненти» [6, с. 194] і «яка є сукупністю процесу та результату» [7, с. 203].

Еміль Бенвеніст заклав основу щодо теорії дискурсу як прагматизованої форми, бо саме він розділив дискурс на дві площини – площину оповідання та площину мовлення, що присвоюється

людиною, яка говорить. Поняття «дискурс» учений інтерпретує як «всіляке висловлювання, яке зумовлює наявність комунікантів: адресата, адресанта, а також наміри адресанта певним чином впливати на свого співрозмовника» [8, с. 277].

Синтезуючи різні тлумачення терміну «дискурс», професорка Катерина Серажим виокремила декілька ключових його визначень. Дослідниця акцентувала увагу на одному з понять «дискурсу», як на «зв'язному тексті у сукупності з екстралінгвістичними чинниками». До дефініцій щодо терміна, то вчена відносить також і текст, який «взятий в подієвому аспекті», а також текст, «який утворився в процесі дискусії, коли значення «на виході» стає адекватним авторському задуму». Аналізуючи вже наявні наукові нароби, К. Серажим припускає, що поняття «дискурс» теж може бути «сукупністю тематично, культурно або інакше пов'язаних текстів, що допускає розвиток доповнення іншими текстами», а також «спілкуванням, що розглядається як реалізація певних дискурсивних практик» [9, с. 12].

Спираючись на проведений аналіз наукових досліджень, можна виокремити такі типові признаки поняття «дискурс» (рис. 2).

Аби визначитися з найбільш точною дефініцією терміну «дискурс», його треба відмежувати від подібних понять. До таких, перш за все, відносяться мовна діяльність і текст.

Дехто з мовознавців розглядає поняття «дискурс» і «текст» за подібністю порівнянь речення з висловлюванням. У цій когорті – Г. Кресс, Г. Почепцов, Р. Ходж та багато інших. «При цьому не слід забувати, що, на відміну від речення, для тексту не існує ніяких зовнішніх від нього схем, що могли б заповнюватись лексично, тому текст не може розглядатися як суто структурна одиниця», – зауважує Е. Бенвеніст [1, с. 24]. Тен Адрианус ван Дейк – нідерландський лінгвіст вважає, що вирішальною характеристикою дискурсу є контекст. «Дискурс не є лише ізольованою текстовою чи діалогічною структурою. (...) Це «складне комунікативне явище, що містить у собі

отождження	співвідношення	включення	в контексті
<ul style="list-style-type: none"> з мовленням, що породжується під час комунікації 	<ul style="list-style-type: none"> з суб'єктом, часники дискурсу виникають у смисл мовних виразів 	<ul style="list-style-type: none"> у ситуацію спілкування, тобто прагматичний складник дискурсу 	<ul style="list-style-type: none"> текст в умовах його творення і сприймання разом із контекстом

Рис. 2. Диференційні ознаки дискурсу

і соціальний контекст, який дає уявлення як про учасників комунікації (їхні характеристики), так і про процеси продукування і сприйняття повідомлення», – пише дослідник у одному із своїх наукових трактатів [2, с. 113].

На думку голландського мовознавця, поняття дискурсу не зводиться тільки до вербальної бесіди (мовлення). На відміну від ствердження П. Серіо (див. визначення 6), Т. ван Дейк накладає поняття дискурсу і на рукопису, який, власне, є твором мовної діяльності. Адже сприйняття та оцінка тексту унеможливлена без врахування світогляду окремо взятої людини та загальносоціального світосприйняття.

На думку російського лінгвіста Ніни Арутюнової, яка досліджувала проблеми співвідношення мовлення і дискурсу, мовлення є «конкретним говорінням, яке протікає у часі та є втіленням у звукову (включаючи внутрішнє приговорювання) або писемну форму. Під мовленням розуміють як сам процес говоріння (мовленнєву діяльність), так і його результат (мовленнєві твори, що фіксуються пам'яттю чи письмом)» [10, с. 414]. А під поняттям «дискурс» мається на увазі «мовлення, яке асоціюється зі спрямованими соціальними діями та ототожнюється з компонентом взаємодії людей та здатністю осмислено приймати навколишнє (так звані когнітивні процеси)» [10, с. 414].

Мовлення, як вважає Н. Арутюнова, – безпосередньо говоріння, а дискурс – мовлення у взаємозв'язку із мисленнєвою та соціальною діяльністю. Саме тому дискурс часто вважається діалогічною і монологічною формами. «Але це не буде класичний діалог, – зауважує у своїх трудах К. Серажим, – бо принципова діалогічність тексту (його дискурсивність) накладає на нього два різні комплекси прагматичних відбитків: стратегію і тактику адресанта. Шляхи реалізації цих компонентів будуть різними» [10, с. 410].

Ми погоджуємося з формулюванням поняття дискурсу української вченої-мовознавця Ірини Шевченко, яке вона висловила в одній із своїх наукових праць. «Дискурс – мисленнєво-комунікативна діяльність, яка протікає у соціокультурному контексті, є сукупністю процесу і результату», – підкреслює вона [3, с. 26].

У лінгвістичних дослідженнях дискурсу існує ще ряд проблем, які стосуються предмета, його базових положень і одиниць, а також методів аналізу. Це явище становить об'єкт нової когнітивно-комунікативної парадигми. «Аналіз засад цієї парадигми... свідчить, що вона виходить з ідей нелінійності та конструктивізму, притаман-

них науці періоду постмодернізму, із системно-діяльнісного розуміння мови, мовної свідомості, спілкування як взаємодії, трактує когніцію на базі людського досвіду» [1, с. 105].

У плані методології прагматичні студії дискурсу базуються на «когнітивно-комунікативній дослідницькій парадигмі», поєднанні мисленнєво-комунікативних аспектів спілкування, «визнанні активної ролі і мовця, і слухача у формуванні дискурсу», «тлумаченні дискурсивних значень як конструйованих мовцем і слухачем у дискурсі» [1, с. 116].

Щодо об'єкта і предмета оцінювання самого поняття дискурсу, то, на думку І. Шевченко, це – «багатогранна мовно-когнітивно-комунікативна предметно-пізнавальна сфера». У одному із своїх наукових трудів учена-лінгвістка диференціює зазначену вище сферу на три площини:

- аспект мовного використання [3];
- когнітивний аспект [3];
- соціально-прагматичний аспект [3].

«Категорії дискурсу екстраполюються і на категорії тексту-результату, і на такі, що характеризують дискурс-процес», – відзначає І. Шевченко [3, с. 108].

Категорії дискурсу, як і категорії тексту, на думку української дослідниці, інтегровані одна в одну, що ускладнює їх розмежування [3, с. 109]. Поміж ними доволі символічно вирізняються категорії більш характерні для тексту «як результату дискурсивного процесу». До них І. Шевченко відносить «когезію, когерентність, прийнятність, інформативність, інтенційність, адресатність, ситуативність, інтертекстуальність» тощо [3, с. 109]. До «категорії дискурсу як процесу» вчена зараховує «інтердискурсивність, метакомунікативність, зміну ролей, комунікативні принципи» [3, с. 109].

Тематична, структурна і стилістична спільність – найбільш типові, конструктивні атрибути дискурсу. Щодо одиниць дискурсу, то школа конверсаційного аналізу вважає одиницями дискурсу розмову, топик, послідовність, суміжну пару, репліку. Серед одиниць дискурсу дослідники виділяють комунікативну взаємодію, трансакцію, обмін, хід, комунікативний акт. Мінімальною одиницею комунікативної дії визначають комунікативний акт, а одиницею комунікативної взаємодії – обмін.

В одній із монографій І. Шевченко знаходимо умовивід, що побудова дискурсу – це «ієрархія одиниць, перелічених за ступенем зменшення: мовленнєва подія (...), трансляція (...), крок (...), хід (...), мовленнєвий акт (...))» [3, с. 116].

Отже, щонайменшою одиницею дискурсу слід виділяти саме мовленнєву дію – мовленнєве взаємодіяння носія мови та реципієнта «для досягнення певних перлокутивних цілей мовця шляхом конструювання ними дискурсивного значення у ході спілкування», як вважає І. Шевченко [3, с. 113].

В одній із наукових праць харківських дослідників мови знаходимо таке припущення: «Поєднані у послідовність, мовленнєві акти утворюють мовленнєвий хід, хоча мовленнєвий хід може складатися і з одного мовленнєвого акту. Зв'язані мовленнєві ходи у послідовність складають мовленнєвий крок, або обмін. Послідовність мовленнєвих кроків – трансляція – відповідник поняття (мікро)діалогу в мовленні. Найбільшим елементом структури дискурсу є мовленнєва подія – закінчене мовленнєве спілкування, розмова, що в мовленні відповідає (мікро) тексту» [9, с. 128].

За побудовою дискурсу лінгвісти ділять його на простий і складний. Складні дискурси – це, до прикладу, депутатські дебати з певних проблем чи слухання, які можуть тривати не один день. Структурні ж особливості дискурсу зберігаються протягом усього терміну дебатів.

Чимала кількість типології дискурсу – наслідок того, що в базис класифікацій закладено неоднакові наукові традиції. До прикладу, В. Карасик вирізняє в інституційному такі підтипи дискурсу: «науковий, масово-інформаційний, політичний, релігійний, педагогічний, медичний, військовий, юридичний, дипломатичний, діловий, рекламний, спортивний» та інші [6, с. 157].

Більшість мовознавців припускає, що «статична типологія дискурсу є багатостороннім явищем, де повнота опису залежить, з одного боку, від розробленої на даний момент критеріальної бази (...) З іншого боку, системність дискурсу зумовлює можливість виділення не тільки типів, а й окремих підтипів дискурсу» [9, с. 234–235].

Мовознавці І. Шевченко й О. Морозова визначають типи та підтипи дискурсу за його ключовими ознаками. Якщо йдеться про форму дис-

курсу, то, за умовиводом згаданих співавторів, це усна і письмова. Щодо маркування за типом мовлення, то тут, звісно, – діалогічний та монологічний. Стосовно адресатної дефініції І. Шевченко й О. Морозова пропонують поділити дискурс теж на два види – персональний та інституційний.

Мовознавець І. Шевченко та її співавтори у одній з монографій наголошують на такому умовиводі: «За умов різних загальних настанов, комунікативних принципів реалізуються аргументативний (переговори, обмін думками), конфліктний (лайка, сварка, бійка тощо) та гармонійний (унісон) типи дискурсу» [3, с. 135]. За соціально-ситуативним параметром ці дослідники виділяють такі підтипи інституційного дискурсу: «політичний, адміністративний, юридичний, військовий, релігійний, медичний, діловий, рекламний, педагогічний, спортивний, науковий, медичний» [3].

Згадані нами науковці розставляють акценти на окремих ознаках адресата та адресанта. Таким чином, мовознавцями було визначено конкретні види груп та комунікантів (рис. 3).

Такі характеристики дискурсу як от інформативність та функціональність поділяють на два підвиди спілкування – інформативне і фактичне. Якщо ж розглядати формальні й змістовні якості у функціонально-стильовому плані, дискурси маркують за жанрами й індексами мовлення. За нашими спостереженнями таких можна назвати декілька: художній, публіцистичний чи то офіційний, неофіційний тощо.

З позиції ж соціології, як вважає мовознавець Лариса Климанська, дискурс-аналіз – це «дослідницька програма, вбудована в соціологічну традицію з метою вивчення дискурсивного конструювання символічних порядків. Дискурс постає як мова, текст, обговорення, візуальний образ, використання символів, які мають використовуватися акторами за визначеними соціальними інструкціями, і, отже, дискурси можна вважати реальною соціальною практикою. Дискурс-аналітичні дослідження пов'язані з реконструкцією

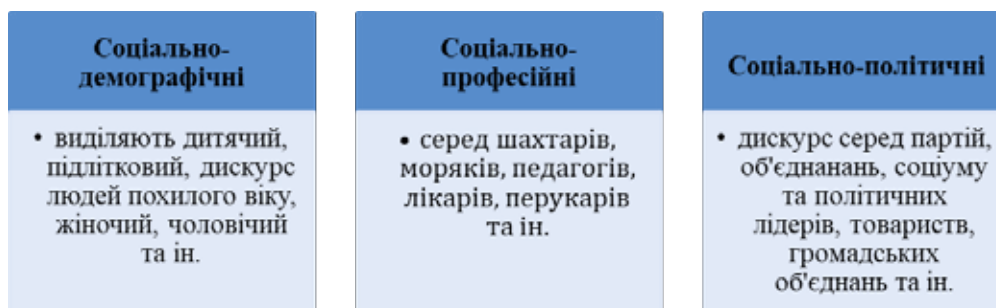


Рис. 3. Виокремлення груп комунікантів

процесів, які відбуваються в соціальному конструюванні, об'єктивації, комунікації та легітимації структур значень в інституційній сфері на публічних аренах» [8, с. 107].

Висновки. Отже, на підставі досліджування нами питання можна зробити такий умовивід: «дискурс» як різновекторне поняття не бажано розглядати лише в одній якійсь площині. Адже воно всотує в собі неоднакові наукові й практичні методології. Це – достатньо складне когнітивно-комунікативне явище. Оскільки природа дискурсу пов'язана двома аспектами, можемо констатувати, що, власне, прагматичний аспект стосується живого мовлення, натомість когнітивний аспект розкривається через ментальні складові учасників комунікації. Аналіз психолінгвістичних досліджень дав можливість виділити два плани дискурсу: лінгвістичний та лінгвокогнітивний, які є взаємопов'язаними. Дискурс – це широке поняття, яке включає в себе текст і мовлення, є мисленнєво-комунікативною діяльністю, що реалізується в соціокультурному контексті.

Категорії дискурсу пов'язані між собою, інтегровані одна в одну, через що їх складно розмежувати. Конструктивними ознаками дискурсу можемо назвати тематичну, стилістичну і структурну єдність. Мінімальною одиницею визначаємо мовленнєвий акт, найбільшим елементом структури дискурсу можемо назвати мовленнєву подію.

Окрім того, спираючись на роботи мовознавців, можемо дискурс поділити на такі типи:

- простий і складний (за структурою);
- усний і письмовий (за формою);
- монологічний і діалогічний (за видом мовлення);
- інституційний і персональний (за адресатною характеристикою);
- політичний, адміністративний, юридичний, рекламний, педагогічний;
- спортивний тощо (за соціально-ситуативним маркуванням).

Крім перелічених параметрів, дискурс як феномен можна поділити за функціональністю та інформативністю, а також за жанрами та індексами мовлення.

Це явище є багатограним і потребує конкретизації при вивченні певних його аспектів. У методології і предметній сфері дискурсу відбуваються прагматичні студії. Проблема типології дискурсу базується на відсутності певного принципу класифікації. Для соціологів, у першу чергу, цікавим є те, що торкається процесів соціальної проблематизації та аналітичного сприйняття соціальних наслідків цих процесів. У майбутньому плануємо провести повномасштабний дискурс-аналіз, щоб проілюструвати процедурні елементи та різні методологічні підходи дискурс-аналізу.

Список літератури:

1. Бенвенист Э. Общая лингвистика / пер. с фр. Ю. Н. Каулова и др.; под. ред. и с вступ. ст. Ю. С. Степанова. Москва : Прогресс, 1974. С. 276–279.
2. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: сборник работ / сост. В.В. Петрова ; пер. с англ. яз. под ред. В.И. Герасимова. Москва : Прогресс, 1989. 312 с.
3. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : монографія / під загальн. ред. І.С. Шевченко. Харків : Константа, 2005. 428 с.
4. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. Київ, 2007. 252 с.
5. Лингвистический энциклопедический словарь. Москва, 2009. 1258 с.
6. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
7. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации : курс лекций. Москва, 2001. 168 с.
8. Климанська Л.Д. Соціологічна версія дискурс-аналізу. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. 2014. Вип. 20. С. 104–110.
9. Переклад у наукових дослідженнях представників харківської школи / за ред. Л.М. Черноватого, О.А. Кальниченка, О.В. Ребрія. Вінниця : Нова книга. 2013. 568 с.
10. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність. Київ, 2002. 146 с.
11. Склярєнко О. Текст та дискурс. Проблематика трактування. *Семантика мови і тексту: матеріали ІХ Міжнародної наук.-практ. конф., 26-28 верес.* 2006 р. Івано-Франківськ, 2006. С. 409–411.
12. Арутюнова Н.Д. Речь. Лингвистический энциклопедический словарь. Москва, 2004. С. 414–416.
13. Столярова Л.П., Тычинская Н.Л. Текст как основное звено в пространстве дискурса. *Дискурс у комунікаційних системах: зб. наук. статей*. Київ, 2004. С. 15–23.

Grinenko I. V., Koval A. H. DISCOURSE ANALYSIS AS A SIGN OF THE LANGUAGE CODE IN THE SOCIETY

The paper explores the basics of the diversity of approaches in the sociological analysis of discourse, analyzes the basis for interpretations of the term “discourse”, highlights the meaning of the terms “text”, “discourse”, “speech” inherent in sociological discourse analysis, considers the structure, units and categories of discourse, and also describes some of its characterological features. The proposed scientific research highlights discourse as a complex phenomenon that “permeates” various scientific planes. The article considers the main problems of evaluation of this concept, which remains in the center of attention of modern scientific discussions. The scientific work focuses on the history of modern discourse, arguing that it is, in fact, a program document for a new direction in linguistics. Researchers of the topic touch on the emergence and conceptual design of discourse theory, highlight the essence of discourse analysis, which is currently being developed and refined. The authors pay attention to the linguistic and social parameters of understanding discourse. A special role in the article is given to discourse analysis as a sign of the language code immersed in the social environment. It is defined as an interdisciplinary field of knowledge based on sociology, psychology, development of artificial intelligence, ethnography, semiotics, stylistics, philosophy. The scientific novelty of the work lies in the disclosure of sociolinguistic vectors of discourse through the prism of its psycholinguistic parameters. The article concludes that such a concept as “discourse” can not be considered in only one plane, it combines different approaches, it is a difficult cognitive-communicative phenomenon, and the study of this concept – in time, are promising. The results of the work can be used in comprehensive research of the sociological and psychological nature of discourse and training of sociologists, psychologists and journalists.

Key words: *discourse, discourse analysis, text, speech, sociolinguistics.*

Колкутіна В. В.

Національний університет «Одеська юридична академія»

**ПРИРОДА ІРОНІЧНОГО В НАЦІОСОФСЬКІЙ
ПУБЛІЦИСТИЦІ ДМИТРА ДОНЦОВА**

У статті досліджується природа іронічного в націософській публіцистиці Дмитра Донцова (за статтями «Марко Черемшина», «Правда козацька у Гоголя», «Тип запорожця у О. Стожаренка», «Провідна верства козацька у І. Котляревського», «Козак із мільйона свинопасів»). Зокрема, увагу зосереджено на тому, що його есеїстика набувала історіософського змісту, була підкреслено суб'єктивною, відповідною до ідеологічних пріоритетів мислителя, стосувалася різних національно-імперативних моментів. Смісловим ядром, конститутивним елементом, національно-мислетворчим показником, котрий корелює з відповідними аспектами національного буття, виступають засоби сатири, простежені Д. Донцовим як інтегральні частини творів М. Гоголя, І. Котляревського, Т. Шевченка, Марка Черемшини, В. Стефаніка, як вияв їхнього світобачення та світорозуміння, як підґрунтя цілих світоглядних систем. Через «сміх» як тип української свідомості критик витлумачує проблему державного самоутвердження.

У результаті виявлено, що серед національних «взірців до наслідування» Д. Донцов називає Марка Черемшину, у творчості якого виділяє категорію іронії, котра для митця виступає трагічним засобом, що давав можливість піднятися не тільки над власною дріб'язковістю та провінційністю, а й над примітивним, страхітливим, безворотним, неможливим. Публіцист трактував широку амплітуду «почуття іронії»: власне іронію, автоіронію, «легкий відтінок комізму», щирю, «стару іронію українського козака», іронію-усмішку, «з'їдливий сарказм», м'яку, витончену, майже делікатну або, навпаки, грубу, трагічну іронію тощо. Такі різновиди є ніби крайніми полюсами іронії, що найкраще відтворюють об'єктивний і суб'єктивний його характер. Цей різноманітний спектр дозволяє виділити у світогляді й творчості українських письменників патетичне й бридке, духовне й бездуховне, прагматичне й альтруїстичне. Різні вияви іронічного Д. Донцов інтерпретує комплексно, безпосередньо чи опосередковано, через контекст. У його есеїстиці іронія реалізується через взаємодію з іншими сегментами: з психологічним малюнком, зі співчуттям до героя, з драматизмом і трагізмом тощо. На наш погляд, у такий спосіб, посередництвом і природою іронічного вибудовується комунікативна стратегія публіциста.

Ключові слова: іронія, публіцистика, есеїстика, націософська герменевтика, Дмитро Донцов.

Постановка проблеми. Літературну публіцистику Дмитра Донцова неможливо досягнути поза націософським герменевтичним контекстом. Але таке витлумачення вимагає попереднього трактування низки взаємопов'язаних проблем і моментів, серед яких – трактування феномену націєнтризму есеїста. Націософська (ще – націологічна, націєцентрична, національно-екзистенціальна, націоналістична) герменевтика, що охоплює іманентний герменевтичний потенціал художньої літератури й спрямована на тлумачення національного сенсу, сутності культурної дійсності, методологію роз'яснення кардинально різняться від значної частини дослідницької продукції. Нові з'явлені смисли, візіонерські відкриття, відмінні від усталених сенси, винайдені складні художньо-герменевтичні моделі й коди, безумовно, пов'язані

з глибинними онтологічними джерелами, а новаторське осмислення сутнісних ознак української літератури – результат роботи вдумливого, творчо вдумливого інтерпретатора. Фактично, герменевтика – це й мистецтво інтерпретації з наголосом на творчому підході до роз'яснення художніх текстів. І очевидно, що таку роботу неможливо здійснити людині байдужій чи нецікавій, без жаги творіння, спрощеній і неглибокій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Творчості Д. Донцова присвячено значну кількість різних за обсягом, світоглядною заангажованістю та науковою спрямованістю праць авторства багатьох дослідників, серед яких виокремлюються праці О. Багана, М. Васюківа, Г. Грабовича, Я. Дашкевича, Р. Єндика, В. Іванишина, П. Іванишина, М. Ільницького, І. Качуровського, С. Квіта,

Н. Кучми, М. Леськової, Р. Рахманного, Т. Салиги, Г. Сварник, М. Сосновського, А. Стебельської, Ю. Шереха й інших. Однак, попри наявні літературознавчі, історичні, біографічні, філософські, культурологічні, політологічні тощо дослідження, не зрідка controverсійні, творчість мислителя, націєцентрична сутність і багатогранність його літературно-герменевтичного мислення переважно залишилися поза увагою дослідників. А без системного аналізу націософсько-герменевтичного виміру публіцистики Д. Донцова навряд чи можливе об'єктивне тлумачення природи іронічного в його літературно-критичних студіях.

Постановка завдання. Метою нашої розвідки є дослідження природи іронічного в націософській публіцистиці Дмитра Донцова. Послуговуватися будемо його статтями «Марко Черемшина», «Правда козацька у Гоголя», «Тип запорожця у О. Стороженка», «Провідна верства козацька у І. Котляревського», «Козак із мільона свинопасів».

Виклад основного матеріалу. Письменство ХІХ століття Д. Донцов трактує несистематизовано. Він подає «рухому картину» літературних змін не в лінійній послідовності, а фрагментарно, вибірково, керуючись власним, авторським методом національно-екзистенційної інтерпретації. Вартими уваги були факти, які мали героїчний і націєтворчий фактор, адже вони виступають як критерії націєцентричної оцінки української духовно-історичної та національно-психологічної реальності України у 20–30 роки ХХ століття. У такому разі публіцистика Д. Донцова набувала історіософського змісту, була підкреслено суб'єктивною, відповідною до його ідеологічних пріоритетів і стосувалася різних національно-імперативних моментів. Смисловим ядром, конститутивним елементом, національно-мислетворчим показником, котрий корелює з відповідними аспектами національного буття, виступають засоби сатири, простежені Д. Донцовим як інтегральні частини творів М. Гоголя, І. Котляревського, Т. Шевченка, Марка Черемшини, В. Стефаніка, як вияв їхнього світобачення та світорозуміння, як підґрунтя цілих світоглядних систем. Через «сміх» як тип української свідомості критик витлумачує проблему державного самоутвердження.

Національно-державницький аспект українського імперативу простежується під час вивчення Д. Донцовим романтичної іронії. У розкритті змісту українського світу ці письменники активно використовували її можливості. Дослідження

публіциста супроводжувалося компаративними порівняннями з романами «Розгром» Е. Золя, новелістикою К. Гамсуна й Е. А. По: «Подібну тему обробляє в одній новелці Гамсун, але в стилі несамовитих історій Е. По <...>. Трохи зближена тема зчеплена і в Некрасова «Зельоний шум», але там напруження героя (що теж «топився з жалю») знаходить вихід у святочно-поважним ліричним унесенні під впливом «зеленого шуму» весни <...>. В Черемшини – лише легка усмішка внаслідок диспропорції межі широким жестом і дрібним, а навіть зовсім противним осягненням» [2, с. 194]. Повніше й всебічно Д. Донцов дослідив іронію в гранично згорнутому, редукованому вигляді: в мові, інтонаціях, міміці, жестах персонажів.

Дослідник трактував широку амплітуду «почуття іронії»: власне іронію, автоіронію, «легкий відтінок комізму» [2, с. 193], щирі, «стару іронію українського козака» [2, с. 195], іронію-усмішку [2, с. 194], «з'їдливі сарказми» [2, с. 198], м'яку, витончену, майже делікатну або, навпаки, грубу, трагічну іронію тощо. Такі різновиди є ніби крайніми полюсами іронії, що найкраще відтворюють об'єктивний і суб'єктивний його характер. Цей різноманітний спектр дозволяє виділити у світогляді й творчості українських письменників патетичне й бридке, духовне й бездуховне, прагматичне й альтруїстичне. Наприклад, Д. Донцов наголошував, що, як і В. Стефанік, Марко Черемшина обирає наскрізною темою творчості село («Марко Черемшина»). Позбавлені ідеалізації та песимістичного звучання, сільські новели Марка Черемшини є яскравим виявом «іронічного імпресіонізму» [3] з використанням елементів авторської іронії, яка й надає йому художньої неповторності: «се немов провідна мелодія, що спершу зрідка й несміливо, чим далі з'являється частіше, щоб остаточно стати віссю, хребтом цілої Черемшинової творчості. Се і є власне його *maniere d'être*». Оці «шпиль автоіронії» [2, с. 192], які формують світогляд письменника, його «спосіб бути» публіцист знаходить в автобіографічних спогадах, у новелістиці письменника, зокрема в «Карбах», у «Святому Миколаї у гарті», в оповіданнях «Лік», «Основини». Поєднання трагічного й комічного («війна війною, але посміятися можна – і з жандарма, і з жовнириків, що «цурікали» перед ворогом» [2, с. 195]) для Марка Черемшини є способом існування та одночасно літературно-філософською манерою, можливість втручатися та змінювати людське життя.

Авторська іронія – один із найголовніших проявів мислення прозаїка. Відкидаючи

усталений на той час погляд «старого народництва або й нового «радянського» реалізму» на виникнення комічного в Черемшини («Святий Миколай у гарті»), Д. Донцов наголошує на «виразній іронічній нотці», що не тільки бринить упродовж усієї новели, виступає доцільною відправною точкою розуміння авторського замислу, а й породжує композиційну складову частину – трагікомічну розв'язку, «коли Василько й Петрик із простягнутими до молитви руками там, де все висів образ святого, побачили голу стіну: до арешту помандрував святий Микола». Тут іронія підважує традицію, відмежує нове від застарілого, увиразнює новаторство Марка Черемшини, стаючи складовою частиною його утопічної свідомості. Авторська іронія, доповнена м'яким гумором, зумовлює одночасно серйозне й жартівливе ставлення до героя чи обставин. З одного боку, «в діалозі між батьком і сином, що на гвалт ховають убоге манаття перед «здиркутом», відчувається серйозність і трагізм становища, а з іншого, особливо з позиції Марка Черемшини-спостерігача, – спостерігається більш локальний, невимушений гумор, викликаний «дрібною <...>, безладною, наївною», але «страшно поважливою людською метушнею» [2, с. 193]. Автор «Карбів», використовуючи трагічну іронію, змалював персонажів лише як об'єкти, а не суб'єкти іронізування, утвердив думку про трагікомічність їх буття.

Різні вияви іронічного в новелістиці Марка Черемшини Д. Донцов інтерпретує комплексно, безпосередньо чи опосередковано, через контекст. У його літературній есеїстиці іронія реалізується через взаємодію з іншими сегментами: з психологічним малюнком, зі співчуттям до героя, з драматизмом і трагізмом, пов'язаними з жахом і хаосом війни: «Ось «Козак» (вже війна!) такий добрий до газди, усім із ним ділиться, що життя б за нього віддати мало. Аж раптом – зникає з газдовою жінкою у світ за очі... Драма? Ні, *психологічний малюнок і легкий сміх* над простодушним бідаком, що так гупо на гладкій дорозі спіткнувся» [2, с. 194] (курсив наш. – В. К.).

Природа іронічного виявляється в контрастних двопланових визначеннях, значення яких стає зрозумілим із контексту, в основі якого «диспропорція» між «гордим задумом і марними ефектами», дріб'язковим і смішним, душевною, внутрішньою «рівновагою та афірмацією життя» [2, с. 196], комічною побутовою ситуацією та жорстокістю війни, «екстазом боротьби й примиренням із життям» [2, с. 199]. Спостерігаємо органічне поєднання таких смислових аспектів українського

імперативу – суспільно-громадянського й військово-патріотичного. Єднання цих компонентів, цей синтез продукує «закоренілий», «непоборний оптимізм життя», що сповідує Марко Черемшина, його «уперте прагнення» [2, с. 200–201] жити. Д. Донцов не сприймав письменника виключно як «співця народного горя та тьми», пишучи, що «се може видатися парадоксом, але Марко Черемшина був несвідомим іроністом».

У своїх коротких, але надзвичайно виразних творах Марко Черемшина органічно «дозував» прояви іронічного. Це зумовлено стислою формою, лаконізмом його новел. Вони увиразнювали елемент емоційної оцінки дійсності. Завдяки поезиці приховуваного, недомовленого іронічне слово часто підіймається над своїм буквальним, словниковим значенням і народжується нова – сатирична, саркастична, інвективна – виразність слова. Таке слово оприявлює прозаїка як «іронізуючого джентльмена» [2, с. 196]. За страшних соціально-побутових умов на селі (війна, розпука, коли «біль криком кричав») іронія зникала, й тоді «ставав «усміх усмішкою, що замерзає і морозить життя» [2, с. 197]. Виразно національно-екзистенційний вияв має відтворений Д. Донцовим непростий процес формування світоглядної еволюції митця: «Се вже другий Черемшина!». З'являється в'їдливий сарказм новеліста «над тими, хто бездумно, мов худоба, давав себе вести на заріз» [2, с. 198]. Цей сарказм робить незнищенним «патос життя», «який підглядів поет під безхмарним небом своєї декамеронівської Гуцулії» [2, с. 199]. Сатиричний сміх, викликаний іронічним підходом до життя («Карби») або «комічними ситуаціями Дон Кіхота» [2, с. 196], зумовлений характером відтворюваного в новелах життєвого матеріалу, викривав далеку від екзальтованої романтики провінційну українську дійсність: «Глом йому послужило село, близьке й знайоме, але темою – взагалі людський біль, терпіння, пекло життя, безвиглядна трагедія тих, які родяться, щоби вмерти <...>» [2, с. 191]. Так формувалося уявлення про життя як боротьбу, імпульс до «підриву»: «із застиглим криком, із силоміць затуленими устами – з одною думкою: не дати себе зломити тиранії зовнішнього світу, не дозволити йому собі сльози витиснути, ані йому криком сатисфакцію зробити, не узнати сили долі над собою!» [2, с. 198].

Це допомогло дослідникові в націософському сенсі схарактеризувати іронію як одну з форм пізнання характеру персонажа й світогляду письменника, як важливий художньо-формальний засіб

осягнення суті індивідуальності прозаїка («Марко Черемшина», «Правда козацька у Гоголя», «Тип запорожця у О. Стороженка», «Провідна верства козацька у І. Котляревського», «Козак із мільона свинопасів»), як засіб подвоєння світу, як завуальовану увагу до української історії та етносу, як критику політики царизму й викриття соціального зла. Д. Донцов уперше дослідив усущіль і комплексно її прояви в художній творчості, масштабно репрезентованій «героїчною добою в годину занепаду нації», «великими духовними вартостями», «інтуїцією генія» [2, с. 347], «ідеалом провідника» [2, с. 352], «мандрівним духом лицаря, що гонить світами за своїм ідеалом, своєю химерою, фантомом» [2, с. 353]. Особливого сенсу набував культ несвідомого, дорефлексивного, ірраціонального.

Автор у статті «Козак із мільона свинопасів», послуговуючись словами з прозових творів Т. Шевченка, посилається на «великопанську іронію» та віру, які характеризують творчість поета, особливу рису українського менталітету. Він апелює до думки П. Куліша про те, що «веселість була обов'язкова для запорожців як протигага сумові, який низові братчики уважали більш, ніж за гріх» і водночас полемізує із М. Драгомановим ([4; 6; 8]), який, на думку Д. Донцова, не адекватно розумів Шевченкову іронію як «жарт і цинізм». Д. Донцов на матеріалі поеми «Сон», віршів «Якби то ти, Богдане п'яний», «За що ми любимо Богдана?», «Ликері», послання «І мертвим, і живим...» та «Н. Т.» (хоча найменування їх не подає) помічає і коментує широкий спектр іронії – жарт, глузування, дотеп: «Він глузує – з самого себе, з Богдана, з «великомучениці-куми», з «витріщених очей» гречкосія, з громади, з «візантійського Саваофа», що «куняє» замість правити світом і пр.» [1, с. 100].

Водночас природа іронічного в націософській рецепції Д. Донцова пов'язана зі «сміховою культурою» Середньовіччя, де ключовим поняттям був карнавал. Сміх оголював правду, увиразнював вади суспільства, пов'язувався з роздвоєнням світу, що спостеріг М. Бахтін, доводячи, що карнавальна культура виражала «сміховий аспект світу» поряд із його офіційним аспектом. Іронічне в системі естетичних поглядів Д. Донцова функціонує як опозиція до панівної, офіційної культури, як засіб руйнування «нового «радянського» реалізму» [2, с. 193], «старого й нового (комуністичного) «москвобесія» на Україні» [2, с. 247], а сам публіцист прагнув «достучатися» до пересічного читача. «Зважаючи на суб'єктивну парадигму іронічного метатексту, в художньому творі реалізу-

ється направленість контакту адресант-адресат. Водночас відправником інформації та суб'єктом іронії є письменник, а отримувачем – читач. У ході художньої комунікації автор апелює до реципієнта, відсилаючи йому певне повідомлення» [7, с. 12].

Бувши специфічним виявом романтичного суб'єктивізму, сміх та іронія розкріпачували свідомість, сприяли скиданню ідолів із п'єдесталів, утвердженню ідеалу в утопічному оновленому суспільстві – вільної особистості. Д. Донцов-романтик, аналізуючи різні прояви романтичної іронії, прагнув її засобами обстоювати повноцінну індивідуальність за умов нівелювання національної дійсності, переважно перехідного часу (Т. Шевченко, О. Стороженко), «коли народжувалася інша доба, в якій на Україні, як і в цілій імперії царів, – «на всіх язиках все мовчало», коли націю українську – ще недавню націю козацьку – спихали до значіння однієї, нижчої, верстви або племені чужої, переможної, нації» [2, с. 330].

Поняття іронії зумовлене дотепом і жартом як «вибухом схованого духа» (Ф. Шлегель), виразником життєдіяльності й життєздатності духа. Це розсудкове мислення, що має логічну суперечність і виступає показником і складовою частиною еволюції (чи деградації) письменника: «Від кульгикаючого реалізму перших новел – до свійського імпресіонізму останніх; від невиразної еротики («Зарікайся мід?») до яскравої та зрілої, від сумовитого нерішучого до невблаганного драматизму, від *несмілої іронії до картаючого сарказму* й «замерзлого сміху», від «муравлиного» патосу активного («Писанка») – ось *діапазони таланту Черемшини*, який так несподівано зломилася смерть та який міг би дати нам ще великі й несподівані звороти» (курсив наш. – В. К.) [2, с. 207]. Публіцист якнайкраще передає невловимий перехід жарту в серйозність і серйозність у жарт («по плачу – сміх» [2, с. 201]), перехід, який становить основний стрижень літератури, що пародіює сама себе, тим самим викриваючи причини й хиби суспільства.

Відбиття іронічного підходу Марка Черемшини до життя, до «людського столковиська» дотичне до гоголівського розуміння романтичної концепції життя. Д. Донцов порівнює оповідання «Лік», «Основини» з «Пропалою грамотою»: «Подібний підхід і в оповіданні «Лік», і в «Основинах», де мудра Семениха аж до казкового «царського» Відня до «адуката» без язика переїхала ся та й назад, завернена поліцією, справи не полагодивши, а тепер думає, що то її «нетрудний

блудом водив», що «то такий сон вона мала» <...>. Цілком так, як той гоголівський дядько (здається, з «Пропавшої грамоти»), що прокинувся по блуканню аж на стриху власної хати <...>. В автора «Основини» <...> є гумор «Вечорів на хуторі біля Диканьки» [2, с. 195]. Романтична іронія реалізована в реалістичному контексті: обидва автори звертаються до побутової сфери, а творам властива відсутність яскраво виражених чудесно-фантастичних елементів. Реалістичні риси творів не суперечать романтичній концепції світу.

Не лише національний характер, а й самий уклад українського життя підштовхував до сатири й іронії як принципу мислення, філософії буття, що притаманне іронічному суб'єкту в новелах Марка Черемшини. Аналізуючи жахливу розв'язку новели «Грушка», описуючи загрозу неминучої смерті пушкарів («Перші стріли») й долю «вічної вдови» («Зарікайся мід-горілку пити»), Д. Донцов підкреслює «анімальну енергію», «афірмацію життя» героїв, що їх попри всі трагедії та суспільно-політичні обставини не зупинили, не зломали ані війна, ані «трупні й смерть». Дослідник викладає думку новеліста про невмирущий вічний колообіг, «силу життя»: «По плачу – сміх, на терновім вінці – троянди шлюбні, де нитка урвалася – прядеться знову прастара безконечна байка вічного життя <...>. Сього упертого прагнення жити, сього закоренілого оптимізму ніщо не переможе» [2, с. 200–201].

Самоіронія персонажів Марка Черемшини, їх парадоксальний «гімн вічному життю» були своєрідним викликом суспільству, жахливій дійсності, природному устрою, відходом від «гармонійних примітивів» (Ф. Шлегель) – сучасників прозаїка, що розгубилися й не знають, як жити в міжчассі, коли «смерть може прийти завтра» [2, с. 201]. Уже сама боротьба української нації

за своє існування викликала в літературі потребу сатири, насмішки й жарту.

Висновки і пропозиції. Серед національних «взірців до наслідування» Д. Донцов виділяє Марка Черемшину. Попри загалом літературно-критичний, аксіологічний спосіб трактування автора, водночас мислитель пропонує і певний історико-літературний ракурс розгляду через розвиток у художніх формах певних суспільних та естетичних ідей. Щодо М. Черемшини – категорія іронії, котра для письменника виступає трагічним засобом, який давав можливість піднятися не тільки над власною дріб'язковістю та провінційністю, а й над примітивним, страхітливим, безворотним, неможливим. Д. Донцов виділяє та обґрунтовує такі різновиди: власне іронію, автоіронію, м'який гумор, самоіронію, сарказм. У такий спосіб, посередництвом природи іронічного вибудовується комунікативна стратегія публіциста. Ефективність успішного мовленевого спілкування із читачем посередництвом художнього тексту забезпечується багатьма чинниками, серед яких комунікативна стратегія як «реалізація інтенцій адресанта для досягнення комунікативної мети в художньому дискурсі тексту завдяки різним ходам і тактикам, які забезпечують успішність комунікативного акту» [5, с. 20]. Вона втілюється завдяки різним факторам, серед яких науковці вже ХХІ століття виокремлюють дієві ходи спілкування, форму й мету контактування, комунікативний потенціал художнього твору, діалогічність, інтертекстуальність тощо. Думаємо, що рецептивний вектор дослідження та соціокомунікативне підґрунтя публіцистики Д. Донцова (комунікативні стратегії та тактики; моделі комунікативного процесу тощо) перспективні для подальших ефективних напрацювань і будуть цікавими не лише нам.

Список літератури:

1. Донцов Д. Козак з мільона свинопасів. *Вісник*. 1935. Річник 3. Т. 2. Книжника 5. С. 97–106.
2. Донцов Д. Літературна есеїстика : монографія. Дрогобич : Відродження, 2010. 688 с.
3. Кузнецов Ю. Імпресіонізм в українській прозі кінця ХІХ – поч. ХХ ст. Київ : Зодіак Еко, 1995. 303 с.
4. Липа Ю. Селянський король. *Кур'єр Кривбасу*. 1997. № 85–86. С. 118–132.
5. Синявська Л. Українська драматургія кінця ХІХ – початку ХХ століття : комунікативні стратегії. Одеса : КП ОМД, 2019. 304 с.
6. Ситник О. Особливості політичних концепцій Михайла Драгоманова і Дмитра Донцова в контексті української ідеї : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.01. Київ, 1996. 23 с.
7. Ткалич І. Семіотична природа іронії. *Вісник Черкаського університету. Серія «Філологічні науки»*. 2015. № 5 (338). С. 11–16.
8. Українка Леся. Лист до М. Драгоманова від 22 грудня 1892. *Твори : у 12-ти томах / Українка Леся*. Київ, 1978. Т. 10. С. 142–144.

Kolkutina V. V. THE NATURE OF THE IRONIC IN NATIONALSOPHICAL JOURNALISM OF DMYTRO DONTSOV

The article examines the nature of the ironic in national philosophical journalism of Dmitry Dontsov (articles “Marko Cheremshina”, “Cossack Truth in Nikolai Gogol”, “Type of Cossack by O. Storozhenko”, “Leading Cossack by I. Kotlyarevsky”, “Cossack from a million shepherds”). In particular, attention is focused on the fact that his essays acquired a historiosophical content, was emphasized subjectively, in accordance with the ideological priorities of the thinker, and addressed various national-imperative aspects. The semantic core, constitutive element, national-creative index, which correlates with the relevant aspects of national life, are the means of satire, traced by D. Dontsov as integral parts of the works of M. Gogol, I. Kotlyarevsky, T. Shevchenko, Mark Cheremshina, V. Stefanyk, as a manifestation of their outlook, as the basis of entire worldview systems. The critic interprets the problem of state self-assertion through “laughter” as a type of Ukrainian consciousness. As a result, it was found that D. Dontsov names Mark Cheremshina as the national “example to imitation”, in whose work he singles out the category of irony. Irony for the artist is a tragic mean that gives the opportunity to rise not only over its own pettiness and provincialism, but also over the primitive, the terrible, the irreversible, the impossible. The publicist interpreted the wide amplitude of “sense of irony”: actually irony, self-irony, “light shade of comedy”, sincere, “old irony of the Ukrainian Cossack”, irony-smile, “caustic sarcasm”, soft, refined, almost delicate, or, on the contrary, rude, tragic irony, etc. Such varieties are the opposite poles of irony, which best reproduce its objective and subjective character. This diverse spectrum allows us to distinguish in the worldview and work of Ukrainian writers pathetic and ugly, spiritual and unspiritual, pragmatic and altruistic. D. Dontsov interprets, directly or indirectly, various manifestations of the ironic complex through context. In his essays, irony is realized through interaction with other segments: with the psychological picture, with compassion for the hero, with drama and tragedy, etc.

Key words: irony, journalism, essays, national-philosophical hermeneutics, Dmitry Dontsov.

Плеханова Т. М.

Запорізький національний університет

ПРОМОЦІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ НА ВСЕУКРАЇНСЬКОМУ НОВИННОМУ ПОРТАЛІ «СЕГОДНЯ»

У статті проаналізовано способи та моделі промоції журналістських матеріалів у соціальних мережах на прикладі всеукраїнського новинного порталу «Сьогодні». Сучасним журналістам нерідко доводиться займатися абсолютно різними видами роботи під час підготовки матеріалу – це й збирання інформації, і робота з текстом, і створення фото-, відео- та аудіодокументів. Закономірно, що просуванням власних статей, репортажів, заміток тощо майже завжди автори займаються самостійно. У статті визначена доцільність використання окремих різновидів промо й засобів залучення уваги читачів, причому йдеться не тільки про складні та дорогі PR-кампанії, а й про розповсюдження посилань в інтернеті, як правило, за допомогою соціальних мереж. Новітні технології змінюють усталені принципи отримання й засвоєння інформації. Стрімке зростання популярності технологій і відчутні зміни в роботі інтернет-порталів призводять до витіснення класичних ЗМІ. Соціальні мережі, які на сучасному етапі є найактуальнішою та найсучаснішою моделлю промоції журналістських матеріалів, починають витісняти навіть інформаційні веб-платформи. У зв'язку з цим перед журналістами постають нові виклики щодо їхнього професійного розвитку. Журналісти тепер мають змогу за допомогою соціальних мереж стати більш інтерактивними, надсилати інформацію до аудиторії, повідомляти своїх підписників у режимі реального часу та швидко отримати зворотній зв'язок і відповідно реагувати на повідомлення. Автор досліджує новинний портал на предмет використання маніпулятивних технологій (гучних або загадкових заголовків, інтригуючих підписів), візуалізації (привабливі зображення, шокуючі фото) тощо й відзначає вагомую роль медіапромоції. Журналісти активно користуються цим інструментом для привернення уваги до своїх публікацій, але далеко не всі з них знають, як це правильно робити для досягнення найбільшого резонансу та як грамотно обрати необхідну модель просування для кожного конкретного матеріалу.

Ключові слова: просування журналістських матеріалів, промоція, соціальні мережі, новітні технології, інтернет-видання, онлайн-журналістика.

Постановка проблеми. Соціальні мережі нині посідають важливе місце в професійній діяльності журналіста: вони можуть слугувати інструментом для пошуку інформації, моніторингу ситуації та настроїв аудиторії, як засіб комунікації тощо. На цьому етапі розвитку інформаційних технологій новини не обмежуються лише друкованими виданнями або записами телепередач, оскільки люди мають доступ до технологічних пристроїв, що дають змогу отримувати будь-які дані, які зацікавлять читача. Ведення робочої сторінки в соціальних мережах – це тип комунікації з аудиторією, а тому журналісти відповідають своєю репутацією за кожний пост у цих медіа. Щоб зацікавити та привернути увагу якнайбільшої кількості аудиторії, необхідно знати, як подати цю інформацію. «Для привернення уваги до власної публікації та популяризації видання журналіст має не тільки бути універсальним і створювати різні варіанти своїх матеріалів на різних медіа-

платформах. Він також має бути вправним користувачем якомога більшої кількості соціальних мереж, серед яких не тільки стандартні Facebook і Twitter, а й, наприклад, сервіс публікації фотографій Instagram чи відеохостинг Youtube. Кожна додаткова соціальна мережа – це ще одна можливість популяризувати інтернет-видання, додавати інформацію та збільшувати прибуток» [2, с. 65]. Тож актуальним є питання, яка промоція є доцільною для окремих жанрів журналістських матеріалів та окремих соціальних мереж.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі теоретичних аспектів промоції, її використання в соціальних мережах присвячена низка робіт вітчизняних і закордонних учених. Науковець В. Теремко [5] розглядав промоцію як інструмент привернення уваги аудиторії – маркетингові стратегії, промо-кампанії, роботу з аудиторією тощо. О. Різник [4] досліджував питання просування інтелектуальної продукції, зокрема

й промоушен журналістських матеріалів. Б. Потятиник [3] проаналізував історію становлення інтернету як ЗМІ, особливості роботи над журналістськими публікаціями в сучасному світі (явища відкритого журналізму, крос-промоушену, журналістику коментарів тощо) та нові ролі працівників ЗМІ. М. Чабаненко [6] визначила сучасний стан соціальних мереж і роль журналістики у них, дослідила феномен інтернет-залежності сучасних людей, блогерство й вплив гаджетів на сучасний інформаційний світ. Проте промоція журналістських матеріалів у соціальних мережах на прикладі всеукраїнського новинного порталу «Сегодня» ще не була предметом окремого наукового аналізу.

Постановка завдання. Стрімкий розвиток мережевих технологій дає можливість миттєвого доступу до новин через соціальні медіа. Це означає, що існують численні новинні канали на різних сайтах, які пропонують користувачам швидку інформацію. Щоб просунути свій матеріал і не загубитися в гігабайтах даних, журналістові треба вміти створювати відповідний контент. Метою пропонованої статті є визначення особливостей просування журналістських інтернет-продуктів на прикладі всеукраїнського новинного порталу «Сегодня».

Виклад основного матеріалу. Важливу роль у просуванні ЗМІ відіграє їх присутність у соціальних мережах. Нагадування про себе в новинній стрічці є невід'ємною частиною сучасного маркетингу, бо загубитися у величезному масиві інформації зараз дуже просто. Соціальні мережі привертають увагу майже всіх користувачів інтернету, а тому ці платформи є необхідними для того, щоб назва редакції була на слуху потенційних читачів.

Промоція активно використовує маніпулятивні методи роботи (гучні або загадкові заголовки, інтригуючі підписи), візуалізацію (привабливі зображення, шокуючі фото) тощо. Якщо доцільно застосувати всі можливості промоції соціальними мережами, то журналістові вдасться правильно позиціонувати свою роботу в інтернет-виданні, а тому приваблювати потенційних читачів, не витрачаючи на це грошей, часу та інших ресурсів.

«Розвиток мережевих технологій істотно впливає на журналістику загалом і на інтернет-журналістику зокрема. Вона стає ближчою та чутливішою до потреб реципієнтів: технічна можливість зворотного зв'язку уможливорює обговорення на сайті мережевого видання, безпосереднє дискусування з автором. За допомогою такої функції,

а також статистики переглядів кожного матеріалу редакція може сформулювати або скоригувати уявлення про проблеми та ситуації, що справді цікавлять читачів. Окрім того, кожен споживач журналістських інтернет-продуктів може сформувати власну розсилку за допомогою підписки на цікаві для нього теми. Реципієнт може виконувати деякі функції журналіста, наприклад, після спостереження чогось надзвичайного та знімання на телефон він стає творцем UGC (User Generated Content – генерований користувачами контент)» [2, с. 64].

У результаті моніторингу соціальних мереж усеукраїнського новинного порталу «Сегодня» ми проаналізували контент на предмет унікальності заголовків і підписів до публікацій, маніпулятивних методів і провели аналіз формату матеріалів: для публікацій якого жанру підходить конкретний тип промоції, як привернути увагу читачів тощо. У ході дослідження ми виявили декілька моделей ведення сторінки в соціальній мережі, які є типовими для сучасних ЗМІ.

Перший – інформаційний шум. За визначенням дослідника А. Елякова: «Інформаційний шум – несуттєва, вторинна, нерелевантна інформація, якою супроводжується або заміщується основне повідомлення. Визначається за допомогою коефіцієнта» [1, с. 116]. Тут важливим є саме нагадування про себе, а просування матеріалів, навіть актуальних чи сенсаційних, відходить на другий план. Тому деякі редакції в соціальних мережах публікують пости, що не несуть ніякої важливої інформації, – привітання з професійними святами, побажання гарного дня, доброї ночі тощо. Варто зазначити, що подібне інформування не тільки нагадує читачам про якийсь конкретний ЗМІ, а й може створити позитивний імідж редакції, яка піклується про своїх читачів.

До такого типу повідомлень можна зарахувати й опитування з наступним обговоренням. Так, наприклад, журналіст на сторінці свого ЗМІ в Instagram може розташувати пост із фотографією погоди, яка є актуальною на цю мить, і запитати у своїх читачів, що вони про це думають. Темою для обговорення може бути й більш важлива новина. Коментарі не тільки продемонструють журналістам, які настрої домінують у їхніх читачів, а й можуть дізнатися цікаві подробиці для своїх майбутніх матеріалів. До того ж подібний інтерактив завжди привертає увагу: люди матимуть нагоду висловити свої думки та поспілкуватися між собою. Як правило, жваве обговорення привертає увагу багатьох читачів, тому коментарі

нерідко бувають більш цікавими для підписників, аніж сам матеріал.

Наступна модель – особиста інформація. Так, наприклад, журналісти публікують фотографії зі зйомок програм, запису радіопередач або фото команди. Такий тип ведення соціальних мереж є типовим для телебачення, бо кореспонденти й ведучі телевізійних програм є відомими людьми, а тому публіка цікавиться їхнім життям. Окрім очевидного нагадування про свій проект, подібні публікації відіграють роль міні-анонсу, якщо на цих знімках відстежується процес роботи над журналістськими творами, які публіка зможе побачити зовсім скоро.

Анонс у чистому вигляді є наступною моделлю. Якщо зазвичай у роботі журналістів використовуються чужі анонси для пошуку тем для наступних репортажів, то варто зазначити, що й самі працівники ЗМІ можуть створити резонанс, анонсувавши свою наступну публікацію. Нагадування про програму чи будь-який інший журналістський матеріал з датою та часом виходу може викликати ажіотаж навколо проекту, що просувається. Постійне наголошення на виході нового випуску програми чи на її прем'єрі здатне створити в аудиторії враження, що таку передачу не можна пропустити, бо про неї будуть говорити всі.

Промоція вже опублікованих матеріалів. Коли в журналіста вже є вдалий медіапродукт, який може бути корисним для аудиторії та навіть зможе викликати певний резонанс, йому необхідно цей продукт просунути, як мінімум, через соціальні мережі. Розмістити на сторінках своєї редакції у Twitter, Facebook та Instagram посилання на свою роботу, написати до неї підводку й підібрати привабливе фото. У такого типу промоції є велика кількість можливих моделей, але незмінним залишається те, що в усіх випадках журналіст намагається звернути увагу читачів на свій актуальний матеріал, може навіть переконати їх у тому, що ознайомитися із цією публікацією є абсолютно необхідним.

Ще один популярний тип публікацій у соціальних мережах інтернет-видання – пряма реклама. «Практично всі мережеві видання в Україні створені з метою отримання прибутку, чи не єдиним джерелом якого є кошти від реклами. При цьому система розрахунків рекламодавців з інтернет-виданнями суттєво відрізняється від порядку оплати рекламних матеріалів у друкованій пресі, на радіо чи телебаченні. Сума отриманих мережевими виданнями коштів за рекламу варіюється залежно від кількості переглядів унікальними

користувачами тієї чи іншої сторінки із журналістським продуктом, де розміщене це рекламне звернення. Отже, і видання загалом, і кожний окремий журналіст зокрема безпосередньо зацікавлені в тому, щоб таких переглядів було якомога більше. І кожний журналіст інтернет-видання прямо зацікавлений у просуванні саме своїх продуктів» [2, с. 66].

На сайті «Сьогодні» для промоушен-кампанії дуже активно ведуться сторінки у Facebook і Twitter. Як правило, задіяна модель класичної промоції – підводка з посиланням на матеріал, але бувають і пости, які не несуть додаткової інформації, із жартами та побажаннями. Контент, що подається у Facebook і Twitter, є майже ідентичним. Нерідко використовується маніпуляція інтригою: гучна підводка зі знаками оклику, з якої не зовсім зрозуміло, про що йде мова, і посилання на сам матеріал. Наприклад: «У голові не укладається! Ну як так-то?» в описі статті, де розповідається про українського танцюриста Сергія Полуніна, який зробив собі татування з російським президентом Володимиром Путіним, або «Стало відомо, що штовхнуло жінку на такий вчинок!» у матеріалі про мешканку Одеси, яка інсценувала викрадення дитини.

З метою впливу на сприйняття «Сьогодні» використовують у підписах емодзі, цей прийом вдало і швидко може підкреслити настрої матеріалу. Наприклад «Це неймовірно красиво! (емодзі із серцями), «Переконайтесь самі!» – про весілля індійських зірок, або «Здається, що зараз таке усюди. Правда, дівчата?» (емодзі з обличчям, що підморгує) у замітці про шотландську студентку, яка знайшла свою копію в Instagram, – дівчину, яка копіювала всі її фотографії та пости.

Емодзі зараз є дуже популярним способом вираження своїх думок і почуттів особливо в соціальних мережах. Можна сперечатися з приводу того, чи професійно журналістам використовувати такий прийом для залучення аудиторії, але з упевненістю можемо сказати, що постійні користувачі «Твіттер» кожного дня зіштовхуються із цим інструментом, а тому правильно сприймають інформацію, що подана за допомогою смайлів.

Протягом двох тижнів на сторінці «Сьогодні» у Twitter створено 659 постів, кожен із яких є промоцією матеріалів, опублікованих на основному сайті. Підписи до посилань не копіюють заголовки чи опис з інформаційного порталу «Сьогодні». Унікальні підписи до постів і твіттів, у яких презентується промо певних новин, можна вважати ефективним прийомом, бо на кожній платформі

є певні особливості подачі інформації, і грамотний журналіст повинен підбирати особистий підхід до кожної. Пошук сенсацій у соціальних мережах іноді є ефективним, адже на таких платформах можна зробити репост, ревіт, і ця публікація розповсюдиться по багатьох сторінках, якщо дійсно є вдалою та важливою.

У Facebook редакція «Сьогодні» розмістила 692 пости за ці ж два тижні, і більшість з них (615) є промоцією публікацій основного інформаційного порталу. На цій сторінці, так само як і у Twitter, активно використовується модель промоції вже наявних матеріалів – підпис, зображення та посилання. На цьому порталі таке промо виглядає доцільним, адже в специфіці цієї соціальної мережі закладено, що гіперпосилання видає назву сторінки, до якої в разі натискання відбудеться перехід. Читач зможе побачити обидві назви публікації – й офіційну з порталу, і підпис, який може містити елементи маніпуляції. Так, наприклад, замість заголовка «Історія створюється на наших очах», який побачать читачі сторінки «Сьогодні» на порталі «Твіттер», у Facebook додається «Селфі на Марсі: NASA показало перші фото свого апарату Insight», або замість «Закон набрав чинності» – «Порошенко підписав закон про введення воєнного стану». Отже, підписники отримують не тільки правильне уявлення про тему публікації, а й коментар від журналіста.

Деякі разів на день на цій сторінці публікують актуальні жарти, які подаються у вигляді картинок, що виконані у фірмовому стилі видання, – пастельні кольори, підпис «Сьогодні Lifestyle», упізнаваний шрифт компанії. Як правило, ці жарти пов'язані зі зловідомними темами та мають сатиричний характер. Наприклад, після підписання президентом Порошенком наказу про введення військового стану на сайті розташували зображення з підписом: «Якщо раніше говорили: «давай вже після нового року», то зараз актуальніше: «давай вже після військового стану»». Під час «чорної п'ятниці», дня, коли в усіх країнах світу в багатьох магазинах відбувався розпродаж товарів, редакція сайту висміювала цей захід, наприклад: «Що таке чорна п'ятниця? Це коли вас змушують платити всього половину подвійної вартості товару» або «Не зовсім зрозуміло – ніби то чорна п'ятниця сьогодні, але проїзд на метро все одно по 8 гривень». Такий тип контенту може мати схвальну реакцію аудиторії, бо він є й розважальним, й актуальним. Подібні публікації нерідко розміщуються на власних сторінках за допомогою репосту або переказуються друзям в усній розмові під виглядом анекдоту.

З такою ж періодичністю у 2–4 пости на день виходять відеоновини – підсумки дня, або найважливіші події, що подаються у вигляді відеоряду з текстовим супроводом. Такий метод візуалізації інформації є особливо зручним для сучасних людей із кліповим мисленням і браком часу. За допомогою таких відео можна відстежувати дійсно важливі матеріали та події. У цих записах використовуються кадри з місця подій і закадрова музика. Текстова інформація подається мінімально, але в кожного читача є можливість у декілька кліків перейти до матеріалу, який, на його думку, вартий детального ознайомлення. Нерідко на цій сторінці викладають і власне журналістські матеріали, а не тільки посилання на них. Як правило, ці публікації – передруки інформаційних агенцій з приводу важливих для мешканців Києва тем (розшук злочинців, загублених дітей, попередження, що мости будуть перекриті тощо). Подання публікацій такого типу у Facebook є, на нашу думку, доцільним, бо в цій соціальній мережі є фотоальбоми-посилання, при переході по яких у читачів є можливість подивитися підбірку фотоматеріалів, а тому журналісти можуть розміщувати велику кількість зображень, не займаючи при цьому багато місця на екрані: хто захоче подивитися, той натисне на альбом, іншим же це компактне посилання не стане заважати.

Також на сторінці «Сьогодні» у Facebook кожного дня викладають 2–3 відео, що мають тільки розважальний характер. Як правило, це кумедні ролики з дітьми або тваринами. Відомо, що подібні відео постійно потрапляють у топ Youtube, хоча й не потребують великих зусиль чи ідей для створення. Секрет їх успіху полягає в тому, що люди відчують позитивні емоції, коли спостерігають за подібним, а позитивні емоції можуть змусити читачів повернутися на цю сторінку не тільки для повторного перегляду цього ролика, а й для пошуку нових, подібних. До того ж такий контент здатний урізноманітнити стрічку з важливими та, як правило, важкими для сприйняття новинами.

Висновки і пропозиції. Сучасні журналісти вдало використовують можливості соціальних медіа для просування бізнесу, популяризації брендів, власного іміджу тощо. Інтеграція інтернет-ЗМІ із соцмережами має велике значення. Онлайн-платформи перетворилися на інтерактивні майданчики для журналістів і їхньої аудиторії, де можна співпрацювати й отримувати «фідбек».

Соціальні мережі містять безліч можливостей для просування контенту та спілкування з аудиторією. Якщо журналістові вдасться оволодіти технологією цих медіа, робота з публікою принесе абсолютно безкоштовні та явні результати. Саме соціальні мережі дають журналістам можливість комунікації з читачами – не тільки у формі особистого спілкування, а й за допомогою моніторингу лайків, коментарів, переглядів сторінок тощо. Постійне користування соціальними медіа дасть змогу представникам ЗМІ швидко підбирати правильний підхід до промоції медійних продуктів та економити свій час на виборі інструментів подачі інформації.

У сучасному світі вже неможливо ігнорувати соціальні мережі, а працівники мас-медіа завжди повинні бути в курсі тенденцій і новітніх технологій, особливо якщо вони стосуються їхньої професійної діяльності. Журналісти активно користуються цим інструментом для привернення уваги до своїх публікацій, але далеко не всі з них знають, як це правильно робити для досягнення найбільшого резонансу та як грамотно обрати необхідну модель просування для кожного конкретного медіапродукту, тому подальші дослідження в цьому напрямі є важливими та перспективними.

Список літератури:

1. Еляков А. Д. Информационная перегрузка людей. *Социологические исследования*. Самара, 2005. № 5. С. 114–121.
2. Підлущка Д. О., Підлущкий О. Г. Особливості створення та просування журналістських інтернет-продуктів у новітніх умовах на прикладі порталу tochka.net. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2016. Том 4 (65). С. 62–67.
3. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навчальний посібник. Львів : ПАІС, 2010. 246 с.
4. Різник О. До питання щодо основних типів промоції мистецьких і літературних творів. URL: <http://tur.kosiv.info> (дата звернення: 24.12.2019).
5. Теремко В. І. Видавничий маркетинг : навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2009. 272 с.
6. Чабаненко М. В. Основи інтернет-журналістики. Запоріжжя : Просвіта, 2013. 112 с.

Plehanova T. M. PROMOTION OF JOURNALISTIC MATERIALS IN UKRAINIAN NEWS PORTAL “SEGODNYA”

The article analyzes the methods and models of promotion of journalistic materials on social networks on the example of the nationwide news portal “Segodnya”. Modern journalists often have to deal with completely different types of work during the preparation of material – this is the collection of information, working with text, making a photo, video and audio documents. Naturally, the authors almost always promote their own articles, reports, notes, etc. on their own. The article identifies the feasibility of using certain types of promotions and tools to attract the attention of readers, and it is not only about complex and expensive PR-campaigns, but also about the sharing links on the Internet, usually through social networks. The latest technologies are changing the established principles of obtaining and assimilating information. The rapid growth in the popularity of technology and significant changes in functioning of Internet portals are leading to the displacement of traditional media. Social networks, which are currently the most relevant and up-to-date model for the promotion of journalistic materials, are beginning to displace even informational web platforms. As a result, journalists face new challenges in their professional development. Journalists are now able to use social media to become more interactive, send information to their audiences, communicate with their subscribers in real time, get quick feedback and respond accordingly. The author explores the news portal for the use of manipulative technologies (loud or mysterious headlines, intriguing captions), visualization (attractive images, shocking photos), etc. and notes the important role of media promotion. Journalists actively use this tool to draw attention to their publications, but not all of them know how to do it to achieve the greatest resonance and how to competently choose the necessary promotion model for each specific material.

Key words: promotion of journalistic materials, promotion, social networks, the latest technologies, online publications, online journalism.

КНИГОЗНАВСТВО, БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВО, БІБЛІОГРАФІЗНАВСТВО

УДК 027:004.08(438)

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.3-3/21>

Вовк Н. С.

Національний університет «Львівська політехніка»

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО ЕТАПУ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ БІБЛІОТЕК ПОЛЬЩІ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ РЕСУРСІВ

У статті проаналізовано особливості розвитку сучасних бібліотек у Республіці Польща. Метою статті є аналіз розвитку сучасного стану польських бібліотек шляхом визначення конкретного етапу їх життєвого циклу. Проведено аналіз кількісних та якісних показників діяльності книгозбірень. Дослідження передбачало визначення гіпотези: зменшення кількості користувачів бібліотек у зв'язку із широким використанням пошукових інтернет-ресурсів.

Її доведення (спростування) здійснювалося у два етапи: вивчення статистичних даних на основі аналізу літератури та інших відкритих джерел; проведення власного дослідження з метою отримання первинної інформаційної аналітики для визначення сучасного етапу життєвого циклу розвитку бібліотек Польщі. Цільова група дослідження – експерти (бібліотекарі, члени польської бібліотечної асоціації, фахівці галузі) та користувачі бібліотек (студенти польських університетів, які відвідують наукові та академічні бібліотеки).

Методологія дослідження: аналіз та критичний огляд літератури, метод прогнозування, анкетування, метод сфокусованого інтерв'ювання, діагностики та оцінювання. Результати дослідження спростували гіпотезу, оскільки ретельний аналіз отриманих даних довів, що кількість користувачів бібліотечними фондами практично не змінюється, проте спостерігається зміна акцентів послуг, які надає бібліотека таким користувачам. Акцент змістився на електронні послуги.

Проаналізувавши усі показники життєвого циклу бібліотеки (Наповнення фонду, Е-послуги, Е-запити, Користувачі, Конкуренти), доведено, що сучасні польські книгозбірні знаходяться на етапі зрілості. У висновках подано рекомендації щодо акценту подальшого розвитку бібліотек з метою уникнення етапу спаду життєвого циклу книгозбірень.

Ключові слова: бібліотеки, бібліотечні послуги, електронні послуги, користувачі, життєвий цикл.

Постановка проблеми. Актуальність теми зумовлена появою нових вимог до бібліотек різних типів і видів як до установ, які надають інформаційні послуги та володіють (проте не є виробниками) інформаційними продуктами. Бібліотеки в умовах глобальної інформатизації суспільства стають пов'язаними із загальними інформаційними інфраструктурами: телекомунікаційними, інформаційними та обчислювальними ресурсами.

Системно-інтеграційні ознаки у процесах інформатизації бібліотек визначають їхню діяльність у формуванні комунікаційної єдності, завдяки якій відбувається реалізація суспільних функцій бібліотек у сферах документальної, інформаційної та когнітивної комунікацій. Таким чином, за умови змін основних складників своєї діяльності, до яких традиційно відносять фонди,

каталоги, бібліотечно-бібліографічне та інформаційне обслуговування, методичну роботу, матеріально-технічну базу, кадри, управління, книгозбірні окремих установ, залишаючись елементом духовного виробництва суспільства і маючи ознаки бібліотеки як інформаційного центру, перетворюються на нові організаційно-функціональні елементи, створюючи різні моделі бібліотек. При цьому надзвичайно важливим елементом моделювання є розробка структурної моделі інформатизації бібліотеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Висвітлення питань формування нових моделей розвитку і вдосконалення книгозбірень, які за головною метою мають передбачення активної участі бібліотеки в підвищенні якості освітнього і науково-дослідного процесів у суспільстві на основі

удосконалення системи їхньої інформаційної підтримки і розширення власних інформаційно-інтелектуальних активів потребує звернення до праць теоретиків та практиків бібліотечно-інформаційної справи, наукові та практичні наробітки яких допомагають дослідити розвиток процесів моделювання сучасної бібліотеки.

Окремої уваги заслуговує процес розвитку інформатизації та комплексного встановлення бібліотечної системи за кордоном. У цьому напрямі варто розглянути особливості розвитку польських книгозбірень, які нині знаходяться на етапі стрімкого росту.

Серед дослідників, які аналізували питання автоматизації діяльності бібліотек Польщі, інструменти популяризації сучасних бібліотечних послуг можна згадати І. Держко, Н. Жирова та Н. Флегонтова, М. Войцеховську, З. Полянничко, І. Кочаньчик, Й. Бялковську, Д. Суліковського та інших.

Мета дослідження – аналіз розвитку сучасного стану бібліотек Польщі шляхом визначення етапу їх життєвого циклу.

Постановка завдання. У дослідженні виділено два основні етапи: вивчення статистичних даних на основі аналізу літератури та інших відкритих джерел; проведення власного дослідження з метою отримання первинної інформаційної аналітики для визначення сучасного етапу життєвого циклу бібліотек Польщі. На першому етапі дослідження була прогнозована така дослідницька гіпотеза: зменшення кількості користувачів бібліотек у зв'язку із широким використанням пошукових інтернет-ресурсів, он-лайн енциклопедій тощо.

Дослідницьку проблему пропонованого дослідження становили такі питання: кількісні показники читачів бібліотек; особливості застосування сучасних інформаційних технологій у бібліотеках; співставлення наявних та отриманих статистичних даних; визначення етапу життєвого циклу (далі – ЖЦ) бібліотеки; розробка прогнозів і висновків.

Виклад основного матеріалу.

Етап 1. Вивчення статистичних даних на основі аналізу літератури та інших відкритих джерел

Створення і функціонування єдиного інформаційно-освітнього середовища бібліотечного осередку надає підготовці фахівців нову сучасну якість, що відповідає потребам і перспективам науково-технічного розвитку суспільства. Роль університетської, наукової, публічної бібліотеки нині визначається не лише традиційними показниками бібліотечного фонду, але й рівнем задово-

леності інформаційних потреб читачів. Особливо в еру, коли інформація знаходиться у вільному доступі в мережі Інтернет.

Нині відбувається зміна підходів до вивчення користувачів бібліотеки. Тенденція розвивається від дослідження читацьких інтересів окремих соціально-демографічних категорій користувачів бібліотек, що було характерно для «доринкового» періоду, до суцільного моніторингу читацьких потоків, що властиво для початкової стадії впровадження маркетингових бібліотечних досліджень, до вибіркового, поглибленого обстеження груп користувачів, виходячи з цілеспрямованого, стратегічного підходу до керівництва бібліотекою.

Причини потреби у вивченні читацького попиту:

1) бібліотека виконує важливу суспільну функцію – забезпечення інформацією; пошук форми і методів організації інформаційного обслуговування – одне з головних завдань співробітників бібліотеки;

2) процес комплектування фондів бібліотеки повинен враховувати попит користувачів і можливість його задоволення;

3) автоматизація технологічних процесів насамперед має бути спрямована на покращення інформаційно-бібліотечного обслуговування користувачів;

4) комфортність бібліотечного обслуговування – важливий фактор іміджу бібліотеки: постійне вивчення суспільної думки та реагування на побажання користувачів сприятиме перетворенню бібліотеки з місця зберігання та отримання інформації на потужний науковий, культурно-просвітницький центр роботи та активного інтелектуального відпочинку [4, с. 25].

Значний позитивний досвід у розвитку бібліотек як соціо-культурних центрів і класичних систем функціонування книгозбірень демонструє Республіка Польща. Саме таке поєднання основних функцій дало змогу повернути читача до бібліотеки. Це стало можливим завдяки зовнішньому фінансуванню (субсидії, включаючи цільові субсидії, для придбання нових видань, надання навчальної діяльності та розвитку професійної компетентності, фінансування культурних заходів та освітніх ініціатив, придбання нових комп'ютерів і технологій, надання доступу до інтернету та впровадження цифрових послуг), урядовим та міністерським програмам (Національна програма культури).

Популяризація читацького та книжкового секторів (2004–2013), програма «Закупівля нових видань для бібліотек», Національна програма

сприяння читанню (2014–2020) та неурядовим програмам (заходи, організовані на підтримку бібліотек Асоціацією польських бібліотекарів, Фондом розвитку інформаційного суспільства, Центром громадянської освіти тощо) [1, с. 101].

Активізація роботи польських бібліотек дозволила збільшити кількість користувачів бібліотек до 11 мільйонів, а це означає, що майже кожен четвертий мешканець Польщі відвідує бібліотеки.

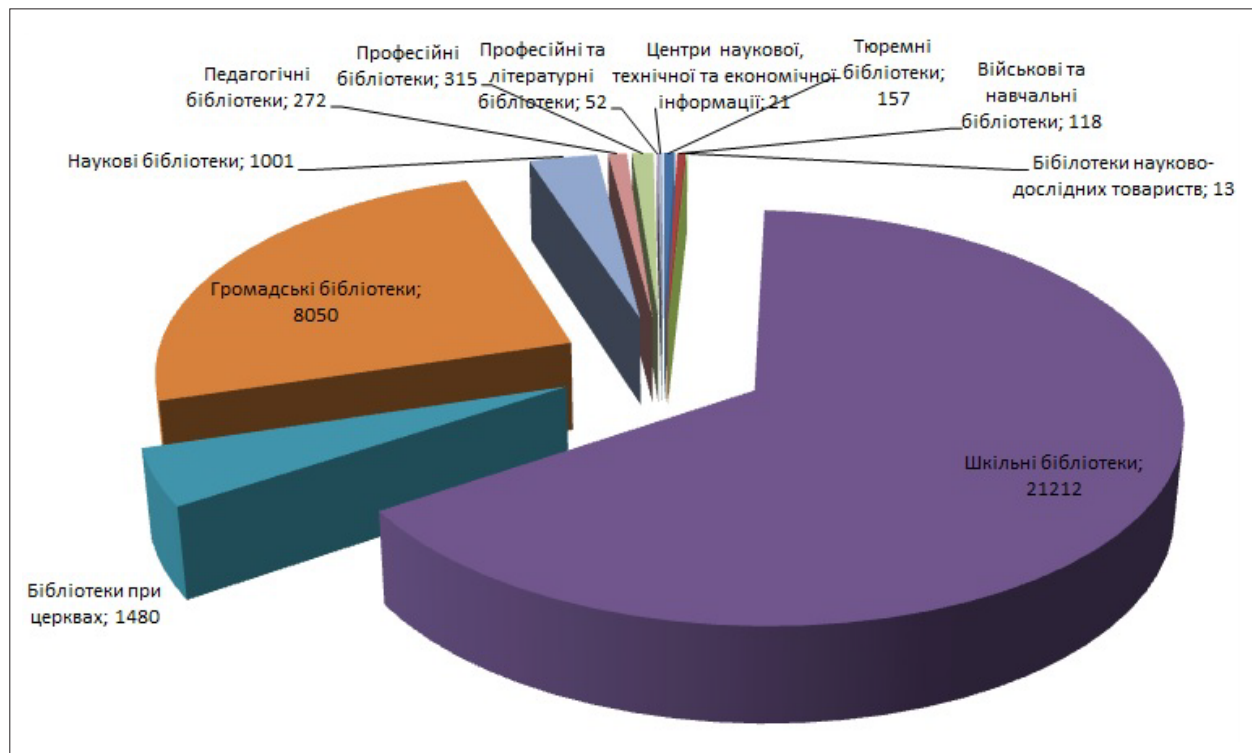


Рис. 1. Кількість типів бібліотек у Польщі

Таблиця 1

Кількісні показники діяльності бібліотек Польщі

Вид	Громадські бібліотеки	Педагогічні бібліотеки	Наукові бібліотеки	Професійні бібліотеки	Професійні та літературні бібліотеки	Бібліотеки науково-дослідних товариств	Центри наукової, технічної та економічної інформації
Всього колекцій (тис.)	135,095	13,312	115,282	10,331	567,8	264,2	596,4
Читачі (тис.)	6,233	274,6	1,421	19,2	20,6	0,6	1,9
Події	305,010	5,730	6,032	192	382	61	9

Користувачі бібліотеки дуже різноманітні за своїми інтересами та вміннями, необхідними для використання бібліотечних ресурсів, включаючи цифрові навички; тому бібліотеки повинні постійно розвиватися.

Деякі бібліотеки в Польщі орієнтують свої послуги на певні групи. Особливо це стосується академічних бібліотек (студентів, науковців), шкільних бібліотек (школярів, викладачів) або спеціалізованих бібліотек (зацікавлених у певній

галузі). На відміну від них, публічні бібліотеки об'єднують широкий спектр суспільства, який має спеціальні послуги для немовлят і дітей дошкільного віку (віком 0–5 років), учнів та студентів (віком 6–24 роки), працівників (у віці 25–60 років) і людей похилого віку (60+). Завдяки широкому спектру послуг і доступності публічних бібліотек вони охоплюють 80% усіх читачів, майже половину з них складають діти та молодь до 24 років [2, с. 6].

Сучасні бібліотеки більш чуйно реагують на зміни, що стосуються місцевих громад, ніж раніше: вони аналізують їх і використовують результати для створення ініціатив, спрямованих на підтримку нинішніх і потенційних користувачів бібліотеки. Це призводить до зростання популярності бібліотек, яку можна виміряти за кількістю відвідувань. Загальнодоступні для усіх публічні бібліотеки зафіксували майже 80% усіх відвідувань бібліотек у Польщі; однак наукові бібліотеки виявилися найпопулярнішими за показниками відвідувань на 1 бібліотеку. Середня наукова бібліотека фіксує понад 17 000 відвідувань на рік.

Користувачі відвідують бібліотеки здебільшого завдяки їх різноманітним фондам. Крім традиційних фондів, бібліотеки також збирають аудіовізуальні та електронні матеріали, які стають доступними для громадськості. Громадські бібліотеки здебільшого пропонують колекції книг, але вони також займають перше місце за кількістю аудіовізуальних матеріалів, включаючи понад 1 мільйон аудіокниг (97% усіх аудіокниг доступні у польських бібліотеках).

Наукові бібліотеки мають найрізноманітніші фонди, які складаються як із книг, так і з інших неелектронних ресурсів (рукописи, старі відбитки, мікроформи, музичні відбитки, картографічні та графічні документи або аудіовізуальні записи). У цих бібліотеках зберігається майже половина усіх стандартів і патентних специфікацій, що зберігаються в польських бібліотеках. Фонди наукових бібліотек також містять 26,4 мільйона ліцензованих предметів (понад 88,6% усіх таких фондів, пропонованих польськими бібліотеками).

У професійних бібліотеках кількість книг, стандартів і патентних специфікацій аналогічна.

Педагогічні бібліотеки та бібліотеки науково-дослідних товариств здебільшого містять традиційні книжкові колекції. Бібліотеки також організують культурні заходи, сприяють соціальній інтеграції та проводять заходи, спрямовані на підвищення компетенції користувачів, розвиток їхніх інтересів. Щорічно проводиться близько 315 000 таких заходів, з яких публічні бібліотеки найчисленніші та різноманітніші (близько 305 000 заходів на рік). Понад 11 000 людей беруть участь у таких бібліотечних заходах, у тому числі приблизно 10 мільйонів – у публічних бібліотек [3, с. 230].

Дії, спрямовані на запобігання соціальному відчуженню (через вік, економічний стан, інвалідність, цифрові компетенції тощо), є важливою частиною бібліотечної діяльності, переважно в публічних бібліотеках. Їх сфера дуже різноманітна: від створення колекцій через адаптацію бібліотечних просторів до послуг, заснованих на цифрових технологіях.

Наймолодші користувачі бібліотеки незалежно від місця проживання можуть брати участь у заходах, де вони навчаються та грають в особливо облаштованих приміщеннях, мультимедійних бібліотеках чи бібліотеках, які збирають як традиційні, так і мультимедійні ресурси, що допомагає усунути нерівності в їх особистому розвитку.

Старші громадяни також можуть користуватися спеціально розробленими для них послугами: курси цифрової грамотності, семінари, призначені для збереження їхніх посібників та інтелектуальних навичок, клубні дискусійні клуби, що надають доступну літературу. Для таких громадян бібліотека – це також центр соціального життя, де вони можуть налагоджувати та підтримувати людські стосунки.

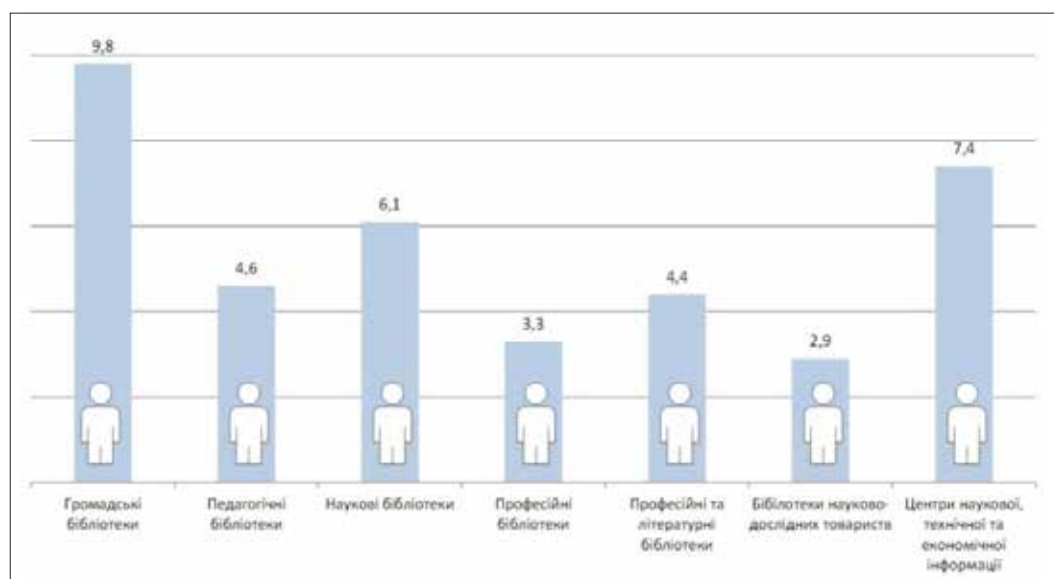


Рис. 2. Кількість відвідування бібліотек (на одного користувача)

Бібліотеки також надають низку послуг, адресованих іноземцям, незалежно від їх статусу (іммігранти, біженці, студенти тощо): мовні курси, збір літератури на іноземних мовах чи мовах меншин або заходи, присвячені культурі конкретної громади.

В середньому користувач відвідував бібліотеку майже 9 разів на рік. Найвищий рівень активності зафіксовано серед користувачів публічних бібліо-

тек (майже 10 разів на рік), центрів науково-технічної та економічної інформації (понад 7 разів на рік) та наукових бібліотек (6 разів на рік) [2, с. 9].

Бібліотеки об'єднують майже 11 мільйонів користувачів, у тому числі 7,8 мільйонів читачів, які вирішили брати книги на користування за межі бібліотеки. Користувачі бібліотек відвідують книгозбірні понад 94 мільйони разів на рік.

Таблиця 2

Користувачі та відвідування бібліотек Польщі

Вид	Громадські бібліотеки	Педагогічні бібліотеки	Наукові бібліотеки	Професійні бібліотеки	Професійні та літературні бібліотеки	Бібліотеки науково-дослідних товариств	Центри наукової, технічної та економічної інформації
Кількість користувачів (тис.)	7,747	569,4	2,844	46	29,6	3,2	3,4
Кількість візитів (тис.)	75,928	2,601	17,384	151,9	130,5	9,4	24,8

Таблиця 3

Цифрові колекції (ліцензії, оцифровані матеріали)

Вид	Громадські бібліотеки	Педагогічні бібліотеки	Наукові бібліотеки	Професійні бібліотеки	Професійні та літературні бібліотеки	Бібліотеки науково-дослідних товариств	Центри наукової, технічної та економічної інформації
Ліцензії (тис.)	3,302	15,8	26,366	24,3	0	0,3	66,5
Оцифровані матеріали (тис.)	1,148	48,7	3,252	160,6	0,3	1,1	12,9

Важливим напрямом розвитку сучасної польської бібліотеки є комплексний підхід щодо надання бібліотечних послуг за допомогою електронних інформаційних систем. Бібліотеки Польщі пропонують свої електронні послуги здебільшого з урахуванням побажань своїх користувачів, але їх власний розвиток також потребує цифрової еволюції. Обсяг таких електронних послуг і рівень їх поглинання залежать від типу бібліотеки, виду наявного комп'ютерного обладнання, доступу до інтернету.

Онлайн-каталоги – це основна електронна послуга, яка надається бібліотеками. Їх пропонують майже усі педагогічні бібліотеки (93,0%), 60% усіх наукових бібліотек і бібліотек науково-дослідних товариств і майже 60% публічних бібліотек.

Національна бібліотека Польщі відіграє ключову роль у створенні онлайн-каталогів, оскільки надає центральний каталог і бібліографічну базу даних, якими можуть користуватися усі бібліо-

отеки Польщі (<https://www.bn.org.pl/katalogi>). Проект “OMNIS E-service”, ініційований Національною бібліотекою у 2016 році, допомагає отримати повну та актуальну інформацію про всі типи публікацій, доступних у Польщі (<https://www.bn.org.pl/projekty/omnis/o-projeksie/>).

Розроблення цифрових колекцій є важливим елементом забезпечення доступу до джерел інформації і часто реалізується консорціумами. Загалом у польських бібліотеках доступно 34 мільйони цифрових матеріалів, із яких 30 мільйонів назв – ліцензовані ресурси (електронні книги, електронні журнали, бази даних та інші електронні документи), а 4 мільйони – матеріали, оцифровані самими бібліотеками (користувачам надано доступ через власну цифрову бібліотеку або у співпраці з іншою цифровою бібліотекою). Наукові бібліотеки надають електронний доступ до більшості цих колекцій (88,6% ліцензованих ресурсів та 79% оцифрованих матеріалів).

Кількість і різноманітність ресурсів, пропонованих цифровими бібліотеками, дуже різняться. Це можуть бути або загальні, або тематичні колекції, пов'язані з певною сферою. Станом на 2019 рік найсучаснішим польським порталом, який надає цифрові ресурси, є Національна цифрова бібліотека POLONA (<https://polona.pl/>) [2, с. 11].

Значна кількість польських бібліотек працюють разом у рамках Федерації цифрових бібліотек (<http://fbc.pionier.net.pl/pro/category/aktualnosci/>) – єдиної розподіленої бібліотеки, яка об'єднує інституційні та регіональні цифрові бібліотеки. Федерація надає ресурси 131 бібліотекам та іншим установам, пропонуючи понад 4,4 млн одиниць фонду, у тому числі понад 3,3 млн відкритого доступу.

Однією з головних областей бібліотечної співпраці в частині забезпечення доступу до інформації

є створення або спільне створення баз даних і центральних каталогів, а також надання доступу до власних інформаційних ресурсів бібліотек або до тих, які належать іншим установам (за допомогою ліцензій або сховищ). Консорціями створені для інтеграції джерел інформації та для того, щоб користувачі могли переглядати їх через єдині бібліотечні системи (TINLIB, PROLIB, HORIZON, ALEPH) [2, с. 11].

Етап 2. Проведення дослідження

Основні дослідницькі методи, які використовувалися: метод прогнозування, анкетування, метод фокусованого інтерв'ювання, діагностики та оцінювання.

Основними завданнями для досягнення мети етапу є:

1. Розроблення анкет, пов'язаних із темою дослідження, та проведення соціологічного опитування з цільовими групами дослідження.

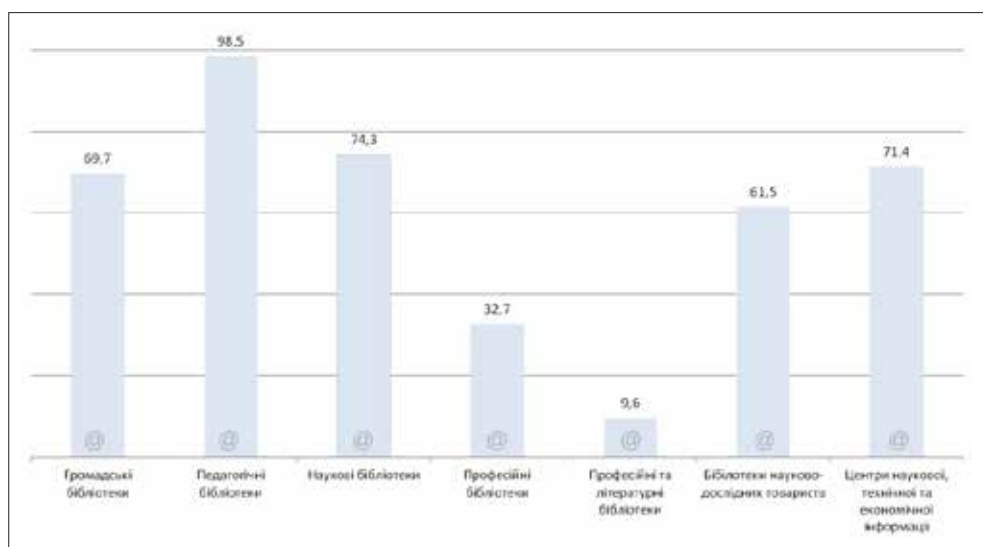


Рис. 3. Відсоток бібліотек, які пропонують електронні послуги

Таблиця 4

Використання цифрових ресурсів

Вид	Громадські бібліотеки	Педагогічні бібліотеки	Наукові бібліотеки	Професійні бібліотеки	Професійні та літературні бібліотеки	Бібліотеки науково-дослідних товариств	Центри наукової, технічної та економічної інформації
Кількість сеансів (тис.)	26,247	447,6	46,263	2,064	0	3,5	6,0
Кількість завантажених документів (тис.)	16,053	1,183	39,426	1,655	0	0,5	4,4
Кількість переглядів публікацій із власної бібліотеки установи	31,640	391,2	69,669	902,6	0	0,6	0,3

2. Проведення фокусованого інтерв'ювання з цільовими групами з метою конкретизації та верифікації отриманих результатів дослідження.

3. Поширення отриманих результатів у середовищі зацікавлених у цій проблематиці осіб і організацій.

Цільову групу дослідження склали експерти (23 особи) та користувачі бібліотек (165 осіб).

Перша група респондентів складалася з авторитетних експертів у бібліотечній сфері та працівників бібліотек. Сюди належать представники Польської бібліотечної асоціації, працівники Бібліотеки Варшавського університету, Бібліотеки Рачинських, Бібліотеки Познанської політехніки. Друга група – студенти польських університетів, які відвідують наукові та академічні бібліотеки.

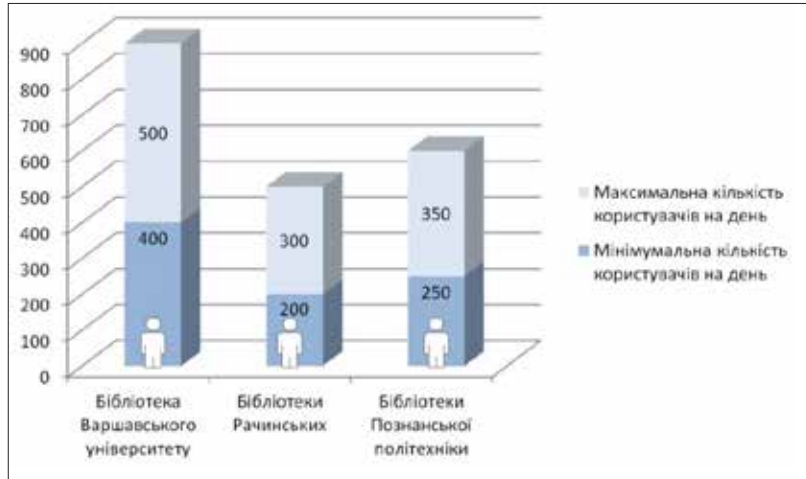


Рис. 4. Відвідування бібліотек (кількість відвідувачів на день)



Рис. 5. Кількість електронних запитів у бібліотеки на день

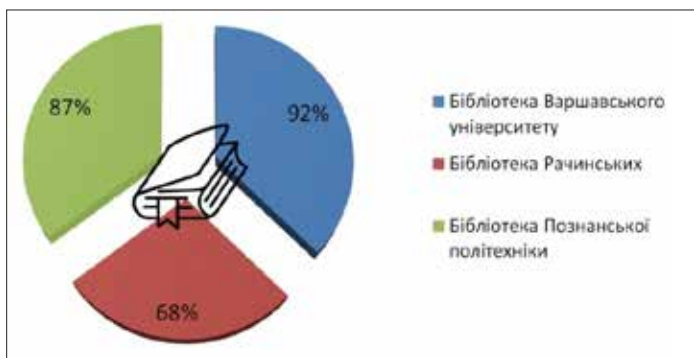


Рис. 6. Ступінь задоволення користувачів послугами бібліотек

Під час досліджень і опитувань респондентів встановлено, що статистика, наведена на рисунку 2, відповідає дійсності: середня кількість відвідувачів трьох бібліотек на день складає 160–380 осіб (рис. 4).

Причинами звернень до визначених книгозбірень респонденти назвали такі:

- пошук інформації – 76%,
- з метою навчання – 48%,
- відвідування заходів, тематичних вечорів тощо – 51%,
- відвідування медіатеки – 46%.

На рисунку 5 зображено кількість запитів, отриманих бібліотеками через інформаційні системи. Беручи до уваги той факт, що близько 70% відвідувачів надають перевагу електронним послугам, можна стверджувати, що наявні інформаційні системи, електронні каталоги задовольняють сучасного користувача (рис. 6).

Висновки і пропозиції. У результаті проведеного дослідження встановлено, що користувачі польських бібліотек відповідають таким характеристикам: вік – 17–60 років; 60% – жінки; в більшості випадків (близько 70%) користуються електронними послугами; 20% користувачів – із вадами зору. Визначивши показники за кожним обраним критерієм (табл. 5), встановлено, що польські бібліотеки нині знаходяться на стадії зрілості.

Користувачами бібліотек нині є представники різних прошарків суспільства, які вже не шукають «новинок» чи нових е-послуг, а інформаційні запити спроможні задовольнити наявні бібліотечні фонди та доступні електронні послуги. Користувач-новатор (суперноватор) змінився на звичайного читача, коли

Характеристика стадій ЖЦП бібліотек

	Стадія впровадження	Стадія зростання	Стадія зрілості	Стадія занепаду
Наповнення фонду	незначне	збільшення	уповільнення	зменшення
Е-послуги	відсутні / мало	кількість зростає	стабільно (без змін)	кількість спадає
Е-запити	відсутні / мало	кількість зростає	стабільно (без змін)	кількість спадає
Користувачі	суперноватори	новатори	звичайні	консерватори
Конкуренти	мало	кількість зростає	багато	кількість спадає

бібліотеки вийшли на рівень зрілості, здобувши максимальну кількість читачів.

Для уникнення стадії занепаду бібліотекам необхідно періодично запроваджувати нові елек-

тронні послуги, проводити різноманітні заходи та акції на постійній основі не лише для того, щоб втримати вже існуючого користувача, а й збільшити свою потенційну аудиторію.

Список літератури:

1. Kochańczyk I. Multimedia, technologie, gry planszowe i ich wykorzystanie na przykładzie działalności Miejskiej Biblioteki Publicznej w Gliwicach. *Nowa Biblioteka. Usługi, Technologie Informacyjne i Media*. 2019. № 3. S. 95–110.
2. Libraries in Poland / Elżbieta Stefańczyk: Warsaw, Polish Librarians' Association. 2019. 19 p.
3. Sulikowski D. Działalność kulturalno-oświatowa chińskich bibliotek publicznych na przykładzie bibliotek w Szanghaju, Xichang i Chengdu / Dawid Sulikowski. *Roczniki Biblioteczne*. 2019. № 63. S. 225–239.
4. Войцеховська М. Buzz-маркетинг як інструмент популяризації бібліотечних послуг: досвід польських бібліотек. *Бібліотечний вісник*. 2012. № 1. С. 21–27.
5. Держко І. Автоматизація публічних бібліотек Польщі. *Бібліотечний вісник*. 2007. № 2. С. 48–49.
6. Держко І. Цифрові бібліотеки Польщі, побудовані на платформі dLIBRA. *Записки Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника*. 2009. № 1. С. 507–521.
7. Жирова Н., Флегонтова Н. Шляхи розвитку європейських бібліотек в сучасному інформаційному суспільстві. *Бібліотечна планета*. 2006. № 4. С. 33–34.
8. Полянничко З. Особливості інформатизації шкільних бібліотек у Республіці Польща. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2014. № 6. С. 13–21.
9. Солонська Н. Європейське сусідство України та Польщі. *Бібліотечний вісник*. 2004. № 4. С. 18–22.

Vovk N. S. ANALYSIS OF THE POLISH LIBRARIES CURRENT STAGE LIFE CYCLE IN THE CONTEXT OF THE DIGITAL RESOURCES DEVELOPMENT

The article analyzes the development peculiarities of the modern libraries in the Republic of Poland. The aim of the article is to analyze the development of the current state of Polish libraries by determining the specific stage of their life cycle. The analysis of quantitative and qualitative indicators of book collection activity is carried out. The study identified a hypothesis: a decrease in the number of library users due to the widespread practice of Internet search resources.

Its proof (contradiction) was carried out in two stages: the study of statistics based on the analysis of the literature and other open sources; conducting a research in order to obtain primary information analysis to determine the life cycle current stage of the libraries in Poland. The target group of the research are experts (librarians, members of the Polish Library Association, specialists in the field) and library users (students of Polish universities who visit scientific and academic libraries).

Research methodology: analysis and critical review of the literature, method of forecasting, questionnaires, method of focused interviewing, diagnosis and evaluation. The results of the study disproved the hypothesis, as a careful analysis of the data showed that the number of users of library funds does not change, but there is a change in the emphasis of services provided by the library to such users: the emphasis has shifted to electronic services.

After analyzing all indicators of the library life cycle (Fund filling, E-services, E-requests, Users, Competitors), it is proved that modern Polish book collections are at the stage of maturity. The conclusions provide recommendations for the emphasis on further development of libraries in order to avoid the stage of decline in the life cycle of book collections.

Key words: libraries, library services, electronic services, users, life cycle.

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 050(430)=161.2"1945/1950"

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.3-3/22>

Козак С. Б.

Інститут літератури імені Т. Г. Шевченка Національної академії наук України

УКРАЇНСЬКІ ЛІТЕРАТУРНІ ЧАСОПИСИ В НІМЕЧЧИНІ ПОВОЄННОЇ ДОБИ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ГАЗЕТИ «УКРАЇНСЬКІ ВІСТІ»: 1945–1950)

Після закінчення Другої світової війни тисячі українців опинилися в Західній Європі у таборах для переміщених осіб (переважно в Німеччині). 1945–1948 рр. у середовищі українських емігрантів були позначені доволі жвавим літературним – а відтак і видавничим – життям. Особливою увагою до літературної тематики загалом і літературних видань зокрема відзначався часопис «Українські вісті», який виходив у баварському місті Новий Ульм. Це й сприяло тому, що нині завдяки сторінкам «УВ» ми можемо скласти доволі змістовну картину існування на «планеті Ді-Пі» літературних журналів: «Арка», «Рідне слово», «Вежі», «Заграва», «Літературно-науковий вісник» (відроджений на чужині), «Літературний зошит», «Хорс», «Світання», «Орлик», «МУР», «Ранок» та ін. Мета цієї статті – крізь призму публікацій у газеті «УВ» з'ясувати мережу українських літературних періодичних часописів, які виходили у світ одразу після Другої світової війни на теренах Німеччини (їх назви, хронологічні межі, міста видань, адреси редакцій, зміст, імена авторів, періодичність, тематично-жанрове наповнення, типові труднощі існування тощо), і їх значення для українського еміграційного суспільства. Основним методом досягнення мети став аналіз матеріалів у часописі «УВ». Таким чином, на підставі створеного нами хронологічного і систематичного покажчиків проаналізовано значну частину матеріалів, які на шпальтах цієї газети розповідають про літературні часописи. Матеріали газети «УВ» на цю тему підтверджують, що українські літературні часописи в Німеччині – цікава й вагома сторінка в історії нашого літературного процесу поза Україною. І хоча існування цих видань, як і всього, що з'являлося в той непевний час, не завжди було тривалим (терміни їх виходу у світ – від одного місяця до двох років), та все ж їх внесок у літописання українського літературного життя в еміграції вельми помітний і значимий. Окрім того, вони дають незамінний і цінний історико-літературний поживок для сучасних дослідників українського літературного буття поза Україною в другій половині 40-х років ХХ століття.

Ключові слова: літературні часописи, «Українські вісті», еміграція, стаття, періодика, газета.

Постановка проблеми. Після закінчення Другої світової війни тисячі українців опинилися в Західній Європі у таборах для переміщених осіб (з англійської – **displaced persons**, у трансліті «Ді-Пі»), і найбільша їх частина перебувала на теренах Баварії (Німеччина). 1945–1948 рр. були позначені доволі жвавим літературним – а відтак і видавничим – життям у середовищі українських емігрантів. Воно тривало і поза цією хронологічною межею, однак після грошової реформи 1948 р. та виїзду великої кількості емігрантів-діпістів за океан поволі втрачало актив-

ність порівняно з трьома першими повоєнними роками. У такому значному кількісно й водночас обмеженому територіально середовищі українських емігрантів існував доволі спраглий попит на культурні події і друковані видання рідною мовою, принаймні серед тієї частини еміграції, яка не була глухою до літературних вартостей. Він і стимулював бурхливе творче життя, яскравою сторінкою якого стали літературні видання. Окрім книжок, це часописи, альманахи, збірники, календарі тощо – тобто той «духовний хліб», «вживаючи який, людина духовно насичується, а отже,

освітлюється, відтак рятується у важких умовах страшного ХХ століття. Для цього людству й стала потрібна література» [1]. Йдеться по суті про феномен існування української закордонної преси загалом і літературної періодики зокрема.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Якщо вивчення (нехай і несистематичне через недостатню кількість відповідних кадрів) преси української еміграції повоєнного періоду перебувало в полі зору науковців діаспори від самого її зародження, тобто із середини 1940-х, то дослідники материкової України зі зрозумілих причин присвячують увагу цій проблематиці лише впродовж останніх трьох десятиліть, що також становить вже доволі тривалий період. Щоправда, більшою мірою ці розвідки стосуються загальногромадських видань, порівняно з якими літературну періодичку опрацьовано значно менше. Що ж до літературних видань, то чи не найгрунтовнішим у цій царині залишається дослідження Соломії Павличко [2], складовою частиною якого (а саме – п'ятий розділ) є аналіз змісту тогочасних часописів, як-от: «Звено», «Орлик», «Хорс», «Арка». До речі, саме «Арці», якщо брати до уваги не оглядові статті, а окремі видання, які виходили в Німеччині, пощастило, може, найбільше. Так? 2003 р. завдяки колективу авторів вийшов у світ бібліографічний покажчик змісту цього часопису [3]. Грунтовну статтю про це видання написав відомий літературознавець Володимир Панченко [4]. Одна з перших публікацій про «Арку» в Україні належить авторові цих рядків [5]. Більшість науковців посилається на літературні видання періоду Ді-Пі переважно в контексті вивчення проблематики Мистецького українського руху. Дуже цінні подробиці про українські літературні часописи, які виходили на теренах Німеччини, знаходимо на сторінках споминів, зокрема Юрія Шевельова [6], Уласа Самчука [7], Ігоря Качуровського [8], а також деяких інших письменників діаспори. Втім, окрім спогадів, суттєвою джерельною базою для дослідження післявоєнних літературних видань, передусім тих, що з'явилися на теренах Німеччини, є, на наш погляд, тогочасна періодика Ді-Пі, а саме – загальногромадські (чи й навіть приналежні до якогось партійного середовища) часописи, як-от: «Українська трибуна» (1946–1949), «Час» (1945–1949), «Неділя» (1945–1949) тощо. Чи не найважливіша серед них – газета «Українські вісті» (далі – «УВ»), що, на відміну від низки згаданих видань, біографія яких тривала всього кілька років, проіснувала понад п'ять десятиліть. Таким чином вона, зосе-

редивши на своїх шпальтах майже п'ять тисяч матеріалів літературної тематики, не лише заслужила неофіційний титул «найлітературнішого серед усіх нелітературних» видань діаспори, а й статус одного з найвагоміших джерел у справі вивчення літературного життя в Німеччині після Другої світової війни. Однією з тем, які на сторінках «УВ» досі залишалися недослідженими, є тема літературних періодичних видань.

Постановка завдання. Мета цієї статті – крізь призму публікацій у газеті «УВ» з'ясувати мережу українських літературних періодичних часописів, які виходили у світ одразу після Другої світової війни на теренах Німеччини (їх назви, хронологічні межі, міста видань, адреси редакцій, зміст, імена авторів, періодичність, тематично-жанрове наповнення, типові труднощі існування тощо), і їх значення для українського еміграційного суспільства.

Основним методом досягнення мети став аналіз матеріалів у часописі «УВ» (Німеччина, 1945 – США, 2000). Завдяки історичному методу ми отримали можливість вивчати об'єкти у хронологічній послідовності. Таким чином, на підставі створеного нами хронологічного і систематичного покажчиків проаналізовано значну частину матеріалів, які на шпальтах цієї газети розповідають про літературні часописи. Для теоретичної оцінки значення спадщини літературних видань використано метод узагальнення.

Виклад основного матеріалу. Існувало кілька важливих підстав, які пояснюють особливу увагу часопису «УВ» до літературної тематики загалом і літературних видань зокрема. По-перше, головними редакторами цієї газети в той повоєнний час були саме письменники, активні учасники тогочасного літературного процесу (Іван Багряний, Юрій Лавріненко, Павло Маляр). По-друге, у таборах для переміщених осіб, де побутував, можна сказати, культ друкованого слова рідною мовою, відчувався сталий інтерес читачів до літературних видань, отже, творці газети, прагнучи задовольнити його на сторінках «УВ», втілювали на практиці одне з найперших правил редакційної політики: якомога ширше інформування читачів є кроком назустріч передплатникам і йде на користь авторитетові видання. По-третє, літературна тематика посідала одне з провідних місць на шпальтах часопису від самого початку його існування, тобто йдеться про подачу літературного матеріалу як про редакційну традицію.

Такі-от різні, а втім сумісні чинники мали вплив на те, що нині завдяки сторінкам «УВ» ми можемо скласти доволі змістовну картину

існування на «планеті Ді-Пі» літературних журналів: «Рідне слово», «Вежі», «Заграва», «Літературно-науковий вісник» (відроджений на чужині), «Літературний зошит», «Хорс», «Світання», «Орлик», «МУР», «Ранок» та ін.

Треба сказати, що видавання журналів було непростою справою в час боротьби за саме життя. Показовим щодо атмосфери, в якій жили тоді наші люди в Німеччині, зосібна письменники, може слугувати ось цей запис із щоденників Уласа Самчука (і хоча ця нотатка з його записника за березень 1945 р., отже, хронологічно вона стосується завершального періоду війни, але рання повоєнна доба ще мало чим відрізнялася від описаного): «У нашій кімнаті собачий холод, печі нема, а весна здуріла зовсім і перекинулась на зиму. Збираюся писати і витягаю свою многостраждальну вірну супутницю «Оргу», що на ній було написано стільки моїх різних писань... За стола має правити стілець, сидіти можна на ліжку, паперу дещо, дуже поганого, але маю...» Та вже наступного дня письменник занотовує: «Тривожний настрій, повно хвилювань. Дні і ночі гнітять тривожні думки. Що буде з нами? З Україною? З Європою?.. Кажуть, що, наприклад, нас усіх видадуть, що про це вже домовлено, що нас чекає репатріація. Це починає й мене торкати. Не бомби, не голод, не смерть, а саме це» [9].

Звісно ж, то був важкий час не лише для творення «великої літератури», а й загалом для фізичного виживання кожного літератора. Масмо на увазі насамперед той психологічний стан, в якому перебувала українська еміграція. До всього цього додавалися ще й власне таборові умови з постійними політично-партійними суперечками, що також позбавляло можливості зосередитися на літературній праці. Саме в такій-от атмосфері, відображення якої зустрічаємо в матеріалах на сторінках «УВ», й з'являються один за одним тогочасні літературні часописи.

Одним з перших – наприкінці 1945-го – вийшло «Рідне слово» [10]. Це був місячник – вісник літератури, мистецтва і науки, редагував його Теодор Курпіта. Видавцем значилося Українське літературно-мистецьке об'єднання (УЛМО) при таборі УНРРА в Мюнхені–Карлсфельді. Із сьомого числа (за липень 1946-го) часописом уже опікувалося видавництво «Академія» у Фраймані (передмістя Мюнхена). Обкладинка – пера відомих мистців Едварда Козака (Ч. 1–11) і Северина Борачка (Ч. 12). Художній знак видавництва створив Святослав Гординський, заголовки–Борис Ковалів. Перше число вийшло в грудні

1945-го обсягом 52 стор., 2-ге – в січні (54 стор.), 3–4-те – в лютому–березні (108 стор.), 5-те – у квітні (46 стор.), 6-те – в травні–червні (100 стор.), 7-ме – в липні (60 стор.), 8-ме – в серпні (60 стор.), 9–10-те – у вересні–жовтні (88 стор.), 11-те – [в листопаді] (88 стор.), 12-те – [в грудні] 1946-го (131 стор). Усього в журналі 278 публікацій – поезія, проза, хроніка літературно-мистецьких подій, на які було багате життя українського Мюнхена, а також матеріали розділів «Бібліографія», «Шевченкіана», «Гумор і сатира» та ін.

Окрім Нового Ульма, де виходили «УВ», і Мюнхена, де видавали «Рідне слово», ще одним центром літературного життя став Авгсбург. Тут з'являвся друком літературний місячник «Заграва» [11]. «УВ» інформують, що його видавцем була Літературна секція Спільки українських письменників в Авгсбурзі. Перше число побачило світ на 47-ми сторінках, друге – на 43-х, третє – на 63-х, четверте – на 64-х. Усі чотири числа прийшли до читачів 1946 р. З-поміж публікацій цього часопису – спогади Оксани Лятуринської про Юрія Дарагана (празький період), комедія Людмили Коваленко-Івченко «Ксантіппа», «Провідні етапи розвитку сучасного шевченкознавства» Дм. Чижевського, рецензія Гр. Шевчука (Юрія Шевельова) на книжку Леоніда Мосендза «Канітферштан», переклади з французької Святослава Гординського, з німецької – Михайла Ореста тощо. Особливо потужно представлено в «Заграві» прозу, її автори – знані літератори: Юрій Косач (оповідання «Запрошення на Цитеру»), Ігор Костецький («Новеля для тебе»), В. Домонтович («Пімста» з циклу «Романтика») та ін. Втім і поезія тут заступлена не меншими талантами: Тодось Осьмачка, Юрій Клен, Олег Зуєвський, Євген Маланюк, Леонід Полтава. Усього на сторінках журналу 52 матеріали.

У тому ж таки Авгсбурзі виходили «Ранок» і «Світання». «Ранок» – це незалежний літературно-мистецький альманах. Єдине його число (1946), яке побачило світ у видавництві «Наше життя», упорядкував Василь Барка. Редакція розміщувалася в українському таборі *Somme-Kaserne*. Хоча з'явилося лише одне число, та видавці встигли надрукувати твори першорядних імен тогочасної еміграційної літератури, як-от: поезію Євгена Маланюка і Михайла Ореста, прозу Юрія Косача й Ігоря Костецького, спогад Д. Дорошенка про Лесю Українку та ін.

Щодо «Світання», то цей науково-літературознавчий збірник вийшов у березні 1946 р. Підготовкою й друком його прем'єрного числа

опікувалося однойменне видавництво, а другого (у серпні 1946 р.) – видавництво «Брама Софії». Зокрема, на шпальтах часопису побачили світ статті Віктора Петрова «Проблеми літературознавства за останні 25-ліття (1920–1945)» [12], а також В. Державина «Проблематика стилів і плужанство за кордоном», остання написана як підсумок вражень авгсбурзької конференції Мистецького українського руху [13].

Інформуючи про нові літературні часописи, які, починаючи з 1946-го, з'являлися на «планеті Ді-Пі» доволі рясно, «УВ», звісно, не могли не знайомити читача з числами «Літературного зошита». Адже ж це був літературно-мистецький додаток до самої газети. Закономірно, що його адреса збігалася з тодішньою адресою редакції «УВ»: Новий Ульм, Людвіг-штрассе, 10. Редагувала його колегія у складі Уласа Самчука, Бориса Подоляка (Григорія Костюка) та ін. Було це восьмисторінкове видання форматом, який наближений до сучасного «А3». Усього із січня по травень 1947 р. вийшло п'ять чисел «Літературного зошита», а на їх шпальтах – 92 матеріали (включно з ілюстраціями). Приміром, поезію представлено творами Івана Багряного, Василя Барки, Тодося Осьмачки, Олекси Веретенченка, Святослава Гординського, Євгена Маланюка, Михайла Ореста, Михайла Ситника.

Починаючи з другого числа, «Літературний зошит» виходив як друкований орган Мистецького українського руху [14]. Не випадково чимало уваги на його сторінках присвячено темі літературної праці. Так, завдяки рубриці «Над чим працюють письменники» ми довідуємося, що на початку 1947 р. У. Самчук писав роман «Сонце з заходу», а І. Багрянний у вільний від політичної діяльності час – роман «Людина біжить над прірвою», Л. Білецький працював над «Історією української літератури», Л. Лиман – над повістю про Харків, а І. Костецький – над повістю «День святого», у чернетках Л. Полтави була поема «Четверо друзів» тощо [15].

Помітне місце (зокрема й з огляду на інтерес «УВ» до цього видання) серед тогочасної періодики посів збірник літературно-мистецької проблематики «МУР» («Мистецький український рух») [16]. До його редакції належали В. Домонтович, М. Іванейко, Борис Подоляк, Юрій Шерех. Обкладинку створив Е. Козак. Вийшло тільки три числа. Перші два – «на правах рукопису» – у Мюнхені–Карлсфельді (відповідно, 110 і 127 сторінок), третій – уже друком – в Регенсбурзі (62 сторінки). Усього на шпальтах цього видання, зміст якого

визначав ідейний характер і склад Мистецького українського руху, побачило світ 72 публікації: поезія, проза, літературно-критичні статті тощо. Особливо цікавою є хроніка літературних подій, приміром, про вечори і виступи письменників перед українською громадою. Збірник порушує низку важливих проблем, скажімо, таких, як українська еміграційна книжкова графіка, особливості дитячої літератури в еміграції, психологія літературної праці тощо [17].

Журнал «красного письменства та мистецтва» прагнув видавати Ігор Костецький. Вийшло, однак, всього одне число у жовтні 1946 р. під назвою «Хорс» [18]. Сталося це у видавництві «Українське слово» (Регенсбург). 38 матеріалів «Хорса» систематизовано в таких тематичних розділах: «Від редакції», «Письменство: світогляд/стиль», «Красне письменство: переклади», «Красне письменство: первотвори», «Просторові мистецтва», «Гумор/Сатира», «Відгуки/Книжки», «Ілюстрації/Фотовкладка» [19]. Зі сторінок «УВ» ми довідуємося й про те, що головний натхненник часопису Ігор Костецький готував і друге число, у пресі навіть з'явився анонс його змісту, втім, навіть зважаючи на повідомлення про це, воно так і не побачило світ. За словами літературознавця Юрія Шевельова, в цьому журналі українське мало поєднуватися з чужинецьким, усесвітнім – концепція, яку українська еміграція тоді зовсім не була спроможна сприйняти. [20].

Ще одним виданням, яке народилося в повоєнній Німеччині, був журнал таборового життя «Орлик» [21], який згодом перетворився на місячник культури і суспільного життя, виходив накладом однойменного видавництва в Берхтесгадені. Змістом опікувалася редакційна колегія, а редакція розміщувалася за такою адресою: D.P. Lager Berchtesgaden-Strub, VI. 1, Zim. 138. Часопис з'являвся друком упродовж 1946–1948 рр. Усього у ньому 246 публікацій різних жанрів. Хоча це не був журнал літературного спрямування, однак саме на його сторінках побачили світ важливі з огляду на тогочасну літературну проблематику матеріали. От хоча б стаття Остапа Грицяя про Катрю Гриневичеву, відгук Юрія Бойка на статтю Юрія Шереха «В обороні великих» або «Лист до голови «МУРу» п. У. Самчука» Дмитра Донцова, цикл статей Петра Голубенка про ВАПЛІТЕ тощо.

У листопаді 1947 р. вийшло перше число журналу культури «Вежі» (64 сторінки). Наступне побачило світ 1948 р. таким же обсягом. Редагувала часопис, який виходив у Мюнхені, колегія. Загалом у двох числах 30 матеріалів різних

жанрів. Цікаве видання насамперед тим, що на його сторінках опубліковано третю частину з недрукованої драми Уласа Самчука «Шумлять жорна», уривок з розмови Юрія Лаврінченка з актором і режисером Йосипом Гірняком «Театральна студія перед новим сезоном», а також есе Євгена Маланюка «Зовсім інші» (про сина Миколи Вороного – Марка Вороного і сина Олександра Олеся – Олега Ольжича: тема творчості поетів-синів як доповнення творчості їхніх батьків-поетів).

У травні 1948 р. побачив світ «Літературно-науковий вісник» – це відроджений в еміграції львівсько-київський часопис (так принаймні вважали його видавці). Ним опікувалася спілка «Український вісник» (Мюнхен). Вийшло тільки два числа (дві книжки). Перше – у травні 1948 р. (160 сторінок), друге – в січні–лютому 1949 р. (157 сторінок). Саме «Літературно-науковий вісник» став, певне, найтовстішим журналом на еміграційних теренах, бо 160 сторінок – це і справді вже книжка. Під його обкладинкою опубліковано поезії й німецькомовні переклади Юрія Клена, «П'яту симфонію» Євгена Маланюка, «Із франкенвальдських гір» Богдана Кравцева, ґрунтовне есе «Історичні основи європеїзму України» Б. Крупницького, огляд «сучасного українського мистецтва» Б. Стебельського. Надруковані тут і спогади свідка урочистого відкриття пам'ятника авторіві «Енеїди» І. Котляревському в Полтаві В. Щербаківського [22], листування Леоніда Мосендза та інші важливі для сучасного дослідника матеріали (усього їх – 42).

Одним з найпомітніших видань на літературній «планеті Ді-Пі» була «Арка» (1947–1948 рр.) [23]. Перше її число (як додатка до газети «Українська трибуна») з'явилося в липні 1947 р. Це був «місячник літератури, мистецтва і критики» і чи не перший товстий (за тодішніми мірками) літературний часопис поза Україною. Як зазначено у вихідних даних журналу, його видавали у співпраці з Видавничою комісією Мистецького українського руху, редагувала колегія у складі В. Домонтовича, Юрія Косача, Богдана Нижанківського, Зенона Тарнавського, Юрія Шереха. Головними редакторами у різний час були Юрій Шерех і Віктор Петров. Мистецьке оформлення взяв на себе талановитий Яків Гніздовський. Усього вийшло одинадцять чисел. Перше – у липні 1947 р., останнє – у травні 1948 р. Кількість сторінок «Арки» поступово збільшувалася: з 32-х (перше число) до 72-х (останнє число). Один примірник часопису коштував 6 німецьких марок, поширювали журнал у таборах української

еміграції. Редакція розміщувалася в баварській столиці Мюнхені за адресою: Дахавер-штрассе, 9 [24]. На думку літературознавиці Соломії Павличко, «Арка» становила найпрофесійніше літературне періодичне видання свого часу. «Її мова була найрафінованішою, а тенденція – найвідкритіша до неукраїнського світу й найсаркастичніша до народництва та літературного політиканства в його антимистецьких проявах» [25].

Безперечно, не все на сторінках цих видань рівноцінне. Хоча зрозуміло, що навіть другорядні матеріали мають пізнавальну вартість. Що вже казати про публікації, які висвітлюють діяльність таких літературних організацій еміграції, як Мистецький український рух (МУР), і таких постатей, як Іван Багрянний, Ігор Костецький, Олекса Веретенченко, Олекса Ізарський, Улас Самчук... «Цим треба перейнятися. Це треба читати. В екстремальних умовах українська діаспора жила інтенсивним духовним життям», – так підсумовує значимість української закордонної періодики відомий поет і літературознавець В. Базилевський [26].

Для знайомства читачів з літературними часописами редакція «УВ» започаткувала низку спеціальних рубрик: «Нові видання» [27], «Хроніка», «Літературно-мистецька хроніка», «Бібліографія» тощо, які супроводжували анонси, рецензії, огляди, статті та інші за жанрами дописи, де висвітлено тему літературних періодичних і неперіодичних видань. Прикметно, що не цуралися «УВ» й критичних матеріалів на адресу того чи того літературного часопису (наприклад, публікація «Орган культурної безпринципності» (на адресу «Арки») [28] чи репліка «Місячник безкультурності» (на адресу «Веж») [29].

Усе це – реєстр літературних журналів, їх зміст, подача дописів про них у супроводі спеціальних рубрик, публікація ілюстративного матеріалу (насамперед обкладинок) – нині сприяє глибокому дослідженню теми. Причому для нас тут однаково важливі як ґрунтовні статті (наприклад, про «Арку» і «Хорс»), що допомагають отримати швидку відповідь на низку запитань, передусім про факти з історії часописів, так і кількарядкові замітки про те чи те видання, які лише підказують орієнтир щодо того, яким шляхом рухатися далі у пошуках відомостей про нього, адже кожне з них є джерелом цінної інформації. Не забуваймо, що йдеться про раритети, які опинилися на межі зникнення, і їх опрацювання є, можливо, останнім шансом не втратити їх, а зберегти.

Це все має суттєве значення, бо «українська історія, українська література і мистецтво, українська культура травмовані розламами, розривами, фальсифікованими оцінками явищ і постатей, порушеннями синхронності позитивностей – усім тим, що не дозволяє нації виробити власний – національний – образ історичного і культурного буття» [30]. Якщо ж на шляху вироблення власного національного образу прагнемо уникнути цих «розламів і розривів», то не оминати нам і спадщини української діаспори, зокрема її преси, вагому роль якої у національно-духовному самоствердженні закордонних українців годі переоцінити.

Ще одна прикметна деталь: газета розглядає літературну періодику в контексті особливої значимості всієї тогочасної преси в житті закордонних українців як незамінного чинника у справі збереження рідного слова на чужині. Літературні видання і решту еміграційної преси об'єднував спільний шлях. Тут маємо на оці не тільки матеріально-побутові умови (як-от: розміщення редакцій, особливості розповсюдження часописів між таборами, а згодом – між країнами, інші труднощі існування, пов'язані з виїздом читачів і працівників редакцій за океан, дошкульні наслідки німецької грошової реформи тощо), а йдеться про літературну періодику як органічну складову того єдиного національного фронту, що його українська політична еміграція (особливо зпідсоветська), перебуваючи на чужині, формувала у вигляді вільної преси як зброї у боротьбі за визволення батьківщини [31].

Значну увагу творці літературних часописів приділяли не лише змістові, а й мистецькому оформленню, деякі видання мали ілюстративну вкладку (наприклад, «Арка», «Хорс»). З номера в номер друкували репродукції творів українських мистців, які опинилися в еміграції (Оксани Лятуринської, Олекси Булавицького, Михайла Дмитренка, Галини Мазепа та ін.), а також репродукції творів майстрів світового мистецтва (Вінсента ван Гога, П. Пікассо, рисунки Ель Греко, Пітера Бройгеля Старшого, П. Гогена, роботи з колекції Віденського державного музею). З деякими виданнями, приміром з «Аркою», співпрацювали й німецькі художники. У мистецькому оформленні часописів брали участь такі відомі мистці, як Едвард Козак (збірник «МУР»), Яків Гніздовський («Арка») та ін.

Повідомляючи про зміст того чи того видання літературного спрямування, «УВ» таким чином стають чи не найсуттєвішим джерелом поширення відомостей про них. Річ у тім, що наклад

газети в період Ді-Пі становив 15 тисяч примірників, а це означало, що видавці небагатотиражних літературних часописів були особливо зацікавлені в розміщенні інформації про свої видання саме на сторінках «УВ». Публікація в цій газеті відомостей про історію і зміст літературних видань, звісно ж, сприяла збільшенню їх читацької аудиторії. Поширюючи інформацію про часописи, «УВ» допомагали їм знайти дорогу до читача.

Водночас, розширюючи тематичні межі, і за рахунок літературної тематики також (відомості про часописи), редакція «УВ» безсумнівно поповнювала й свою читацьку аудиторію. Проблематика літературних видань що далі (упродовж 1946–1948 рр. вони з'являлися одне за одним), то відчутніше ставала й проблематикою газети, однією з її тем. Крізь призму публікацій про літературні часописи «УВ» знайомить читачів з діяльністю Мистецького українського руху, об'єднанням письменників «Молоде покоління», новими творами літераторів, особливістю їхньої творчої праці на чужині, театральними постановками літературних творів, можливостями того чи того видавництва, яке опікувалося творами красного письменства тощо.

Ще один важливий фактор – у редакціях літературних часописів зосередилися висококваліфіковані журналістські кадри: ті, хто свого часу здобули досвід у газетах і журналах підрадянської та підпольської доби, згодом, перебуваючи поза Україною, очолюючи різні видання, зокрема літературні, формували обличчя еміграційної журналістики (Іван Багряний, Юрій Лаврінченко, Григорій Костюк, Микола Шлемкевич, Василь Гришко, Віктор Петров, Юрій Шевельов, Улас Самчук, Теодор Курпіта та ін.).

Висновки. Завдяки основному методу нашого дослідження – аналізу статей часопису «УВ», темою яких стала літературна періодика української еміграції, нам вдалося з'ясувати мережу видань літературного спрямування («Арка», «Вежі», «Світання», «Літературний зошит», «Хорс» тощо), які виходили після Другої світової війни у Німеччині; установити хронологічні межі, міста та місця цих видань, їх зміст (тематично-жанрове наповнення, рубрики), періодичність, типові труднощі існування, імена головних редакторів, коло авторів (Т. Осьмачка, У. Самчук, Ю. Шевельов, І. Багряний, М. Орест, Є. Маланюк, Л. Лиман, В. Лесич, С. Гординський, П. Карпенко-Криниця, О. Веретенченко та ін.), а також значення цієї періодики для українського еміграційного суспільства. Адже вона не лише

відіграла роль інформатора літературних новин, а й спрацювала фактором підживлення духовного опору тим важким обставинам, в яких опинилися тисячі українців, сприяла збереженню рідномовного середовища на чужині, формуванню обличчя культурно-мистецького життя еміграції.

Українські літературні часописи в Німеччині – цікава й вагома сторінка в історії нашого літературного процесу поза Україною, що підтверджують і матеріали газети «УВ» на цю тему. І хоча

існування видань, як і всього, що з'являлося в той непевний час, не завжди було тривалим (терміни їх виходу у світ – від одного місяця до двох років), та все ж внесок цих альманахів, збірників, календарів у літописання українського літературного життя в еміграції вельми помітний і значимий. Окрім того, вони дають незамінний і цінний історико-літературний поживок для сучасних дослідників українського літературного буття поза Україною в другій половині 40-х років ХХ століття.

Список літератури:

1. Шевчук Валерій. Людина на два береги. *Кур'єр Кривбасу*. 2011. Верес.–жовт. С. 74.
2. Павличко Соломія. Дискурс модернізму в українській літературі. Київ : Либідь, 1999. 447 с.
3. Казакова Н., Монахова Н., Матіяш Д. «Арка» 1947–1948: журнал літератури, мистецтва і критики: бібліогр. покажч. змісту / вступ. ст. В.Є. Панченка. Нац. ун-т «Києво-Могилянська академія». Наук. б-ка. Київ : Вид. дім «КМ Академія», 2003. 52 с.
4. Панченко В. Це було в Мюнхені... *День*. 2004. № 21 (7 лют.).
5. Козак Сергій. Українська «Арка» на Баварській землі. Київ. 2002. №6.
6. Шевельов Ю. Я – мене – мені... (і доокруги). Харків – Нью-Йорк : Вид. часоп. «Березіль»; В-во М.П. Коць, 2001. Т. 2. 303 с.
7. Самчук У. Плянета Ді-Пі. Нотатки й листи. Вінніпег, 1979. 355 с.
8. Качуровський І. Променисті силуети: лекції, доповіді, статті, есеї, розвідки. Київ : Видавн. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 766 с.
9. Самчук Улас. П'ять по дванадцятій: записки на бігу. Буенос-Айрес : В-во Миколи Денисюка, 1954. С. 82–86.
10. Нові видання: [«Рідне слово»]. *Українські вісті*. 1947. Ч. 13.
11. Оголошення: [«Заграва» – журнал літератури, Ч. 4]. *Українські вісті*. 1947. Ч. 10.
12. Петров В. Проблеми літературознавства за останнє 25-ліття (1920–1945). *Світання*. 1946. Ч. 2. С. 43–53.
13. Державин В. Проблематика стилів і плужанство за кордоном. *Світання*. 1946. Ч. 1. С. 1–10.
14. «Літературний зошит», Ч. 2. *Українські вісті*. 1947. Ч. 14.
15. Над чим працюють письменники. *Літературний зошит*. 1947. Ч. 2. С. 8.
16. З нових видань: [Збірник «МУР»]. *Українські вісті*. 1946. Ч. 17.
17. Література: МУР: [Повідомлення про вихід у світ альманаху]. *Українські вісті*. 1947. Ч. 24.
18. Нові видання: [«Хорс», Ч. 1]. *Українські вісті*. 1947. Ч. 11.
19. Поспішіть придбати «Хорс». *Українські вісті*. 1947. Ч. 16.
20. Шевельов Ю. Я – мене – мені... (і доокруги). Харків – Нью-Йорк: Вид. часоп. «Березіль»; В-во М.П. Коць, 2001. Т. 2. С. 138.
21. Нові видання: [«Орлик» – місячник культури і суспільного життя, Ч. 1]. *Українські вісті*. 1947. Ч. 10.
22. *Літературно-науковий вісник*. 1949. Ч. 2 (січ.–лют.)
23. Бібліографія: [Вийшли перші числа «Арки»]. *Українські вісті*. 1947. Ч. 68.
24. Стерно Т. «Арка» в 1948 році стає цінним журналом. *Українські вісті*. 1948. Ч. 48.
25. Павличко Соломія. Дискурс модернізму в українській літературі. Київ : Либідь, 1999. С. 343–344.
26. Базилевський В. Не втратити, а зберегти й набути: [передмова] / Козак С. *Раритети української діаспори*. Київ : Ярославів Вал, 2017. Т. 4. С. 4.
27. Нові видання: журнал «Пу-Гу», Ч. 1. *Українські вісті*. 1947. Ч. 12.
28. Стерно Х. Орган культурної безпринципності. *Українські вісті*. 1948. Ч. 14.
29. Стерно Т. Місячник безкультурності. *Українські вісті*. 1948. Ч. 2-3 (Різдво).
30. Жулинський Микола. Юрій Лавріненко: творення сили національного відродження. *Слово і час*. 2005. № 12. С. 3.
31. Багрянний І. Великий іспит. *Українські вісті*. 1950. Ч. 39.

**Kozak S. B. UKRAINIAN LITERARY MAGAZINES IN POST-WAR GERMANY
(BASED ON THE MATERIALS OF THE NEWSPAPER “UKRAINIAN NEWS”: 1945–1950)**

After the end of World War II, thousands of Ukrainians found themselves in Western European camps for displaced persons (mostly in Germany). The years 1945–1948 among Ukrainian emigrants were marked by a rather lively literary – and therefore publishing – life. Special attention to literary topics was paid to the newspaper “Ukrainian News”, which was published in the Bavarian city of New Ulm. This contributed to the fact that today, thanks to the pages of “Ukrainian News” we can make a fairly meaningful picture of the existence on the “planet DP” of literary magazines: “Arka”, “Ridne slovo”, “Chors”, “Zagrava”, “Literary Zoshyt”, “MUR”, “Ranok” and others. The purpose of this article - through the prism of publications in the newspaper “Ukrainian News” to find out the network of Ukrainian literary periodicals that were published immediately after the Second World War in Germany (their names, chronological boundaries, cities of publications, editorial addresses, content, names of authors, periodicity, thematic and genre content, typical difficulties of existence, etc.), and their significance for the Ukrainian emigration society. The main method of achieving the goal was the analysis of materials in the newspaper “Ukrainian News”. Thus, on the basis of the chronological and systematic indexes created by us the considerable part of materials which on columns of this newspaper tell about literary magazines is analyzed. The materials of the newspaper on this topic confirm that Ukrainian literary magazines in Germany are an interesting and important page in the history of our literary process outside Ukraine. And although the existence of these publications, as well as everything that appeared at that uncertain time, was not always long (the timing of their publication - from one month to two years), but still their contribution to the annals of Ukrainian literary life in exile very noticeable and significant. In addition, they provide an indispensable and valuable historical and literary source for modern researchers of Ukrainian literary life outside Ukraine in the second half of the 40s of the twentieth century.

Key words: literary magazines, “Ukrainian News”, emigration, article, periodical, newspaper.

Куріхін А. А.

Запорізький національний університет

ФЕНОМЕН ПОПУЛЯРНОСТІ РЕАЛІТІ-ШОУ СЕРЕД ПРЕДСТАВНИКІВ ПОКОЛІННЯ Y

Реаліті-шоу наразі є одним із найпопулярніших журналістських форматів, що займає значну частину екранного часу багатьох провідних телеканалів, серед яких найяскравішими прикладами є «СТБ» і «Новий канал». Головною проблемою подібних програм є низька якість і невідповідність журналістським стандартам, нормам журналістської етики. Основними персонажами нерідко виступають так звані «фріки», маргінальні елементи, а іноді навіть люди з інвалідністю. На відміну від інших журналістських форматів, «треш-шоу» не несуть у собі інформаційної цінності в прямому розумінні цього словосполучення, а навмисна відмова від високої якості продукту призводить до того, що основним завданням розробників стає підвищення рівню абсурдності подій, що відбуваються.

Найважливішим моментом у дослідженні цього формату є невивченість його цільової аудиторії. З одного боку – шоу відповідають правилу шести «С» та одного «Г», поглиначами якого є дорослі й літні люди, а з іншого – існує феномен популярності подібних програм серед молоді. Особливий попит також мають огляди на цей контент серед відеоблогерів – ролики, в яких блогери ознайомлюються з окремими випусками шоу та якось реагують на те, що відбувається на екрані. Наприклад, жартують, сміються, коментують, обговорюють між собою, пародіюють персонажів передачі тощо. Фрагменти «треш-шоу» перетворюються на мему й у такому вигляді розповсюджуються інтернетом й за його межами, а тому стають повноцінним елементом соціальної пам'яті й символом часу.

Ми поставили на меті дослідження смаки представників покоління Y і виявлення причин зацікавленості молоді в реаліті-шоу. Для цього провели кількісний контент-аналіз ефірного часу телеканалу «СТБ» на предмет відсоткового співвідношення подібних програм та інших журналістських форматів. Проводилося дослідження протягом місяця, з 1 січня по 2 лютого 2020 року.

Ключові слова: реаліті-шоу, покоління Y, покоління Z, телеканал «СТБ», метамодерн.

Постановка проблеми. Реаліті-шоу наразі є одним із найпопулярніших журналістських форматів і займає значну частину екранного часу багатьох провідних телеканалів, тому є потреба у виявленні причин зацікавленості аудиторії в подібному контенті, а саме – молоді.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Цей аспект вже вивчали вітчизняні дослідники І. Гаврилюк, А. Тернова й О. Хмель на прикладі холдингу «СТБ», що є самим крупним постачальником подібного контенту в Україні. Головною проблемою в питанні сучасних реаліті-шоу є їхня якість і відповідність журналістським стандартам, нормам журналістської етики. Також важливим моментом залишається невивченість цільової аудиторії шоу такого формату. З одного боку – шоу відповідають правилу шести «С» та одного «Г», поглиначами якого є дорослі й літні люди, а з іншого – існує феномен популярності подібних програм серед молоді.

Постановка завдання та методи дослідження. Мета статті – дослідження смаків пред-

ставників покоління Y і виявлення причин зацікавленості молоді в реаліті-шоу, а також аналіз ефірного часу телеканалу «СТБ» на предмет відсоткового співвідношення подібних програм та інших журналістських форматів.

Виклад основного матеріалу. Серед усіх можливих форматів телевізійних передач окремою категорією стоять «треш-шоу» – програми в жанрі «реаліті», в рамках яких розгортаються скандали, а часом і шок-контент. Основними персонажами нерідко виступають так звані «фріки», маргінальні елементи, а іноді навіть люди з інвалідністю. Подібні шоу належать до окремої категорії з причини того, що вони розробляються в рамках концепції низької якості, а тому журналісти, які працюють над цими проектами, порушують позиції професійної етики й переступають загальноприйняті правила моралі. Феномен популярності подібних передач можна схарактеризувати англійським виразом «guilty pleasure», що перекладається українською як «зловтіха» або

«задоволення з почуттям провини», явища, коли людина насолоджується тим, про що їй соромно зізнатися. На відміну від інших журналістських форматів, «треш-шоу» не несуть у собі інформаційної цінності в прямому розумінні цього словосполучення, а навмисна відмова від високої якості продукту призводить до того, що основним завданням розробників стає підвищення рівню абсурдності подій, що відбуваються.

Зазвичай концепцією українських «треш-шоу» є психологічна допомога – сім'ї або окремі люди, які мають складну ситуацію, звертаються до спеціалістів, щоб розпочати нове життя. Так, наприклад, у шоу «ПоLoveинки» учасники шукають собі пару, а організатори програми допомагають їм у цьому. Насамперед ця допомога направлена на зміни в самих персонажах, які вони проговорюють і відпрацьовують із психологами. Шоу «Кохана, ми вбиваємо дітей» показує сім'ї, які не здатні знайти спільну мову, а тому звертаються до спеціалістів, а «Зважені та щасливі» про людей із зайвою вагою, які хочуть схуднути, але не можуть цього зробити без сторонньої допомоги.

На українському телебаченні шоу такого формату виходять на телеканалах «СТБ» і «Новому каналі», а найпопулярнішим закордонним аналогом є «TLC» – компанія, яка знаходиться в США й віщає по всьому світу. Навіть зважаючи на той факт, що ці американські проекти також мають справу з незахищеними верствами населення, а самі концепції програм частково або повністю збігаються з місцевими, персонажам цих передач надається допомога, а українські версії мають виключно розважальний характер, тому всі переваги під час створення контенту надаються комічності подій.

Феноменальну популярність мають огляди на цей контент серед відеоблогерів – ролики, в яких блогери ознайомлюються з окремими випусками шоу та якось реагують на те, що відбувається на екрані. Наприклад, жартують, сміються, коментують, обговорюють між собою, пародіюють персонажів передачі тощо. Серед вітчизняних «ютуберів» прикладом цього може слугувати канал «CheAnD TV – Андрій Чехменок», на якому огляд українських розважальних програм є основним контентом. На момент 14 вересня 2020 року там 2,53 млн людей аудиторії. Найпопулярніший ролик – реакція на 10 випуск 7 сезону «Кохана, ми вбиваємо дітей» – 12 млн переглядів. Серед англомовних «ютуберів» прикладом оглядів на «треш-шоу» можуть слугувати ролики найпопулярнішого блогера світу – шведа PewDiePie,

106 млн підписників. Він знімає реакції на програми американського телеканалу «TLC» і збирає на цьому мільйони переглядів. Наприклад, його крайнє відео про шоу «She Is A Little Big» («Вона трошки завелика»), в якому молоді жінки із зайвою вагою ходять на побачення, зібрало 10 млн переглядів за 3 місяці.

Фрагменти «треш-шоу» перетворюються на меми й у такому вигляді поширюються інтернетом і за його межами, а тому стають повноцінним елементом соціальної пам'яті й символом часу. Найпопулярнішим мемом, який зародився завдяки подібному шоу, є Сашко з четвертого випуску програми «Кохана, ми вбиваємо дітей». Десятирічний хлопець із Києва, який весь вільний час проводить за комп'ютерними іграми й без пошани ставиться до батьків. Спеціалісти з телеканалу «СТБ» повинні були за три тижні перевиховати дитину й змінити модель поведінки родини. Їхнім першим кроком було позбавлення Сашка можливості заходити в мережу й грати у відеоігри шляхом видалення інформації на комп'ютері й відключення інтернету. Сцени конфліктів та істерик стали популярними в соцмережах, а окремі фрази культовими. Наприклад, «Мені наплювати на знання, тварини без знань прекрасно обходяться, сидять собі й жеруть кого попало, а проте мені подобається більше бути твариною, ніж людиною, побачив когось – убив і з'їв, це тільки жрачка й спання та все, більше нічого», «Я зараз буду встановлювати всі ігри» та «Я хочу вам показати там, де буде м'ясо, матюки, вбивства й голі цицьки». Як ми бачимо, в подібних програмах особливо цінується зухвала поведінка персонажів, під час якої відбуваються постійні суперечки.

Проаналізувавши ефірну сітку, ми дійшли висновку, що цей формат є найпопулярнішим на телеканалі – на «СТБ» представлено 19 розважальних реаліті-шоу. Аналізу підлягав увесь продукт, що транслювався з 1 січня по 2 лютого 2020 року. У середньому за тиждень на «СТБ» демонструється 70 годин реаліті-шоу різної якості, що складає 41% усього ефірного часу. Недільна ж телепрограма майже уся базується на подібних розважальних програмах – 15 годин 50 хвилин. Це становить 65% усього ефіру.

Програмою, що транслюється найчастіше, виявилася «Один за всіх», яку демонстрували по 5 годин 10 хвилин із понеділка по четвер, що в сумі становить 22 години 30 хвилин на тиждень. Вона виходила вранці о 5:15, ввечері (18:00) і вночі (22:40). Це шоу, яке представники телеканалу називають «гостросоціальним». Люди мають

можливість звернутися туди з проханням розглянути проблеми різного характеру – соціальні, кримінальні, особисті, адміністративні. Психологи й адвокати, що працюють у програмі, намагаються допомогти персонажам. Так, наприклад, у випуску від 27 грудня 2019 року розглядається вагітність 14-річної школярки Оксани. Дівчина стверджує, що батько дитини – її вітчим Леонід. Як і в інших програмах на «СТБ», в «Один за всіх» підіймаються теми, типові для низькоякісної або так званої «жовтої» журналістики. Це відповідає правилу шести «С» та одного «Г» – темам, що завжди будуть приваблювати глядачів і читачів – скандали, сенсації, страх, смерть, секс, сміх і гроші [2]. Ведучим цього шоу є Михайло Присяжнюк, юрист, що був експертом у багатьох вищезгаданих шоу – «Вагітна у 16», «Врятуйте нашу сім'ю», «Кохана, ми вбиваємо дітей», «Детектор брехні», «Слідство ведуть екстрасенси», «Все буде добре», «Холостяк. Як вийти заміж», «Давай поговоримо про секс», «За живе!».

У сучасному світі смаки людини не говорять про її соціальне положення, інтелектуальний рівень та інші аспекти життя. Поділ мистецтва й будь-якого контенту в цілому на «високе» й «низьке» відійшов ще за постмодернових часів, коли інтелектуали й дослідники ставили під питання цінність усієї інформації, як і взагалі власного існування, а тому без поваги ставилися до високоякісних робіт із різних сфер – будь то архітектурний витвір, літературний або навіть технічний. Заводи й конвеєри як символ постмодернового суспільства говорять про масове виробництво та, як наслідок, втрату особистості. Мистецтво також стало масовим, і кіно й телебачення як видовищні розваги зазнали неймовірного розвитку й почали рухатися в бік комерції. Режисери намагалися створити продукт, який би задовольнив потреби й смаки великих пластів аудиторії, а тому фільми, як правило, були очевидно жанровими – фантастика, бойовики, комедії, мелодрами. Постмодернове мислення та погляд на світ передбачали собою страх перед технологіями, майбутнім і взагалі життям, а тому за допомогою фільмів кіновиробники намагалися підтримувати ескапістські настрої, тим самим відволікаючи людей від наявної дійсності. «Зоряні війни», перший епізод яких вийшов у прокат у 1977-му році, змінив вектор розвитку кіноіндустрії. Ця ескапістська історія про далекі часи й далекі світи створювала ілюзію захищеності й допомагала глядачам абстрагуватися від лячної реальності, а передові технології створювали ілюзію правдоподібності зображува-

них подій. Іншу ж сторону осмислення тогочасності через фантастичні стрічки становила серія фільмів «Чужий», де майбутнє постає в образі монстра з далекого космосу. Бойовики також рятували людей від дійсності – герої, які могли впоратися з будь-якою складною ситуацією, символізували собою силу в чистому вигляді. Цим же можна пояснити феноменальну потребу у фільмах про супергероїв, які стоять на сторожі планети. Комедії як еталонний розважальний контент боролися зі світом за допомогою гумору й діяли за принципом «якщо над проблемою можна сміятися, то вона вже не така страшна». Популярність мелодрам пояснюється поділом контенту за гендерною ознакою, де стрічки про кохання на той момент повинні були виконувати місію казок для жінок.

З приходом метамодерної домінанти люди вже не так сильно бояться реальності й майбутнього. У свідомості міленіалів не залишилося жодних ознак постмодернового песимізму, а індивідуалізм, який зародився в часи «бебі-бумерів», досяг абсолюту. «Покоління Y» також умовно називають «найбільш самосвідомим поколінням» і «поколінням успішним», і ці досягнення прямо протиставляються минулому наративу з його неповагою та недовірою до світу. Якщо міленіалів називають успішними й свідомими, то очевидно, що їм є заради чого рухатися. Рухатися заради руху – контент заради контенту.

У розподілі на покоління ми спираємося на «Теорію поколінь» Вільяма Штрауса й Ніла Гава. Вони стверджували, що кожні 20–25 років відбувається зміна генерацій, та як результат виростають особистості зі смаками, прямуннями й характеристиками, не схожими на ті, що були в їхніх попередників. Дослідники пояснюють, що люди однієї вікової категорії мають спільні риси, бо формувалися при схожих обставинах не залежно від країни. Економічні кризи, великі війни, культурні парадигми й політичні обставини великих держав впливають на весь світ.

Сучасні молоді люди не бояться жити, а тому бажають зіштовхуватися з реальністю навіть на екранах своїх гаджетів і телевізорів. Цим можна пояснити феноменальну популярність «Youtube», «Instagram», «Twitter» та інших соціальних мереж. Інтернет дав можливість ділитися ідеями, враженнями або просто фотографіями з односторонніми по всьому світу, а тому змінився статус і роль так званих «зірок». Відомі люди стали ближчими до своєї аудиторії. Якщо раніше публіка знала їх тільки по телебаченню, кіно, матеріалам у газетах тощо, то зараз регулярні пости в мережі

й можливість написати знаменитості повідомлення змушують передивитися своє ставлення до публічних персон і відноситися до них як до товаришів. Популярності набувають відеоблогери, більшість з яких ведуть спосіб життя, схожий на будні їхньої аудиторії – школярі дивляться школярів, домогосподарки – домогосподарок і тому подібне. Якість зображення та режисури відео відходить на другий план, що є абсолютним протиставленням масової популярності на комп'ютерну графіку й ескапізм у 1980–1990-х роках. Люди втомилися від постановочного й нереального, їх цікавить документальна зйомка, кадри з оточення. Тому так важливо, щоб персонажі реаліті-шоу були схожими на наших сусідів, колег, родичів. І навіть більше – важливо усвідомлювати, що ти сам можеш стати персонажем передачі, якщо заповниш анкету. Відчуття, що «reality» і є реальністю, надає особливої цінності аналізу подій, що відбуваються.

Голландські філософи Т. Вермюлен і Р. Ван ден Аккер, які й розробили концепцію метамодерну, стверджують, що він є структурою почуттів, яка стоїть над рамками радикалізму. «У метамодерну немає мети, він рухається заради самого руху, робить спроби, незважаючи на неминуче фіаско; постійно шукає істину, яку й не очікує знайти. Якщо ви нам пробачите таку банальну метафору, метамодерн навмисно бере на озброєння подвійний «меседж» типу «морквина й осел». Як і осел, він переслідує морквину, яку ніколи не з'їсть, оскільки морквина завжди поза досяжності. Але через те, що він ніяк не зможе з'їсти морквину, він ніколи не припинить переслідувати її» [4]. Усвідомлення неможливості повного пізнання світу як невіддільна частина філософії метамодернізму й метамодерного мислення дозволяє її носіям не задаватися вічними абстрактними запитаннями й повністю посвятити себе руху. Сенс, який посідав провідне місце в рефлексії модерністів, зараз активно замінюється самим процесом його пошуку.

Тепер за рамками радикалізму стоїть і розподіл мистецтва на «високе» й «низьке» – люди можуть навсправжки захоплюватися не тільки чим завгодно, але і як завгодно. Дослідники порталу «Newtonew» зазначали, що «метамодерн – це той стан, коли ви можете відчувати чесне задоволення від усього. Ви можете читати Достоєвського й серйозно слухати Кіркорова, любити сагу «Сутінки» й музику Чайковського. Ви все це любите не тільки чесно, але й з іронією. Завдяки цьому новому почуттю ми можемо не зациклюватися на великих метанаративах, а шукати власну

мету. Таким чином, розгойдування між модерністською серйозністю та постмодерністською іронією підіймає метамодерн над ними» [3]. Цим можна пояснити феноменальну популярність серед міленіалів низькоякісних розважальних шоу. Цитати, фрагменти, скріншоти із цих передач можна зустріти всім інтернетом, але важко зрозуміти, наскільки серйозно публіка ставиться до цього продукту. Можливо, вони сміються над жартами в шоу, а можливо над абсурдом, що відбувається. Можна припустити й абсолютно метамодерністський підхід – пошук нового сенсу. Така неоднозначність трактування, коли іронію неможливо відрізнити від серйозного підходу, прийшла до сучасного культурного наративу з епохи постмодерну; її заведено називати постіронією. Новішим та абсолютно метамодерністським підходом є «нова щирість» – перехід від іронії до серйозності, висування щирості й гуманізму як основного мотиву. За словами дослідника М. Остена, «Постіронія, що бере свій початок як загострене ментальне лезо Сократа для викриття людської дурості, придбала в перехідний період метамодерна дещо інше значення – складніше, але разом із тим і досконаліше – навмисно стирає межі серйозності й класичної іронії, що служить зрештою однієї мети – дати можливість широко говорити про речі за рамками постмодерну, не опускаючись водночас до модерністської наївності» [1].

Українські «треш-шоу» спираються на установлені архетипи. Психологічні особливості персонажів, як правило, можна схарактеризувати декількома словами, що віднімає в цих людей ознаки повноцінних особистостей. Перед глядачами постають хлопець-хуліган, безвідповідальна вагітна шістнадцятирічна дівчина, батько з алкоголізмом тощо. Гіперболізація окремих рис позбавляє цих людей усіх інших якостей. Образи, з якими ми можемо зіштовхнутися в реальному житті, на екрані постають максимально відвертими. Знімальна група демонструє їхню поведінку в різних ситуаціях і з різними суб'єктами, а тому картина представляється максимально повною. Так, наприклад, персонаж може зовсім по-різному розмовляти з начальником, матір'ю, психологом або поліцейським.

Ще одна причина, з якої можна зробити висновок, що контент вже не ділиться на «низький» і «високий» – це постійний аналіз. Сучасну людину не здивуєш науковими статтями на тему популярної музики або лекціями про комедійні серіали. Люди дійшли висновку, що реальність

знаходить своє відбиття в усіх проявах творчості (й не тільки творчості), а тому аналізувати можна взагалі будь-що.

Зважаючи на те, що в абсурдній низькоякісній формі подання інформації українськими «треш-шоу» реальність відбивається майже в чистому вигляді, глядачі мають змогу без будь-яких обмежень рефлексувати на тему цих програм. Поведінка головних героїв, їхнє ставлення одне до одного, проблеми, які там порушуються. Наприклад, у шоу, в яких молоді люди шукають собі пару («Холостяк», «ПоLoveинки»), можна побачити критику, що вважають гроші найвищою цінністю, представників суспільства споживання. Майже кожного випуску молоді дівчата демонструють той факт, що престиж і гроші їхнього майбутнього чоловіка цікавлять їх більше, ніж особисті якості й інші аспекти. Формат цих шоу не дозволяє нав'язувати глядачам певні думки й висновки, а тому надає носіям метамодернового мислення самостійно шукати істину, що і є головною метою цієї концепції. Щоправда, повна відсутність оцінних суджень із боку журналістів і тут уявляється не зовсім можливою, тому що знімальний процес триває від декількох годин до декількох місяців, і весь цей матеріал треба умістити в хронометраж шоу. Відповідальність за вибірку повністю лежить на журналістах, які створюють ці сюжети.

Як це бувало з будь-якими епохами, дуже важко говорити про сучасність, поки вона не проявила себе повно. Осмислити зміни сьогодення, знаходячись у цій епосі, є майже неможливим завданням, і концепція метамодерну враховує цю деталь. Метамодерністська парадигма взагалі не вимагає від своїх прибічників певних світоглядних елементів, думок або дій. Коливання є визначною рисою цього нарративу, а тому постійний рух від постмодерністської іронії до модерністської щирості, від модерністської віри в соціальний порядок до постмодерністської дистанції від соціуму, є типовою поведінкою людини, яка живе в метамодерній доміні.

Феноменальну популярність низькоякісних реаліті-шоу серед молоді треба розглядати в рамках сучасного нарративу. Концепція метамодернізму є ґрунтовною спробою пояснити актуальну й культурну реальність.

Сучасні люди відзначаються особливим інтересом і небайдужістю до планети й процесів, що в ній відбуваються, але вони звикли самостійно аналізувати інформацію. Контент все рідше несе в собі однозначне посилання, а тому журналістика стала територією післяправди – в людей немає часу сприймати усе, що вони чують у ЗМІ, а тому ця інформація не авторитетні. Спроба відійти від попередніх нарративів змушує сучасників шукати свій шлях, який іноді знаходиться між двома минулими. «Виворіт комічного ефекту» визволяє людей від несерйозності, так само як і від серйозності, й будь-яка інформація визнається однаково цінною та однаково нецінною. Часом анекдот може розповісти про епоху або ситуацію в країні більше, ніж журналістська стаття (деякі минулі сторіччя ми знаємо насамперед завдяки народній творчості), але офіційні документи не втрачають своєї цінності. Перевага метамодернових особливостей сприйняття інформації полягає в тому, що реципієнт сприймає її з абсолютно різних джерел, але не ставиться до жодного з них як до абсолютної істини. Метамодерн – це постійний пошук не тільки сенсу, але й правди, яку метамодерніст і не сподівається знайти.

Висновки. Розважальна функція журналістики стала домінувати над інформаційною в сучасних реаліях. Молоді люди не ставляться серйозно до ЗМІ, а тому не мають потреби в сухому викладенні фактів. Для них журналістика стала територією післяправди, а тому шукають формат, де висновки будуть нав'язуватися. Модель цих шоу не дозволяє журналістові вживати один ракурс подання інформації, а тому надає носіям метамодернового мислення самостійно шукати істину, що і є головною метою цієї концепції.

Список літератури:

1. Остен Н. Эстетика метамодернизма. *Издательство «Дистопия»* : веб-сайт. URL: <https://dystopia.me/metamodernizm/> (дата звернення: 15.09.2020).
2. Сім орієнтирів «ТСН»: Скандали, Сенсації, Страх, Смерть, Секс, Сміх і Гроші. *Телекритика* : веб-сайт. URL: <http://www.telekritika.ua/media-corp/redpolitics/2008-06-04/38798> (дата звернення: 15.09.2020).
3. Метамодерн – новый способ смотреть на мир. *NEWTONEW* : веб-сайт URL: <https://newtonew.com/culture/wow-metamodern> (дата звернення: 15.09.2020).
4. Akker R., Vermeulen T. Notes on metamodernism. *Taylor & Francis Online* : web-site. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.3402/jac.v2i0.5677> (дата звернення: 15.09.2020).

Kurikhin A. A. THE PHENOMENON OF POPULARITY OF THE REALITY SHOW AMONG REPRESENTATIVES OF GENERATION Y

The reality show is one of the most popular journalistic formats and occupies a significant part of the screen time of many leading television channels, among which the most striking examples are STB and New Channel. The main problem of such programs can be considered low quality and inconsistency with journalistic standards and journalistic ethics. The main characters are often the so-called “freaks”, marginal elements, and sometimes even people with disabilities. Unlike other journalistic formats, thrash shows do not carry informational value in the literal sense of this phrase, and deliberate rejection of the high quality of the product leads to the fact that the main task of developers is to increase the level of absurdity of what is happening.

The most important moment in the study of this format is the lack of knowledge of its target audience. On the one hand, the shows comply with the rule of six “C” and one “G”, the absorbers of which are adults and elderly people, and on the other, there is a phenomenon of popularity of such programs among young people. Reviews for this content among video bloggers are also in great demand – videos in which bloggers get acquainted with individual episodes of the show and react to what is happening on the screen. For example, they joke, laugh, comment, discuss among themselves, parody transmission characters and the like. Fragments of “thrash show” turn into memes and in this form are distributed on the Internet and beyond, and therefore become a full-fledged element of social memory and a symbol of time.

We set a goal to explore the tastes of representatives of generation Y and identify the reasons for the youth’s interest in the reality show. To do this, we conducted a quantitative content analysis of the airtime of the STB television channel for the percentage of similar programs and other journalistic formats. A study was conducted for a month, from January 1 to February 2, 2020.

Key words: *reality show, generation Y, generation Z, STB channel, metamodern.*

Пархитько О. В.

Національний університет «Одеська юридична академія»

ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ У ЖАНРІ «РЕЙТИНГ»

У статті приділено увагу особливостям підготовки матеріалів у жанрі «рейтинг». Автор зазначає, що жанр «рейтинг» є відносно новим порівняно з багатьма іншими журналістськими жанрами. При цьому матеріали в жанрі «рейтинг» користуються значною популярністю в мережі Інтернет. На жаль, у науковій літературі цьому жанру не приділено уваги. Іноді помилки стосовно рейтингів можна зустріти в навчальній літературі. Зокрема, у статті детально розібрано підрозділ з навчального посібника, у якому автор фактично плутає соціологічні дослідження з авторською суб'єктивністю жанру «рейтинг».

Визначено характерні ознаки жанру «рейтинг». По-перше, рейтинг належить до групи аналітичних жанрів. По-друге, предметом рейтингу є група суб'єктів або об'єктів, між якими необхідно встановити ієрархічні відносини. По-третє, в основу ієрархії мають бути закладені певні критерії. По-четверте, рейтинг є суб'єктивним жанром, однак при цьому передбачає чітку побудову причинно-наслідкових зв'язків. По-п'яте, рейтинг створюється передусім з розважальною метою, тому подібні тексти можна зустріти в спортивних і розважальних ЗМІ.

Автор статті зазначає, що більшість спортивних рейтингів на пострадянському просторі створюється на футбольну та баскетбольну тематику. При цьому індивідуальні види спорту, такі як шахи й теніс, в укладачів рейтингів користуються значно меншою популярністю.

Автор публікації виділяє три етапи роботи над матеріалом у жанрі «рейтинг»: розроблення критеріїв, відбір об'єктів для аналізу і створення ієрархії. На основі аналізу журналістських матеріалів у жанрі «рейтинг» виділено три різновиди цього жанру: класичний рейтинг, неповний рейтинг і рейтинг-порівняння. На думку автора, класичний рейтинг і рейтинг-порівняння вимагають від журналіста широкої ерудиції та глибини аналізу, тоді як неповний рейтинг можна створити і швидше, і з меншим проникненням вглиб тематики.

Наголошується, що практичні матеріали журналістів і блогерів містять цілу низку недоліків. Зокрема, опитування цільової аудиторії ресурсу та передрук класифікацій міжнародних організацій узагалі не призводить до появи матеріалу в жанрі «рейтинг». Також до типових помилок можна зарахувати відсутність критеріїв, недотримання заявлених критеріїв, відсутність аналізу, недотримання принципу повноти під час формування вибірки тощо.

Ключові слова: рейтинг, вибірка, ієрархія, жанр, аналіз, критерій.

Постановка проблеми. Система журналістських жанрів нині зазнає потужної трансформації внаслідок швидких перетворень, характерних для сучасного етапу розвитку масових комунікацій. Громадянська журналістика, соціальні мережі та блогосфера привносять безліч нових революційних форматів і деформують старі. Більше того, навіть традиційні ЗМІ часто створюють матеріали в незрозумілих жанрових формах. На нашу думку, такий процес швидких перетворень не можна вважати конструктивним. Щоб створити щось нове, необхідно спочатку познайомитися з наявною теоретично-практичною базою. Як показує історичний досвід, інновації не виникають з нічого, вони є результатом поступового вдосконалення. Кожна журналістська жанрова форма еволюціонувала

в процесі історичного розвитку, щоб задовольняти як професійні потреби журналістів, так і інформаційні вимоги реципієнтів. Кожний перевірений теорією та практикою жанр має на меті створення, об'єкт і предмет дослідження. Необґрунтоване поєднання жанрових форм або створення нових форматів може містити серйозні інформаційні прогалини, як-то: порушення стандарту повноти, непослідовність у доведенні тези тощо. Поза сумнівом, нові формати повинні й будуть з'являтися. І природний відбір має встановити, яким із них судилося закріпитися в журналістській практиці.

Жанр «рейтинг» не є новим, однак порівняно з іншими жанрами зберігає певну свіжість у сприйнятті реципієнтів. Дослідник О. Тертичний стверджує, що поняття «рейтинг» з'явилося на

сторінках ЗМІ на початку 90-х років. При цьому, на його думку, у радянські часи в жанру були попередники: «У радянській пресі йому передували, наприклад, публікації, присвячені соціалістичному змаганням. Ті ж, наприклад, сільськогосподарські зведення, які розподіляли місця, зайняті, скажімо, у змаганнях із сівби зернових культур, постійно наявні на сторінках багатьох районних та обласних газет і, за великим рахунком, утілювали жанр «рейтинг» [8, с. 138]. Зазначимо, що жанр «рейтинг» зберігає стійку популярність і в сучасних масових комунікаціях, причому цей формат можна знайти у виданнях різноманітної тематики. Незважаючи на це, як не дивно, нами знайдено лише одну роботу, у якій розглянуто жанр «рейтинг». Отже, ураховуючи популярність жанру в сучасних ЗМІ, ми вважаємо за необхідне приділити йому більше уваги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Система журналістських жанрів та окремі жанрові форми викликають інтерес у значній кількості дослідників соціальних комунікацій. Зокрема, можна відзначити І. Аньєса, О. Арапову, К. Афанасьєву, Ж.-Д. Буше, З. Вайшенберга, М. Василенка, Ф. Вольфа, М. Галлера, О. Глушка, С. Гуревича, В. Здоровегу, А. Іващук, В. Карпенка, М. Кіма, О. Колесниченка, А. Константинова, Л. Кройчика, О. Кузнецову, Ф. Лілієнталя, О. Мальчевську, Г. Мельник, Ж. Мурикана, О. Надточій, Г. Назаренко, Н. Нікітіну, О. Пономарьову, О. Почапську, В. Роша, Ш. Рус-Моля, Н. Стеблину, С. Томіленка, О. Чекмишева й багатьох інших. При цьому жанру «рейтинг» присвячено увагу тільки в навчальному посібнику О. Тертичного.

Постановка завдання. Метою роботи є з'ясувати, у чому полягають особливості створення матеріалу в жанрі «рейтинг». Установлена мета передбачає виконання таких завдань: 1) критично оцінити підрозділ із навчального посібника О. Тертичного, присвячений жанру «рейтинг»; 2) визначити ознаки жанру «рейтинг»; 3) виявити типові помилки, які зустрічаються в матеріалах у жанрі «рейтинг»; 4) визначити етапи роботи над матеріалом у жанрі «рейтинг»; 5) виділити різновиди жанру «рейтинг»; 6) дати визначення жанру «рейтинг». Об'єктом статті є аналітичні жанри. Предметом статті є жанр «рейтинг» як представник аналітичних жанрів.

Виклад основного матеріалу. У навчальному посібнику «Жанры периодической печати» О. Тертичний рейтинг зараховує до аналітичних жанрів. Автор слушно зазначає: «Мета публікації подібного гатунку полягає в тому, щоб зробити певне

«ранжування» схожих явищ за якоюсь конкретною ознакою. Ця мета досягається передусім за рахунок використання градуктивних методів – аналогії та порівняння» [8, с. 138]. На жаль, у подальшому тексті ціла низка тверджень дослідника викликає питання. Наводячи приклади рейтингів, О. Тертичний зазначає: «Виборцям, наприклад, важливо знати, який політичний діяч лідирує, який є аутсайдером політичного життя... Любителі музики намагаються дізнатися, скажімо, яка музична група користується найбільшою популярністю у населення» [8, с. 138]. Схоже на те, що в цьому разі дослідник має на увазі не «рейтинг» як жанр, а «рейтинг» як метод збирання інформації. Інформацію про те, який політик лідирує напередодні виборів, можна з'ясувати, провівши соціологічне опитування. Порахувати рівень реальної популярності музичної групи можна по-різному, наприклад, установивши кількість придбаних дисків. Так чи інакше, в обох випадках ми за допомогою методів збирання інформації здобуємо фактичний матеріал, який пізніше можна використати для написання журналістського матеріалу в будь-якому жанрі, навіть в інформаційному. Отже, наведена цитата суперечить аналітичній природі жанру «рейтинг».

О. Тертичний також стверджує, що «рейтинг став дуже важливим засобом маніпулювання масовою свідомістю в передвиборчій боротьбі. Показуючи, як зростає рейтинг того чи іншого претендента на місце в Держдуму або президентське крісло, ЗМІ тим самим підштовхують психологічно нестійких або тих виборців, які ще політично не визначилися, до підтримки певного претендента, до голосування за нього» [8, с. 140–141]. Із думкою дослідника можна погодитися, якщо йдеться саме про численні соціологічні опитування напередодні виборів. Однак соціологічні опитування жодним чином не пов'язані з власною аналітичною роботою журналіста, яка передбачається під час створення тексту в жанрі «рейтинг». Складається враження, що О. Тертичний не бачить різниці між соціологічним опитуванням і журналістським текстом. На нашу думку, про це свідчить і наступна цитата з навчального посібника, яка є висновком до підрозділу про рейтинг: «Укладання рейтингів – відповідальна справа. Саме тому займаються ними передусім люди, які мають спеціальні знання, необхідний обсяг оперативної інформації у відповідній сфері діяльності й постійно стежать за плином справ у ній. Серйозні рейтинги, як правило, укладаються не окремими фахівцями, а експертними групами

або відповідними центрами та інститутами» [8, с. 141]. Вочевидь, автор має на увазі центри соціологічних досліджень, які займаються укладанням рейтингів. Підкреслимо також, що журналісти друкованих ЗМІ, як правило, створюють тексти одноосібно.

У навчальному посібнику, присвяченому журналістським жанрам, необхідно оцінити схвально ініціативу наведення наочних прикладів журналістських текстів. Подібна практика покликана максимально спростити студентам процес засвоєння теоретичної інформації. Однак текст, наведений автором як приклад у жанрі «рейтинг», за жодним критерієм не можна зарахувати до цього формату. Це навіть не соціологічне дослідження, на яке сам автор постійно натякає в підрозділі. Цей текст найбільше нагадує огляд (якщо йдеться про журналістські формати) або взагалі телевізійне шоу «Модний вирок». Отже, на нашу думку, підрозділ «Рейтинг» у навчальному посібнику О. Тертичного може, скоріше, заплутати журналіста-початківця, аніж допомогти йому створити якісний текст.

Давайте спробуємо визначитися, які ознаки є важливими для сучасного журналістського тексту в жанрі «рейтинг». Як зазначено вище, рейтинг належить до аналітичних жанрів, тобто передбачає аналіз і систематизацію автором емпіричного матеріалу з певними узагальненнями та висновками. Для створення рейтингу необхідна наявність певної кількості пов'язаних спільною темою однорідних суб'єктів або об'єктів, які треба розставити в ієрархічній послідовності. В основу ієрархії має бути закладений певний критерій або критерії. Автор повинен не просто навести обрані за визначеним критерієм об'єкти, але чітко пояснити ієрархічні стосунки між ними. Рейтинг – передусім розважальний текст, який не має на меті розв'язання суспільних проблем. Автор може дозволити собі бути до певної міри суб'єктивним, що не позбавляє його необхідності наводити аргументи й факти на підтвердження кожної позиції рейтингу. Зважаючи на специфіку жанру «рейтинг», подібні матеріали часто можна зустріти в спортивних ЗМІ та медіа, спрямованих на розважання аудиторії.

Нами проаналізовано сорок письмових рейтингів і відеорейтингів, які стосуються спорту й кінематографу і створені журналістами та блогерами. Цікаво, що більшість спортивних рейтингів на пострадянському просторі створюється на футбольну й баскетбольну тематику. Загалом цей факт не повинен викликати здивування, оскільки

названі види спорту є одними з найпопулярніших у масовій аудиторії на теренах колишнього СРСР. Разом із тим відзначимо порівняно незначну кількість рейтингів в індивідуальних видах спорту, таких як шахи й теніс. Уважаємо, що це можна пояснити кількома причинами. По-перше, в деяких індивідуальних видах спорту існують офіційні індивідуальні рейтинги, що в принципі зменшує простір для суперечок і спекуляцій. По-друге, у командних видах спорту набагато важче вирахувати індивідуальний особистий внесок спортсмена. Тут треба брати до уваги цілу низку додаткових факторів, пов'язаних із командною взаємодією. По-третє, індивідуальні види спорту поступаються популярністю командним.

У процесі дослідження нами виділено три різновиди жанру «рейтинг» – класичний рейтинг, неповний рейтинг і рейтинг-порівняння. Почнемо з класичного рейтингу. На першому етапі необхідно виділити критерії, які стануть основою подальшого аналізу. На другому етапі варто застосувати обрані критерії до загальної широкої групи суб'єктів або об'єктів і виокремити десять (п'ять, двадцять) із них. Нарешті, на третьому етапі необхідно зіставити за обраними критеріями об'єкти, що залишилися, і розташувати їх у певній ієрархічній послідовності. Укладання такого рейтингу вимагає від автора глибоких знань в обраній галузі, при цьому абсолютно не гарантуючи отримання на виході знань у науковому розумінні. Варто пам'ятати, що рейтинг утворюється передусім з розважальною метою. Незважаючи на це, готовий класичний рейтинг викликає в реципієнтів багато емоцій, суперечок і відвертого негативу. Зрідка можна побачити в коментарях під матеріалом, що хтось із реципієнтів повністю приймає результати аналізу. Це чинить на авторів додатковий тиск, і деякі з них намагаються ухилитися від формату класичного рейтингу. Так, спортивний журналіст і блогер Василь Уткін у 2013 році створив класичний рейтинг двадцяти сильніших російських футболістів після розвалу СРСР [11], що викликало багато негативу. Уже у 2020 році В. Уткін створив оновлений неповний рейтинг десяти сильніших російських футболістів, у якому визначив лише перші два місця [12]. При цьому відзначимо, що деякі російськомовні [6] та іноземні [15] спортивні відеоблогери на YouTube спеціалізуються на жанрі «рейтинг». Зацікавленість уболівальників у подібних матеріалах здатна досить швидко збільшувати кількість переглядів і покращувати монетизацію каналу.

Неповний рейтинг відрізняється від класичного тим, що методологічно не проводиться третій етап аналізу – зіставлення обраних об'єктів для розташування в ієрархічну послідовність. Відповідно, це значно полегшує процедуру роботи над рейтингом. Як зазначено вище, для створення якісного класичного рейтингу необхідно мати глибокі знання в обраній галузі. Для підготовки неповного рейтингу вистачить загальної обізнаності в темі та перегляду певної кількості сторінок в Інтернет. Варіант неповного рейтингу корисний для журналіста, якщо він обмежений у часі або обрана тема надто складна та суперечлива для розроблення чіткої ієрархії. Утім неповний рейтинг так чи інакше залишається аналітичним матеріалом, тобто передбачає детальний розбір на другому етапі роботи над матеріалом.

Рейтинг-порівняння є досить специфічним різновидом жанру. Такі матеріали присвячені порівнянню двох видатних особистостей. У спортивному дискурсі цей різновид найчастіше використовується для виявлення найсильнішого з двох спортсменів, кар'єри яких припадають на різні історичні періоди. З погляду методології під час підготовки такого матеріалу пропускається другий етап, однак підвищені вимоги висуваються до першого та третього етапів – висування критеріїв і прийняття рішення щодо переможця в рейтингу. Оскільки обидві особистості рейтингу-порівняння дуже добре відомі цільовій аудиторії, автор матеріалу не може під час підготовки підмінити аналіз біографічними відомостями. Суб'єктів у цьому разі не можна порівняти формально, оскільки весь матеріал фактично будується на зіставленні двох особистостей, тож автору необхідно зробити компаративний аналіз за всіма доступними критеріями, виявивши при цьому високий рівень ерудиції та оригінальні міркування. Отже, на практиці рейтинг-порівняння виходить або вкрай поверховим, або глибоким і цікавим.

Вочевидь, практичні матеріали містять цілу низку недоліків. Давайте почнемо з матеріалів, які схожі на жанр «рейтинг», однак насправді такими не є. Один із таких варіантів матеріалу – опитування цільової аудиторії з метою створення ієрархії суб'єктів або об'єктів. Важко уявити собі масову цільову аудиторію, яка здатна експертно розібрати складне питання. Тож результати таких опитувань, за винятком поодиноких спеціалізованих форумів, є абсолютно нерепрезентативними. Як правило, більшу активність у подібних опитуваннях виявляє молодша за віком частина аудиторії. Відповідно, оцінюючи тривалий історичний

період, молодь надає перевагу сучасним їй реаліям. Фактично в такий спосіб створюється не журналістський жанр, а соціологічне опитування, цікаве насамперед розробникам сайту з погляду моніторингу цільової аудиторії. Зокрема, матеріал «Лучшие футболисты всех времен» [5], створений на основі опитування читачів сайту, включає десять провідних спортсменів. Результати опитування досить прогнозовані. Перші два місця посідають «зірки» сучасного футболу – Л. Мессі та К. Роналду. Лише двоє спортсменів, максимально розкручені в масовій комунікації Пеле та Марadona, належать до відносно далекої історії футболу. Відповідно, до обраних не ввійшли Й. Кройф та Ф. Бекенбауер, які входять у рейтинги абсолютно всіх футбольних експертів та авторитетних журналістів.

Ще один схожий на жанр «рейтинг» формат – передрук класифікації міжнародної організації або спеціалізованого журналу. Проблема для того, хто робить передрук, полягає в тому, що він не спроможний пояснити особливості чужої аналітичної роботи. Тобто, роблячи передрук самої класифікації, фактично неможливо створити аналітичний матеріал. Так, у матеріалі «Топ-25 футболистов за последние 25 лет. Версия FourFourTwo» [14] автор блогу дає свої короткі коментарі до особи кожного названого футболіста, однак це виглядає скоріше як художня прикраса й жодним чином не допомагає зрозуміти хід думок розробників класифікації. Загалом підкреслимо, що обидва наведені формати цілком можливі в мережі Інтернет. Наполягаємо лише на тому, що їх не можна вважати аналітичними журналістськими матеріалами в жанрі «рейтинг».

Тепер перейдемо до власне матеріалів у жанрі «рейтинг». Один із найгірших варіантів такого матеріалу – довільний відбір суб'єктів із наведенням коротких біографічних відомостей. У такому матеріалі немає ані наведеної вище триетапної методології, ані аналітизму. Наприклад, у відеоматеріалі «Величайшие игроки за всю историю футбола» [2] наведено тридцятисекундні біографічні відомості про двадцять футболістів. Хоч автор відеоблогу наголошує, що цим матеріалом «відкриває шухляду Пандори та холівару в коментах», однак досить помірковано робить саме неповний рейтинг, фактично ухиляючись від серйозної дискусії. Резюмуємо, що важко сперечатися з людиною, яка не висловлює жодної думки. Такий рейтинг не може принести жодної користі, якщо людина хоч мінімально знайома з історією футболу.

Якісний рейтинг обов'язково має починатися з критеріїв, на основі яких і буде в подальшому проведено аналіз. У такому разі реципієнту легко стежити за розвитком думок автора. На жаль, іноді автори наводять критерії, однак ігнорують подальші два етапи роботи над текстом. Зокрема, у ліді класичного рейтингу «Топ-10 великих футболістів мира» [9] автор зазначає: «Ми спробували укласти топ-10 кращих гравців. Для цього ми взяли за основу титули та рекорди футболістів, а також урахували внесок у популяризацію та розвиток футболу». Надалі автор просто наводить біографічні відомості про спортсменів, із яких жодним чином незрозуміло, як саме відібрано десятку футболістів і як їх порівнювали в процесі аналізу.

Поза сумнівом, автор має послідовно дотримуватися запропонованих на початку критеріїв упродовж усього матеріалу. Так, у ліді класичного рейтингу «10 кращих футболістів 2020» [1] вказано: «Редакція уклала цей список, відштовхуючись від *поточної форми* (виділено нами – *О. П.*) і результатів гравців, їхніх виступів за клуби та збірні». Надалі, говорячи про другий номер рейтингу Кіліана Мбаппе, автор зазначає: «Нині ж роль молодого француза в клубі майже другорядна, оскільки в гарній формі перебуває Неймар, а на вістрі атаки результативно проявляє себе Мауро Ікарді. Як наслідок Мбаппе почав менше забивати, але він усе одно є важливою частиною команди Томаса Тухеля, без цього таланту «парижани» навряд чи виступали б так успішно». Згідно з наведеними цитатами, другим кращим гравцем світу автор вважає футболіста, який нині виконує у власній команді «майже другорядну» роль. Тобто навіть у власній команді сьогодні є щонайменше два гравці, які грають помітно краще. Це тим більш цікаво, що на третьому місці рейтингу розташований якраз партнер по команді Неймар. Нагадаємо, що в ліді автор підкреслив значення саме поточної форми гравців під час укладання рейтингу. Пізніше навіть зазначено, що рейтинг буде регулярно оновлюватися залежно від того, «як вони нині грають». Наведені протиріччя яскраво свідчать про те, що автор сам не дуже серйозно ставиться до висунутих на початку матеріалу критеріїв. Кореляція між ними та подальшим «аналізом» для нього не є принциповою.

Вочевидь, формуючи вибірку на другому етапі дослідження, автор матеріалу повинен дотримуватися принципу повноти. Зокрема, у досить цікавому неповному рейтингу «Уткін

о лучших в истории футбола» [13] журналіст не згадав французького футболіста Зінедіна Зідана, який повністю підходив під запропоновані автором критерії. Пізніше Василь Уткін визнав, що просто забув про Зідана під час створення рейтингу.

У рейтингу не може посісти місце об'єкт, який априорі не входить до аналізованої сукупності об'єктів. У класичному рейтингу «Сильнейшие маги мира Гарри Поттера и Фантастических тварей» [7] автор на перше місце ставить Смерть, яка навіть у фантастичному світі Джоан Роулінг не може вважатися магом. Загалом згаданий рейтинг містить цілу низку логічних порушень і є, на нашу думку, типовою спробою вразити аудиторію за рахунок епатажу.

Неякісним буде також рейтинг, заснований на одному статистичному показнику. Наприклад, класичний рейтинг «Топ-15 лучших теннисистов мира за всю историю тенниса» [10] базується виключно на тому, у якій кількості турнірів спортсмен вийшов переможцем. Такий «рейтинг» за десять хвилин може створити будь-яка людина, відкривши тенісний довідник. Вочевидь, для створення такого відео не потрібен аналіз. Показово, що споживачі навіть не забажали обговорювати або критикувати це відео: під ним є лише один коментар негативного гатунку.

Зі сказаного вище має бути зрозумілим: чим глибшим є аналіз у рейтингу, тим цікавішим є текст для реципієнтів. Цільова аудиторія не повинна здогадуватися про інтенції автора, навіть якщо для самого автора вони можуть бути очевидними. Прикладом можна вважати неповний рейтинг «11 лучших футболистов Украины всех времен» [4], автором якого є український спортивний журналіст і знавець спорту Дмитро Литвинов. У тексті журналіст робить спробу створити символічну збірну України, підбравши кращого гравця на кожну позицію в команді. Задум журналіста виглядає оригінально, критеріями відбору в цьому разі є вимоги до окремих ігрових позицій. При цьому не завжди зрозуміло, чому саме цей футболіст заслужив місце в символічній збірній у змаганні з іншими видатними спортсменами. Скажімо, регалії голкіпера Євгена Рудакова виглядають досить переконливо. Однак, наприклад, кандидатура Володимира Бессонова навряд чи стає незаперечною завдяки наведеному журналістом факту, що захисник за кар'єру випив дуже багато горілки. Текст виглядає скоріше художньо, аніж логічно

й переконливо. Між тим від автора такого тексту чекаєш сильних сторін гравця та порівняння з іншими футболістами на цій позиції. Цікаво, що сам автор наводить прізвище альтернативного гравця на кожну позицію, однак не вважає за потрібне зробити зіставлення. У будь-якому разі викликає інтерес варіант символічної збірної України відомого знавця спорту, однак від такого тексту чекаєш значно більшого.

На фоні текстів з очевидними недоліками хотілося б навести приклад матеріалу по-справжньому високої якості. Рейтинг-порівняння «Леброн Джеймс проти Майкла Джордана: может ли Король свергнуть Бога?» [3] намагається дати відповідь на питання, яке не перший рік цікавить багатьох фанатів баскетболу. У матеріалі вражає рівень обізнаності автора з тонкощами баскетболу й та всеохопність, із якою він підходить до завдання вироблення критеріїв для порівняння. Так, критерій «атлетизм» автор поділяє на підвиди: зріст, вага, стрибок і швидкість. При цьому підвид швидкість розбивається на такі підтипи: швидкість на відкритому майданчику, різкість рухів, швидкість першого кроку; підвид стрибок – на висоту стрибка, керування тілом у повітрі, уміння стрибати з однієї та двох ніг. Також автор бере до уваги такі критерії, як статистика, універсалізм, місце та значення гравця в системі нападу, уміння грати в захисті, вплив тренера, сила команд суперників у плей-офф, уміння робити партнерів кращими, нагороди й титули, баскетбольне IQ, навички, «менталітет убивці», лідерські якості. Завдяки широкій ерудиції автор активно використовує різноманітні аргументи та факти: думки експертів, журналістів, тренерів і гравців; статистичні викладки; результати наукових досліджень; відеофайли тощо. Хотілося б відзначити й об'єктивність автора, адже до кінця відео його висновки не до кінця очевидні. Цікаво, що аргументація автора була прийнята й цілою низкою прихильників Леброна Джеймса, про що свідчать коментарі під відео.

Отже, на основі проведеного дослідження пропонуємо таке визначення жанру рейтинг. Рейтинг – це аналітичний жанр, предметом якого є сукупність пов'язаних спільною тематикою суб'єктів або об'єктів, які автор у процесі роботи над матеріалом обґрунтовано розставляє в певній ієрархічній послідовності.

Висновки і пропозиції. Сучасна система журналістських жанрів регулярно піддається серйозному тиску. Деякі жанрові форми застарівають, їх місце заступають нові. Жанр «рейтинг» також можна вважати відносно новим, якщо порівнювати його з багатьма іншими жанровими формами. Незважаючи на популярність жанру, сучасна наука обходить його стороною, тож на часі заповнення цієї інформаційної лакуни.

Рейтинг належить до аналітичних жанрів і передбачає створення ієрархії певної сукупності суб'єктів або об'єктів. Рейтинг – жанр суб'єктивний, однак потребує логіки та послідовності авторських міркувань. Якщо говорити про методологію роботи над текстом у жанрі «рейтинг», вона включає три етапи. На першому етапі автору матеріалу необхідно виділити низку критеріїв, на основі яких надалі відбуватиметься аналіз. На другому етапі із загальної кількості об'єктів за допомогою критеріїв створюється обмежена вибірка. Найчастіше ця вибірка становить від п'яти до двадцяти об'єктів. Нарешті, на третьому етапі об'єкти вибірки необхідно розставити в певній ієрархічній послідовності.

Журналістська практика показує, що можна виділити три різновиди рейтингу: класичний рейтинг, неповний рейтинг і рейтинг-порівняння. Створення класичного рейтингу та рейтингу-порівняння вимагає від автора широкої ерудиції й уміння логічно мислити. Неповний рейтинг можна створити значно легше й набагато швидше, він не вимагає від автора глибоких знань обраного дискурсу.

Тексти в жанрі «рейтинг» мають передусім розважальне значення, тож не дивно, що рейтинги часто використовуються в спортивній журналістиці та індустрії розваг. Авторський рейтинг у жодному разі не є незаперечною істиною, це скоріше привід для роздумів і цікавої дискусії з автором. Саме тому «рейтинг» як жанр журналістики не варто плутати з рейтингами в галузі соціологічних досліджень.

«Рейтинг» як жанр журналістики користується величезною популярністю в масовій аудиторії. Обговорення рейтингів часто перетворюється на запеклі дискусії. Тому цілком логічно, що цей формат є ідеальним для блогерів в Інтернет. Зробимо припущення, що кількість рейтингів у мережі буде поступово зростати. З огляду на популярність формату, він, поза сумнівом, потребує більшої уваги з боку наукової спільноти.

Список літератури:

1. 10 лучших футболистов 2020. URL: <https://football-match24.com/top-10-samyx-luchshix-futbolistov-mira-2020-obnovlyаемyj-rejting.html> (дата звернення: 15.09.2020).
2. Величайшие игроки за всю историю футбола. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vDefZPYeQH4> (дата звернення: 15.09.2020).
3. Леброн Джеймс против Майкла Джордана: может ли Король свергнуть Бога? URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2ZjOcZsyVbg&t=402s> (дата звернення: 15.09.2020).
4. Литвинов Д. 11 лучших футболистов Украины всех времен. URL: <https://ua.tribuna.com/tribuna/blogs/tribunal/896560.html> (дата звернення: 15.09.2020).
5. Лучшие футболисты всех времен. URL: <https://toprating.in.ua/best-football-players/> (дата звернення: 15.09.2020).
6. МЯЧ Production. URL: <https://www.youtube.com/c/myach/videos> (дата звернення: 15.09.2020).
7. Сильнейшие маги мира Гарри Поттера и Фантастических тварей. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=E2p9-4wgTWM> (дата звернення: 15.09.2020).
8. Тертычный А.А. Жанры периодической печати : учебное пособие. Москва : Аспект Пресс, 2000. 312 с.
9. Топ-10 великих футболистов мира. URL: <https://go-sport.ru/article/10-greatest-football-players/> (дата звернення: 15.09.2020).
10. Топ-15 лучших теннисистов мира за всю историю тенниса. URL: https://www.youtube.com/watch?v=S_6JITStRLs (дата звернення: 15.09.2020).
11. Уткин В. После СССР: 20 лучших футболистов России. Часть 4. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/utkin/477088.html> (дата звернення: 15.09.2020).
12. Уткин В. Уткин называет 10 лучших футболистов России после распада СССР. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ухedHcaCOtk> (дата звернення: 15.09.2020).
13. Уткин В. Уткин о лучших в истории футбола. URL: https://www.youtube.com/watch?v=0Tm0Lm_r47U (дата звернення: 15.09.2020).
14. Чистяков А. Топ-25 футболистов за последние 25 лет. Версия FourFourTwo. URL: <https://www.soccer.ru/blogs/record/1178889/messi-lionel-argentina> (дата звернення: 15.09.2020).
15. MixedTapeVideos. URL: <https://www.youtube.com/c/MixedTapeVideosNBA/videos> (дата звернення: 15.09.2020).

Parkhitko O. V. THE PECULIARITIES OF THE PREPARATION OF JOURNALISTIC PUBLICATIONS IN THE GENRE “RATING”

The peculiarities of the preparation of publications in the genre “rating” are the point of the article. The author states that the genre “rating” is rather new in comparison with many other journalistic genres. Yet publications in the genre “rating” are very popular among audience in the Internet. Unfortunately, this genre isn't paid attention in scientific literature. Sometimes mistakes about ratings can be found in educational literature. For example, the chapter from the textbook in which the author in fact doesn't see the difference between social research and subjectivity of the genre “rating” was thoroughly analyzed in the article.

The particularities of the genre “rating” were defined in the article. Firstly, rating belongs to the group of analytical genres. Secondly, the subject of a rating is a group of persons or things which can be integrated in a certain hierarchy. Thirdly, some criteria should be put in the basis of hierarchy. Fourthly, rating is a subjective genre but it is supposed to have a firm structure of cause-and-effect relations. Fifthly, rating is created with an entertaining aim so that such texts can be met in sports and entertaining media.

The author of the article states that a great majority of sports ratings on the post-Soviet space is dedicated to football and basketball. Upon that individual sports such as chess and tennis are not so interesting for those who make ratings.

The author of the publication makes out three stages of working over a material in the genre “rating”: developing criteria, selecting subjects for analysis and making hierarchy. Analyzing journalistic materials in the genre “rating” the author made out three forms of this genre: a classic rating, a partial rating and a rating-comparison. The author states that a classic rating and a rating-comparison demand from a journalist the depth of analysis and vast erudition whereas a partial rating can be made quicker and without much racking the depths of theme.

The author underlines that the practical texts and videos of journalists and bloggers have a wide range of drawbacks. For example, a site audience survey and copying the classifications of international organizations doesn't lead to making a material in the genre “rating”. There are also many typical mistakes such as absence of criteria, breaking set criteria, absence of analysis, breaking the principle of fullness while forming a selection and so on.

Key words: rating, selection, hierarchy, genre, analysis, criterion.

Полумисна О. О.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

**ЛЮДИНА З ІНВАЛІДНІСТЮ В УКРАЇНІ У ФОКУСІ НАУКИ
(ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ)**

У роботі виконано комплексний огляд наукової літератури за темою людина з інвалідністю в Україні. Подано оцінку впливу інвалідності на радянські програми ідентичності та моделювання радянської суб'єктності та самоврядування. Досліджено діяльність державних органів у сферах освіти, праці та культури глухих. Встановлено факт того, що у період Радянської України про проблеми людей з інвалідністю та про складнощі їхнього виживання взагалі не прийнято було говорити. Проаналізовано низку наукових робіт, у яких представлено огляд державної соціальної політики щодо осіб з інвалідністю. Визначено проблеми, які пов'язані із законодавчим забезпеченням, формуванням та реалізацією державної соціальної політики щодо осіб з інвалідністю. Представлено аналіз вироблених та чинних пропозицій щодо можливих шляхів проведення державної соціальної політики щодо інвалідів України відповідно до норм і положень міжнародних документів, у тому числі Конвенції, та практики їх реалізації. З'ясовано, що значна кількість наукових робіт про людей з інвалідністю та їхнє життя розроблена і представлена в законодавчій та правовій сферах. Встановлено, що в цих роботах дослідники часто порушують питання правових засад навчання, виховання і працевлаштування людей з інвалідністю. Окрім того, в окремих тематичних напрямках дослідження автори часто торкаються висвітлення культурного розвитку цього прошарку населення, їхніх досягнень, роблячи історичний екскурс і повертаючись до українського сьогодення. Визначено, що великий вплив на формування громадської думки має телевізійна журналістика. У низці праць, які стосуються різного роду соціальних проблем, прав людини та висвітлення цього в мас-медіа, представлено рівень обізнаності журналістів у сфері прав людини, рівності та дискримінації, зокрема надано поради щодо використання нетолерантної мови, уникнення дискримінації та стереотипного висвітлення у мас-медіа теми інвалідності.

Ключові слова: людина з інвалідністю в Україні, огляд наукової літератури, соціальна політика, соціум, дискримінація.

Постановка проблеми. Останнім часом багато дослідників з різних сфер, зокрема соціології, педагогіки, правознавства, юриспруденції, журналістики, медицини, проявляють зацікавленість до життя людини з інвалідністю, її проблем, намагаються окреслити шляхи їх вирішення. На цей час фактично відсутні праці, у яких би було вичерпно проаналізовано та систематизовано інформацію про людей з інвалідністю на території України. Огляд наукової думки стосується переважно вузького спрямування (однієї зі сфер). Тому вважаємо актуальним оглянути усі сфери, де вивчаються особливості життя, функціонування, проблеми людей з інвалідністю, що дозволить відтворити цілісну картину розвитку наукової думки щодо людей з інвалідністю. Тому метою цього дослідження визначаємо виконання огляду наукової літератури щодо вивчення проблем людини з інвалідністю в Україні.

Постановка завдання. Метою статті є комплексний огляд наукової літератури за темою

людина з інвалідністю в Україні, оцінка впливу інвалідності на радянські програми ідентичності та моделювання радянської суб'єктності та самоврядування, дослідження діяльності державних органів у сферах освіти, праці та культури глухих.

Виклад основного матеріалу. Варто зазначити, що в історії України та країн, що входили до складу Радянського Союзу, був період, коли про людей з інвалідністю і взагалі про їх наявність, проблеми, складнощі виживання було заборонено говорити. Саме за часів СРСР ця тема була табу йована. Ті люди, які намагалися все ж таки порушувати проблеми людей з інвалідністю, зазнавали утисків і, лише переїхавши до іншої країни, мали можливість доносити на міжнародній арені про жахливе становище цих людей. Одним із таких правдошукачів був В. Фефелов, який разом зі своїми друзями-інвалідами у 1978 році організував у Радянському Союзі Ініціативну Групу захисту прав інвалідів, внаслідок чого їх постійно почали

переслідувати влада та КДБ, проводити обшуки, вилучати матеріали, які мали відношення до становища людей з інвалідністю в СРСР. У книзі під назвою «В СССР инвалидов нет», що була видана у 1986 році за межами Радянського Союзу, автор говорить: «Людина, яка стала в СРСР інвалідом, одразу потрапляє в залежність від багатьох обставин <...> Паралізований інвалід на візку в СРСР не може безперешкодно переїхати вулицю, заїхати в будь-яку адміністративну або громадську установу (бібліотеку, кінотеатр, музей тощо). Просто щоб спуститися сходами свого будинку і вийти на вулицю, йому потрібна стороння допомога» [10]. Про їхнє жахливе фінансове становище він зазначає: «Набагато гірше справа, коли потрібно знайти засоби для купівлі собі всього необхідного – продукти, одяг. В СРСР існує достатньо велика кількість категорій інвалідів, на яких не поширюється навіть соціальне забезпечення. Багато хто отримує грошову допомогу та пенсії, які в декілька разів нижчі за прожитковий мінімум» [10]. Згадку про цю книгу ми знаходимо уже в сучасній пресі – в «Історичній правді». Так, В. Кіпіані в 2011 році опублікував статтю «В СССР инвалидов нет!...». Навряд чи ви колись читали подібне» [4], у якій робить огляд жахливого становища інвалідів у Радянському Союзі, спираючись на книгу вищезгаданого автора.

Ставлення держави до людей з інвалідністю від часу оприлюднення Гельсінських угод про права людини (1975) та Декларації про права інвалідів (1975) до часу Перебудови у 1985 році проаналізував С. Аткинс у своїй науковій праці “Whither the “new Soviet man”: persons with a physical disability in the Soviet Union, 1975–1993”. Моніторинг офіційних радянських реакцій на Міжнародний рік інвалідів (1981) також є важливим під час аналізу ставлення держави до осіб з інвалідністю. Крім того, дослідники вперше одержують уявлення про умови життя кількох людей з фізичною втрапою працездатності, частина з яких проживала у виправних та медичних установах. У цей час також спостерігається певна трансформація подання інформації у радянських ЗМІ щодо людей з інвалідністю, говориться про залучення людей з інвалідністю до спорту в Радянському Союзі за часів Перебудови. Знову ж таки, лише за кордоном могли опублікувати роботи, в яких аналізувався стан людей з інвалідністю. Так, у науковій праці С.Л. Shaw “Deaf in the USSR: ‘Defect’ and the New Soviet Person, 1917–1991”, виданій у Лондоні в 2011 році, розглядається історія глухих у Радянському Союзі від Лютневої революції

1917 року до падіння комунізму в 1991 році. Тут подана оцінка впливу інвалідності на радянські програми ідентичності та моделювання радянської суб’єктності та самоврядування, досліджується діяльність державних органів у сферах освіти, праці та культури глухих.

Окрім того, сьогодні пробують дослідити систему пенсійного забезпечення в СРСР після Великої Вітчизняної війни, зокрема підтримку людини з інвалідністю на той період. Це робить у своїй науковій статті «Розвиток пенсійного законодавства в СРСР у післявоєнний період» І. Михайлова. Нею встановлено, що умови пенсійного забезпечення найбільш важливих галузей промисловості покращилися, чого не можна було сказати про працівників села, оскільки єдиного державного пенсійного забезпечення для працівників села не існувало до 1965 року. Навіть після прийняття закону СРСР «Про пенсії і допомогу членам колгоспів» колгоспники-інваліди не мали права отримувати пенсії по інвалідності III групи внаслідок загального захворювання [5].

Історичний екскурс до життя та боротьби за права людей з інвалідністю в Україні за період 1990–2010-х років розглянуто в роботі Phillips S. “Disability and Mobile Citizenship in Postsocialist Ukraine”. У ній авторкою вивчається боротьба інвалідів в Україні та інших колишніх радянських державах за забезпечення їх прав під час бурхливих політичних, економічних та соціальних реформ у період 1990–2010 роках. З цією метою вона взяла інтерв’ю у людей з інвалідністю широкого соціального спектру: правозахисники, політики, студенти, робітники, підприємці, спортсмени та інші. Сара Філіпс фокусує свою увагу на досвіді спинальників, показує їх життя у прямому зображенні маргіналізації та дискримінації у різних сферах.

Саме поняття «інвалід» та його дефініції досліджували різні вчені. Наприклад, Р. Панасюк у своїй публікації проаналізував поняття «інвалід», інвалідність, показав їх еволюцію в історіогенезі. Л. Малюга вивчав аспекти використання поняття «інвалід» та його трактування. С. Корнієнко теоретично обґрунтувала дефініції «інвалід», «дитина-інвалід», «інвалідність» з огляду на соціальну модель інвалідності. Походження поняття «інвалідність», його значення та зв’язок із поняттям «непрацездатність» досліджувала у своїй статті Т. Шлапко.

Достатню кількість праць присвячено людям з інвалідністю у психології. Так, О. Ставицький підготував низку публікацій, у яких зосередив

увагу на проблемах людей з інвалідністю, зокрема, на особливостях їхнього професійного самовизначення та самореалізації, дослідженнях психологічних особливостей ставлення молоді до близьких людей з інвалідністю, сприйняття людьми з інвалідністю ставлення соціуму до себе.

Цій категорії населення в сфері психології присвячено дисертації. Наприклад, дисертація О. Клименко на тему «Становлення життєвої перспективи особистості в ситуації набутої інвалідності». Соціально-психологічні публікації, спрямовані на дослідження стереотипів щодо людей з інвалідністю, проводилися Л. Мазай. За її авторства з'явилася стаття «Соціально-психологічні стереотипи у ставленні до людей з інвалідністю».

У монографії «Психологія гандикапізму» О. Ставицький вивчав проблему формування гандикапізму та гандикапності, розкриваючи при цьому соціально-психологічні механізми, чинники та детермінанти генези і розвитку цього явища. Увага акцентується на психологічних засобах їх попередження. За його авторства був опублікований навчальний посібник «Комплекс гандикапу (інвалідність очима інваліда)», який присвячено дослідженню проблеми усвідомлення власної інвалідності та ставлення до себе людей з інвалідністю, вказано шляхи соціально-психологічної реабілітації людей з інвалідністю, які мають комплекс гандикапу.

Психолого-педагогічними аспектами розвитку особистості людей з інвалідністю займалися М. Томчук, В. Шевченко. Вони звертали увагу на психічний розвиток студентів-інвалідів. Цим питанням присвячено публікації Н. Седової, К. Польгун, Є. Клопоти, Л. Сердюк, А. Курбатової, Л. Рокотянської.

Психолого-педагогічні засади навчання та виховання людей з інвалідністю вивчалися у статтях І. Павлової «Проблема самоусвідомлення образу «Я» в осіб з ДЦП», Л. Калмикової «Теоретичний аналіз проблеми інтеграції дітей та молоді з особливими потребами в освітніх закладах», О. Купреєвої «Формування навичок самопрезентації у студентів з інвалідністю методом соціально-психологічного тренінгу», К. Кольченко «Організаційні засади забезпечення інклюзії студентів з інвалідністю в інтегроване освітнє середовище». Вчені торкаються проблем, які стосуються навчання, виховання та інклюзії людей з інвалідністю в загальноосвітнє середовище. Це публікації Є. Сарапулової, В. Пупишевої, Г. Пономарьової, Н. Гітун. Зокрема, О. Рибак захищено дисертацію на тему «Особливості ста-

новлення особистості дитини з типовим розвитком в сім'ї батьків з інвалідністю», у якій авторка досліджує проблему становлення особистості дитини з типовим розвитком у сім'ях батьків, які мають інвалідність, оскільки вони дуже часто стикаються з труднощами у вихованні дітей, не завжди толерантним ставленням до них інших людей, проблемами соціалізації [8].

Питанню інклюзивної освіти присвячено низку доробків. Наприклад, у навчальному посібнику «Інвалідність та суспільство» [3] за редакцією Л. Байди та О. Красюкової порушувалися питання інвалідності, показано еволюційний шлях поглядів на питання «інвалідності», вказувалося на права людини з інвалідністю, зверталася увага на моделі інвалідності та їх вплив на формування соціальної політики, робився акцент на інклюзивній освіті, на доступності як важливій умові реалізації прав людини, на ролі громадських організацій у формуванні інноваційних підходів до проблем з інвалідністю. У статті І. Шурми «Проблеми інтеграції людей з обмеженими можливостями в суспільство» проаналізовано поняття «інклюзія», «стигматизація», «соціалізація», автором визначено завдання соціального захисту населення тощо.

Концептуальні засади інклюзивної освіти висвітлила у своєму навчальному посібнику «Інклюзивна освіта» М. Порошенко, звернувши увагу на міжнародне та українське законодавство, що стосується розвитку інклюзивної освіти, акцентувавши увагу на зарубіжному досвіді впровадження інклюзивної освіти, наголосивши на особливостях навчання дитини з особливими освітніми потребами у закладах загальної середньої освіти.

Захищено докторську дисертацію «Теоретико-методичні засади організації інклюзивного навчання у вищих навчальних закладах країн Європейського Союзу», у якій її авторка Г. Давиденко сформулювала концептуальні засади організації інклюзивного навчання у вищих навчальних закладах Європейського Союзу, визначила психолого-ментальні, соціальні та організаційно-методичні умови впровадження інклюзивного навчання у ВНЗ Європейського Союзу.

У монографії «Інклюзивна освіта: реалії та перспективи» А. Колупаєва дослідила понятійно-термінологічний апарат інклюзивної освіти, проаналізувала українське та міжнародне законодавство щодо навчання людей з інвалідністю, розкрила особливості становлення інклюзивної освіти у Європі та Америці, запропонувала

теоретико-експериментальну модель інклюзивної освіти в Україні.

Велика кількість наукових робіт про людей з інвалідністю та їхнє життя розроблена у правовій сфері. У докторській дисертації О. Паровишника «Адміністративно-правове регулювання в сфері забезпечення прав інвалідів» з'ясовується сутність і значення адміністративно-правового регулювання забезпечення прав інвалідів в Україні.

Часто дослідники торкаються правових засад навчання, виховання і працевлаштування людей з інвалідністю. Як приклад Н. Стульпінас у своїй статті «Гідна праця інвалідів в Україні в контексті здійснення Плану дій Ради Європи щодо забезпечення прав та повноцінної участі інвалідів у суспільному житті (2006–2015 роки) та Конвенції ООН про права інвалідів» вивчає головні принципи та стратегії зайнятості людей з інвалідністю у цих двох міжнародних документах, на основі чого пропонує заходи, які, на його думку, повинні забезпечити більш досконалу систему професійної інтеграції людей з інвалідністю в Україні. Н. Зезека вказує на особливості надання послуг з працевлаштування осіб з обмеженими можливостями Державною службою зайнятості України, їх соціального захисту. Проблеми на ринку праці та складнощі щодо працевлаштування людей з інвалідністю досліджує Е. Кучменко, вказуючи шляхи їх вирішення та роль Державної служби зайнятості в цьому процесі. Аналогічною проблемою займається В. Вінніченко у своїй науковій праці «Правове регулювання праці осіб з інвалідністю в Україні». В. Абрамова розглядає сучасні проблеми створення рівних можливостей щодо реалізації права на освіту та працевлаштування для людей з інвалідністю, їх залучення до активного життя в соціумі. Правовий посібник «Права інвалідів в українському законодавстві», довідник для роботодавців «Працевлаштування та зайнятість людей з інвалідністю» містять інформацію щодо нормативно-правових засад щодо працевлаштування людей з інвалідністю, організації їх робочого місця, підбору роботи, взаємодії працедавців з державним апаратом тощо. У цій сфері захищено низку дисертацій (М. Чічкань, О. Віжун, В. Мельник). Останнім було також розкрито теоретико-правові аспекти соціального захисту людей з інвалідністю у країнах ЄС (Австрія, Болгарія, Німеччина, Швеція), відзначено важливість досвіду цих держав для України у статті «Соціальний захист осіб з інвалідністю: засади правового регулювання окремих держав – членів ЄС». Наприклад, В. Тарасенко «Правове забезпечення

соціального захисту дітей-інвалідів в Україні», спираючись на чинне законодавство про соціальний захист дітей-інвалідів, з'ясувала основні проблеми правового регулювання і фактичної реалізації соціального захисту дітей з інвалідністю. У цьому контексті можемо згадати про статтю Л. Котової «Право осіб з інвалідністю на соціальне забезпечення», у якій аналізується як міжнародне, так і українське законодавство. О. Віжунів захистив кандидатську дисертацію «Правове регулювання соціального забезпечення осіб з інвалідністю в Україні та країнах ЄС», у якій автор намагався з'ясувати сучасний стан правового регулювання соціального забезпечення людей з інвалідністю, внаслідок чого розробив теоретико-практичні пропозиції та рекомендації щодо його удосконалення, спираючись на досвід країн Європейського Союзу.

Тема медичної, фізичної, професійної реабілітації людей з інвалідністю розкривається у статтях І. Бобренко «Формування рухових умінь дітей зі складними порушеннями психофізичного розвитку», М. Авраменко «Основні аспекти організації лікувальної фізкультури в умовах всеукраїнського центру професійної реабілітації інвалідів», Л. Березовської «Реабілітація дітей з особливими потребами як соціальна проблема», Р. Баннікової «Фізична реабілітація та соціальна адаптація осіб з дитячим церебральним паралічем на пізній резидуальній стадії», К. Яримбаш «Педагогічні основи корекції рухової сфери слабозорих підлітків на заняттях з оздоровчого плавання», Л. Кравчук «Проблеми фізичного здоров'я і оздоровчі заходи в супроводі навчання студентів з особливими потребами», Г. Бойко «Проблеми впровадження реабілітаційного супроводу навчання студентів з особливими потребами». Ю. Ляним щодо цієї теми захищена докторська дисертація «Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх магістрів з фізичної реабілітації у вищих навчальних закладах». Е. Макарова у своїй науковій статті «Основні положення міжнародних класифікацій як критерії визначення стану здоров'я в реабілітації осіб з інвалідністю» проаналізувала зміст міжнародних класифікацій у визначенні стану здоров'я, обґрунтувала необхідність їх застосування у практиці фізичної реабілітації людей з інвалідністю.

Оскільки на сучасному етапі має превалювати соціальна модель інвалідності, а не медична, низку наукових праць присвячено особливостям адаптації навколишнього середовища до потреб людей з різними формами інвалідності.

Так, наприклад, Ю. Метко у своїй праці «Адаптація навколишнього середовища до неповносправних з пошкодженням спинного мозку» виявляє на підставі основних параметрів пристосування навколишнього середовища до потреб осіб, що користуються інвалідними візками. О. Мурашова аналізує у своєму доробку «Розроблення Альбому технічних рішень щодо архітектурного планування закладів тимчасового та постійного перебування для інвалідів з розумовою відсталістю» вітчизняний та зарубіжний досвід щодо архітектурно-планувальної організації закладів тимчасового та постійного перебування інвалідів з розумовою відсталістю. Вона висловлює пропозиції щодо архітектурних та технічних рішень закладів тимчасового та постійного перебування інвалідів з такими проблемами, розміщення спеціального обладнання та умеблювання цих закладів. У кандидатській дисертації В. Нестеренка «Ергономічні принципи удосконалення архітектури закладів вищої освіти адаптованих до людей з обмеженими можливостями» проаналізовано та класифіковано моделі сприйняття інвалідності в контексті соціальної адаптації студентів, які мають інвалідність або фізичне обмеження здоров'я до архітектурного середовища закладу вищої освіти. Зокрема, розглянуто діяльність європейських закладів, США та СНД з питань доступності архітектурного середовища для студентів та інших осіб з інвалідністю. К. Боровик вивчає проблему доступності для маломобільних груп населення в регіональному вимірі Донбасу, особливу увагу приділяючи ергономічним і функціонально-планувальним аспектам. Цей регіон на предмет доступності досліджував у своєму науковому доробку О. Виноградов «Оцінка доступності громадських об'єктів м. Кременна Луганської області для мало мобільних груп населення».

У національній доповіді «Про становище осіб з інвалідністю» здійснюється аналіз державної соціальної політики щодо осіб з інвалідністю. Окрім того, визначено проблеми, пов'язані із законодавчим забезпеченням, формуванням та реалізацією державної соціальної політики щодо осіб з інвалідністю, вироблено пропозиції щодо можливих шляхів приведення державної соціальної політики щодо інвалідів в Україні у відповідність до норм і положень міжнародних документів, у тому числі Конвенції, та практики їх реалізації. В. Лебедева у статті «Сучасна оцінка соціально-економічного забезпечення осіб з інвалідністю в Україні» здійснила комплексний аналіз стану соціально-економічного забезпечення

людей з інвалідністю в Україні, виявила певні тенденції, розділивши їх на позитивні, негативні та проблемні. «Сучасні проблеми соціальної політики в сфері захисту осіб з інвалідністю» вивчає Н. Сокур, яка у своєму науковому доробку описує проблеми у сфері захисту інвалідів, які потрібно вирішити, щоб люди з інвалідністю могли повноцінно інтегрувати у суспільство, розглядає основні наявні моделі інвалідності, з'ясовує роль громадських організацій у процесі захисту людей з інвалідністю.

У ресурсному посібнику «Охорона здоров'я і права людини» в одному із розділів «Інвалідність, інтеграція, здоров'я і права людини» увага акцентується на міжнародних та регіональних стандартах з прав людини, на прикладах ефективних програм прав людини у сфері інвалідності, охорони здоров'я та життя в соціумі.

До спеціалізованої літератури відносимо посібник «Дитина зі світу тиші» за редакцією С. Кульбиди, де авторами надана повна інформація про людей із порушеннями слуху: параметри слуху, види, типи порушень слуху, особливості обстеження цієї категорії населення, компенсаторні можливості для них, заклади, в яких можна пройти реабілітацію, специфіку підготовки дитини з вадами слуху до навчання у школі, для батьків цих дітей схарактеризовано навчальні заклади в Україні, розглянуто особливості системи навчання нечуючих дітей за кордоном. Окрім того, автори торкаються висвітлення культурного розвитку цього прошарку населення, їхніх досягнень, роблячи історичний екскурс і повертаючись до українського сьогодення, характеризуючи відомих людей з порушення слуху: поетів, письменників, журналістів, акторів, художників, спортсменів тощо.

О. Потимко у статті «Незрячі в Україні: реалії, досягнення, проблеми» проаналізувала стан людей з вадами зору в освітньому, культурному просторі, акцентувала увагу на їхньому соціальному захисті, зокрема на ринку праці, вказала на сильні та слабкі сторони існування різних неурядових організацій, які переймаються проблемами цієї категорії населення.

Більш детальну увагу ми зосередимо на ознайомленні з працями, у яких торкаються проблем людей з інвалідністю у контексті засобів масової інформації. Наприклад, Т. Бондаренко у своїй публікації досліджувала роль регіональної медіакомпанії «Сильні духом», їхнього функціоналу в процесі допомоги у відновленні морального, психічного, фізичного здоров'я людей з інвалідністю,

сприяння їхній інтеграції в український соціум. Авторка передусім звертає увагу на дослідження комунікативних стратегій і тактик як інструментів, що дають можливість реалізувати соціально-інформаційний проєкт та, за її словами, сприяють окресленню ідейно-тематичних орієнтирів, що суттєво впливають на формування у суспільстві «моральних цінностей (життєвий оптимізм, сила духу, толерантне ставлення тощо)» [1]. Інформаційні кампанії досить ефективно впливають на соціум і формують певну громадську думку про людей з інвалідністю. Тому авторка робить акцент на чотирьох основних комунікативних стратегіях: 1. Стратегія формування образу людини з інвалідністю та її оточення як успішних оптимістичних особистостей; 2. Стратегія соціальної інтеграції людей з інвалідністю; 3. Стратегія формування толерантного ставлення до людей з інвалідністю; 4. Стратегія привернення уваги державних і громадських організацій [1].

М. Бутиріна у своїй статті «Мас-медійний образ людей з особливими потребами» досліджує, яким чином мас-медіа формують уявлення про людей з інвалідністю. Авторка виокремила тематичні вектори, які торкаються цієї проблеми: «Безбар'єрне середовище, або як зробити міське середовище зручним для людей із особливими потребами»; «Інклюзивна освіта»; «Медичні та технічні засоби реабілітації людей із особливими потребами»; «Проблеми соціальної адаптації дітей із особливими потребами» [2], акцентувала увагу на темі паралімпізму, оскільки «цей різновид спорту подається у ЗМІ як можливість найповнішої реалізації інвалідами потреб вищого рівня». Дотримуємося думки дослідниці щодо оптимізації підходів до створення образів людини з інвалідністю. За її словами, «... найбільш прийнятним форматом тут є невігдані індивідуалізовані історії таких людей, представлені від першої особи. Це унеможлиблює викривлення й некоректні оцінки. Продуктивним є також жанр інтерв'ю, який дозволяє людям з особливими потребами висловитись щодо проблем, що їх турбують» [2].

У посібнику з інклюзивного прийняття рішень для ЗМІ «Нічого для нас без нас», виданого в рамках проєкту «Інклюзивні рішення для рівноправного та відповідального суспільства» за сприяння Європейської Комісії та Британської Ради, автори ставили за мету «допомогти тим, хто відповідає за розробку інклюзивної політики, залучити до процесу прийняття рішень людей з інвалідністю» [7]. Вони впевнені, що засоби масової інформації у такому процесі відіграють провідну роль,

оскільки здатні впливати на громадську думку та ставлення до людей з інвалідністю, руйнуючи при цьому усталені стереотипи щодо них і показуючи їх можливості. «Усе, що нас стосується, має здійснюватися за нашою участю» [7] – саме таке правило має бути застосоване в роботі з людьми, які мають інвалідність, тобто залучення до співпраці цієї категорії людей лише сприятиме її ефективності.

О. Фудорова у своїй статті «Роль мас-медіа у формуванні громадської думки щодо осіб з обмеженими можливостями: експертні оцінки» вважає, що одним зі шляхів боротьби зі стигмою «інвалід» може бути «практика висвітлення життєвих успіхів окремих осіб з обмеженими можливостями, зокрема із залученням мас-медіа» [11]. Авторка провела опитування серед людей з інвалідністю і встановила основні фактори життєвого успіху для них. Насамперед це наявність вищої освіти, оскільки її отримання є запорукою того, що вони зможуть соціально адаптуватися, так зване «розширення соціальних контактів» [11], отримати нові знання, нові знайомства, у майбутньому працевлаштуватися. У цьому разі авторка наголошує на важливості мас-медіа, називаючи її «чи не єдиною поєднувальною ланкою з оточуючим світом між здоровою частиною населення та представниками соціально уразливої групи, зокрема, особами з обмеженими можливостями», і саме діяльність ЗМІ, на її думку, «може сприяти «боротьбі» з існуючими негативними соціальними стереотипами щодо людей з фізичними вадами, тим самим змінюючи їх образ «нетипових» в очах здорового» [11].

Специфіку репрезентації образу людини із особливими потребами представлено у публікації О. Свінціцької «Образ людини з особливими потребами в репрезентаціях житомирських інформаційно-новинних порталів: світоглядно-ціннісне та естетичне моделювання». Авторка проаналізувала журналістські тексти про людей з інвалідністю на прикладі житомирських сайтів, звертаючи увагу на заголовки, візуальний та естетичний складники. Ці повідомлення присвячені проблемам інвалідів, проєктам та програмам для забезпечення їх нагальних потреб та надання можливостей розвитку, спортивної активності, порушенням прав людей з інвалідністю, внаслідок чого зробила висновок: «левова частина матеріалів про осіб з обмеженими фізичними можливостями змушує нас визнати ніби «провал комунікації» (Е. Левінас) між світами людини фізично-здорової та з обмеженими фізичними можливостями»

[9]. Великий вплив на формування громадської думки має телевізійна журналістика. О. Михайлова у своїй статті «Стандарти відображення проблем людей з інвалідністю в теленовинах» дослідила стандарти, правила та принципи висвітлення соціальної проблематики в українських теленовинах, на основі чого авторка сформулювала рекомендації щодо правил та принципів висвітлення соціальної проблематики в теленовинах» [6].

Низка праць (конспекти лекцій), які стосуються різного роду соціальних проблем, прав людини та висвітлення цього в мас-медіа, опубліковано у збірнику під назвою «Права людини та мас-медіа в Україні». Одна із авторів, Т. Ковальова, у лекційному матеріалі за темою «Як мас-медіа руйнують стереотипи про людей з інвалідністю» звертає увагу на обізнаність журналістів у сфері прав людини, рівність та дискримінацію, зокрема дає поради щодо використання нетолерантної мови, уникнення дискримінації та стереотипного висвітлення у мас-медіа теми інвалідності.

Висновки і пропозиції. У результаті виконаного огляду наукової літератури за темою «Людина з інвалідністю в Україні» варто виокремити два наукові підходи до цього питання, які окреслилися в результаті проведеного аналізу. Перший підхід у науковій літературі представлений невеликим обсягом досліджень, що домінував у часи, коли територія України знаходилася у складі Радянського Союзу. Причиною фактичної відсутності наукових праць з цієї теми є загальний ідеологічний напрям радянщини, ідеотика якого априорі виключала із соціальних та наукових лав досліджувану категорію населення. Другий підхід хронологічно обмежений часом незалежності, під час якого науковці повернулися до дослідження життя, проблем та діяльності категорії людей з інвалідністю. Дослідники намагаються всебічно представити питання правових засад, навчання, виховання, працевлаштування, досягнень, роблять історичний екскурс та висвітлюють культурний розвиток людей з інвалідністю у контексті сьогодення.

Список літератури:

1. Бондаренко Т. Регіональна медіакомпанія «Сильні духом» як соціально-інформаційний проект. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. 2014. № 1143. Вип. 6. С. 28–35.
2. Бутиріна М. Мас-медійний образ людей із особливими потребами *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 1143. Вип. 6. С. 35–38.
3. Інвалідність та суспільство. Навчальний посібник. За заг. ред. Л. Байди, О. Красюкової. Київ, 2011. 187 с.
4. Кіпіані В. «В СССР инвалидов нет!..». Навряд чи ви колись читали подібне». Історична правда. 2011. URL: https://www.istpravda.com.ua/reviews/2011/12/30/66648/view_print/.
5. Михайлова І. Розвиток пенсійного законодавства в СРСР у післявоєнний період. *Університетські наукові записки*. 2017. № 63. С. 193–203.
6. Михайлова О. Стандарти відображення проблем людей з інвалідністю в теленовинах. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 57. С. 46–51.
7. Нічого для нас без нас: Посібник з інклюзивного прийняття рішень для засобів масової інформації. За заг. ред. Виртосу І. Київ : Ленвіт, 2015. 92 с.
8. Рибак О. Особливості становлення особистості дитини з типовим розвитком в сім'ї батьків з інвалідністю : дис. канд. пед. наук. Кам'янець-Подільський, 2018. 206 с.
9. Свінціцька О. Образ людини з особливими потребами в репрезентаціях житомирських інформаційно-новинних порталів: світоглядно-ціннісне та естетичне моделювання. *Наукові записки. Соціальні комунікації*. 2015. 2 (51). С. 108–118.
10. Фефелов В. В СССР инвалидов нет!.. London: Overseas Publications Interchange Ltd, 1986. 163 с. URL: <https://knigago.com/books/nonf-all/nonf-biography/137327-valeriy-fefyolov-v-sssr-invalidov-net/?p=2>.
11. Фудорова О. Роль мас-медіа у формуванні громадської думки щодо осіб з обмеженими можливостями: експертні оцінки. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2012. № 993. С. 117–125.

Polumysna O. O. A PERSON WITH DISABILITY IN UKRAINE IN THE FOCUS OF SCIENCE (LITERATURE REVIEW)

The paper provides a comprehensive review of the scientific literature on the topic of people with disabilities in Ukraine. An assessment of the impact of disability on Soviet identity programs and modeling of Soviet subjectivity and self-government is given. The activity of state bodies in the spheres of education, work and culture of the deaf is studied. It has been established that in the period of Soviet Ukraine it was not

common to talk about the problems of people with disabilities and the difficulties of their survival. A number of scientific papers are analyzed, which present an overview of the state social policy on persons with disabilities. Problems related to the legislative provision, formation and implementation of the state social policy on persons with disabilities have been identified. An analysis of the developed and current proposals on possible ways to bring the state social policy on the disabled of Ukraine in accordance with the norms and provisions of international documents, including the Convention, and the practice of their implementation is presented. It was found that a significant amount of scientific work on people with disabilities and their lives has been developed in the legislative and legal spheres. It is established that in these works, researchers often raise the legal basis of education, upbringing and employment of people with disabilities. In addition, in some thematic areas of research, the authors often touch on the coverage of the cultural development of this segment of the population, their achievements, making a historical excursion and returning to the Ukrainian present. It is determined that television journalism has a great influence on the formation of public opinion. A number of works dealing with various social issues, human rights and media coverage present the level of awareness of journalists in the field of human rights, equality and discrimination. In particular, advice was given on the use of intolerant language, avoidance of discrimination and stereotypical coverage of disability issues in the media.

Key words: *a person with a disability in Ukraine, review of scientific literature, social policy, society, discrimination.*

Скорих Т. О.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ СТУДЕНТСЬКОЇ ПЕРІОДИКИ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто й охарактеризовано два підходи до популяризації студентських періодичних видань. По-перше, з'ясовано засоби, за допомогою яких редакції студентських видань спільно із профільними установами зможуть змінити видавничий статус з «видання, призначеного для обмеженої групи читачів» на статус «часопис, призначений для широкого кола читачів, яких цікавить психологія творчості, особливості функціонування закладів вищої освіти, ідентифікування студентської молоді, соціалізація студентів, студентське життя, проблеми студентів, світогляд студентів, їхні цілі і прагнення». По-друге, інтерпретовано низку інструментів впливу на читачів, застосовуючи які, студентські редакції підвищать рівень зацікавленості до своїх видань і сприятимуть розвитку інтересу до читання загалом.

Встановлено, що популяризація студентських видань ґрунтується на застосуванні комунікаційних моделей взаємодії студентських редакцій із суспільством загалом і студентами-читачами зокрема. Способи популяризації студентської періодики розподілено на два види: зовнішньо- і внутрішньоресурсні. З'ясовано, що основним зовнішньоресурсним способом популяризації студентської періодики є організація державою і профільними установами конкурсів, конференцій, семінарів, під час яких у форматі обговорень спільнота фахівців медіа і членів студентських редакцій узагальнює свій досвід, знання й уміння щодо аспектів удосконалення функціонування сучасних студентських періодичних видань.

Проаналізовано внутрішньоресурсні способи популяризації, які здійснює безпосередньо студентська редакція. Це низка заходів редакцій студентської періодики щодо залучення читачів до перегляду, прочитання видань, підтримки їхньої зацікавленості, читацького попиту. Зокрема, моделювання й дослідження портрету читацької аудиторії (опитування, анкетування), підтримання зворотного зв'язку з читачами (опитування, моніторинг дописів, коментарів у соціальних медіа та на сайті видання), медіа-конвергенція (створення різних платформ для розширення доступності технічних можливостей ознайомлення із виданням), співпраця з рекламними агенціями та інформаційний супровід заходів. З'ясовано, що популяризувати своє видання студентська редакція може не тільки серед читачів, але й серед потенційних колег, конкурентів, запрошуючи їх до співпраці (публікація постерів, банерів щодо пошуку кадрів, організація майстер-класів в інших студентських видавничих осередках).

Закцентовано увагу на тому, що ефективність популяризації студентської періодики залежить від взаємодоповнення дій суб'єктів зовнішньо- і внутрішньоресурсних способів популяризації та проведення ними комплексної програми щодо підвищення рівня зацікавлення студентськими виданнями.

Ключові слова: популяризація, способи популяризації, студентська періодика, студентські редакції, інструменти впливу на читача, портрет читача, конкурси студентських видань.

Постановка проблеми. Студентська періодика належить до виду видань, яким складно конкурувати в сучасному інформаційному просторі. По-перше, тому, що студентські видання помилково ототожнюють й ідентифікують із молодіжними або корпоративними. Таким чином, легітимність самостійного статусу цих видань не завжди очевидна. По-друге, видання для студентів, створене студентами і про студентів, – цікаве обмеженому колу читацької аудиторії, з огляду на специфіку тематики й контенту. На рейтинг цих видань, його (не)читабельність, (не)популярність

загалом впливає й те, що не всі студентські редакції у своїй діяльності зважають на видавничі стандарти, а тому видання студентів характеризуються свободою думки й широким діапазоном не завжди якісних засобів редакційно-видавничого оформлення. Також не всі студентські видавничі осередки володіють технологією створення електронних видань, паралельного дублювання контенту друкованого періодичного видання на сайті чи в соціальних медіа. Отже, дізнатися про існування того чи іншого студентського видання пересічному читачеві складно. Таке видання не відшукаєш

у загальноукраїнському каталозі видань, адже здебільшого ці видання не реєструють як суб'єкт видавничої діяльності. Окремого реєстру студентських медіа теж не існує. Дізнатися про існування студентської періодики можна тільки завдяки заходам популяризації. Необхідність дослідження комунікаційних моделей популяризації періодичних видань студентів, а також відсутність комплексних досліджень комунікаційної майстерності студентських редакцій щодо розповсюдження своїх видань та інформації про них серед широкого загалу читачів зумовлює актуальність запропонованого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Феномен медіа загалом і періодики зокрема в тому, що вони є засобом популяризації послуг, діяльності, закладів у цілому (С. Федущко «Популяризація послуг відділу академічної установи в соціальних медіа», Т. Білушак «Використання видів соціальних медіа в популяризації розважального закладу ПП Клуб достойних львів'ян «Лялька», К. Гулін «Інтернет-портал як засіб популяризації діяльності наукової організації»), знань (А. Сененко «Популяризація досягнень науковців Академії в медіа-просторі»), масової культури (Ю. Сабадаш «Роль мас-медіа у популяризації масової культури»); засобом формування іміджу (Н. Пилипенко «Формування іміджу бібліотеки за допомогою соціальних медіа»). У контексті кореляції медіа й популяризації знаходимо наукові напрацювання щодо чинників популяризації (А. Петрушка «Функціональність інформації як чинник популяризації знань мас-медіа», К. Нікішова «Текст в інтерактивних формах популяризації знань: редакторський аспект»), алгоритму популяризації книжкових видань (Н. Зелінська «Сучасний досвід рекламування й популяризації книжкових видань українських видавництв у мережі Інтернет»). Практики популяризації періодики, зокрема студентської, не були аспектом розгляду дослідників.

Постановка завдання. Відтак мета дослідження – охарактеризувати підходи до популяризації студентських видань та визначити основні зовнішньо- і внутрішньоресурсні способи популяризації періодики студентів.

Виклад основного матеріалу. Традиційно поняття «популяризація» визначають як «інформування суспільства про певні досягнення», «поширення серед мас надбань, пропаганда знань», «виклад складного питання у доступній формі, поширення знань, досвіду» [2, с. 60]. З огляду на зазначені дефініції, узагальнимо поняття «попу-

ляризувати» як надавати або набувати статусу загальновідомого, схваленого серед широких верств; викликати захоплення, зацікавлення, уподобання серед масової аудиторії. Екстраполюючи різні визначення поняття «популяризація» на феномен студентської періодики та врахувавши аспекти тлумачення дієслівного терміна «популяризувати», розрізняємо два підходи до популяризації студентських періодичних видань.

Перший підхід. Популяризацію студентської періодики визначимо як зміну видавничого статусу видання з позицій студентського, молодіжного, корпоративного видання, призначеного обмеженій, вузькій групі читачів, на позиції часопису, цікавого й корисного якнайширшим колам читачів, яких цікавить психологія творчості, особливості функціонування закладів вищої освіти (далі – ЗВО), ідентифікування студентської молоді, соціалізація студентів, студентське життя загалом, проблеми студентів, світогляд студентів, їхні цілі і прагнення.

Другий підхід. Популяризація студентських видань – це розвиток інтересу до читання молоді, що реалізується на рівні підбору тем, контенту до цих видань, запровадження низки заходів та інструментів впливу на наявну й потенційну читацьку аудиторію.

Популяризація ґрунтується на застосуванні комунікаційних моделей взаємодії із суспільством загалом і студентами-читачами зокрема. Основні способи популяризації студентської періодики можна поділити на зовнішньо- і внутрішньоресурсні. Зовнішні способи – це організація і проведення заходів щодо сприяння розвитку, підвищення ролі медіа у вихованні молодого покоління, організованих державою і профільними установами. До таких заходів відносимо Всеукраїнський конкурс ЗМІ «Вища школа», Всеукраїнський конкурс студентських ЗМІ, Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт із галузі «Журналістика», регіональні конкурси Дніпропетровської обласної державної адміністрації «Кращий студентський ЗМІ Дніпропетровщини», «Студент року Дніпропетровщини» (з номінацією «Студентське ЗМІ»), Міський конкурс-форум університетських газет «Літопис» (місто Харків), Всеукраїнську виставку студентських мас-медіа, Міжнародні науково-практичні конференції «Студентські мас-медіа в Україні: реалії та перспективи розвитку», «Асоціювання студентської журналістики: через навчання до професійного розвитку», Всеукраїнську студентську наукову конференцію «Реалії та перспективи розвитку

сучасного мас-медійного простору», семінар «Висвітлення життя студентів-переселенців у студентських ЗМІ».

Ознайомлюючись із Положенням до цих конкурсів, з'ясовуємо, що засновниками і членами підтримки цих заходів є Міністерство освіти і науки України, Асоціація працівників ЗМІ України, Державний комітет телебачення і радіомовлення України, Всесвітня служба «Українське телебачення і радіомовлення», Національна радіокомпанія України тощо. Мета видавничих конкурсів – «активізувати висвітлення в ЗМІ актуальних проблем вищої школи для привернення до їх розв'язання уваги суспільства й держави» [1]. За підсумками конкурсу видають спеціальний збірник газетно-журнальних публікацій «Вища школа у дзеркалі ЗМІ», нагороджують номінантів дипломами й цінними подарунками. Таким чином, заходи подібного спрямування та їхня медійна підтримка підтверджують факт існування самостійного виду видань – студентської періодики; засвідчують належний і високий рівень її функціонування, видавничого оформлення й тематичного наповнення; сприяють у побудові іміджу ЗВО, який є органом-засновником цього періодичного видання. Зауважимо, що безпосередньо й ЗВО, публікуючи допис про участь колективу редакції студентського видання у такому конкурсі, результати цієї участі, а то й презентуючи репродукції отриманих нагород, фотозвіти нагородження редакційного колективу, долучаються до участі в заходах популяризації періодичних видань студентів.

Наукові конференції «Українські студентські медіа: історія становлення та проблеми функціонування в сучасних умовах» організовують за підтримки ЗВО зазвичай факультети філології, журналістики, видавничої справи та редагування, реклами та зв'язків з громадськістю. До співпраці з академічною науковою спільнотою запрошуються безпосередньо учасники студентських редакцій, читачі студентської періодики, дослідники медіа, аби обговорити, узагальнити тенденції розвитку студентських періодичних видань. Відтак тематика таких конференцій має значний діапазон для роздумів, як-от: історичний контекст студентської періодики, її структурно-типологічні характеристики, жанрово-тематичне наповнення, дизайн; лінгвостилістичні особливості публікацій авторів-студентів; основні проблеми студентських редакцій та студентської преси загалом; феномен молодіжних інтернет-видань на українському медіа-ринку (конференція Вінницького

державного педагогічного університету імені М. Коцюбинського, Факультет філології й журналістики імені М. Стельмаха, 31 березня 2017). Поширеною є і практика проведення комплексних заходів, де можна взяти участь у роботі секційних напрямів (Роль студентських мас-медіа у формуванні журналіста-професіонала; Проблеми фінансового забезпечення студентських ЗМІ; Редакційна політика студентського ЗМІ та особливості роботи студента-журналіста; Менеджмент студентських мас-медіа; Маркетингова політика редакції студентського ЗМІ; Особливості реклами у студентській пресі; Відносини «адміністрація ЗВО – студентський ЗМІ»; Самвидав та інтернет-проекти; Блоги як особливий тип студентської журналістики; Мовностилістичні особливості студентських видань; Зовнішнє оформлення, верстка, дизайн та інфографіка студентських ЗМІ; Студентські мас-медіа: до історії зародження вітчизняних і закордонних ЗМІ; Студентські ЗМІ як складник формування корпоративного стилю ЗВО; Незалежні студентські ЗМІ; Особливості роботи преси ЗВО); долучитися до Погодження плану роботи асоціації студентів-журналістів України; побачити Всеукраїнську виставку студентських ЗМІ й роботи учасників конкурсу студентських мас-медіа; прослухати та відрефлексувати на тренінгу відомих медіа-експертів і журналістів (Запорізький національний університет, 13–15 травня 2008).

Для студентів факультетів журналістики, редакторів та журналістів студентських видань проводять також семінар «Висвітлення життя студентів-переселенців у студентських ЗМІ». Молоді журналісти мають змогу ознайомитися із європейськими стандартами роботи студентських ЗМІ, етикою журналістів, питаннями мови ворожечі, проблемами дискримінації у студентських ЗМІ та популяризації ідей толерантності у студентському середовищі.

Таким чином, зовнішньоресурсні способи популяризації (організація конкурсів, конференцій, семінарів) мають на меті трансформувати видавничий статус студентських видань. Спільнота науковців, дослідників, фахівців медіа, членів студентських редакцій, читачі, критики узагальнюють свій досвід, знання й уміння щодо аспектів оцінки, удосконалення, підтримки функціонування й популяризації серед широкого загалу сучасних студентських періодичних видань. Проте основний комплекс заходів із популяризації видань студентів має здійснювати саме студентська редакція.

Внутрішньоресурсні способи популяризації стосуються низки заходів редакцій студентської періодики щодо залучення читачів до перегляду, прочитання видань, підтримки їхньої зацікавленості, читацького попиту. По-перше, аби зацікавити читача своїм виданням, редакція має змодельовати портрет свого читача, його звички читання, уподобання щодо тем. Редакція студентської періодики має «мислити мультимедійними категоріями, активно досліджувати своїх споживачів, бо без цього вони не зможуть активно працювати на ринку ЗМІ» [4, с. 273]. Редактори студентського видавничого осередку проводять опитування студентів-читачів за допомогою очного анкетування в аудиторіях ЗВО, заочного анкетування в соціальних медіа. При цьому це може бути як відкрита форма, коли студент самостійно зазначає відповідь, занотовує свій варіант (рисунок 1), і закрита, коли йому пропонують обрати відповідь із низки варіантів. Розуміючи запити аудиторії, редакція зможе правильно підібрати контент, підтримувати зацікавленість публікаціями, створювати інформаційні приводи, висвітлювати актуальні теми для своєї читацької аудиторії.

Опитування читачів-студентів стосуються не тільки уподобань щодо контенту, але й естетики дизайну, адже «стиль і колорит студентського видання мають бути сумісними із запитами аудиторії, якій він адресований. Дизайн періодичного видання студентів – засіб забезпечення не тільки високої якості видання, а й зацікавлення читачів» [5, с. 28].

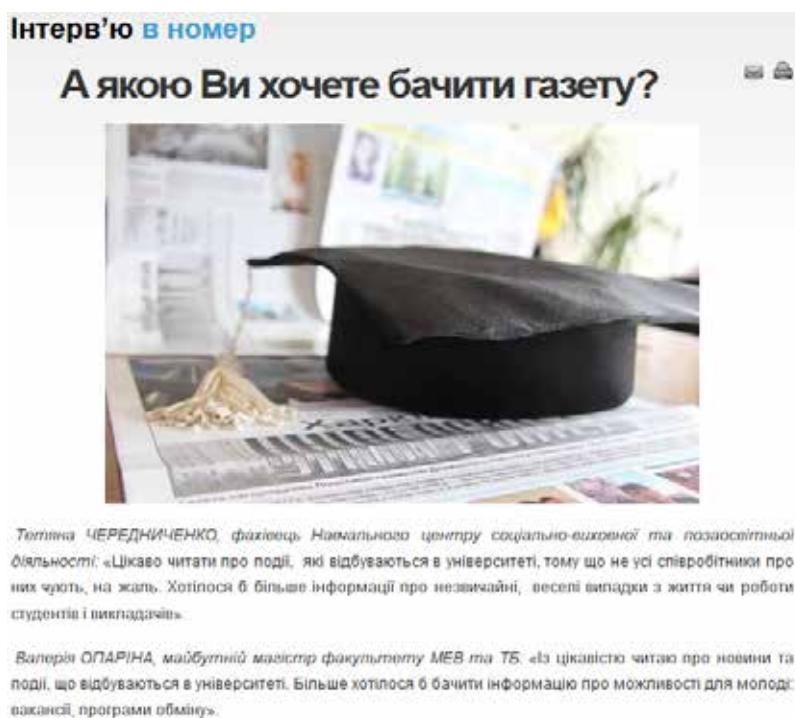


Рис. 1. Анкетування студентів. Відкрита форма

Аби донести інформацію до читачів різного рівня читацьких звичок (читання паперових видань, перегляд електронних версій), редакції студентських видань мають або дублювати контент паперового примірника на сайті видання чи у відповідній групі в соціальних медіа, або створювати унікальний контент для соціальної платформи популяризації, розміщуючи там тільки pdf-версію поточного випуску видання або посилання на номер на видавничих ресурсах для перегляду (Calameo, issuu.com). Крім цього, комунікація з читачами неможлива без підтримання зворотного зв'язку. З цією метою редакції проводять опитування щодо прочитаних статей, цікавляться думкою, враженнями читачів, їхніми відгуками (рисунок 2). Для цього впроваджують функціонал коментування, дописування в соціальних медіа та на сайтах видання, здійснюють моніторинг активності читачів щодо уподобань (лайк, шер, перепощення). Отже, медіа-конвергенція як злиття технологій, завдяки яким читацька аудиторія має змогу одержувати однакові інформпродукти в різний спосіб, різними каналами, є засобом популяризації періодичних видань.

Варто зауважити, що популяризувати своє видання студентська редакція може не тільки серед читачів, але й потенційних колег, конкурентів, запрошуючи їх до співпраці. Учасники редакцій публікують постери, банери щодо пошуку кадрів (рисунок 3), проводять майстер-класи в інших студентських видавничих осередках.

Така форма комунікації сприяє і безпосередньо ініціатору майстер-класу в обміні видавничим досвідом, пошуку кадрів для співпраці, і учасникам заходу. Вони обмінюються контактами, домовляються про проходження видавничої практики, цікавляться певними аспектами редакційно-видавничого процесу. Наприклад, майстер-класи головного редактора журналу «Я, студент» для студентів кафедри шоу-бізнесу Київського національного університету культури і мистецтв, студентів-журналістів Київського університету імені Бориса Грінченка щодо секретів професійної майстерності, особливостей створення єдиного в Україні періодичного видання про молодь, створення справжньої студентської медіа-майстерні, яка поєднує друковану версію й офіційний вебресурс.

Аудиторія майстер-класу була зацікавлена, як правильно писати статті, на що варто звертати увагу під час написання матеріалів, які нюанси треба враховувати під час інтерв'ю, як створити бізнес-план, визначитись з аудиторією видання; поділити журнал на рубрики, щоб було зручніше читати та орієнтуватися в ньому; шукати спонсорів, рекламувати журнал; продумувати продукт: обрати папір, вид та спосіб оформлення; надання платних послуг для читачів: розміщення власного фото на обкладинці журналу; створити електронну версію видання, зробити його доступним для завантаження на девайси; мати команду відповідальних працівників [3].

Окремим способом популяризації є співпраця студентських редакцій з рекламними агенціями та інформаційне партнерство. Розміщуючи доцільну рекламу на освітні послуги або мовні курси, студентські видання стають доступними додаткової, потенційній читацькій аудиторії, яка буде поінформована рекламою. Рекламні агенції зацікавлені в розповсюдженні своїх оголошень, а тому популяризуватимуть і поширюватимуть серед широкого загалу джерело рекламної продукції – студентські періодичні видання (друковані й електронні версії). Крім цього, про видання студентів дізнаються й учасники певних заходів, відомості про які висвітлюються авторами-студентами в рамках інформаційного партнерства.

Висновки й перспективи. Отже, популяризація студентської періодики – це вияв комунікаційної майстерності студентських редакцій щодо розповсюдження своїх видань та інформації про них серед широкого загалу читачів; застосування низки інструментів щодо спричинення зацікавленості до студентської періодики серед соціуму. Основними зовнішньоресурсними способами популяризації є організація конкурсів, конференцій, семінарів,



Студентська газета «ВАГАНТ»

...

Друзі, мої вітання!

Від одного з наших колег з'явилась пропозиція в кожному номері газети писати гороскоп. А яка Ваша думка, стосовно цього?



Яка стаття на вашу думку найцікавіша?



Рис. 2. Опитування студентів



Рис. 3. Оголошення про пошук кадрів для студентських редакцій

які мають на меті трансформувати видавничий статус студентських видань. Суб'єктами такої популяризації є спільнота науковців, дослідників, фахівців медіа, членів студентських редакцій, читачі, критики, які у форматі обговорень, зустрічей, роботи секцій конференцій, виставок, семінарів узагальнюють свій досвід, знання й уміння щодо аспектів оцінки, удосконалення, підтримки функціонування сучасних студентських періодичних видань.

Внутрішньоресурсні способи популяризації здійснює безпосередньо студентська редакція. Зокрема, це популяризація студентської періодики серед читачів за допомогою моделювання й дослідження портрету читацької аудиторії (опитування, анкетування), підтримання зворотного зв'язку з читачами (опитування щодо прочитаних матеріалів, зауважень, рекомендацій; моніторинг дописів, коментарів, відгуків у соціальних медіа та на сайті видання), медіа-конвергенції (створення різних платформ для розширення доступності технічних можливостей ознайомлення із

виданням). Також це популяризація видання серед потенційних колег, конкурентів (пошук кадрів, запрошення до співпраці, проходження практики, майстер-класи). Не менш ефективним способом популяризації є співпраця студентських редакцій з рекламними агенціями та інформаційний супровід заходів, що дозволяє залучити додаткову, потенційну читацьку аудиторію, яка буде поінформована рекламою або відомостями про подію, яка висвітлюється авторами-студентами в рамках інформаційного партнерства.

Ефективність популяризації студентської періодики залежить від рівня взаємодоповнення дій суб'єктів зовнішньо- і внутрішньоресурсних способів популяризації та проведення комплексної програми щодо підвищення інтересу до читання молоді загалом і зацікавлення студентськими виданнями зокрема. Редакції студентських видань мають у своїй діяльності застосовувати методику дослідження ефективності популяризації, що потребує подальших наукових досліджень і моніторингу.

Список літератури:

1. Всеукраїнський конкурс ЗМІ : Лист Міністерства освіти і науки України ректорам вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації від 02.07.2007 р. № 1/9-408. *Нормативно-правова база даних Закон Онлайн*. URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/122979__122979 (дата звернення 09.02.2020).
2. Комащенко І. І. Популяризація наукових результатів в умовах сучасного інформаційного світу. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2018. Vol. VI (29). С. 59–61.
3. Литвин Ксенія Майстер-клас у КУБГ. *Я, студент: журнал для студентів усіх поколінь*. 2016. 24 березня. URL: http://ya-student.com.ua/last_events/258-mayster-klas-u-kubg.html (дата звернення 09.02.2020).
4. Мудра І. Медіа-конвергенція як засіб популяризації газети в Інтернеті. *Теле- та радіожурналістика*. 2014. Вип. 13. С. 270–274.
5. Kravets R., Syerov Y., Fedushko S., Shved O. The role of student's periodic for popularization university department on the Internet. *Electronic scientific professional journal Image of the modern pedagogue*. 2018. № 5 (182). P. 25–29.

Skorokhod T. O. THE POPULARIZATION OF STUDENT PERIODICALS IN UKRAINE

The article considers and characterizes two approaches to the popularization of student periodicals. First of all, the means by which the editorial boards of student publications together with profile institutions are able to change the publishing status of the publication from the position of "publication intended for a limited group of readers" to a magazine of interest for the widest range of readers interested in psychology of creativity, the features of functioning of institutions of higher education, identification of student youth, socialization of students, students' life in general, problems of students, worldview of students, their goals and aspirations. Secondly, a number of tools for influencing readers have been interpreted, using which student editorial boards can increase the level of interest in their publications and promote the development of interest in reading among young people as a result.

It has been found out that the popularization of student publications is based on the application of communication models of interaction of student editorial boards with society in general and student readers in particular. The ways to popularize student periodicals are divided into two types: with external and internal resources. It was found out that the main external resource way to popularize student periodicals is the organization by the state and relevant institutions competitions, conferences, seminars, during which the community of media professionals and members of student editorial boards summarize their experience, knowledge and skills on aspects of improving the functioning of modern student publications functioning.

The internal resource methods of popularization, which are carried out directly by the student editorial boards, have been analyzed as well. This is a series of activities of student editorial staff to attract readers to view, read publications, support their interest and reader demand. In particular, modeling and research of the portrait of the readership (surveys, questionnaires), maintaining feedback with readers (surveys, monitoring posts, comments on social media and on the publication's website), media convergence (creation of various platforms to expand the availability of technical opportunities to read the publication), cooperation with advertising agencies and information support of events. It was found out that the student editorial boards can promote its publication not only among readers, but also potential colleagues, competitors, inviting them to cooperate (publication of posters, banners for staff search, and organization of master classes in other student publishing centers).

Emphasis is placed on the fact that the effectiveness of popularization of student periodicals depends on the complementarities of actions of the subjects of external and internal resource methods of popularization and their implementation of a comprehensive program to increase interest in student publications.

Key words: *popularization, ways of popularization, student periodicals, student editorial boards, tools to influence the reader, portrait of the reader, contests for student publications.*

Стеколыщикова В. А.

Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика

ВІДЕОСТОРІТЕЛІНГ ЯК ЕФЕКТИВНА МОДЕЛЬ ТА ФОРМА У СТРУКТУРІ ЯКІСНОГО ІНВЕСТИГЕЙТОРНОГО МАТЕРІАЛУ

Проаналізовано та представлено ефективні моделі відеосторітелінгу як структурної форми лонгріду крізь призму журналістського розслідування, що завдяки пошуку, відбору, збору, переробці та оцінці мультимедійних елементів сприятиме ефективності інвестигейторних публікацій.

Виокремленню і системній характеристиці інструментів якісного відеосторітелінгу у інвестигейторному матеріалі сприяло застосування контекстуального аналізу, елементів компонентного аналізу, прийомів інтертекстуального зіставлення і концептуального аналізу, лінгвістичного моделювання.

Схарактеризовано роль та функціонал якісного відео у мультимедійному матеріалі розслідувального характеру. Досліджено та сформульовано основні правила створення й розкриття цікавих та впливових лонгрідних відеорепортажів, їх розташування на сторінках сайтів. Зокрема, виокремлено різновиди інтерв'ю у лонгрідному відео та представлено особливості синхронів у мультимедійних матеріалах розслідувального характеру. На прикладі конкретних видань представлено специфіку дієвих концептуальних особливостей монтажу та візуальних ефектів у ЖР та акцентовано на їх ефективності.

Проаналізовано “Life. Action. Story” – три «кита», на яких тримається відеосторітелінг у ЖР. Представлено технологію “eye-tracking” у розрізі дослідження відеосторітелінгу як частини інвестигейторного лонгріду.

Перспективним напрямом розвитку інвестигейторного медіа-тексту визначаємо трансмедійний відеосторітелінг. Якісною та ефективною перевагою такої технології є можливість створювати багатоскладникову комунікаційну платформу, що охоплюватиме сукупність елементів, які будуть ефективними, дієвими, впливовими. Інвестигейторний відеосторітелінг спонукає не просто створити ефект причетності потенційної аудиторії, а й залучити її до активної взаємодії шляхом коментарів та репостингу, створити змішану реальність, яка об'єднує онлайн і офлайн комунікації. Аналіз та створення рекомендацій для ефективного використання різних компонентів трансмедійного інвестигейторного відеосторітелінга в українському, зокрема регіональному, медіа-просторі – актуальне та важливе завдання для українських дослідників і практиків.

Ключові слова: журналістське розслідування, відеосторітелінг, лонгрід, “Life. Action. Story”, технологія “eye-tracking”, впливовеність.

Постановка проблеми. Сучасний споживач інформації більш примхливий, ніж був ще п'ять років тому. Через це інформаційні агенції і портали шукають різноманітні тактики та стратегії утримання уваги потенційного читача чи глядача, впливу на його свідомість, з подальшим створенням суспільного резонансу, а також вірусним розповсюдженням інформації шляхом посилань та репостингу. Крім того, наукові соціологічні дослідження доводять, що форма «відеосторі» більш ефективна, ніж простий виклад фактів. Аудиторію більш захоплює екшн, зокрема користуються попитом у потенційної аудиторії сторітелінги. Проте погляди теоретиків та практиків подекуди не співпадають щодо форми і структури

якісного відеосторітелінгу у розрізі інвестигейторної діяльності журналістів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Обґрунтовуючи науково-дослідницьку домінанту окресленої проблеми, зазначимо, що концептуальну своєрідність інструментарію та творчої особистості інвестигейторів схарактеризовано у працях О. Глушка, О. Колесниченко, А. Константинова, Ж. Мурикана, О. Тертичного, Дж. Уиллмена. Проблему якісних аудіовізуальних медіа-текстів розглянуто у роботах: В. Лизанчука, О. Гояна, І. Пінчук, А. Яковця, Е. Бойда. Що ж стосується концепцій створення якісних сторітелінгів у журналістському розслідуванні, то вони перебували в полі зору таких медіа-спеціалістів,

як В. Пуля, О. Тертичний, Л. Шестьоркіна, Дж. Уиллмена.

Постановка завдання. Дослідити відеосторітелінг як впливогенну форму жанру журналістського розслідування, вказавши на елементи, структуру і чинники ефективності та дієвості.

Виклад основного матеріалу. Захоплюючий відеосторітелінг інвеститивного типу – трансформація аргументації достовірної інформації та цікавого подання журналістського розслідування у своєрідне видовище, з реальними персонажами, діями, подекуди декораціями. За допомогою аудіовізуальності сторітелінгу ЖР – голосу, інвестигейтора у кадрі, звукових ефектів, візуалізуються образи головного героя, «бедгая»; запахи; вигляд місця події, жести, поведінка присутніх. Ефективний сторітелінг розслідування має надзавдання: відтворення реальних, а не прихованих подій, обставин; соціальний резонанс; емоційне враження від усього того, що було у реальному житті.

Аналіз та ефективність якісного сторітелінгу у ЖР здійснюється на межі психології, соціології, лінгвістики, журналістики. Так, наприклад, у теорії комунікації ми знаходимо ряд моделей, які якісно лягають у концепцію створення цікавого, фактологічного та дієвого аудіовізуального сторітелінгу інвеститивного характеру. Використавши особливості двоступеневої моделі комунікації [9, с. 45], коли взаємодія та подання інформації йдуть крізь призму трактування подій «лідерами думок», виокремлюємо цікаві та ефективні складові впливу на аудиторію. «Акцент на «лідерів думок» являє собою акцент на усталені у конкретному сегменті суспільства соціальні та комунікативні мережі, що більш ефективно, ніж створення будь-яких нових мереж», – стверджує Г. Почепцов [9, с. 301].

Ще один аспект, який варто використати в ефективному інвеститивному сторітелінгу, це дифузна теорія комунікації, тобто її конструктивна суть. У центрі – аналіз розповсюдження та пропагування нових ідей, які впливають на аудиторію з різною інтенсивністю та якістю. Тобто процес подання інформації, або сторітелінгу, через аудіовізуальні канали за цією моделлю полягає у власне процесі впливу інформації через конкретні канали за конкретний проміжок часу до членів соціальної системи. І, відповідно, сприйняття процес адаптації нової або сенсаційної за своїм текстовим наповненням інформації (зазвичай у ЖР) проходить у шість етапів: увага, зацікавлення, оцінка, перевірка, сприйняття, підтвердження. Крім того, на думку науковців, сприйняття стро-

катої нової інформації відбувається відповідно до п'яти класів реципієнтів (інноватори – 2,5%, ті, що сприймають на першому етапі, – 13,5%, рання більшість – 34%, пізня більшість – 34%, ті, що беруть до уваги інформацію на останньому етапі – 16% [3, с. 189].

На цей час варто акцентувати увагу на тому, що людина отримує інформацію усіма каналами, які їй доступні. Найчастіше це візуальна та вербальна комунікації, що надважливі для ефективності сприйняття якісного відеосторітелінгу в аспекті інвеститивної діяльності. За фактичними даними досліджень 69% інформації – це візуальна комунікація. У сторітелінгу інвеститивного характеру це вербальна, не вербальна, інфорграфічна візуальна комунікація [1, с. 41].

Є ряд досліджень вчених [1; 7; 10], які свідчать, що впливогенність розслідувальних інфографічних даних вища, ніж у вербальної аргументації. Проте ми переконані, маючи практичний досвід, що цілісність картини та захоплення до ознайомлення реципієнта буде вище у разі використання ще ряду елементів. Необхідно відзначити, що якісний відеосторітелінг вбирає в себе візуальний образ інвестигейтора, а не лише його текстотворчість, достовірність зібраної інформації, фактологічність та аргументованість. Як зазначають фахівці-практики, зовнішній вигляд інвестигейтора у кадрі під час напруженої розповіді може бути доволі інформативним щодо особистості інвестигейтора, довіри до нього загалом у та його емоційності викладу інвеститивної сторі.

Цікавий сторітелінг містить розумний аналіз суспільно-політичних, економічних, корупційних, кримінальних чи соціальних проблем, подій, аспектів. Стиль інвеститивного відеосторітелінгу має бути простим і зрозумілим глядачам. Не вживаються складні спеціалізовані слова та складні речення. Інсайдери повинні бути найбільш характерні для цієї теми. Треба подавати якомога більше деталей. Кольори, запахи відтінки відчуттів збагачують сторітелінг. Відповідність текстового та відеоматеріалу у потоці трансляції обов'язкова.

Як зазначає А. Яковець [15, с. 80], вияв художності також важливий для відеосторітелінгу, він виражається не лише у зображальних засобах, але й у відборі фактів, виборі форми аналізу, до певної міри навіть в образності розповіді. При цьому цей вияв допомагає якомога кращому втіленню аналізу. Інвестигейторний відеосторітелінг вимагає особливих якостей від журналіста: холоднокровність, здатність до всебічного дослідження

ситуації, скрупульозність у вивченні і збір матеріалу [12, с. 208]. Проте важливо, що ані інформація, ані аналіз, ані прогноз – по суті, жодне із цих завдань – не може бути поставлене, поки не зведена до мінімуму небезпека тенденційності. Ніяка попередня гіпотеза у розслідувальній журналістиці не має права служити підґрунтям для кінцевих висновків. Інвестигейтор прагне проникнути у суть явища, порівнюючи різні погляди та кути викладу [12, с. 56].

Неупередженість і глибина підходу найбільше притаманні тим розслідувачам, хто не перебуває під тиском стереотипів і не відступає перед складністю проблеми, яку досліджує, та причин, що її породили. Подібне завдання, на думку професіоналів, протипоказане журналістам, які є підозрілими за натурою і більше люблять викривати, а не аналізувати. Таким кажуть: «Викиньте ваші сокири і купіть скальпель» [13, с. 73]. Інвестигейторна «відеосторі» не сумісна із «сокирним» рівнем.

Перспективним напрямом розвитку медіа-тексту сьогодні є трансмедійний сторітелінг. Суттєві переваги цієї технології полягають у тому, що з'являється можливість створити багатогранний, мультикомпонентний комунікаційний об'єкт, який має ефективніший впливовий складник. Завдяки застосуванню цієї концепції з'являється можливість не просто створити ефект причетності споживача інформації, реципієнта, а залучити його до реальної активної взаємодії та взаємозв'язку, створити комбіновану комунікаційну реальність, яка об'єднує онлайн- і офлайн-комунікування.

Трансформація медіа-простору, посилення інформаційного потоку та інструментів створення якісного контенту призводять до необхідності використовувати різні стратегії й тактики задля привернення та утримання уваги аудиторії. Інфотейнмент сторітелінгу набуває все більшого значення незалежно від тематики та структури розслідування. Модель ефективного сторітелінгу виявляється безпосередньо пов'язана з технологіями, які дозволяють потенційному споживачеві інформації отримувати нові екстремальні враження [2, с. 43].

Інфотейнмент (від англ. infotainment, від information – інформація і entertainment – розваги) – термін, який виник в англо-американській журналістиці на позначення такого методу подання інформації, у якому поєднані інформаційні та розважальні компоненти. Афористична формула цього методу така: «Інформувати, роз-

важаючи». Помічено, що за умов такої побудови сторітелінгу розслідувальні публікації отримують найвищі рейтинги [14, с. 312].

Розвага у нашому разі має широке спрямування та виражається завдяки «мовній грі» – комбінуванню образної металогічності й індивідуальної текстотворчості.

«Мовна гра» – явище багатоаспектне, що має одночасно стилістичну, психолінгвістичну, прагматичну, естетичну та сильну сугестивну природу. Багатоплановість цього феномена робить важким несуперечливе і вичерпне визначення «мовної гри», тим більше на рівні розслідувальних текстів, аспекти якого ґрунтовно та досконало не вивчені.

Головним комунікативним завданням інвестигейтора, який використовує мовну гру, є словесна рефлексія й у свідомості адресанта, й у свідомості адресата мовлення. «Гру слів» як засіб вираження гостроти й дотепності думки з ефектом несподіваності й відточеності стилю у ЖР використовують для досягнення трьох основних цілей, які, зрештою, можуть взаємодіяти з метою: привернення уваги до значення через форму; загострення сприйняття семантичних особливостей мовних одиниць, що обігруються; вироблення оцінного ставлення до зображуваного факту.

Наприклад: *Вибори без вибору* [16, РП, 2018. № 1]. *Зона Беззаконня, або Як стати інвалідом у робочий час на робочому місці* [17, НС, 2019]. *Крапля в морі чи Ковток надії* [16, РП, 2019. № 23]. *Покупка з підтекстом, або Як отримати строк через Інтернет-магазин* [16, РП, 2020. № 1]. *За стіною всюдозволеності чи Комірка папи Карла* [17, НС, 2019]. *Ніж на годину, або Чим шкідливий одноразовий пластиковий посуд* [16, РП, 2019. № 32].

Дослідниця С. Сметаніна [11, с. 204] виділяє графічну, фонетичну, словотвірну, морфологічну ігри у ЖР сторітелінгу, що у поєднанні з аналітичною та фактажною практиками є ефективним чинником впливу на емоційно-оцінний стан реципієнта.

Журналісти та автори регіональних розслідувальних центрів грають зі словами і у слова в пошуках оригінальних, інноваційних, незвичайних номінацій для осіб і фактів, ламаючи традиційні моделі словотворення, граматики, знімаючи табу на сполучуваність слів. Нова організація мовних елементів, нетрадиційні металогічні способи номінації пов'язані з пошуками змістовної глибини викладу і з подоланням автоматизму у процесі сприйняття фактів мови.

Опора на металогічні компоненти підтримує інтерес до публікації й організовує особливий процес його сприйняття. Побудований таким чином журналістський текст дарує читачеві альтернативну картину світу. Миколаївські інвестигейтори у своїй текстотворчості використовують металогічні елементи під час ефективної «мовної гри». Хоча зазначимо, що не всі усвідомлюють цю гру як конкретний мовний засіб.

Поспілкувавшись із реальними практиками розслідувальної діяльності у південному регіоні – представниками Nikcenter.org., можемо подати основні дієві складники відеосторітелінгу: розпочати з видовищної сцени; умотивовані інтерв'ю (інтерв'ю-анкета, інтерв'ю-факт, інтерв'ю-думка, інтерв'ю-портрет, проблемне інтерв'ю, інтерв'ю-протокол); фактажна розповідь; композиція; актуальність та врахування «вбивчих кілометрів»; індивідуалізовані цитати; інфографічні уточнення; концентрація уваги на дійових особах; погляд стороннього без упередження; оригінальність і авторський стиль. Як приклад набору цих компонентів у реальному розслідуванні можемо представити розслідування «На краю землі» [17].

Така комбінація ще більше підсилює можливість «eye tracking» і дозволяє знаходити по-справжньому цікаві інсайти. Інсайт (від англ. Insight – проникливість, проникнення в суть, розуміння, осяяння, раптова здогадка, прозріння). Ще цікавіше об'єднувати «eye tracking» з іншим типом нейролінгвістичних досліджень. Це дозволяє не лише відслідковувати рух погляду учасника, але також ступінь його уваги і фокусування, емоційні показники, рівень запам'ятовування та мотивації [8, с. 227].

Апробована та впроваджена нами авторська методика дослідження ефективності, зокрема ЖР «Пірамідального «Я»: Я – журналіст, Я – викладач, Я – читач, Я – науковець», дає змогу отримати всебічно обґрунтований результат. Завдяки авторському методу «експериментально-практичної соціотриади» (спостереження (власний досвід роботи журналіста, порівняльний аналіз ЖР), опитування (інвестигейторів та практикуючих журналістів) та анкетування (інвестигейторів та потенційних споживачів інформації) ми досліджуємо й аналізуємо, як і на скільки підвищується рівень ефективності розслідування під час застосування комбінованих компонентів від теоретиків та практиків розслідувальної сфери, зокрема на свідомому та несвідомому рівнях.

На відміну від теоретиків [8; 6], що у розслідуваннях пропонують використовувати принцип

«равлика», практики наполягають на побудові сюжету за концептом «кит». Цей концепт стратегічно нагадує абрис вказаного ссавця, де є низхідна та висхідна позиції:

- гачок;
- контекст;
- драматичний розвиток (точка неповернення);
- кульмінація;
- розв'язка (емоційна післямова).

Виокремимо також цікаві маркери ефективного сторітелінгу зміни теми, або кута теми, за допомогою яких у відеопотоці створюємо нові епізоди. Таких концепцій дотримуються вже практики, зокрема журналісти-розслідувачі регіонального інвестигативного центру Nikcenter.org: зміна можливого світосприйняття; зміна часу або періоду; зміна місця; залучення нових учасників; зміна перспективи або погляду; різний набір предикатів – сценарію.

Так, розслідувачі регіональних медіа пропонують такі концепти якісного та ефективного інвестигативного відеосторітелінгу. Практики переконані, що дієвою є концепція «де немає конфлікту – немає історії». Якісна історія створюється лише тоді, коли є *“Life. Action. Story”* – три «кита», на яких тримається відеосторітелінг у ЖР:

- є жертва;
- фокус на головному;
- розкриваємо зловживання;
- вказуємо імена та просуваємося до глибини проблеми;
- порушуємо суспільно важливу проблему;
- знаходимо оригінальну історію;
- є широкий кут розгортання дії.

Компоненти ефективного сторітелінгу ЖР практики Центру журналістських розслідувань [17] за важливістю розподіляють так:

- драматургія;
- музика;
- темп;
- ясність;
- конфлікт;
- емоції.

Практики також акцентують увагу на важливості таких компонентів [5, с. 13–15]:

- актуальність теми та відповідність інтересам аудиторії;
- структура матеріалу;
- простий і зрозумілий стиль;
- вдалий заголовок;
- інформативна аудіовізуалізація.

Як зазначає В. Здоровега [4, с. 98], конфлікт «відеосторі» – це нерідко суперечливість між тим чи іншим життєвим явищем і позицією автора. Такий конфлікт лежить в основі ЖР. Автор може заперечувати відтворювані явища як негативні. Це характерно майже для усіх критичних виступів. Розповідь тримається саме на такому протиставленні. Воно є засобом зацікавлення читача, зосереджує увагу.

Джон Уллмен переконаний, що є три основні елементи якісного ЖР: журналіст проводить дослідження, якого не проводив ніхто інший; тема матеріалу важлива для споживача інформації; зацікавлені намагаються приховати наведені у дослідженні факти від громадськості [13, с. 12]. Практики ж пропонують проводити якісний інвестиційний сторітелінг у форматі «4Д» (дії, дати, деталі, діалоги). Але на сучасному етапі варто додати до трьох класичних концептів теоретика та чотирьох склад-

ників від практиків, що впливовість та дієвість аудіовізуального ЖР реалізується за демократії суспільства, доступу до інформації та відсутності корупції у вищих ешелонах влади.

Висновки. Одним із найважливіших резервів підвищення ефективності функціонування відеосторітелінгу є не тільки вдосконалення його форми, структури, елементів, наповнення, способів його доставки споживачеві, але і зближення предметного змісту переданої інформації з глибинними інтересами споживачів інформації. Погодимось з думкою практиків [5, с. 14], інвестиційний відеосторітелінг потребує розуміння епізодів, сцен. Треба вміти пояснювати і показувати, але тримати баланс і занадто не примітивізувати. Західні медіа називають висококласних розслідувачів у аудіовізуальному форматі «адвокатами диявола» – вони ставлять усе під сумнів та презентують із різних ракурсів.

Список літератури:

1. Глушко О. К. Журналістське розслідування: історія, теорія, практика : навч. посіб. Київ : Арістей, 2008. 144 с.
2. Гоян В. В., Гоян О. Я. Універсальний телерадіожурналіст: від універсалізації до спеціалізації. *Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації*. 2018. № 1. С. 43–50.
3. Журналистское расследование: история метода и современная практика / под ред. А. Д. Константинова. Санкт-Петербург : «Нева», 2001. 383 с.
4. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
5. Карлова Леся. «Розслідування – у тренді. Але через це зникає жанр», – Анна Бабінець. *Журналіст України*. 2017. № 1. С. 13–15.
6. Колесниченко А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе. *Медиаскоп*. 2015. № 1. С. 171.
7. Мурикан Ж. Журналистское расследование. Киев, 2001. 74 с.
8. Паславський Ігор Журналістське розслідування. Публікація резонансна, але небездоганна. *Вісник Львівського національного університету. Сер. Журналістика*. 2009. Вип. 32. С. 223–230.
9. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва : «Рефл-бук» ; Киев : «Ваклер», 2001. 656 с.
10. Пуля В. Как создать мультимедийный лонгрид? *Журналист*. 2015. № 2. С. 44–45.
11. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) : научное издание. Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В. А., 2002. 383 с.
12. Тертичний А. А. Расследовательская журналистика. Москва : Аспект Пресс, 2002. 384 с.
13. Уллмен. Дж. Журналистское расследование: современные методы и техника. Москва : Виоланта, 1998. 123 с.
14. Универсальная журналистика / под ред. Л. П. Шестеркиной. Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2016. 480 с.
15. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика. Київ : Видавничий дім «Кієво-Могилянська академія», 2007. 239 с.
16. Вебсайт URL: <http://tp.mk.ua/category/investigation/> (дата звернення: 1.06.2020).
17. Вебсайт URL: <http://nikcenter.org/inquests>. (дата звернення: 10.05.2020).

Stiekolshchikova V. A. VIDEO STORYTELLING AS AN EFFECTIVE MODEL AND FORM IN THE STRUCTURE OF THE MEANINGFUL INVESTIGATIVE MATERIALS

Main objective of the study. The main objective of the study is to analyze and present effective models of video storytelling, as a structural form of long reads, through the prism of a journalistic investigation that, through the search, selection, collection, processing, and evaluation of multimedia elements, will contribute to the efficiency of investigative publications.

Methodology. *Using of contextual analysis, elements of component analysis, methods of intertextual comparison and conceptual analysis, linguistic modeling contributed to the singling out and systemic characterization of the meaningful video storytelling tools in investigative materials.*

Results/findings and conclusions; significance. *The role and functions of meaningful video in the multimedia materials of an investigative nature are described. The basic rules for creation and disclosure of interesting and influential long reads video reports, posting them on the websites are studied and defined. In particular, different types of interviews in the long reads videos are distinguished and the features of the synchronizations in the multimedia materials of an investigative nature are presented. On the examples of certain media, the specific features of the effective conceptual peculiarities of their editing and special effects in the journalistic investigation are analyzed and their efficiency is proved.*

The analysis of “Life. Action. Story” – the three “whales” holding up video storytelling in a journalistic investigation, is made. The technology of “eye-tracking” is presented in the context of the study of video storytelling as a part of the investigative long reads.

Transmedia video storytelling is determined as a promising line of investigative media text development. A meaningful and efficient advantage of such technology is the possibility to create a complicated communication platform that will include a set of effective, efficient, and influential elements. Investigative video storytelling induces not only to create the effect of potential audience involvement but also engages people in close cooperation through commentaries and reposting, creation of a mixed reality that integrates online and offline communication. Analysis and giving recommendations on the efficient use of various components of trans-media investigative video storytelling in Ukrainian, and particularly in the regional media space, is a topical and important task for Ukrainian researchers and practitioners.

Key words: *journalistic investigation, video storytelling, long read, “Life. Action. Story”, technology “eye-tracking”, influence.*

Харченко О. В.

Київський університет імені Бориса Грінченка

ЛІТЕРАТУРНА ЖУРНАЛІСТИКА: ПЕРЕМОГИ ТА ПОРАЗКИ ЯК РІЗНОВИДИ ЛІТЕРАТУРНИХ ПРИЙОМІВ

Стаття акцентує увагу на проблематиці англомовної літературної журналістики як напряму нон-фікшн, що міксує літературні стилі та літературно-художні техніки з наданням точної інформації, під час створення публіцистики, есе, хронік, тревел-блогів, біографій, та іншого мультимедійного контенту. Серед численних літературних прийомів, що застосовуються в англомовній літературній журналістиці, стаття виокремлює та характеризує різновиди перемог і програвів, що переважно є складниками кульмінації.

У роботі кульмінація розглядається у класичному літературному значенні як момент найбільшого загострення конфлікту, сюжетного перелому, що приводить до фінальної розв'язки.

До головних методів належать моніторинг англомовних засобів масової інформації та мультимедій, емпіричний пошук найбільш значимих варіантів клішованих перемог і програвів американських та британських авторів, що поступово залучаються в англомовну літературну журналістику.

У результаті наукового дослідження було виявлено 16 варіантів перемог і програвів, а саме: «Кінцівка, де усі виграють»; «Погані хлопці перемагають»; «Гарні хлопці перемагають»; «Підкуп дороги до перемоги»; «Темна / сіра конячка»; «Лузер отримує дівчину»; «Переможець отримує дівчину»; «Піррова перемога»; «Друге місце для лузерів»; «Невдахи можуть перемагати»; «Туше / Дотик»; «Перемога витривалістю»; «Перемога без боротьби»; «Білий Прапор», «Status Quo», «Перемога в один голос». Водночас наголошується, що кількість варіантів такого літературного прийому, як «виграв-програв», що ведуть до кульмінацій статей, значно більша, і ця проблематика потребує подальшого дослідження.

Такого роду різновиди кульмінації під назвою «виграв-програв» загострюють сюжет і ведуть до урізноманітнення та підвищення стилістичної якості публіцистичних статей української молоді, журналістів і публіцистів, що пишуть англомовний мультимедійний контент.

Ключові слова: англомовний текстовий контент, літературна журналістика, літературні прийоми, програш і перемога, сюжет, кульмінація.

Постановка проблеми. Актуальність статті полягає в тому, що англомовна літературна журналістика розвивається швидкими темпами, і студенти, журналісти та видавці, що працюють над створенням англомовного контенту, мають не пасти задніх у цьому світовому процесі, адаптуючи нові техніки створення англомовного матеріалу для світових ЗМІ, пам'ятаючи водночас про самобутність української журналістики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато українських учених зробили внесок у методіку підготовки молодих фахівців ЗМІ та мультимедіа. Насамперед треба згадати таких українських гуру журналістики, як В. І. Шкляр [9], Б. В. Потятиник [27] і В. Й. Здоровега [3]. Ефективні методики викладання англійської мови для студентів, журналістів і видавців підготовлені такими відомими педагогами, як І. М. Черемис [7; 8], В. І. Карабан [4], В. В. Коп-

тілов [5], І. В. Корунець [6], В. П. Андрущенко [1] та інші.

До першопрохідців розроблення проблематики літературної журналістики належать такі дослідники, як Т. Wolfe і Е. W. Johnson [29], які вказали на літературні прийоми таких авторів, як Т. Смоллет, Е. Гемінгвей, А. Чехов, Г. Філдінг, О. Генрі, О. де Бальзак, Ч. Дікенс, вказали напрями розвитку англомовної літературної журналістики.

Постановка проблеми. Мета дослідження полягає у виявленні різних видів перемог і програвів як типів літературних прийомів із літературних робіт американських і британських авторів із метою їх характеристики і подальшого залучення у статті українських професіоналів мультимедіа, що пишуть англомовний контент.

Методи дослідження. До ключових методів належать моніторинг англомовних ЗМІ і емпіричний пошук найбільш значимих варіантів

клішованих перемог і програшів американських та британських авторів, що поступово переходять в англomовну літературну журналістику.

Враховуючи статті Р. Нордквіста [24, с. 10–15] і М. Лавсона [21, с. 25–35], ми вважаємо, що літературна журналістика – це форма публіцистики та журналістики, що використовує та комбінує різні літературні і стилістичні стратегії та засоби, які традиційно притаманні художній літературі. Водночас інформація передається правдиво та якісно у формі нарисів, блогів, статей-роздумів, відгуків, біографій і різнопланових публіцистичних статей.

У статті розглядатимуться різновиди перемог і програшів, що переважно створюють кульмінацію твору чи статті. Кульмінацію, у свою чергу, ми беремо у класичному літературному значенні як епізод найбільшого загострення сюжету, що веде до фінальної розв'язки.

Моніторинг американської та британської літератури й публіцистики, наукових і науково-популярних статей дає нам можливість визначити такі різновиди перемог і програшів:

«*Кінцівка де усі виграють*» (*win-win outcome*) – літературний прийом, що належить до різновидів перемог і програшів, коли у результаті протистояння виграють усі сторони конфлікту.

У пригодницькому романі Р. С. Стівенсона «Острів скарбів» (1881) після запеклої боротьби з піратами головний герой Джим Гокінс знаходить скарби на одному з островів, розташованих біля Куби, отримує перемогу і привозить коштовності в Брістоль (Англія) [32]. Щодо його головного супротивника пірата Джона Сілвера, тому вдається вкрасти одну сумку із золотом, уникнути правосуддя та втекти. Джим реагує на втечу Джона такою фразою: «Я думаю, ми всі були задоволені так дешево позбутися його». Це якраз той випадок, коли і вовки ситі, і вівці цілі. Результат «перемога-перемога».

У дитячій книзі «Як Грінч украв Різдво» доктора Сьюза (1957) шкідливий та зелений монстр Грінч, переодягнувшись у Санту, докучав мешканцям сусіднього поселення [16]. Але врешті-решт протистояння Грінча та містян закінчилось тим, що Грінч розкався, попросив пробачення, і його взяли у громаду містечка.

«*Погані хлопці перемагають*» – літературний прийом, що належить до різновидів перемог і програшів, коли в результаті боротьби виграють «погані хлопці».

У романі антиутопії «1984» Дж. Орвелла [25] головні персонажі Вінстон і Джулія, після того

як їх спіймала і катувала поліція, повністю деградують. Вінстон зраджує свою кохану повністю й починає працювати на «Старшого Брата». Зло у вигляді «Старшого Брата» отримує тотальну перемогу.

У реалістичному романі Г. Флобера «Пані Боварі» (1851) головна героїня – дружина лікаря, Емма Боварі, бере великі позики і вступає в позашлюбні зв'язки, намагаючись вирватись із сірого сьогодення [17]. Усе закінчується трагічно для неї, а її кривдник, лихвар Леро, заробляє чималі гроші на її майні. Чудово продовжують жити й інші персонажі, її коханці Рудольф і Леон, які покинули її у скрутну і драматичну мить життя.

«*Гарні хлопці перемагають*» – літературний прийом, що належить до різновидів перемог і програшів, коли в результаті боротьби виграють «гарні хлопці».

У фентезійному романі «Гаррі Поттер і смертельні реліквії» Дж. К. Ролінг (2007) головний герой і водночас «гарний хлопець» Гаррі разом з усіма своїми друзями й однодумцями вступають у запеклу боротьбу з Лордом Волдемортом та його смертежерами, вампірами та іншими «поганими істотами» [28]. Сили «добра» наприкінці твору знищують потужного та непереможного Лорда Волдеморта.

В епічному романі-фентезі «Володар перснів» (1955) Дж. Р. Р. Толкін «гарні хлопці», Арагон, Леголас та Гімлі розбивають сили Мордору на чолі із Сауроном [34]. Ще один «гарний хлопець» Фродо теж виконує свою місію з перснем, і криваве протистояння сил «добра» та «зла» поступово завершується як «*happy end*».

«*Підкуп дороги до перемоги*» – літературний прийом, що належить до різновидів перемог і програшів, коли один із головних персонажів отримує перемогу шляхом підкупу або інших фінансових махінацій.

У науково-фантастичному романі «Першому гравцеві приготуватися» (2011) Е. Клайна [13] гравці онлайнної рольової гри ОАЗІС, що грали під назвою «Шістки», перемогли своїх потужних суперників і водночас отримали просто фантастичний виграш, щонайменше частково це сталося завдяки тому, що модернове обладнання та шляхи покращення тактики боротьби й розвитку їм оплачували віртуальні агенти компанії Мега-Корп.

У мультсеріалі «Мисливці на тролів: Історії Аркадії» (2016) автора Г. Д. Торо [35] є епізод, коли один менеджер пропонує головним персонажам Джиму та Клер готельну кімнату й гарну вечерю заради того, щоб вони не брали участі

в конкурсі костюмів. Така пропозиція їх не задовольняє. Хабар не спрацював.

«Темна / сіра конячка» – літературний прийом, що належить до різновидів перемог і програшів, коли два фаворити змагань програють, а невідомий учасник змагань несподівано отримує перемогу.

У молодіжному романі «Ось вона, Пані Чудовий Підліток» (1984) М. Годфрі [19] дві сестри-пацанки змагаються за титул першої красуні з енергійною, красивою і жіночою дівчиною Кароль. Але фінал змагань виявляється неочікуваним. Перемагає «сіра конячка» – дівчина, яку майже ніхто не знає.

У романі-фентезі «Переслідування школи Дреаркліфф Гранж» (2018) К. Ньюмен описується завзята щорічна конкуренція двох магічних шкіл – Дреаркліфф та Драїкотт у змаганнях із розгадування ребусів [23]. Незважаючи на шалену підготовку учнів обох шкіл, перемогу отримує школа Святого Кутберта, яка завжди належала до аутсайдерів у цьому змаганні.

«Лузер отримує дівчину» – літературний прийом, що належить до різновидів перемог і програшів, коли у фізичному та психологічному протистоянні двох хлопців за серце дівчини дівчина дає відкоша переможцю й несподівано обирає лузера. Треба зазначити, що протилежний варіант під назвою «Переможець отримує дівчину» також трапляється.

У «Кентерберійських оповіданнях» (1387) Дж. Чосера в «Оповіді лицаря» [12] двоюродні брати та друзі, Паламон і Арсіт, закохалися в одну й ту саму дівчину – Емілію. Арсіт отримує перемогу, але врешті-решт одружуються Паламон та Емілія.

У фантастичному бойовику «Пророк» (1990) режисера Л. Тамахорі [33] головний герой Кріс, якого грає Ніколас Кейдж, може бачити безпосереднє майбутнє. Зацікавившись симпатичною дівчиною, він виявляє, що вона може покинути свого нареченого лише в одному випадку – якщо її хлопець його відлуплює. Кріс надає таку можливість своєму супернику, дівчина починає його жаліти, і він таки переграє свого суперника, отримуючи руку та серце красуні.

«Піррова перемога» – літературний прийом, що належить до різновидів перемог і програшів, коли перемога дається дуже великою ціною, що дуже близько до поразки. Ця назва стала метафоричною й походить від царя Пірра, який переміг римлян у 279 році до н. е. і водночас зазначив: «Ще одна така перемога – і я залишуся без війська».

В автобіографічному романі «Чорний Лебідь Зелений» Д. Мітчелла (2006) батько посварився з дружиною та пішов у сад. Там його заспокоює донька Джулія і каже так: «Ти знаєш, що таке Піррова перемога, батьку?.. Стародавня Греція. Піррова перемога – це коли ти виграв, але ціна перемоги така висока... То... здається так, що ми сьогодні миємо посуд знову. Ти миєш чи витираєш?» [22].

У фентезійному романі «Гаррі Поттер і напів-кровний принц», написаному Дж. К. Роулінг у 2005 році [29], один із головних персонажів, Лорд Волдеморт, розпочинає відкритий терор по всій Англії і справжній переворот у магічному світі. Як виявляється, усі предки Волдворта були настільки пихатими й гордовитими, що для підтримання «чистоти крові» вони одружувалися через інбридинг, лише у колі своїх «чисто-кровних» родичів. Заплативши величезні гроші й чималі зусилля на підтримання «чистоти крові», вони отримали певну «Піррову перемогу», оскільки отримали психологічну нестабільність та інші вади для нових поколінь.

«Друге місце для лузерів» – літературний прийом, що належить до різновидів перемог і програшів, коли суперників задовольняє лише перше місце, а друге сприймається як поразка.

У поліційному романі «Немає переможців на другому місті» (1989) В. Г. Джордан ключовою фразою є така: «Будь першим або мертвим... немає переможця на другому місті в бою з вогнепальною зброєю» [20]. Роман зображує чимало драматичних сцен із застосуванням зброї, де життя поліціантів і військових просто висить на волоссі, або вони перемагають, або вмирають від куль ворогів і злочинців.

В американському бойовику «Малюк-каратист 2» (1986) режисера Д. Г. Евілдсена [10] у фінальному бою хлопець-хуліган Кобра Кай програє вирішальний бій своєму супернику. Він має не дуже засмучений вигляд, але його тренер, сенсей Кріз, розбиває приз і починає лупцювати свого учня, поки того не захищає тренер переможця. Друге місце престижного чемпіонату сприймається як поразка.

«Невдахи можуть перемагати» – літературний прийом, що належить до різновидів перемог і містить антиіронію, коли більш слабкий суперник несподівано перемагає в явного фаворита двоюбою.

У фентезійному романі «Гаррі Поттер і філософський камінь», опублікованому Дж. К. Роулінг у 1997 році [29], Гаррі Поттер та його команда

сильно програє під час матчу з квідичу. Його мітла виявляється зачарованою і не слухається його. Але завдяки його силі характеру та допомозі Герміони він стає дуже спритним, ловить золотий снитч і отримує рішучу перемогу разом зі своєю командою.

У пародійній історії Англії під назвою «1066 і Все Це» (1930) В. С. Селлар і Р. Дж. Сатман історія Великобританії описується в сатирично-пародійному світлі [31]. Однією з головних битв, що значно вплинула на взаємовідносини Англії та Шотландії, була битва при Беннокберні (1314). Незважаючи на чисельну перевагу, з різних джерел трикратну й навіть п'ятикратну, війська Роберта I Брюса, до складу яких входили не лише професійні військові, але й селяни з торговцями, розбили армію Едуарда II. Автори висміяли незграбність досвідченої та фаворитної армії Англії тим, що зазвичай вони воювали проти професійних ворожих армій у чисельній меншості. А коли їх було вчетверо більше за шотландців, з усіма їхніми фермерами та простолюдинами, англійці просто розгубилися.

«*Туше / Дотик*» (*Touché*) – літературний прийом, що належить до різновидів перемог і програшів, коли один із суперників визнає програє очко чи двобій, намагаючись не втратити своє обличчя. Назва прийому пішла з фехтування, де ця французька назва означає колючий удар, визнаний суперником і рефері.

В американському сімейному телесеріалі «Сестри» (1991–1996) Р. Ковен чотири сестри, з батьком-трудоголіком і матінкою-алкоголічкою, постійно вступають у суперечки і час від часу застосовують цей літературний прийом. Наприклад, одна із суперечок між Тедді та Александрою закінчується так: «Туше, люба сестро, ти пустила у мене кров і дбаєш про те, щоб прикінчити мене?» [14].

У гумористичному романі-фентезі «Вечеря та Шоу» (2014) М. Кволіті принцеса Аврора запрошує Маліфісенту на вечерю, знаючи, що та не любить ходити на такі заходи. У них відбувається такий діалог: «Маліфісента: – Ти чула? Що точно ти чула, принцесо, що примусило тебе запросити мене на вечерю? Аврора: – Добре, я чула, що тобі не подобається, коли тебе не запрошують. Маліфісента: – Туше...» [26].

«*Перемога витривалістю*» – літературний прийом, що належить до різновидів перемог і програшів, коли один із суперників виграє лише тому, що один виживає у скрутній ситуації або на полі бою.

У романі «Голодні ігри» С. Коллінз (2008) у постапокаліпсичній Америці майбутнього відбуваються змагання на виживання, які знімають як реаліті-шоу [15]. Дванадцять дистриктів виставляють по хлопцю та дівчині, які змагаються з представниками інших команд не на життя, а на смерть. Головні герої, дівчина Кетніс і хлопець Піта, виживають, рятуються і так перемагають у цих жорстоких змаганнях, але попереду на них чекають нові випробування, де їм знову доведеться отримувати перемогу ціною своєї витривалості та життя.

У спортивному кінофільмі драмі «Роккі» (1976) Д. Евілдсена головний герой, посередній боксер Роккі, якого місцева преса прозвала як «Італійський жеребець», виходить на бій із відомим боксером Аполло. З одного боку, Роккі мав фінансові труднощі, з іншого – йому випав щасливий квиток. Незважаючи на різний рівень боксерів, Роккі витримав усі 15 раундів, і навіть послав чемпіона в нокдаун. Його головний козир – витривалість. Прецедентною стала фраза Роккі з цього фільму: «Життя не в тому, наскільки сильно ти можеш завдати удар... а в тому, скільки ти можеш витримати і все одно продовжувати рухатися вперед» [11].

«*Перемога без боротьби*» – літературний прийом, що належить до різновидів перемог і програшів, коли одна сторона виграє тому, що ставить іншу в настільки не вигідну ситуацію, що боротьба припиняється сама собою. Назва прийому пішла з книги «Мистецтво війни» китайського автора Сунь Цзи.

У фентезійному романі «Гаррі Поттер і філософський камінь», написаному Дж. К. Ролінг у 1997 році [30], Гаррі Поттер бере на озброєння захисне магичне заклинання «*Expelliarmus*», що означає латинською мовою «я виганяю зброю». Це заклинання він вигукує, переважно розмахуючи чарівною паличкою. Так йому вдається не вступати в бій із серйозними ворогами, а перемагати, роззброюючи їхню магію та силу ще до бою. Цей прийом він використовує в усіх наступних романах. Лише один раз цей прийом не спрацьовує – у боротьбі з могутнім Лордом Волдеморттом.

У пригодницькому фільмі «Пригоди барона Мюнгаузена» (1988) Т. Гіллама [18], коли барон воскрес із мертвих, він так вразив солдатів-супротивників на чолі з Гораціо, що вони всі перебігли на його бік, відпустили затриманих людей і припинили війну. Авторитет барона Мюнгаузена був дуже високим. Війна закінчилася без усякого кровопролиття.

Таблиця 1

Перемоги та поразки як різновиди літературних прийомів

Перемоги та поразки як різновиди літературних прийомів.	
1.	«Кінцівка де усі виграють» (“win-win outcome”)
2.	«Погані хлопці перемагають»
3.	«Гарні хлопці перемагають»
4.	«Підкуп дороги до перемоги»
5.	«Темна / сіра конячка»
6. а.	«Лузер отримує дівчину»
6. б.	«Переможець отримує дівчину»
7.	«Пірова перемога»
8.	«Друге місце для лузерів»
9.	«Невдахи можуть перемагати»
10.	«Туше / Дотик» (Touché)
11.	«Перемога витривалістю»
12.	«Перемога без боротьби»

Звісно, обсяги статті не дають можливості охарактеризувати інші варіанти літературних прийомів цього плану, такі як «Білий Препор», «Status

Quo», «Перемога в один голос» тощо. Але головні різновиди, на нашу думку, відображено в роботі.

У таблиці 1 «Перемоги та поразки як різновиди літературних прийомів» наводяться назви всіх літературних прийомів, які розглянуто в статті.

Висновки і пропозиції. У результаті моніторингу англомовної літератури та публіцистики було виокремлено 16 різновидів перемог і програшів, що переважно ведуть до кульмінації та загострення сюжету твору. Вони є варіантами літературних прийомів, що активно використовуються в англомовній літературі й поступово знаходять своє місце в літературній журналістиці.

Моніторинг, виявлення і класифікація сучасних варіантів стилістичних і літературних засобів, що залучаються американськими та британськими письменниками й поступово перетікають у літературну журналістику, є одним із напрямів наукових досліджень літературознавців, філологів і журналістів-практиків. Поліпшення знань у цьому напрямі приведе до створення більш якісного англомовного контенту студентами, журналістами та видавцями.

Список літератури:

1. Андрущенко В. П. Модернізація педагогічної освіти України в контексті Болонського процесу. *Вища освіта України*. 2004. № 1. С. 5–9.
2. Аристотель Поэтика / пер. М. М. Позднева. Книга сочинителя, Санкт-Петербург : Амфора, 2008. 320 с.
3. Здоровега В. Й. Про журналістику і журналістів: статті, есе, виступи, діалоги. Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2004. С. 90–99.
4. Карабан В. І. Переклад англійської науково-технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми». Вінниця : Нова книга, 2004. 576 с.
5. Коптілов В. В. Теорія і практика перекладу. Київ : Юніверс, 2003. 208 с.
6. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу. Вінниця : Нова книга, 2003. 448 с.
7. Черемис І. М. Формування професійної компетенції майбутніх журналістів засобами іншомовних професійних видань : автореф. дис. ... канд. пед. наук. Київ : Інститут Вищої освіти АПН, 2008. 22 с.
8. Черемис І. М. Формування компетентності майбутніх журналістів засобами вітчизняної та іншомовної преси. *Вища освіта України*. 2005. № 4 (14). Додаток. С. 169–177.
9. Шкляр В. І. Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра. Київ : КМУЦА, 1996. 168 с.
10. Avildsen J. G. (1986), “Karate Kid II”, martial arts film, USA, Columbia Pictures. URL: https://play.google.com/store/movies/details/The_Karate_Kid_Part_II?id=pHUGawATlkw&hl=en_US (accessed 7.06.2020).
11. Avildsen J. G. (1976), “Rocky”, sport drama film, USA : United Artists. URL: <https://ww1.0123movies.su/movie/rocky-1976-online-123movies/> (accessed 7.06.2020).
12. Chaucer G. (1387), “Tales of Caunterbury”, satiric short stories. UK : Barnes & Noble Classics Series, 2007. 278 p.
13. Cline E. (2011), “Ready Player One”, science fiction. USA : Crown Publishing Group. 579 p.
14. Cowen N. (1991–1996), Sisters, family drama series. USA: NBC. URL: <https://reelgood.com/show/sisters-1991> (accessed 7.06.2020).
15. Collins S. (2008), “The Hunger Games”, sci-fi and action novel. USA : Scholastic. 374 p.
16. Dr. Seuss. (1957), “How the Grinch stole Christmas!” children’s story. Random House. 67 p.
17. Flaubert G. (1857), “Madame Bovary”, realist novel. France: Revue de Paris. 459 p.
18. Gilliam T. (1988), “The Adventures of Baron Munchausen”, adventure fantasy film. USA: Columbia Pictures. URL: <https://www.dailymotion.com/video/x5s5o0v> (accessed 7.06.2020).
19. Godfrey M. (1984), “Here She Is Ms Teeny Wonderful”, young adult novel. USA : Scholastic Tab Publications. 172 p.

20. Jordan W. H. (1989), "No Second Place Winner", police novel. USA : Police Bookshelf. 114 p.
21. Lawson, Mark. (2008, April 5). "I heard the news today, oh boy" *Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/books/2008/apr/05/featuresreviews.guardianreview21> (accessed 07.02.2020).
22. Mitchell D. (2006), "Black Swan Green", semi-autobiographical novel. UK : Random House. 294 p.
23. Newman K. (2018), "The Haunting of Drearcliff Grange School", fantasy novel. UK : Titan books. 400 p.
24. Nordquist R. (2019). What is literary journalism? URL: <https://www.thoughtco.com/what-is-literary-journalism-1691132> (accessed 07.02.2020).
25. Orwell G. (1949), "Nineteen Eighty-four: A novel", dystopian novel. UK : London, Secker&Warburg. 328 p.
26. Quality M. (2014), "Dinner and a Show", fantasy, romance and humor novel. UK. URL: <https://www.fanfiction.net/s/10788350/1/Dinner-and-a-Show> (accessed 7.06.2020).
27. Potyatynyk B. (2019), "Mass Media as a Self-Expanding Megamachine: Is It Possible To Stop It?". URL: http://media-journal.franko.lviv.ua/N1/Mediaphilos/borys_potyat1_eng.htm (accessed 7.06.2020).
28. Rowling J. K. (2007), "Harry Potter and the Deadly Hallows", fantasy novel. UK : Bloomsberry Publishing. 607 p.
29. Rowling J. K. (2010), "Harry Potter and the Half-Blood Prince", fantasy novel. UK : Bloomsbury. 607 p.
30. Rowling J. K. (1997), "Harry Potter and the Philosopher's stone", fantasy novel. UK : Bloomsbury. 223 p.
31. Sellar W. S., Yeatman R. J. (1930), "1066 and All That", parody. UK : Methuen Publishing, 172 p.
32. Stevenson R. L. (1881), "Treasure Island", adventure novel. UK : Cassel and Company. 262 p.
33. Tamahori L. (2007), "Next", sci-fi thriller film, USA, Revolution Studios. URL: <https://www.hoopladigital.com/title/12184108> (accessed 7.06.2020).
34. Tolkien J. R. R. (1968), "The Lord of the Rings", epic fantasy novel. UK : Allen& Ulwin. 1216 p.
35. Toro G.d. (2016–2018), "Trollhunters: Tales of Arkadia, fantasy-television series, USA, Dreamworks animation. URL: <https://www.netflix.com/ua/title/80075820> (accessed 7.06.2018).
36. Wolfe T., & Johnson E. W. (eds.). (1975). *The New Journalism*. London, UK : Picador. 394 p.

Kharchenko. O. V. LITERARY JOURNALISM: THE VICTORIES AND DEFEATS AS VARIANTS OF LITERARY DEVICES

The article turns its attention to the issues of Anglo-Saxon literary journalism, as a direction of non-fiction, mixing literary styles and narrative techniques, giving the faithful information, while writing features, chronicles, essays, travel blogs, biographies, and other multimedia content. Among numerous literary devices applied in English-speaking literary journalism, the article singles out and characterizes the various types of victories and defeats, which are the components of climaxes, in the majority of cases. The main methods of the research include the monitoring of the English-speaking means of mass media and multimedia, the empiric search of the most important variants of cliché victories and defeats used by American and British authors, which gradually penetrate into English literary journalism.

In this work, the climax is considered in the classical literary meaning as the moment of the highest conflict sharpening, plot breakage, leading to the final denouement.

As a result of the scientific research, sixteen variants of victories and defeats were singled out. They are following: 'Win-win ending'; 'Bad boys win'; 'Good boys win'; 'Bribe as a way to victory'; 'Dark/ grey horse'; 'Loser gets a girl'; 'Winner gets a girl'; 'Pyrrhic victory'; 'The second place for losers'; 'Losers can win'; 'Touché'; 'Guts victory'; 'Victory without fight'; 'White flag', 'Status Quo', 'Victory in one voice.'

At the same time, it is underlined that the number of 'win-lose' literature trick variants leading to climaxes is much greater and this topic needs further research.

These 'win-lose' options of culmination sharpen the article/interview plot and lead to the diversification and improvement of the quality of works of Ukrainian youth writing English multimedia content.

Key words: *English textual content, literary journalism, literary devices, defeat and victory, plot, climax.*

Юксель Г. З.

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

КОНЦЕПЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ ЩОДО КРИМУ

У статті розглядається концепція інформаційної політики України щодо тимчасово окупованої території АР Крим та м. Севастополь із початку 2014 р. Форми та методи реалізації інформаційної політики стосуються кількох рівнів: регіонального, загальнонаціонального, міжнародного.

Об'єктом дослідження є головні концептуальні підходи в процесі формування інформаційної політики щодо АР Крим і м. Севастополь. У науковий обіг введено дані про формування та реалізацію інформаційної політики щодо Криму, досліджено основні тенденції діяльності в інформаційній сфері, що розраховані на мешканців Криму, українських громадян, представників міжнародної спільноти. Описано напрями розвитку інформаційної політики, заходи для інформування населення та встановлення комунікації з мешканцями тимчасово окупованих територій України.

***Метою** статті є дослідження головних принципів і положень концепції інформаційної політики України стосовно тимчасово окупованих територій АР Крим і м. Севастополь після 2014 р. **Об'єктом** дослідження є головні концептуальні підходи до формування інформаційної політики щодо тимчасово окупованих АР Крим і м. Севастополь. **Предметом** дослідження стали складові елементи, які необхідні для забезпечення реалізації інформаційної політики щодо тимчасово окупованих АР Крим і м. Севастополь.*

*У науковий обіг введено новітні джерела інформації про формування інформаційної політики щодо Криму; описано головні тенденції та форми праці в інформаційній сфері, яка розрахована на мешканців Криму, українське суспільство, представників міжнародної спільноти. У дослідженні застосовано хронологічний підхід до аналізованих подій, робота щодо систематизації інформації проводиться з використанням історичного, соціологічного, статистичного **методів дослідження**. На різних етапах використано методи спостереження, порівняння, узагальнення.*

Після анексії Криму 2014 року з боку РФ діяльність українських державних органів, громадського сектору, ЗМІ була спрямована на реінтеграцію кримського інформаційного простору, побудову спільного з окупованими територіями інформаційного простору, запровадження європейських правових норм у галузі комунікації, забезпечення принципів свободи слова та обміну інформацією. Важливим складником цього процесу стала ініціація обговорення теми окупованих територій на загальноукраїнському та міжнародному рівнях, надання оперативної, об'єктивної інформації щодо ситуації в Криму.

***Ключові слова:** Крим, Україна, окупація, свобода слова, інформаційна політика, права людини, засоби масової інформації, соціальні мережі.*

Постановка проблеми. Актуальність теми зумовлена необхідністю захисту територіальної цілісності та суверенітету України після окупації АР Крим і м. Севастополь в 2014 році (*термін «окупація» використовується відповідно до резолюції Генеральної Асамблеї ООН 71/205, яка засвідчує «тимчасову окупацію» Криму – Г. Ю.*). Безпечна реінтеграція тимчасово окупованих територій визнана в Україні одним із пріоритетних напрямів розвитку держави, водночас сфера масмедіа є одним із важливих складників у захисті загальнонаціональних інтересів.

Тема дослідження примусової зміни державності в АР Крим у м. Севастополь у 2014 р. в інфор-

маційної сфері залишається недослідженою. Про різні аспекти подій того часу, їхні наслідки та відображення в масмедіа писали журналісти А. Андрієвська [2], Т. Березовець [3], С. Громенко [3], С. Гуменюк [4], Ю. Луканов [8], М. Семена [17] та інші. Основними джерелами інформації про порушення прав журналістів у Криму з 2014 року до сьогодні стали звіти правозахисних організацій, серед яких важливо зазначити такі: «Крым: свобода слова в оккупации. Информационно-аналитический доклад о преследовании журналистов и блогеров на территории Крымского полуострова (март 2014 – сентябрь 2019)» [7], «Хронологія утисків свободи слова в Криму»

[20], ГО «Центр прав людини ZMINA» та ГО «Кримська правозахисна група», звіт «Положення кримськотатарських медіа в Криму (2014–2016)» [10], ГО «Центр із прав людини».

Постановка завдання. *Метою статті* є дослідження головних принципів і положень концепції інформаційної політики України стосовно тимчасово окупованих території АР Крим і м. Севастополь після 2014 р.

Для досягнення мети наукового дослідження необхідним є виконання низки *завдань*:

- встановлення головних положень концепції інформаційної політики щодо Криму з 2014 р. і до сьогодні;

- дослідження напрямів, проведених в Україні для забезпечення інформаційної політики Криму: регіональний рівень, загальнонаціональний рівень, міжнародний рівень;

- опис головних заходів для формування та реалізації державної політики щодо Криму в Україні, серед яких ухвалення стратегій і програм, формування законодавчої бази, створення технічної інфраструктури та мережі українськомовних ЗМІ на адміністративному кордоні з Кримом;

- висвітлення різних форм і методів інформування аудиторії: обговорення теми Криму в українських ЗМІ, проведення інформаційних кампаній, заходів, моніторинг поточної ситуації в Криму.

Об'єктом дослідження є головні концептуальні підходи до формування інформаційної політики щодо тимчасово окупованих АР Крим і м. Севастополь. **Предметом** дослідження стали складові елементи, які необхідні для забезпечення реалізації інформаційної політики щодо тимчасово окупованих АР Крим і м. Севастополь.

У науковий обіг введено новітні джерела інформації про формування інформаційної політики щодо Криму; описано головні тенденції та форми праці в інформаційній сфері, яка розрахована на мешканців Криму, українське суспільство, представників міжнародної спільноти.

Методи дослідження. У дослідженні застосовано хронологічний підхід до аналізованих подій, робота щодо систематизації інформації проводиться з використанням історичного, соціологічного, статистичного методів дослідження. На різних етапах використано методи спостереження, порівняння, узагальнення.

Результати й обговорення. Переломним у розвитку інформаційної політики України став 2014 р., коли почалася окупація АР Крим та міста Севастополь, а пізніше – військові дії на сході

України. Українські мережі засобів комунікації (телекомунікації, засоби масової інформації) зазнали змін в діяльності та політиці мовлення, зумовлених появою нового інформаційного напрямку, пов'язаного з висвітленням питань тимчасово окупованих територій. Заходи української влади щодо організації мовлення та створення мережі українських ЗМІ в Криму були спрямовані на захист територіальної цілісності держави та інтересів українських громадян – мешканців півострова.

Державні органи влади, представники громадянського суспільства, загальноукраїнські й ті кримські ЗМІ, що вимушено залишили територію півострова, стали головними виконавцями інформаційної політики України, що відбувалася на кількох рівнях: регіональному (щодо тимчасово окупованих територій), на загальнонаціональному (щодо українського суспільства), на міжнародному (щодо представників міжнародної спільноти). Головною, цементуючою ідеєю в діяльності всіх учасників реалізації інформаційної політики щодо Криму стала позиція збереження територіальної цілісності України, невизнання окупації та повернення Криму до складу України.

Після початку агресії, у 2015 р., в Україні було створено структури виконавчої влади, які відповідають за інформаційну політику стосовно тимчасово окупованих територій, зокрема Міністерство інформаційної політики (далі – МІП), Міністерство тимчасово окупованих територій (далі – МінТОТ). Головним завданням МІП України (2014–2019) стало сприяння повноцінному функціонуванню ЗМІ в Україні й підтримка свободи слова і права на висловлювання думок. Забезпечення поширення на окупованих територіях різнопланового українського інформаційного контенту також було визнано одним із основних напрямів роботи МІП. Законодавчу базу й технічні умови для організації мовлення на тимчасово окупованій території (далі – ТОТ) забезпечував Державний регулятор – Національна рада з питань телебачення та радіомовлення (далі – Нацрада).

У 2015 р. в Україні почалося формування регіональної інфраструктури для організації мовлення на ТОТ. До процесу технічного забезпечення та створення інфраструктури на ТОТ було залучено відомі міжнародні донорські організації, зокрема Агентство з міжнародного розвитку USAID, та приватні інвестори, які фінансували установку частини передавачів. З урахуванням технічних можливостей обговорювалися перспективи створення мережі українського телебачення

та радіомовлення на адміністративному кордоні з Кримом та лінії розмежування в ОРДЛО. Законодавча база для правового регулювання інформаційної діяльності суспільних і приватних засобів комунікації та зв'язку, що здійснювали мовлення на ТОТ, була вдосконалена.

Міністерство інформаційної політики України створило в 2015 р. Комісію з питань забезпечення стабільного функціонування системи національного телебачення і радіомовлення [13] (рішення КМУ від 10 березня 2015 р., протокол № 30), завданням якої стала, зокрема, організація протидії інформаційній агресії з боку держави-агресора. Головними складниками протидії пропаганді мало бути не тільки створення технічних умов для мовлення українських ЗМІ на окупованій території, а й створення цікавого й важливого для мешканців ТОТ інформаційного контенту, запровадження принципів якісної журналістики й використання української мови.

У 2018 р. Кабінет міністрів України ухвалив Стратегію інформаційної реінтеграції Автономної Республіки Крим і м. Севастополя [12], що базувалася на дослідженнях «кримського» питання в українському суспільстві, містила механізми, спрямовані на повернення Криму в українське інформаційне поле та забезпечення комунікації громадян України в окупації. Стратегія передбачала координацію та спільну працю міністерств, які опікувалися питанням Криму (МІП, МЗС, МінТОТ, МО, Мінюст, Мінкультури, Державне агентство України з питань кіно).

Мета стратегії полягала у «відстоюванні територіальної цілісності України для зовнішньої та внутрішньої аудиторії, а також у розвінчанні російських міфів щодо історичного минулого та сучасного стану півострова; забезпеченні населення окупованої території достовірною, оперативною та актуальною інформацією, залученні міжнародної підтримки у справі відновлення територіальної цілісності України, ефективній координації дій органів державної влади та громадянського суспільства у формуванні та впровадженні інформаційної політики щодо тимчасово окупованого Кримського півострова» [12].

У створенні Стратегії брали участь державні службовці, політики, експерти, журналісти. Задля відображення об'єктивної картини проведено соціологічне опитування населення України, яке склало загальне бачення «питання Криму» українськими громадянами. У документі було висвітлено наявні загрози для реалізації завдань, характеристики інформаційного середовища,

в якому ведеться праця на окупованих територіях, в українському просторі, на міжнародному рівні. Загрозами реалізації Стратегії визнано активні заходи протидії (дипломатичної, інформаційної, культурної) Російської Федерації проти реалізації Україною державної інформаційної політики щодо Криму як на території самого Криму, так і на зовнішніх аренах, а також спрямована діяльність РФ щодо унеможливлення (технічного) донесення до мешканців Криму об'єктивної та неупередженої інформації. У документі було підкреслено внутрішні загрози, такі як «недосконалість наявних механізмів реалізації політики держави щодо тимчасово окупованої території України (Автономної Республіки Крим і м. Севастополя), неналежна спроможність Уряду комунікувати, відсутність належних механізмів вироблення і поширення стратегічних наративів, стан і наявні практики функціонування засобів масової інформації в Україні, а також проблемні питання якості контенту українських ЗМІ» [12].

Важливо зазначити, що ухвалення Стратегії не забезпечило необхідних умов, відповідного державного фінансування для мовлення на тимчасово окуповані території, висвітлення теми Криму в українському медіапросторі, але стало державним документом, в якому було об'єднано та сформульовано головні принципи діяльності, окреслено напрями роботи та координації дій.

На загальнонаціональному рівні в Україні тема Криму стала предметом обговорення в державних установах, експертному середовищі, громадянському суспільстві. У 2014–2019 рр. в Україні здійснено низку заходів для реалізації пріоритетів інформаційної політики в контексті розв'язання проблем тимчасово окупованого Криму. Так, із 2015 до 2019 р. Міністерство інформаційної політики України проводило кампанію «Крим – це Україна» та інші інформкампанії, метою яких стало інформування громадян України та закордонних аудиторій про ситуацію в Криму, політику України щодо окупованих територій, спротив українських громадян російській окупації. Кампанія не вийшла на загальнонаціональний рівень, проводилася переважно в м. Київ, але привернула увагу до ТОТ.

Починаючи з 2014 р. в Україні проводяться тематичні заходи, присвячені важливим датам, які пов'язані з Кримом: 26 лютого – День кримського спротиву [19], 18 травня – День депортації та геноциду кримськотатарського народу з історичної Батьківщини [11]. Щорічно 26 лютого в Україні відбувається Міжнародний форум, присвячений

черговій річниці окупації Криму. Останні два роки ДП «Кримський дім» проводить літературний конкурс «Кримський інжир», пройшли молодіжні форуми для представників молоді з ТОТ – «Майбутнє Криму» та «Крим очима молоді». Інформаційними приводами для обговорення питання ТОТ стають події в Криму, що проходять у різних формах (круглий стіл, панельна дискусія, конференція, дискусійний клуб, публічна акція, пресконференція тощо), на окремих майданчиках висвітлюється питання Криму. Важливим фактором такої форми комунікації стає участь безпосередньо мешканців Криму.

У межах удосконалення процедури доступу до ТОТ Криму в 2015 р. іноземним журналістам була спрощена процедура в'їзду на територію півострова. Це відбулося згідно з «Порядком в'їзду на тимчасово окуповану територію України та виїзду з неї», затвердженого Постановою Кабінету міністрів України від 4 червня 2015 р. № 367. Однак неможливість вільного перебування на території Криму, тиск із боку окупаційної влади, що контролює будь-яку діяльність журналістів, висока вірогідність репресій і небезпека фізичного тиску призвели до незначної кількості відвідувань півострова іноземними журналістами.

У запровадженні державної інформаційної політики щодо тимчасово окупованих територій Кримського півострова, а також частини Донецької і Луганської областей України важливою була ліцензійна та регуляторна діяльність Національної Ради з питань телебачення й радіомовлення. На початку окупації в 2014 р. державним регулятором запропоновано програму створення мережі українського радіомовлення й телебачення, які здійснювали б мовлення на Крим та окремі райони Донецької і Луганської областей (ОРДЛЮ), і в межах втілення програми проведено роботу в окремих напрямках. Нацрадою було замовлено прорахунки нових радіо- і телевізійних частот для створення мережі українських електронних ЗМІ у так званих прикордонних територіях, на межі з адмінкордоном із Кримом та ОРДЛЮ. За сприяння державних органів, зокрема Нацради у співпраці з МПП, 2017 р. приватним інвестором було побудовано вежу в с. Чонгар Генічеського району Херсонської області висотою 150 метрів, що стала найбільшим телекомунікаційним об'єктом на півдні Херсонщини. Нацрада забезпечила виділення потужного радіочастотного ресурсу, провела конкурси серед редакцій і творчих колективів на отримання частот, надала відповідні ліцензії на мовлення. Пізніше було прове-

дено заходи щодо збільшення висоти вежі з 92 до 133 метрів у смт Чаплинка Генічеського району Херсонської області.

У межах програми створення мережі українських радіостанцій на адмінкордоні з Кримом протягом 2015–2016 рр. у шести населених пунктах регіону на 12 FM-частотах почали мовлення 7 радіостанцій, серед яких у с. Чонгар мовлення на Крим здійснювали: UA: Українське радіо, Радіо Meydan, Радіо Крым Реалии, Херсон FM. Враховуючи потужну діяльність російських ЗМІ вздовж адмінкордону з Кримом, перешкоджання для мовлення українських ЗМІ, пропагандистський вплив на місцеве населення півострова, відкриття мовлення мало велике значення.

У 2018 р. Верховна Рада України ухвалила Закон про спрощену процедуру розбудови мовлення в Луганській і Донецькій областях, а також у південних районах Херсонської області, створюючи підґрунтя для діяльності ЗМІ, які мовлять на окуповані території. Вочевидь, що ЗМІ, інформаційний продукт яких спрямований на ТОТ, перебувають у складніших умовах діяльності, ніж інші медіа. Це виявляється в організації виробничого процесу (відсутність вільного доступу до території мовлення та аудиторії), економічній діяльності (неможливість отримання прибутку від реклами), за правового забезпечення (небезпека для діяльності журналістів, пов'язана з ризиком для життя та свободи під час праці на ТОТ). Своїм рішенням ВРУ спростила процедуру отримання дозволу на організацію інформаційної діяльності й ухвалила нові процедури для створення телекомунікаційної інфраструктури, в якій було запропоновано інші стандарти для політики мовлення.

Відповідно до вимог нового Закону, Національною радою ухвалено рішення, що давали змогу розпочати роботу ще 8 радіостанціям у шести населених пунктах на 15 FM-частотах, серед яких мовлення на територію Криму здійснювали: у м. Генічеську – Армія FM, Kiss FM Ukraine, Хіт FM, Radio Roks; у смт Новотроїцькому – Радіо Мейдан; у смт Чаплинці – Радіо НВ, Армія FM, Радіо Крим. Реалії, Радіо Хаят; у с. Чонгар – Армія FM, Радіо НВ, Радіо Хаят.

Тема Криму звучала в ефірі загальнонаціональних і регіональних українських ЗМІ, серед яких 5 канал, Громадське ТБ, Київ ТБ, UA-TV, ATR, Громадське Радіо, Радіо «Промінь», Еспресо TV, 112 канал, «Прямий». Водночас питання обсягу ефірного часу, присвяченого Криму, залишається відкритим. Наприклад, у 2018 р. за «Результатами моніторингу Національної ради висвітлення

розважально-інформаційними телеканалами ситуації на Сході і щодо окупованого Криму», на розважально-інформаційних телеканалах тема Криму становить 0,1 % тижневого ефіру, а на інформаційних телеканалах – усього 2,2 % [15].

Актом інформаційного опору й неприйняття окупації Криму стало продовження виходу кримських ЗМІ на материк після вимушеного виїзду з півострова. Після анексії Криму Росією у 2014–2015 рр. півострів змушені були залишити 11 кримських ЗМІ: ІА «Центр журналістських розслідувань», проєкт «Крим. Реалії» (проєкт української редакції Радіо «Свобода»), інформаційне агентство QNA (Агентство «Кримські новини»), ТРК «Чорноморська», телеканал АTR, сайт «15 хвилин», дитячий телеканал Lale, радіо «Meudan», газета «Кримська світлиця», сайт «События Крыма», сайт Black Sea News. Майже всі вони продовжили функціонування на материковій Україні, обравши основою інформування «кримську» тематику та напрям у мовленні. У Києві було створено кілька ЗМІ, сфокусованих на питанні Криму: друкований журнал Міністерства інформаційної політики України «Крим. Інформ», електронне видання «Під прицілом», інформаційна агенція «Голос Криму». Вагомим фактором стало те, що в структурі Суспільного телебачення України UA: TV з'явився телеканал UA: Крим, який висвітлює проблеми Криму в медійному просторі державі.

2019 р. міжвідомча Комісія за участі Національної ради, Концерну РРТ та УДЦР, за участі Міністерства культури, молоді і спорту розробила проєкт «Плану дій на 2020–2021 роки», який передбачає завершення будівництва державної цифрової мережі в Донецькій, Луганській та Херсонській областях, завершення будівництва мережі аналогового телевізійного мовлення в зоні проведення ООС та на межі з Кримом, подальший розвиток середньохвильового радіомовлення в напрямку тимчасово окупованих територій. Нині цей проєкт на стадії виконання.

На загальнонаціональному рівні вагомим напрямом інформаційної політики стало впровадження комунікаційної діяльності в міжнародних інституціях та організаціях, серед яких Рада Європи, Європейський Союз, Організація з Безпеки і Співробітництва в Європі, Організація Північноатлантичного Договору та Центральноєвропейська Ініціатива (НАТО), ООН (Генеральна Асамблея ООН, Постійний Форум ООН із прав корінних народів), ЮНЕСКО. Вони підтримували територіальну цілісність і політичну пози-

цію України. Представники державних органів України та громадського сектору, зокрема громадських організацій, забезпечують комунікацію з провідними світовими державними установами, міжнародними організаціями, альянсами та неурядовими інституціями. Пріоритетними став напрям донесення об'єктивної інформації про ситуацію в Криму, інформаційне співробітництво з країнами і міжнародними організаціями Західної Європи та Північної Америки.

Політичні дискусії у світових, зокрема європейських, інституціях про ситуацію з Кримом висвітлювали питання дотримання та захисту прав людини. Представники країн, які підтримували Україну (Естонія, Литва, Латвія, Канада, Польща, США та інші), переконані, що переслідування українських громадян на тимчасово окупованих територіях проводиться тільки за політичною ознакою. Результатом праці та діалогу можна вважати ухвалення різного часу, починаючи з 2014 р. й досі, низки важливих резолюцій і декларацій стосовно Криму, які забезпечили правовий фундамент для невизнання Криму російською територією. Головні в цій низці документів – Декларації ООН [14], Резолюції Європейського Парламенту, Резолюції ПАРЄ, резолюції ОБСЄ.

Вагомим напрямом інформаційної діяльності щодо ТОТ після 2014 р. визнано діяльність представників громадського сектору, завдяки яким здійснюється зв'язок з мешканцями Криму та ведеться моніторинг ситуації на півострові. Після 2014 р. в Україні майже 50 громадських організацій опікуються питанням Криму, серед них Українська гельсінська спілка з прав людини (УГСПЛ), Центр інформації з прав людини, «Амнести Інтернаціонал», Кримськотатарський ресурсний центр, Медійна ініціатива, Кримська правозахисна група, ZMINA, Центр громадянських свобод, Крим_SOS, Об'єднання родичів політ'язнів Кремля, Медійна ініціатива за права людини, Crimean Human Rights Group, Харківська правозахисна група (ХПГ), Regional Center for Human Rights, ГО «Альянс української єдності», Експертний центр із прав людини та інші. Звіти правозахисних організацій становлять основу для комунікації як на внутрішньому українському, так і зовнішньому міжнародному рівні та забезпечують обмін інформацією між інституціями [1; 20]. Представники громадських організацій, які здійснюють моніторинг ситуації в Криму, працюють у складних умовах, пов'язаних із ризиком для життя. Пріоритетними напрямами в контексті висвітлення «кримського питання» залишається правозахисний аспект,

питання свободи слова, захист державної та приватної власності, охорона культурної спадщини, екологічні питання та захист довкілля півострова, протидія пропаганді.

Активну інформаційну діяльність здійснює представницький орган корінного народу Криму – Меджліс кримськотатарського народу, за принципову позицію та невизнання окупації незаконно заборонений у Криму та визнаний у 2016 р. владою РФ «екстремістською» організацією [6]. У 2017 р. за підтримки та сприяння Міністерства іноземних справ Естонії була створена «Стратегія народної дипломатії кримських татар», у розробленні якої брали участь представники Меджлісу кримськотатарського народу, Міністерства інформаційної політики України, ГО «Кримськотатарський ресурсний центр», ГО «Інститут прав людини» (Естонія). У стратегії запропоновано форми й методи діяльності, спрямованої на поширення інформації про історичне минуле та сучасний стан в умовах окупації кримськотатарського народу, адже внаслідок окупації корінне населення півострова зазнало репресій і тиску.

Після проведення президентських і парламентських виборів 2019 р. в Україні за незмінності головної позиції щодо визнання окупації спостерігається певна зміна підходів до форм і методів реалізації інформаційної політики щодо Криму. Політичні вибори зумовили переформування підходів до діяльності в багатьох сферах суспільства, зокрема в інформаційній площині. У новоствореному Міністерстві культури, молоді та спорту України (2019) обговорювався проект «Програми повернення дітей та молоді з ТОТ в українську ідентичність». Важливим у ньому визнано напрями здобуття молоддю освіти в Україні, привабливість українських документів і покращення доступу до них, запровадження рекреаційних програм для дітей, які постраждали під час проведення АТО/ООС, забезпечення ефективної інформаційної політики повернення в українську ідентичність дітей та молоді з ТОТ Криму та Донбасу. Запропоновано розробити нову Стратегію інформаційної реінтеграції Криму та Донбасу, створити окремі інформаційні блоки у вигляді соціальної реклами, програм та інструкцій для мовлення на ТОТ, розповсюдити рекомендації для ЗМІ щодо висвітлення теми інформаційної реінтеграції молоді та залучення її до єдиного інформаційного простору України. Важливими кроками визнано проведення з використанням зовнішньої реклами, засобів комунікації та соціальних мереж інформаційних кампаній з інформування меш-

канців ТОТ про існуючі соціальні, гуманітарні, освітні програми та державні сервіси. Однак ця програма не була презентована.

У лютому 2020 р. найбільшими приватними українськими медіагрупами був закодований супутниковий сигнал 23 найпопулярніших українських телеканалів, що обмежило доступ до контенту каналів мешканців ТОТ. За рішенням Міністерства культури, молоді та спорту (2019–2020) було закрито телеканал UATV та система державного іномовлення за кордон.

Пріоритетним для мовлення на ТОТ нова українська влада зазначила саме розважально-інформаційний контент, який став основою діяльності новоствореного телеканалу «Дім». Канал почав мовлення з 1 березня 2020 року. Спираючись на соціологічні опитування, керівництво каналу ухвалило рішення, що замість «політизованого» матеріалу аудиторії ТОТ необхідно надавати «інформаційний і розважальний контент».

Висновки. Починаючи з перших місяців окупації Криму в 2014 р. в Україні на державному та громадському рівнях проводиться робота з організації мовлення та інформаційної реінтеграції тимчасово окупованої території Криму, що реалізується в декількох напрямках: щодо тимчасово окупованих територій, на загальнонаціональному та міжнародному рівнях. Діяльність українських державних органів, громадського сектору, ЗМІ було спрямовано на реінтеграцію кримського інформаційного простору, побудову спільного інформаційного простору, запровадження європейських правових норм у галузі комунікації, забезпечення принципів свободи слова та обміну інформацією. Важливою стала ініціатива обговорення теми окупованих територій на загальноукраїнському та міжнародному рівнях, надання оперативної, об'єктивної інформації щодо ситуації в Криму. Змагання посилити регіональні ресурси, які здійснюють мовлення на ТОТ, і створити мережу українськомовних ЗМІ на адмінкордоні з Кримом, вплинуло на діяльність ЗМК, на державну та регіональну інформаційну політику України з удосконалення технічної інфраструктури та створення мережі українськомовних ЗМІ.

Після початку окупації спрощено законодавство для діяльності ЗМІ на ТОТ, щоб мешканці цих територій могли отримувати контент українських ЗМІ. Серед форм і методів реалізації інформаційної політики в Україні можна зазначити інформаційні кампанії, відзначення пам'ятних дат, проведення тематичних заходів, дискусії в експертному середовищі та в ефірах ЗМІ.

У 2019 р. в Україні під час дотримання головної позиції щодо необхідності повернення українських тимчасово окупованих територій, спостерігається зміна форм і методів реалізації інформаційної політики. В уряді обговорюються можливості надання молоді ТОТ освіти в Україні, покращення доступу до отримання україн-

ських документів, запровадження рекреаційних програм для дітей, які постраждали під час проведення АТО/ООС, забезпечення ефективної інформаційної політики повернення в українську ідентичність дітей та молоді з ТОТ, інформування населення через засоби комунікації та зв'язку, в соціальних мережах.

Список літератури:

1. Аналіз порушень прав людини в окупованому Криму за 9 місяців 2019 року (презентація). URL: <https://ctrcenter.org/ru/analytics/165-analiz-narushenij-prav-cheloveka-v-okkupirovannom-krymu-za-9-mesyacev-2019-goda-prezentaciya> (дата звернення: 23.10.2019).
2. Андрієвська А. Люди «сірої» зоні. Свідки російської анексії Криму 2014 року. Київ : Фенікс, 2018. 264 с.
3. Березовець Т. Анексія: Острів Крим. Хроніки «гібридної війни». Київ : Брайт-Букс, 2015. 392 с.
4. Громенко С. #Кримнаш. Історія російського міфу. Київ : Хімджест, 2017. 224 с.
5. Гуменюк Н. Загублений острів: книга репортажів з окупованого Криму. Львів : Вид-во Старого Лева, 2020. 312 с.
6. Заборона Меджлісу кримськотатарського народу в Криму. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/tag/zapret-medzhlisa-19042016> (дата звернення: 19.04.2016).
7. Крым: свобода слова в оккупации. Информационно-аналитический доклад о преследовании журналистов и блогеров на территории Крымского полуострова (март 2014 – сентябрь 2019). Крымская правозащитная группа. URL: <https://crimeahrg.org/wp-content/uploads/2020/02/krimbookru.pdf> (дата звернення: 01.10.2019).
8. Луканов Ю. Пресувальна машина: як Росія знищувала свободу слова в Криму / ред. Печончик Т. ; Центр інформації про права людини. Київ, 2018. 176 с.
9. Наш Крим: неросійські історії українського півострову: зб. ст. / упоряд. та вступ. ст. С. В. Громенко. Київ : К.І.С. 2016. 315 с.
10. Положение крымскотатарских медиа в Крыму (2014–2016): отчет Центра по правам граждан. Київ, 2016. 10 с.
11. Постанова Верховної Ради України «Про визнання геноциду кримськотатарського народу». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/792-19> (дата звернення: 12.11.2017).
12. Про схвалення Стратегії інформаційної реінтеграції Автономної Республіки Крим і м. Севастополя. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1100-2018-%D1%80> (дата звернення: 27.12. 2018).
13. Рішення КМУ від 10 березня 2015 року протоколу № 30. URL <https://mip.gov.ua/documents/13.html> (дата звернення: 18.03. 2017).
14. Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей 19 декабря 2016 года [по докладу Третьего комитета (A/71/484/Add.3)] 71/205. Положение в области прав человека в Автономной Республике Крым и городе Севастополе (Украина). URL: <https://undocs.org/ru/A/RES/71/205> (дата звернення: 01.02.2017).
15. Результати моніторингу Національної ради стосовно висвітлення розважально-інформаційними телеканалами ситуації на Сході і щодо окупованого Криму. URL: <https://www.nrada.gov.ua/rezultaty-monitoringu-natsionalnoyi-rady-stosovno-vysvitlennya-rozvazhalno-informatsijnymy-telekanalamy-sytuatsiyi-na-shodi-shhodo-okupovanogo-krymu/> (дата звернення: 23.01.2018).
16. Свобода слова й преси в Криму (лютий 2014 – листопад 2015 рр.) / Міністерство інформаційної політики України. Київ, 2015. 19 с.
17. Семена М. Крымский репортаж. Хроника оккупации Крыма (2014–2016 гг.). Київ : ДП «Національне газетно-журнальне видавництво», 2017. 928 с.
18. Ситуация с правами человека во временно оккупированной Автономной Республике Крым и городе Севастополе (Украина). URL: https://www.ohchr.org/Documents/Countries/UA/Crimea2014_2017_RU.pdf (дата звернення: 31.12.2017).
19. Указ Президента України № 58/2020 «Про День спротиву окупації Автономної Республіки Крим та міста Севастополя». URL: <https://www.president.gov.ua/documents/582020-32537> (дата звернення: 26.02.2020).
20. Хронология притеснения свободы слова в Крыму. URL: <https://crimeahrg.org/wp-content/uploads/2020/02/chronology-of-pressing-the-freedom-of-speech-in-crimea-rus.pdf> (дата звернення: 01.02.2020).

Yuksel G. Z. CONCEPT OF INFORMATION POLICY OF UKRAINE ON CRIMEA

The article deals with the concept of information policy of Ukraine concerning the temporarily occupied territory of the Autonomous Republic of Crimea and the Sevastopol city since the beginning of the occupation in 2014. Forms and methods of implementation of information policy are conducted at several levels: regional, national, and international.

The objects of exploration are the main conceptual approaches of organizing the informational policies about the Autonomous Republic of Crimea and the city of Sevastopol. New data on the formation and implementation of information policy about Crimea, the main tendencies and forms of work in the information area were introduced in the present article. The author describes trends of information policy, examples of measures for informing the population, and establishing communication with the residents of temporarily occupied territories of Ukraine.

The article aims to study the main principles and provisions of the concept of information policy of Ukraine to the temporarily occupied territories of Crimea and Sevastopol after 2014.

The subject of the study are the components necessary to ensure the implementation of information policy on the temporarily occupied Autonomous Republic of Crimea and Sevastopol.

The latest sources of information on the formation of information policy on the Crimea have been introduced into scientific circulation; there also have been described the main trends and forms of work in the information sphere, which is designed for residents of Crimea, Ukrainian society, and the representatives of the international community. The study applies a chronological approach to the analyzed events, work on the systematization of information is carried out using historical, sociological, statistical research methods. In the present research the author used different methods of observation, comparison, generalization.

After the annexation of Crimea in 2014 by the Russian Federation, the activities of Ukrainian state bodies, the public sector and the media were aimed at reintegrating the Crimean information space, building a common information space with the occupied territories, introducing European legal norms in the field of communication, freedom of speech and information exchange. An important component of this process was the initiation of a discussion of the topic of the occupied territories at the national and international levels, the provision of operational, objective information on the situation in Crimea.

Key words: *Crimea, Ukraine, information policy, occupation, freedom of speech, human rights, mass media, social networks.*

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

УДК 007:[655.413+655.533]

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.3-3/30>

Шульська Н. М.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Кошелюк О. В.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Рожило М. А.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

АРТКНИГА ЯК СКЛАДНИК ВІЗУАЛЬНОЇ ПАРАДИГМИ СУЧАСНОГО МЕДІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА

У статті здійснено типологічний аналіз арткниги як специфічного різновиду сучасного медійного контенту. Зауважено про неуніфікованість термінологічного апарату до цих видань і функціонування у видавничому дискурсі понять «артбук», «книга художника», «мистецька книга», «книга-артінсталяція» тощо. Здійснено тематико-типологічну характеристику артбуків, які вилучено методом суцільного обстеження репертуару українських видавництва («Видавництво Старого Лева», «А-Ба-Ба-Га-Ла-Ма-Га», «Terra Incognita», «Віват», «Артбук» та інші). На українському книжковому ринку наявні унікальні візуальні видання, розроблені на матеріалі одного твору автора. Установлено, що арткниги з'являються і внаслідок перевидання вже опублікованих творів у новому візуальному представленні. Результати видавничо-типологічного аналізу аналізованого книжкового продукту засвідчили, що зрідка артбуки виступають у своїй типовій формі – каталозі графічних зображень з акцентом на ілюстративному наповненні без тексту. Зазвичай арткниги є видозміненими: це перевидана класика, поєднання візуального й текстового компонента (із домінуванням першого), художні біографії, артабетки, фотовидання, артноатники, розмальовки, лімітовані мистецькі книги, арткомікси, книги в стилі хендмейду. Окремим тематико-типологічним різновидом артбуків є група видань, які доречно характеризувати поняттям «чудернацькі артбуки», оскільки вони репрезентують видання не в традиційному кодексному форматі, а в книзі нестандартного вигляду. До характерних особливостей структури артбука віднесено такі: нестандартне розташування традиційних книжкових елементів, відсутність або розмитість науково-довідкового апарату, видозміну конструкції книги та наявність у ній додаткових елементів, поєднання різноманітних мистецьких технік, застосування техніки колажу, шрифтоване акцентування. Арткниги – це елітні видання, вони зазвичай високоякісні й дорогі, потребують великої титанічної праці під час поліграфічного втілення.

Ключові слова: арткнига, артбук, книга художника, медійне середовище, видавничий репертуар, тематико-типологічний аналіз.

Постановка проблеми. У сучасному медійному просторі художньо-образний компонент виразно домінує над текстоцентричним, через що дедалі більшу увагу акцентовано на книжковій продукції, яка вирізняється структурною оригінальністю та візуальною унікальністю. Український видавничий ринок, що намагається задовольнити найвибагливіші читацькі та автор-

ські запити, ставить перед видавцем дуже складні завдання, змушуючи його постійно бути готовим до роботи з творами будь-якого виду, жанру, тематики, способу виконання. Експериментальні проекти, покликані протистояти витісненню друкованих видань цифровими пристроями, намагаються популяризувати книги завдяки їх модифікації на рівні форми та змісту. Одним із найцікавіших

явищ, що ілюструє метаморфозу видання в останні десятиліття, є поява арткниг (артбуків, книг художників, мистецьких книг) – літератури унікальної форми для втілення будь-якого нестандартного видавничого задуму, яка за особливістю технік виконання, форматом і змістовим наповненням ні на що інше не схожа. Попри великий інтерес до подібного роду видань із боку поціновувачів книги та фахівців у цій галузі, дотепер у науковій сфері відсутнє якісне визначення поняття «арткнига», не окреслено етапи розвитку, різновиди, структуру, наклад «артбуку», «книги художника» («візуальної книги», «артистичної книги»), не досліджено її сприйняття масовим читачем, не схарактеризовано особливості видавничого втілення. Це підтверджує актуальність обраної теми наукової розвідки. Характерно, що на початкових етапах появи артбуків головними їхніми критиками були самі творці – представники різних напрямів візуальних мистецтв. Авторами значної частини публікацій про «книги художника» є переважно самі художники або куратори й організатори тематичних виставок. Сучасна адаптація артбуків до видавничого ринку демонструє винахідливий компроміс між оригінальністю і доступністю, між стандартними вимогами і творчим підходом. Проте його видавниче втілення супроводжується низкою проблем, серед яких Г. Листвак пропонує виділяти такі: «видавабельності», видавництва, видавничої підготовки, а також технологічні та експлуатаційні проблеми [4, с. 11].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як науковий об'єкт опису артвидання представлено у розвідках американських, іспанських, польських, австралійських дослідників, рідше – російських та українських. Більшість із них – англійські. Важливими для розуміння особливостей артбуків як видавничого продукту стали праці таких відомих теоретиків і практиків, як С. Бері, С. Бодман, Дж. Дракер, С. Кліма, П. Верхсен, Р. Новаковський, К. Сміт та інші. Вони здебільшого розглядають проблеми експонування та поширення «книг художника». Українські напрацювання у сфері аналізу арткниг також доволі скупі та переважно не мають достатнього науково-теоретичного підґрунтя (статті Т. Злобіної, М. Скиби, О. Максименко, А. Денисенко, О. Копецька та інші). Як виняток, необхідно розглядати дисертаційну працю та розвідки Г. Листвак. Дослідниця ґрунтовно аналізує термінологічні труднощі, риси книжковості, особливості видавничої культури, проблеми експонування «книги художника» тощо. Проте й ці

напрацювання не вичерпують усі потенційні особливості дослідження артбуків, зокрема, поза увагою залишилися їхні сучасні формати. Опис артвидання як динамічного явища передбачає також залучення найновішої інформації з каталогів виставок, портфоліо, репортажів, статей та інтерв'ю з художниками, блогів видавців, матеріалів на фахових медіаплатформах. Найбільше інформації про артбуки-новинки в Україні та світі можна знайти на інтернет-ресурсах. Важливими є її глибинний аналіз і подальша систематизація.

Постановка завдання. Мета дослідження – здійснити тематико-типологічну характеристику арткниг, які вилучено методом суцільного обстеження сучасного медійного простору; проаналізувати видавничо-поліграфічні особливості артбуків; систематизувати термінологічний апарат; окреслити розвиток такого виду книжкового контенту у вітчизняній медійній практиці.

Виклад основного матеріалу. В українському видавничому просторі, окрім термінів «арткнига» та «артбук», на позначення новаторських видавничих проєктів, що поєднують вербальні, візуальні й тактильні елементи, використовують також поняття «книга художника», «мистецька книга», «авторська книга» та інші. Така термінологічна неуніфікованість вказує на складну природу візуальних видань і спроби їх пристосування до іноземних номінацій (порівняємо: англійські *artist's book*, *artbook*, *bookwork*, *book art* та *book object*, французькі *livre d'artiste*, *livre de luxe*, *livre de peintre*), кожен із яких функціонує в дещо іншому контексті.

У репертуарі українського книжкового ринку унікальні візуальні видання, розроблені на матеріалі одного твору автора, який став дуже відомим. Яскравим прикладом такого артбука є видання С. Жадана «*Пливи, рибо, пливи*» («Чорні вівці», 2016 р., 32 с.). Це новий артбук в обкладинці за авторством С. Жадана та художниці Х. Лукашук. Про ідею цього видання зазначає сама його натхненниця: «Не буду грішити, що добре знаюся на творчості Сергія Жадана. Перебуваючи на одному з його концертів, раптом зловила себе на тому, що не так вслухаюся, як вдивляюся – я бачила Рибу. Вона пливла, говорила, страждала, мріяла... любила і неймовірно резонула зі мною. Вже вдома знайшла текст. Тоді ж зрозуміла, що малюнки, які поки були лише в моїй голові, можуть стати отим справжнісіньким артбуком, якого так бракує на вітчизняному ринку» [7]. Цікаво, що це видання має широку читацьку адресу: він призначений для розглядання як дітьми, так і дорослими.

Інколи з метою надання «нового обличчя» вже опублікованому творові автора видавці вдаються до експериментальних візуальних пошуків, результатом яких стають цікаві артбукові новинки. Так сталося з романом Т. Прохаська «Непрості», перевиданим у форматі артбуку «*Прохасько Т. НепрОсті*» («Тerra Incognita», 2018 р., 184 с.). Відомий роман уже перейшов у розряд новітньої класики, його називають «мастрідом» сучасної літератури. Очевидно, через це видавництво «Тerra Incognita» вирішило перевидати твір у новому дизайні. Ілюструвала книгу відома художниця Ю. Табенська. Про книгу в новому форматі зазначив і сам письменник: «Юліні ілюстрації стали органічним продовженням тексту. Їх треба читати. Це так, ніби вона дописала ще сто сторінок до мого роману» [6]. Серед кваліфікованих читацьких відгуків про це видання натрапляємо на такий коментар: «Зручна верстка, інтервал, шрифт, колір паперу і чорнил, колористика ілюстрацій, твердість обкладинки і заокруглені кутики сторінок – усе це надзвичайно акуратно, якісно, і – як би то правильно сказати? – з пієтетом до видаваного твору. Саме такі мають бути книжки, які навіть у добу прагматичних електронних гаджетів хочеться мати вдома на власній полиці – як коштовний артефакт, скарб, манускрипт... Деталі побуту, флори і фауни, ландшафтів та архітектури, слова, їхня фонетика та синтаксис, самі по собі надзвичайно мальовничі й кінематографічні, у перевиданні «НепрОстих» від видавництва «Тerra Incognita» доповнені візуальним рядом, від якого наче набувають ще більшого об'єму, як у книжках-панорамах» [6].

Упродовж 2014–2017 років видавництво «Основи» перевидало українську класику з оновленим дизайном. До зазначеної серії входять такі видання: «Лісова пісня» Лесі Українки, «Кайдашева сім'я» Івана Нечуя-Левицького, «Тигролови» Івана Багряного та «Місто» Валер'яна Підмогильного. Ці всі видання із шкільної програми, тому ілюстратори знали, як класичні твори учні неохоче читають у школі. Вони модернізували зображення, зробили його більш схожим до «карлочки», що малюють діти. Щодо самих ілюстраторів книг, то колажі до «Кайдашевої сім'ї» створила Лера Схемка, ілюстрації до роману Валер'яна Підмогильного «Місто» розробив Максим Павлюк, а над «Тигроловами» працював татувальник Денис Темний. Цікавим серед них є видання, що має виразні риси артбука, книга «Лісова пісня» («Основи», 2016 р., 156 с.). Це видання художньо оформила П. Дорошенко, про що авторка сама

зазначає: «Ілюструвати твір було складно, тому що текст автономний, сильний й ілюстрація не може з ним існувати. Текст окремо, ілюстрація окремо, вони ідуть паралельно і я не хотіла, щоб вони зустрічалися – це два окремі блоки» [1].

У медійному просторі оригінальністю вирізняються мистецькі видання, що репрезентують колекції вітчизняних культурних традицій. Таким є, наприклад, артбук зі спецефектами «*Скриня. Речі сили*» («Видавництво Старого Лева», 2016 р., 156 с.). Сьогодні це візуальне видання вже має мобільний додаток. Авторами зазначеної книги-артінсталяції є Я. Винницька, Ю. Табецька (відома ілюстраторка артбуків) і Д. Осипов. Книга унікальна тим, що містить спецефекти: витинання, тиснення золотом, друком на прозорій та напівпрозорій основі, ефекти об'ємності. Задумом аналізованого видання стала спроба систематизувати те, з чого колись складався світ наших предків і що поволі вже згасає. Артбук увійшов до 23-х найкращих книг «Форуму видавців 2016 року».

Подібне за видавничим утіленням артвидання «*Наречена*» («Тerra Incognita», 2017 р., 32 с.). Нетрадиційне мистецьке видання присвячене мандрівці в художній світ традиційного весільного костюму. Цей проект створено за підтримки Національного музею Івана Гончара на основі його музейної колекції, а також колекцій відомих українських збирачів старовини. Схожою до аналізованих є книга «*Традиційне вбрання українців у 2-х томах*» (автор – етнолог О. Косміна), опублікована у видавництві «Балтія-друк». Візуальна книга – це популярне історико-етнографічне видання, в якому описано традиційний одяг українців багатьох регіонів. На ілюстраціях продемонстровано комплекси й аксесуари автентичного вбрання з приватних колекцій. Видання опубліковано українською та англійською мовами. Створити власну сімейну хроніку допоможе артбук-альбом «*Книга мого роду*» («Видавництво Старого Лева», 2012 р., 72 с.). Автор видання – І. Мацко. Мистецьке видання представлене в твердій обкладинці. Незначне текстове наповнення, що демонструє кумедні випадки з дитинства й дорослого життя батьків, фірмовий бабусин рецепт, улюблену пісню дідуся, переплітається із сімейними світлинами, які додають виданню особливого візуального ефекту.

Етнографічним у своєму стилі є артбук художника А. Хіра «*Забобони*» (артцентр «Я Галерея»). Проект репрезентує авторську інтерпретацію етнографічних праць українських дослідників В. Гнатюка, А. Онищука, В. Шухевича.

Автор переконаний, що «логіка історій, описаних у цих працях, часто відрізняється від реалістичної та раціоналістичної». В артбуці художник використав прийом асоціативної наративної візуалізації текстів [2]. Мистецьке видання «*За львівськими брамами*» («Видавництво Старого Лева», 2017 р., 112 с.) демонструє таємниці і багатство Львова, сховані від сторонніх очей. Тут на ілюстраціях зображено під'їзди за відчиненими й зачиненими брамами, за якими співіснують минуле і сучасне. Авторами книги є А. Іванова, Є. Бондаренко, Є. Савченко, ілюстратором – А. Іванова. Мистецьким артбуком альбомного типу є видання «*Український пейзажний живопис*» («Балтія-друк», автор – З. Лильо-Откович). В арткнизі вміщено репродукції понад 70 українських художників-пейзажистів ХІХ–ХХ століття. Кожна з репродукцій доповнена короткою інформацією про митця. Видання – це перше повне зібрання українських художників, що працювали в жанрі пейзажу. Візуальна книга, що знайомить з Україною за допомогою коротких розповідей та фотоілюстрацій визначних місць, пам'яток і пейзажів, – це «*Україна: природа, традиції, культура*» («Балтія-друк», автори: О. Білоусько, М. Попович). Це книга-розповідь про історію, народні традиції та кухню, культуру, архітектуру й досягнення українців. Окремі примірники видавничого проєкту вийшли російською, польською, іспанською, італійською, німецькою, англійською та китайською мовами. Ще одне видання з цієї серії – «*Бойчук та його школа*» («Мистецтво»). Автор книги – С. Білокінь. Вона розповідає про творчий шлях одного з найвидатніших українських митців М. Бойчука – творця мистецької школи, члени якої згодом за його ім'ям отримали назву бойчукістів. Розвиток авангардного мистецтва в Україні репрезентовано у виданні «*Авангард. Українські художники першої третини ХХ століття*» (видавництво «Мистецтво», автор – Д. Горбачов). Книга вміщує репродукції понад 300 творів українських майстрів-авангардистів, збережені в музеях і приватних колекціях багатьох країн світу. Представлено майже всі художні напрямки, у яких працювали митці – кубізм, футуризм, експресіонізм, сюрреалізм та інші. У цьому ряду варто згадати видання Вілла Гомпертца «*Що це взагалі таке? 150 років сучасного мистецтва в одній пілюлі*» («ArtHuss», 2017 р.). Українськомовна арткнига про сучасне мистецтво, яке нагадує подорож разом із В. Гомпертцом. Тут подано цікаві історії про світові шедеври, показано

художників такими, якими вони були насправді. Художнє видання допомагає відкрити справжню суть мистецтва: водяні лілії Моне, соняшники Ван Гога, супи Ворхола, банани Хьйоріста тощо.

Не менш цікаві артбуки-раритети. Прикладом такої книги є артвидання «*Харківська кондитерська етикетка 1950–1990*» («Раритети України», 2017 р.). Альбом створено на основі колекції промислової марки кондитерських виробів харківського виробництва. У підписах збережено назви організацій та назви кондитерських виробів відповідного періоду. Схожим виданням є книга «*Валентина і Микола Трегубові*» («Раритети України», 2016 р.), присвячена огляду яскравого, багатогранного, більше ніж півстолітнього творчого шляху заслужених діячів мистецтв України, художників Валентини й Миколи Трегубових. У виданні вміщено також добірку понад 600 творчих робіт із музейних і приватних колекцій, супроводжувальних текстом. Уперше надруковано велику кількість невідомих раніше творів. До цього видавничого доробку відносимо книгу «*Професія: художник*» («Артбук», 2018 р., 192 с.). Видання опубліковано двома мовами – українською та англійською. Зазначена художня книга – це критична історія життя С. Якутовича, мистецтво якого стало віддзеркаленням натхнення, зламів, пошуків і міфів цілого покоління. Місцевим колоритом насичена арткнига Венгрінюк Христі «*Легенди Чернівців від Чорної Вівиці*». Цей артбук відрізняється від традиційних тим, що він містить текстову частину, адже складається з історичних і сучасних легенд, оздоблених ілюстраціями відомої львівської художниці Х. Лукашук. На малюнках видання симпатична Чорна Овечка проводить усіх охочих вулицями, скверами та секретними місцями Чернівців.

Якраз у найбільш типовій формі артбук виступає як каталог графічних зображень, коли увага зосереджена лише на ілюстраціях без жодного текстового вкраплення. Виразним взірцем такого творіння є видання художника П. Гвоздецького «*Кляксик*». Цей червоно-білий артбук свого часу навіть прозвали «плямистим». Автор вдихав життя у проєкт цілий рік, створюючи нові варіанти композицій, немало часу згаяв, обдумуючи ідейний зміст казки про історію з життя клякси. У змісті, за словами творця, знаходимо і проблеми самотності, несприйняття соціумом молодих людей, оспівування краси людського існування в умовах виживання. До речі, особливо натхненною для автора стала казка «Маленький принц» Антуана де Сент-Екзюпері про маленьку людину

в космічному просторі [8]. Часто в таких арткнигах художник одночасно постає й автором, проте й тандем автора та ілюстратора в багатьох подібних виданнях підносить наукові факти та здобутки на зовсім інший рівень сприйняття, інформація запам'ятовується швидше й легше.

Висновки і пропозиції. Отже, можна підсумувати, що першими об'єктами, які відображають риси артбукових видань в Україні, стали книги футуристів. Відтоді вони зазнали значної модифікації та ввібрали в себе весь потенціал сучасних мистецьких напрямів і течій, вражаючи несподіваними формами, матеріалом і змістом. Сьогодні реалізацією такого роду проєктів займаються мистецькі об'єднання, творчі майстерні, видавництва-нішери, рідше – потужні видавництва. До характерних особ-

ливостей структури арткини можна віднести такі: нестандартне розташування традиційних книжкових елементів, відсутність або розмитість науководовідкового апарату, видозміну конструкції книги та наявність у ній додаткових елементів, поєднання різноманітних мистецьких технік, застосування техніки колажу, шрифтоване акцентування.

Говорячи про перспективи розвитку арткини на українському видавничому ринку, варто орієнтуватися на те, що ця література не лише джерело знань, а передовсім художній об'єкт. Арткниги – це елітні видання, вони високоякісні та зазвичай недешеві. Але титанічна робота над артбуками і висока їхня мистецька й видавнича якість виправдовують це. Якраз за такими виданнями майбутнє не лише українського медійного простору, а й світового.

Список літератури:

1. Відчуття прекрасного. 32 найкращих артбуки 2015 за версією Huffpost. URL: <http://blog.yakaboo.ua/відчуття-прекрасного-32-найкращих-артб/> (дата звернення: 16.09.2020).
2. Ілюстратори майстерні «Аграфка»: У розмовах про книжки зникло слово «неформат». URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2017/06/23/224896/> (дата звернення: 16.09.2020).
3. Листвак Г. «Книга художника»: несподівані аспекти книжковості. *Коло: книгознавчий часопис*. 2013. № 3. С. 24–31.
4. Листвак Г. «Книга художника»: проблеми видавничого втілення : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікації. Київ, 2013. 20 с.
5. Листвак Г. Риси «книги художника» в сучасних українських виданнях. *Актуальні проблеми книжкової справи*. 2011. № 4 (56). С. 39–44.
6. Нестерович Є. Непрості «НепрОсті». Збруч : [сайт]. URL: <https://zbruc.eu/node/80244>.
7. «Пливи, рибо, пливи». Вірш Сергія Жадана стане артбуком. URL: <https://dyvys.info/2016/08/01/plyvu-gybo-plyvu-virsh-sergiya-zhadana/> (дата звернення – 16.09.2020)
8. Форсайт П. Маркетинг и книгоиздание / науч. ред. Е. В. Соловьева; пер. с англ. Ю. В. Суrowикова. Москва : ИД «Университетская книга», 2008. 221 с.

Shulska N. M., Koshelyuk O. V., Rozhilo M. A. ART BOOK AS A PART OF VISUAL PARADIGM OF MODERN MEDIA ENVIRONMENT

In the article, the typological analysis of art books as specific form of modern media content is made. It is noticed that there is non unified of terminological apparatus for these editions and also in publishing discourse now the concepts of “art book”, “artist’s book”, “book-art installation” are functioning. The investigation shows the thematically-typological characteristic of art books taken through the method of complete examination of the Ukrainian publisher’s repertoire for example such as “Vydavnytstvo Staroho Leva”, “A-Ba-Ba-Ha-La-Ma-Ha”, “Terra Incognita”, “Vivat”, “Artbuk” and others. Ukrainian publishing market has unique visual editions made on the material of one author’s book. We investigate that art books appear also because of re-edition of texts published earlier but with new visual form. The results of publishing and typological analysis of the analyzed book product showed that sometimes art books appear in their typical form as a catalog of graphic images with an accent on illustrative content without text. Usually the art books changed with forms. It could be republishing of the classic books, connecting visual and text component (with dominant of the first), artistic biography, art abc, photo edition, art notebook, coloring, limited art books, art comics, books in hand made style. There is separated thematically typological form of art books. It’s a group of edition that could be define with the concept of “weird art books” according to their representation of editions in the non-traditional code formats but in book with nonstandard style. The art books have such structural peculiarities: nonstandard location of traditional book elements, absence or blurring of the scientific reference apparatus, modification of the book design and the presence of additional elements in it, a combination of various artistic techniques, the use of collage techniques, font accentuation. Art books are the elite editions and usually they are high quality and expensive, need a lot of titanic work during the printing process.

Key words: art book, artist’s book, book-art installation, media environment, publishing repertoire, thematically typological analysis.

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 35.073.534:303.42:316.77

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.3-3/31>**Бондаренко І. С.**

Запорізький національний університет

ПРИКЛАДНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОКУСІ МЕТОДОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНОГО ІНЖИНІРИНГУ

У статті схарактеризовано основні підходи до тлумачення понять «прикладні комунікаційні технології», «соціальний інжиніринг». Авторка вдається до порівняльного вивчення методологічних систем аналізу соціальних комунікацій і комунікаційних технологій у світовій та вітчизняній науці.

У процесі дослідження виявлено спроби штучного перенесення науковцями тезаурусу інженерії у термінологічне поле соціогуманітаристики. Фахівчиня пропонує критичний погляд на використання концепту «соціальний інжиніринг» в науці про соціальні комунікації.

Вдаючись до історіографії зазначеної проблематики, авторка окреслює декілька інтерпретаційних систем конструктів «прикладні комунікаційні технології», «соціальний інжиніринг» і доходить висновку, що спільним знаменником інженерії й суспільних наук є технологія як оптимальний, апробований тисячолітнім досвідом людства алгоритм перетворення соціальних об'єктів.

Дослідниця доводить, що українські вчені в галузі суспільствознавства й гуманітарних наук намагаються віднайти модернізовані сценарії методологічної обробки соціальних фактів, пропонуючи часом спірні з погляду дисциплінарної стрункості й коректності проекти. Водночас авторка вважає, що переведення науки про соціальні комунікації у площину соціального інжинірингу (у його точному історичному значенні) є проблематичним кроком, оскільки ця прикладна платформа не володіє необхідним методологічним ресурсом.

Фахівчиня пропонує застосовувати в науці про соціальні комунікації термін «технологія» в його усталеному значенні як вивчення й розумну трансформацію природного, інженерно-сконструйованого або концептуального світу, що зумовлює створення або удосконалення суспільно-значущих / корисних методів, інструментів або продуктів. Конструкт «технологія» означає прикладне використання наукових принципів, а його задіяння і вивчення в науці про соціальні комунікації автоматично переводить її до сфери прикладного знання.

Ключові слова: соціальний інжиніринг, соціальні комунікації, прикладні комунікаційні технології, методологія, комунікаційний інжиніринг.

Постановка проблеми. Наприкінці XIX – на початку XX ст. у світовій науці формуються особливі запити до соціогуманітарного знання. Машинна ера з її спрямованістю на прогрес і постійну трансформацію соціальних інститутів вимагала прикладного спрямування гуманітаристики. Віднині розбудова держави й усіх суспільних систем мислилася процесом, що мусить відображати й наслідувати механіку інженерної конструкції. У перших концепціях філософії техніки соціум, як і машина, розчленовувався на деталі, піддавався ремонту й правилам раціональної експлуатації. Наслідки Першої світової війни вплинули на «кабінетний» статус соціальних наук.

Суспільствознавці мали ефективно вирішувати нагальні проблеми глобальної кризи. Це вимагало від вчених застосовувати спеціальні програми й алгоритми до реальних соціальних фактів, діяти у команді фахівців різного професійного спрямування, працювати у жорсткому режимі звітності і результативності. Технократична модель нового суспільства спричинила технічний аспект гуманітарних наук, актуалізувавши в їх науковому полі концепт «технологія».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема формування нової методологічної парадигми соціальних комунікацій неодноразово ставала предметом вивчення у працях М. Бутиріної,

В. Корнєєва, Г. Почепцова, В. Різуна, М. Хилька, О. Холода, Є. Цимбаленка та інших.

Нині питання вироблення ефективних наукових підходів до явищ комунікації є центральним завданням не лише вітчизняної, а й світової науки про комунікації. Цей аспект наукового пошуку дуже зримо означила датська медіафахівчиня Л. Філліпс, акцентуючи увагу на питанні маргіналізації студій комунікацій у європейському дослідницькому й освітньому ландшафтах [8].

С. Авербек-Літц, М. Льобліх, Дж. Корнер, П. Саймонсон, Д. Парк вказують на відсутність універсальної методологічної системи дослідження сучасних комунікаційних технологій і новітніх медіа.

Постановка завдання. Наука про соціальні комунікації поряд з інженерією, медициною, педагогікою належить до групи прикладного знання, орієнтованого на практичний результат, на вироблення ефективних технологій поступальної динаміки суспільства. Саме тому з початку ХХ ст. інженерна термінологія стає частиною категоріального апарату гуманітарних наук.

У світових і вітчизняних суспільствознавчих концепціях наявні спроби як штучного перенесення тезаурусу інженерії, так і поміркованого використання поняттєвих конструктів цієї галузі інтелектуальної діяльності. Спільним знаменником інженерії й суспільних наук є технологія як оптимальний, апробований тисячолітнім досвідом людства алгоритм перетворення соціальних об'єктів.

Принциповою позицією нашого дослідження є твердження щодо соціальнокомунікаційного, а не суто технічного статусу феномену технології: суспільні практики людини, акумульовані у знанні, передавалися із покоління в покоління за допомогою актуальних для певної епохи й культури засобів комунікації. Зрештою цей комунікаційний трансфер зумовив поступальний розвиток цивілізації. Тому уможливлення будь-якої «матеріальної» технології відбулося через компактні й найбільш переконливі системи передачі інформації. Слід визнати, що популяризація поняття «технологія» сталася в лоні технічної науки на початку ХVІІІ ст., і лише всередині ХХ ст. цей термін почав використовуватися стосовно масових комунікаційних процесів.

Метою дослідження є визначення оптимальної моделі наукового аналізу соціальнокомунікаційних технологій, а також вивчення світового досвіду кваліфікації базових категорій соціальних комунікацій.

Виклад основного матеріалу. Дотепер методологія соціоінженерного знання перебуває у стані розробки, визнання його автономного наукового статусу. Цю ситуацію можна пояснити складнощами верифікації об'єкта дослідження – динамічної суспільної тканини, неоднозначним бекграундом впровадження соціоінженерних проєктів у практику державотворення низки тоталітарних країн, а також процесами становлення й оформлення теоретичної парадигми.

Останнє десятиліття у вітчизняній науці про соціальні комунікації відбувається активний пошук методології дослідження комунікаційних технологій. СКТ постають тією науковою категорією, яка дотепер не має не тільки стабільної дефініції, а й усталеної норми написання.

Своєрідним методологічним проривом у вивченні проблематики соціальних комунікацій і соціально-комунікаційних технологій є концепція В. Різуна, яка автоматично відносить ці поняття до сфери соціального інжинірингу. Учений запропонував логічну й обґрунтовану методологічну матрицю подальших наукових досліджень, у якій представлена чітко вибудована система взаємозв'язку ключових конструктів теорії – «технологія», «соціальні комунікації», «соціально-комунікаційні технології», «соціальний інжиніринг». Показово, що ці операційні одиниці концепції взаємодоповнюють одна одну у різних комбінаціях і послідовностях, демонструючи не лише історичну динаміку їх наукового осягнення, а й цивілізаційний поступ практичного освоєння людиною світу.

В. Різун висунув перед науковою спільнотою принципову тезу: соціальні комунікації належать до сфери інженерних учень – тієї репродуктивної системи, яка інтегрує накопичені наукою знання у реалізацію конкретних проєктів розбудови суспільства. На наш погляд, досліднику вдалося сміливо розірвати зв'язок професійної інформаційної діяльності з філологією, що зумовлювала наукову камерність цих практично орієнтованих дисциплін, та розширити їх межі й можливості до рівня важливих систем соціальної організації й управління суспільством.

В. Різун називає соціальні комунікації штучними артефактами й системно організованими технологіями, а працівників у галузі інформаційної діяльності – «комун технологіями» й «соціальними інженерами». Автор пояснює механізм технологічно орієнтованої соціальної комунікації, який передбачає професійну підготовку майбутнього фахівця, уміння працювати з технологічною

системою комунікації, навички раціонального використання інформаційних ресурсів.

Усі ці моменти, на думку дослідника, зводять процес впорядкованої комунікаційної взаємодії різноманітних соціальних суб'єктів до технічно орієнтованої інженерної справи. У цьому контексті В. Різун подає таке визначення комунікаційних технологій: «соціологізовані способи і процеси передачі відомостей, знань» [3, с. 13]. В іншій роботі учений говорить про технології масово-комунікаційного впливу, які залежно від державно-політичної влади можуть поділятися на імперативно-індоктринальні технології та сугестивно-маніпуляційні технології [2, с. 50].

У розрізі таких потрактувань соціально-комунікаційних технологій принагідно згадати концепцію О. Холода, який подав найбільш «розтиражоване» у вітчизняній науці про соціальні комунікації визначення СКТ як «системи маніпулятивних дій-комплексів, спрямованих на зміну поведінки соціуму» [5, с. 8].

Дослідник розробив структуровану методологічну модель комунікаційних технологій і типологізував їх за критеріями маніпулятивності на технології мутації і технології інмутації. Ця лаконічна класифікація комунікаційних технологій, на наш погляд, врахувала лише один важливий параметр їх трансформаційного потенціалу – поведінку соціуму, зміна якої відбувається у перспективному плані, що не піддається точному й своєчасному вимірюванню, як того вимагає технологічний підхід. Тому цей типологічний критерій можна доповнити такими важливими показниками масово-інформаційної діяльності як «громадська думка», «масова свідомість».

Слід зауважити, що в умовах інформаційного суспільства явище соціальних комунікацій постає дуже складним і багатовимірним поняттям. У сучасній світовій динаміці цілеспрямовані комунікаційні операції є наскрізним елементом усіх суспільних процесів, тому їх опис, систематизація й розробка технологічного паспорту є надважким науковим завданням.

Українська політологиня Л. Климанська, досліджуючи соціально-комунікативні технології проектування політичної реальності й демократичних ініціатив, висловлює думку про те, що вивчення зазначеної проблематики потребує належного наукового забезпечення та «знання методологічних засад систем управління у суспільстві» [1, с. 8].

Авторка підкреслює, ця методологія мусить бути мультидисциплінарною студією, яка об'єднує

зусилля фахівців у галузі соціології, політології, політичних психологів і комунікативістів, слухно припускаючи, що «саме цим спеціалістам і має належати ініціатива в об'єднанні усіх зусиль науковців» [1, с. 8].

Сучасна наука про соціальні комунікації перебуває у стадії накопичення того методологічного «капіталу», який уможливить всебічне вивчення ролі СК у модерних управлінських парадигмах. Історія розвитку соціальних комунікацій демонструє найбільш ефективні способи, засоби й техніки інформаційного впливу, до яких на різних етапах цивілізаційного поступу вдаються суб'єкти соціальної інженерії. До таких СКТ належить пропаганда, реклама, паблік рилейшнз, спічрайтинг, іміджмейкінг, які стали предметом пильної уваги науковців лише у ХХ ст.

Нині людство оперує новими цифровими технологіями, які не лише впливають на процеси формування громадської думки, а й модифікують межі географічного і соціального простору, змінюють особистісний статус самої людини. Попри інтенсивний розвиток ІТ-технологій та їх вплив на світову економіку, індивід залишається комунікаційно-вразливою й інформаційно-незахищеною істотою. Про це красномовно засвідчили панічні настрої населення планети під час пандемії COVID-19.

Інформаційна складність і технологічна багатшаровість соціальних комунікацій зумовлюють постійний пошук оптимальної методологічної парадигми тлумачення її фактів. О. Холод, як і Г. Почепцов, В. Різун, вважає найбільш адаптованою до розуміння сучасних комунікаційних реалій теоретико-методологічну платформу соціального «СІ-аналізу» (соціально-інженерного аналізу).

Наша стратегія вивчення формування концепту «соціальний інжиніринг» у світовій науці і дискурсі соціальних комунікацій вказує на відсутність методологічної бази вказаного напрямку. У сучасній філософії цей термін метафорично використовується на позначення суспільних експериментів низки тоталітарних країн ХХ ст. – нацистської Німеччини, СРСР, Італії, Китаю, Туреччини періоду правління молодотурків.

Західноєвропейські учені пов'язують вказаний конструкт із ефективними суспільно-економічними реформами, які відбулися в деяких державах напередодні або після Другої світової війни. У радянському, а згодом у російському суспільствознавстві соціальну інженерію тлумачать у контексті так званої «заводської» / виробничої

соціології. Тому стверджуємо, що сучасна наука не виробила цілісної теоретико-методологічної концепції соціального інжинірингу.

О. Холод окреслює «триєдиний комплекс соціальної інженерії» [7, с. 34; 6, с. 214], який передбачає ідентифікацію існуючих моделей соціальної активності, створення її нової, більш якісної моделі та її прагматизацію [7, с. 34; 6, с. 214], що є авторською концепцією оформлення науки про соціальні комунікації як прикладної галузі знань.

Описана методологічна комбінація дослідження феномена соціальних комунікацій немає нічого спільного з теоріями наукового менеджменту Ф. Тейлора, наукової організації праці радянських соціологів, психотехніки В. Штерна та Г. Мюнстерберга, управлінських практик Я. ван Маркена й Г. Форда, що склали історичну основу соціального інжинірингу. Щоправда О. Холод розглядає соціальний інжиніринг як мистецтво (управління суспільством), учення (науку про управління суспільством), методологію (шляхи, засоби аналізу управління суспільством) [6, с. 221].

У цій теорії концепт «соціальна інженерія» постає універсальною, інтегральною категорією, яка об'єднує зусилля науковців у продукуванні знання про соціальні комунікації та їх впровадження у конкретну професійну діяльність медіафахівців з метою раціонального управління суспільством.

Вважаємо, що наукова історія соціальної інженерії, яка складалася в технократичних реаліях індустріальної епохи, не може стати всеосяжним методологічним підґрунтям для вивчення сучасних соціально-комунікаційних процесів. Так, Дж. Суссман слушно зауважує, що на початку ХХ ст. «інженери-менеджери звернули свою увагу на соціальну інженерію фабричного працівника. Спеціалісти у галузі «наукового менеджменту» провели дослідження часу та рухів кваліфікованих робітників як спосіб механізації збирання та подальшої фрагментації робочої сили для підвищення продуктивності праці, пропонуючи індивідуальні деталі оплати, заохочення до співпраці або звільнення з посади за порушення дисципліни. <...> Це був період, коли технологія застосовувалася для перетворення праці у товар, а робітників – у взаємозамінні частини» [9, с. 20]. Слід пам'ятати, що задіяння принципів наукового менеджменту на потужних американських підприємствах спровокувало акції непокори робітників.

Прикладна, а згодом філософська платформа просто не накопичила необхідного теоретико-

методологічного ресурсу для аналізу комунікаційних артефактів моделювання глобального всесвіту. У світовій науці поняття «соціальний інжиніринг» здебільшого постає влучною метафорою для позначення стрімких суспільних трансформацій та ефективних здебільшого тоталітарних технологій політичного менеджменту.

Слід звернути увагу на той факт, що увага до розробки методологічної основи соціального інжинірингу переважає в країнах авторитарного типу, зокрема Російській Федерації, у якій протягом останніх двох десятиліть сформувалися наукові лабораторії соціальної інженерії.

У вітчизняній науці про соціальні комунікації головним аргументом задіяння методології соціальної інженерії, яка перебуває у стадії активного формування, є технологічність соціально-комунікаційного процесу, що передбачає етапи проектування й реалізації будь-якої інформаційної дії.

Так, В. Різун вважає технологічний підхід головним принципом соціальної інженерії, а соціальні комунікації – «видом соціальної (гуманітарної) інженерії, конструювання, побудови, організації соціальних процесів, суспільної взаємодії» [3, с. 8]. У логіці вченого закодований філософський зміст поняття «технологія» як розумної й органічної діяльності людини з метою розбудови й трансформації соціального світу.

Безумовно, етимологія слів «інженерія» (фр. *ingénierie* від лат. *ingenium* – здібність, здатність) і «технологія» (англ. *technology* від давньогр. *τέχνη* – вміння, ремесло, майстерність, *λόγος* – думка) споріднює сферу цілеспрямованої обробки й продукування будь-якої матерії й площину інтелектуальної діяльності, пов'язаної з проектуванням, конструюванням певних матеріальних об'єктів.

На нашу думку, лише філологічний підхід до розуміння базових категорій теоретико-методологічної платформи науки про соціальні комунікації суттєво спотворює процес наукового становлення двох різнорідних соціологічних студій (технологічного детермінізму як редукаціоністичного вчення про основоположну роль технологій у цивілізаційному розвитку та соціальної інженерії як науково-технологічної системи архітектури суспільних структур та їх ефективного реформування). Саме на такому аспекті соціального інжинірингу зосереджував увагу К. Поппер; подібне осмислення СІ демонструють і західноєвропейські вчені.

Методологічні пошуки аналізу соціальних комунікацій характерні не тільки для українського медіазнавства. Протягом останнього століття у світовій науці відбувається активне накопичення

теоретичного арсеналу студій комунікацій, які демонструють абсолютно різні підходи до тлумачення соціально-комунікаційних фактів.

Вважаємо технологічний підхід до проблем соціальної комунікації найбільш оптимальною методологічною платформою їх вивчення. До такої ж думки схиляється Л. Климанська, зауважуючи, що «безумовна перевага технологічного підходу полягає в тому, що він дає змогу не створювати щоразу нову програму дій, а багаторазово використовувати відпрацьовані стандарти, алгоритми для розв'язання завдань соціального управління в різних сферах» [1, с. 237].

Про теоретико-методологічні засади технологізації соціогуманітарного знання стверджує й група одеських вчених під керівництвом В. Подшивалкіної, які позиціонують свою концепцію так: «Сучасне соціогуманітарне знання все частіше призначено для соціогуманітарних практиків і технологів. Гуманітарій-практик є не просто зовнішнім контролером адекватності, істинності і ефективності, він – невід'ємний учасник пізнавальної та впроваджувальної діяльності» [4, с. 9].

Нині соціальні комунікації постають абсолютно «практичним», часто єдиним можливим інструментом впровадження суспільних реформ і соціального управління. Технологічний підхід певним чином узгоджує різноманітні розробки

вітчизняної соціології й комунікативістики у більш-менш струнку теорію інженерної природи соціальних комунікацій. Варто уточнити, що використання терміну «соціальна інженерія» стосовно впливу медіа на суспільні процеси є умовним і метафоричним.

Висновки і пропозиції. Дотепер гуманітарне розуміння понять «комунікаційні технології» / «комунікаційний інжиніринг» є прикметою вітчизняної науки. Останнім часом потужні наукові школи науки про соціальні комунікації, соціології, політології, психології активно накопичують ті методологічні ресурси, які не тільки сприятимуть опису й поясненню суспільних процесів, а й будуть затребувані для раціонального конструювання й управління ними.

70-річна відсутність нормального діалогу з глобальною науковою спільнотою, перебування української науки в інформаційному вакуумі, ідеологічно тенденційне регулювання її суспільного статусу спричинили її методологічний регрес і знівельовали її практичну цінність.

Пропонуємо науковим школам соціальних комунікацій ретельно вивчити світову практику операціоналізації понять «соціальний інжиніринг», «комунікаційні технології», «комунікаційний інжиніринг» та переформатувати їх аналіз у річище міждисциплінарних студій.

Список літератури:

1. Климанська Л. Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: таємниці політичної «кухні»: монографія. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2007. 332 с.
2. Різун В. Методологія виявлення і дослідження масово-комунікаційного впливу. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Журналістика*. 2013. Вип. 20. С. 42–57.
3. Різун В. Соціальні комунікації як інженерне вчення, або Соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії). *Комунікація*. 2012. № 2. С. 8–19.
4. Соціальні технології: заради чого? яким чином? з яким результатом: монографія / за ред. В. І. Подшивалкіної. Одеса: Одеський національний університет імені І. І. Мечнікова, 2015. 543 с.
5. Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник. Київ: КиМУ, 2012. 261 с.
6. Холод О. Медіа й теорії соціальних комунікацій: монографія. Київ: Видавничий центр ПВНЗ «Інститут реклами», 2017. 409 с.
7. Холод О. М. Постулати соціального інжинірингу (або специфіка формування концепцій соціального інжинірингу, соціальних комунікацій і комунікаційних технологій у працях Г. Почепцова, В. Різуна й О. Холода). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2016. № 4. С. 28–39. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2016_4_7.
8. Phillips L. Epistemological (Im)possibilities and the Play of Power: Effects of the Fragmentation and Weak Institutionalization of Communication Studies in Europe. *International Journal of Communication*. 2016. Vol. 10. P. 689–705. DOI: <http://ijoc.org>.
9. Sussman G. *Communication, Technology and Politics in the Information Age*. London, New Delhi: SAGE Publications Inc, 1997. 336 p. URL: <https://books.google.com.ua/>.

**Bondarenko I. S. APPLIED COMMUNICATION TECHNOLOGIES
IN THE FOCUS OF SOCIAL ENGINEERING METHODOLOGY**

The article describes the main approaches to the interpretation of the concepts “applied communication technologies”, “social engineering”. The author resorted to a comparative study of methodological systems of analysis of social communications and communication technologies in world and domestic science. In the course of the research, attempts were made to artificially transfer the engineering thesaurus by scientists to the terminological field of socio-humanities.

The author offers a critical look at the use of the concept of “social engineering” in the science of social communications. Referring to the historiography of this issue, the author outlines several interpretive systems of constructs “applied communication technologies”, “social engineering” and concludes that the common denominator of engineering and social sciences is technology as an optimal, tested by millennial experience, social algorithms.

The researcher argues that currently Ukrainian scientists in the field of social sciences and humanities are trying to find modernized scenarios for methodological processing of social facts, sometimes proposing controversial projects in terms of disciplinary harmony and correctness.

At the same time, the author believes that the transfer of the science of social communications in the field of social engineering (in its exact historical meaning) is a problematic step, because this application platform does not have the necessary methodological resources.

The expert proposes to use the term “technology” in the science of social communications in its established meaning – the study and intelligent transformation of the natural, engineered or conceptual world, which leads to the creation or improvement of socially significant / useful methods, tools or products. The construct “technology” means the applied use of scientific principles and its involvement and study in the science of social communications automatically translates it into the field of applied knowledge.

Key words: *social engineering, social communications, applied communication technologies, methodology, communication engineering.*

Досенко А. К.

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

СУЧАСНИЙ МЕДІЙНИЙ КОНТЕНТ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПЛАТФОРМ

У статті вивчається феномен контенту комунікаційних платформ як провідної інформаційно-комунікаційної одиниці. Нині галузь соціальних комунікацій потребує деталізації прикладних та теоретичних одиниць аналізу, адже є потреба вивчення та окреслення методологічного фонду науки. Вважаємо комунікаційні платформи такими одиницями, а контент на них – необхідним складником, що деталізує механізми існування та впливу на споживацьку аудиторію мережі. Таким чином, вбачаємо питання проблемним та вартим уваги.

У статті представлена динаміка тематичного висвітлення контенту на комунікаційних платформах, що була отримана шляхом соціологічного опитування 450 осіб через мереже анкетування, з яких – 320 жінок та 130 чоловіків.

У статті наведено наукові точки зору, що допомогли побудувати судження наукового бачення щодо динаміки формування контенту для сучасного українця. Нами було запропоновано 6 провідних галузей, які, на нашу думку, є найпопулярнішими: політика, культура, спорт, новини, особисті теми, чутки. Таке розподілення вважаємо влучним, адже воно максимально (але не повністю) охоплює інформаційне поле сучасності.

У статті здійснено детальний перелік сучасних проблемних галузей, які варті наукової уваги та безпосередньо існують у зоні дифузності з комунікаційними платформами. До них ми відносимо: медіакультуру, медіавергентність, контент комунікаційних платформ, новітні медіа.

Праця наголошує, що комунікаційні платформи підвищують рівень обізнаності цільової аудиторії (або юзерівської) щодо висвітлюваної тематики, з якої ведеться платформа. Кожна платформа переважно моновекторна, тобто присвячена веденню діяльності людини, групи, політичної партії, діяльності організації тощо. Станом на тепер полівекторних платформ в українському медіапросторі дуже мало.

Через високу потребу якісної комунікації нині, яка б не носила професійний характер, але водночас замінювала традиційну журналістику та задовольняла проблеми спілкування, у соціальних комунікаціях виникає новітня форма утворення інформаційного ресурсу – комунікаційна платформа. Нині це явище починає набувати масового розвитку та поширення. Але перспективи подальших досліджень не викликають сумнівів, адже як науково-теоретична одиниця це поняття не вирізьблене, як практичне явище – набуває популярності. Проблематика вивчення є актуальною та необхідною для сучасного комунікаційного процесу.

Ключові слова: контент, комунікаційна платформа, споживачі, соціальні комунікації, технології.

Постановка проблеми. Нині українське медійне середовище стрімко змінюється. Систематично з'являються нові сайти, конструктори для створення лендінгів, Інтернет-магазинів, інформаційних сайтів тощо. Тож не дивною є потреба вивчення та дослідження різновидів контентів та феномена комунікаційних платформ, якими тепер послуговуються медійники.

Сучасні нові та новітні медіа залучають не лише гіпертекст чи нові синтезовані жанри, але й провокують швидкість переключення довільної та мимовільної уваги у користувача. Тож очевидним є те, що з поширенням каналів повідомлень та комуніка-

ційних платформ шнековий контент набув популярності. Більше того, саме він продукує медіавергентність через те, що його інформаційні можливості є потужними та інформаційно насиченими.

Медіавергентність – це можливість повідомлення вільно переключувати з одного формату в інший; виробництво контенту для всіх доступних медіаканалів з адаптацією до їх специфіки; відділення каналів доставки від виробників контенту [5].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем політичного впливу інформаційно-комунікативних технологій на політичну діяльність міжнародних акторів присвячено

наукові роботи О. Шиманової, Є. Макаренко, В. Різуна, М. Маклюєна, Г. Почепцова, В. Бебика, С. Кара-Мурзи, Д. Райана, М. Кастельса, М. Верішніна та інших, які аналізують проблеми розуміння ролі засобів масової інформації та комунікації у сучасному суспільстві, можливостей та інструментів новітніх медіа, розвитку політичної комунікації з використанням їхніх засобів.

При цьому **невирішеними частинами загальної проблеми** виступають такі як:

- тематика контенту комунікаційних платформ;
- медіакультура комунікаційних платформ як сучасний феномен;
- комунікаційні платформи як прикладні одиниці соціальних комунікацій.

Мета – вивчення тематики контенту комунікаційних платформ як провідної інформаційно-комунікаційної одиниці.

Завдання – дослідження рівня тематичного висвітлення для сучасної української мережевої аудиторії.

Методики дослідження. Методика проведення дослідження полягала у використанні низки методів для досягнення поставлених завдань: методу теоретичного аналізу наукових точок зору для вивчення явища «контент комунікаційних платформ», зокрема його місця у «Соціальних комунікаціях»; методу порівняння наявних наукових позицій, що дало змогу вивести бачення проблематики висвітлення контенту комунікаційної платформи. Гіпотетичний метод дав можливість припущення, що галузь «соціальні комунікації» (особливо прикладна її сфера) потребує чіткого виокремлення її складових одиниць. Це сприяло описові не лише наукового припущення, але окресленню елементів оригінальності наукового бачення. Метод соціологічного опитування для отримання статистики даних був використаний.

Виклад основного матеріалу. Як контент-наповнення медіавергентність може створюватись юзерами, які не мають спеціальних знань у галузі комунікацій та журналістики, але разом з тим є лідерами думок, здатні маніпулювати суспільною думкою, провокуючи її. У такому разі пропонуємо розподілити її на професійну (тобто ту, яка створюється журналістом-професіоналом у створеному контенті) та аматорську (ту, яка створюється комунікантами-аматорами). «Таким чином, певні категорії соціуму перейняли на себе частину функцій традиційних медіа. Точніше, споживачі контенту помінялись місцями з його творцем, а редакціям довелося навчитися виробляти легкотравний про-

дукт з народної журналістики. Є практика залучення медіакомпаніями матеріалу, створеного користувачами, до формування ефірних програм, відеосюжетів чи повідомлень» [1, с. 196].

Тож навчитись конвертувати повідомлення та його наповнення можна з легкістю й самотужки, проблемним питанням лишається тільки наповнення контенту культурними складниками. Однозначно журналіст-практик зробить це краще ніж аматор, враховуючи його навички і досвід.

Перший вид контенту, який нині є популярним, – це снейковий контент.

Фахівці трактують його як особливу модульну структуру повідомлень та скорочення їх довжини. Така тенденція стала помітною під час виникнення нових каналів поширення і нових типів споживання повідомлень. Довжина типового ролика, викладеного на відеохостинги, становить одну-дві хвилини [1, с. 136].

Вивчаючи питання сприйняття контенту з практичної точки зору, ми провели соціологічне опитування, щоб зрозуміти: яка тематика цікавить сучасного українця. Нами опитано 450 осіб через мереже анкетування, з яких – 320 жінок та 130 чоловіків. Таким чином, 450 вважаємо 100% під час проведення пілотного дослідження.

Таблиця 1

Тематика контенту комунікаційних платформ

№	Тематика	Відповіді респондентів у %		
		Так	Ні	Не впевнений
1	Політика	45	30	15
2	Культура	30	48	22
3	Новини	78	17	5
4	Спорт	29	63	8
5	Чутки	58	38	4
6	Особисті теми	66	28	6

Зазначену частину дослідження можна зобразити у діаграмі (рис. 1) для кращої наочності.

Як видно з проведеного опитування, сучасний контент є різноманітним. Нами виділено лише шість категорій, які, на нашу думку, є найпопулярнішими та актуальними. Разом із тим не варто стверджувати, що зазначені категорії є єдиними у мережі, які цікавлять сучасного споживача.

Пілотне дослідження демонструє, що найтипівішими тематиками контенту є новини, чутки та особисті матеріали. Це демонструє те, що комунікаційна платформа здатна реалізувати параметри як якісного контенту, так і замінити живе спілкування – не професійний журналістський контент.

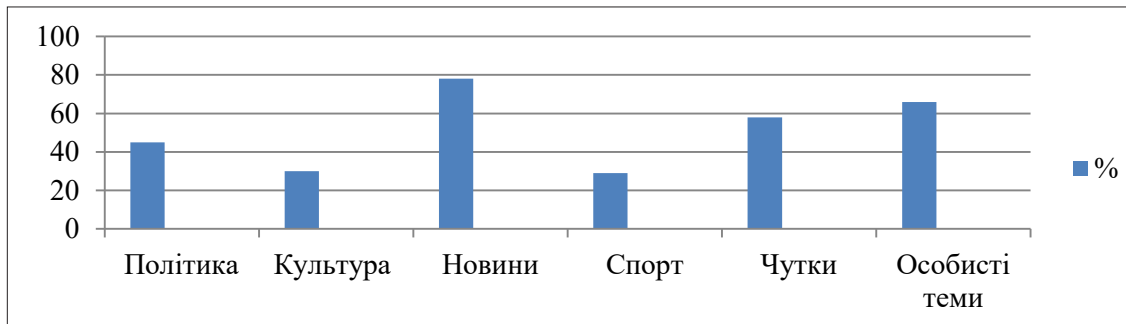


Рис. 1. Динаміка висвітлення контенту на сторінках комунікаційних платформ

Також нами були проаналізовані сучасні комунікаційні платформи, аматорські медіа та традиційні ЗМІ, що мають мережеві аналоги щодо контентного змісту їх мережевих сторінок.

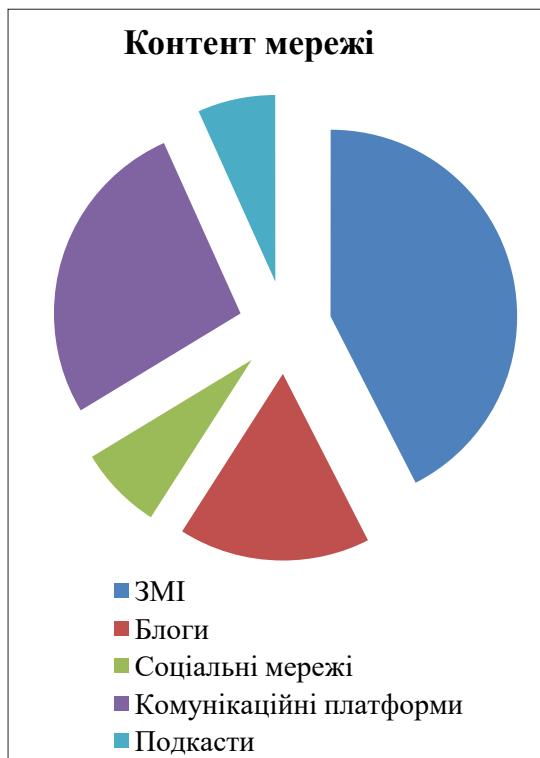


Рис. 2. Контент мережі

Динамічний розвиток комунікаційних технологій з технологічного складника призвів до виникнення і розвитку громадської журналістики та аматорських медіа. Це принципово змінило інформаційний простір світу, стерло просторово-часові рамки, змінило процес комунікації, а разом із тим і комунікаційні моделі. Саме через це з'явилась актуальна потреба вивчення комунікаційних платформ, що генерують виникнення нових комунікаційних одиниць, стаючи новим кластером. Розширення об'єктів, можливість швидкого інфор-

мування не через ЗМІ, а аматорські медіа (тобто від авторитетного собі подібного джерела, що не є заангажованим) принципово вплинули на рівень довіри до традиційних медіа та медійних представників. Отже, мережеві платформи набули статусу єдино правдивої площини, де лідери думок мають можливість управляти мисленнєвими процесами та генерувати інформаційно-комунікаційні процеси, лишаючи поза увагою аудиторії «підставні обличчя». Комунікація набуває фундаментально нового значення, мережеві платформи генерують не лише новітні жанри, але й процеси інформаційного обміну. Одним зі структурно важливих елементів такої комунікації стають нині комунікаційні платформи та соціальні мережі, що дуже часто сприймаються аудиторією як тотожні явища.

Дуже важливим для вивчення комунікаційних платформ нині стає розуміння наявних моделей соціальних мереж, які дали суттєвий поштовх для формування перших. Еволюціонувавши, змінивши свої моделі, реструктуризувавши інформаційно-комунікаційний складник, комунікаційні платформи стали суттєво новою одиницею вивчення у мережевій комунікативістиці.

Сучасники приділяють увагу вивченню існування моделей соціальних мереж. На думку Ріти Тівонен та команди її співавторів, висловлену у науковій статті «Порівняльне дослідження моделей соціальних мереж: Моделі еволюції мережі та моделі вузлових атрибутів», наявні популярні соціальні мережі розподіляються на «ті, в яких додавання нових посилань залежить від (зазвичай локальної) структури мережі (моделі еволюції мережі, NEM), і ті, в яких посилання створюються лише на основі вузлових атрибутів (вузлові моделі атрибутів, NAM)» [17].

Автори зазначеної праці акцентують увагу на існуванні моделей у системі двох емпіричних мереж за наявними основними властивостями. У своєму дослідженні вони класифікували моделі соціальних мереж залежно від спектра кластеризації,

розподілу геодезичних шляхів, відповідно до структури спільноти, що визначається підгрупами і внутрішнім з'єднанням. Досліджуючи комунікаційні платформи, варто розглядати позиції створення контенту, адже його якість та інформаційна потужність провокують вплив на цільову читачку аудиторію, формують її психологічний, естетичний, моральний стан.

Важливою, але малодослідженою галуззю у такому питанні лишається медіакультура платформінгу.

Медіакультура як сучасне та модернове явище, що пов'язане зі шнековим контентом, підпорядковується низці показників. Серед них – такі як:

- наявність мотивів юзерів;
- потужна інформованість та тематична насиченість;
- новітність та актуальність;
- креативність.

Тут варто зазначити, що трактують медіакультуру як наукове явище. «Медіакультура – це сукупність матеріальних та інтелектуальних цінностей у сфері медіа, а також система їх відтворення і функціонування в соціумі; діалоговий спосіб взаємодії з інформаційним суспільством, що включає ціннісний, технологічний та особистісно-творчий компоненти» [4, с. 107].

Зазначене вважаємо потенційно важливим питанням, що є недослідженим та потребує подальшого вивчення.

Висновки. Синтез цих показників у медіаконтенті засвідчує не тільки інформаційну завантаженість сайту, але й демонструє інтелектуальний рівень користувача.

Тож доцільно говорити про появу нових тенденцій розвитку не лише Інтернет-контенту, але й обговорювати проблеми, що з'являються з інформаційними потужностями аматорів, продукуючи розвиток громадської журналістики у геометричній прогресії.

Сучасні комунікаційні платформи – конвергентні одиниці. Вони виникають у мережі та розвиваються залежно від синтезації технологічної форми та жанрових складників контенту. «Конвергенція жанрів і форм є результатом злиття раніше різних і роз'єднаних медіа: наприклад, радіо і телебачення в Інтернеті. Передача функцій одних ЗМІ іншим, «зміна ролей» у різних каналах комунікації радикально змінює колишні уявлення про канали комунікації й інформації» [4, с. 32]. Як результат такого синтезу маємо феномен медіаплатформ, що нині уже мають традиційну форму – друковані традиційні ЗМІ з елементами телевізійних порталів. Як варіант наступним етапом такого розвитку слугує асиміляція традиційних жанрів, що призводять до інтеграції різних комунікативних форм. Отже, така інтеграція має місце не тільки на рівні виникнення новітніх жанрів, які уже більше належать не до журналістики, а до комунікативістики, а реструктуризації сучасного інформаційно-комунікаційного простору.

Як видно із зазначеного, дослідження комунікаційних платформ виступає актуальним та перспективним вектором сучасних досліджень. Відкритим лишається питання суперечливого впливу комунікаційних платформ різних форматів на націю та державу.

Список літератури:

1. Вдосконалення механізмів управління комплексними програмами і проектами в соціальній сфері : збірник матеріалів круглого столу, Москва : Екон-інформ, 2010. С. 197.
2. Лазарева Л. М. Нові медіа у комунікативному просторі художньої культури. URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Vdakk/2011_3/36.pdf.
3. Медіа-культура. *Вікіпедія* : вільна енциклопедія. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Медіа-культура>.
4. Тохнік І. Ю. Навчальний посібник з дисципліни «Інтернет-журналістика. Жанри в Інтернеті». Запоріжжя. 2017. 130 с.
5. Федоров А. В. Розвиток медіакомпетентності і критичного мислення студентів педагогічного вузу. Москва : Изд-во МГО ВПП ЮНЕСКО «Інформація для всіх», 2007. 244 с.
6. Crosbie V. What is New Media? URL: <http://www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc>.
7. Finding a role in the realm of bloggers. Reporter's guide to Citizen Journalism. URL: <http://blogs.pressgazette.co.uk/pdf/reportersguidecitizenjournalism.pdf>.
8. Internet Live Statistics Internet Users. 2017. URL: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/>.
9. Nowak-Teter E. Agenda-Setting and Reverse Agenda-Setting in the New Media Environment. Theoretical Approach and Research (2013–2017). Internet, social media, political communication, micro-targeting, social emotions “Zeszyty Prasoznawcze”, Kraków 2019, t. 62, No. 4 (240), s. 95–112.
10. Skrzybnik J. Community myth as a basis for human's interaction with web interfaces Progress. *Journal of Young Researchers*. Vol. 4. 2018. Pp. 56–67.

11. Palczewski M. Tweet as a kind of news or new (postmodern) journalistic genre? *Nowe media Studia i rozprawy*. Vol 4. 2013. Pp. 78–90.
12. An author's guide to social media. *Oxford academic Journal*. URL: https://academic.oup.com/journals/pages/authors/promoting_your_article/social_media
13. Davies R. Social media in election campaigning European Parliamentary research. Service, 2014. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140709/LDMBRI\(2014\)140709_REV1_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140709/LDMBRI(2014)140709_REV1_EN.pdf).
14. Lance Bennett W., Segerberg A. Digital media and the personalization of collective action. *Information, Communication & Society*. Vol. 14, 2011. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369118X.2011.579141>.
15. Matchuk Y. Social Media as a Communication Platform of the European Parliament International Relations. *Series: Political Science*. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3338.
16. Bozdog E. Bias in algorithmic filtering and personalization. *Ethics and Information Technology*. Vol. 15. 2009. Pp. 209–227.
17. Toivonen R., Kovanena L. A comparative study of social network models: Network evolution models and nodal attribute models. *Social Networks*. Vol. 31, Issue 4, 2009 Pp. 240–254.
18. Harrigan N., Yap J. Avoidance in negative ties: Inhibiting closure, reciprocity, and homophily. *Social Networks*. Vol. 48, 2017. Pp. 126–141.
19. Update: Public Health Response to the Coronavirus Disease 2019 Outbreak – United States, February 24, 2020. Centers of disease control and prevention. URL: <https://www.cdc.gov/mmwr/volumes/69/wr/mm6908e1.htm>.
20. World Map Global Map Centers of disease control and prevention. URL: https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/cases-updates/world-map.html?CDC_AA_refVal=https%3A%2F%2Fwww.cdc.gov%2Fcoronavirus%2F2019-ncov%2Flocations-confirmed-cases.html.
21. Eurobarometer 2017. European Parliament. 2017. URL: http://www.europarl.europa.eu/external/html/eurobarometer052017/default_en.htm
22. Sproul J., Ledger S., MacCallum J. A Review of Digital Media Guidelines for Students with Visual Light Sensitivity. *International Journal of Disability, Development and Education*. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1034912X.2019.1679355>.

Dosenko A. K. MODERN MEDIA CONTENT OF COMMUNICATION PLATFORMS

The article studies the phenomenon of content of communication platforms as a leading information and communication unit. The field of social communications requires detailed application and theoretical units of analysis, because there is a need to study and outline the methodological fund of science. We consider communication platforms as such units, and the content on them is a necessary component that details the mechanisms of existence and impact on the consumer audience of the network. We see the issue as problematic and worthy of attention.

The article presents the dynamics of thematic coverage of content on communication platforms, which was obtained through a survey of 450 people through a network of questionnaires, of which 320 women and 130 men. The article presents scientific points of view that helped to build judgments of the scientific vision on the dynamics of content formation for modern Ukrainians.

We have proposed 6 leading industries that we think are the most popular: politics, culture, sports, news, personal topics, rumors. We consider this distribution to be accurate, because it maximally (but not completely) covers the information field of today.

The article provides a detailed list of modern problem areas that are worthy of scientific attention and directly exist in the area of diffusion with communication platforms. These include: media culture, media diversity, content of communication platforms, the latest media.

The paper emphasizes that communication platforms increase the level of awareness of the target audience (or user) at the expense of the covered topics with which the platform is conducted. Each platform is mainly a mono vector. That is dedicated to the activities of a person, group, political party, organization, and so on. As of today, there are very few malty vector platforms in the Ukrainian media space.

Due to the high need for quality communication today, which would not be professional in nature, but at the same time replace traditional journalism and meet the problems of communication, in social communications there is a new form of information resource – communication platform. This phenomenon is beginning to gain mass development and spread. However, the prospects for further research are beyond doubt, because as a scientific and theoretical unit, this concept is not carved, as a practical phenomenon is gaining popularity.

The issues of study are relevant and necessary for the modern communication process.

Key words: content, communication platform, consumers, social communications, technologies.

Кияниця Є. О.

Київський національний торговельно-економічний університет

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ТА СПРИЙНЯТТЯ МЕДІАКОНТЕНТУ СУЧАСНИМИ АУДИТОРІЯМИ

У статті розглянуто можливості створення інформаційних повідомлень, які можуть не лише сприяти розвитку суспільства, а й призводити до його деградації, адже споживання вагомої частки медіаконтенту формує картину світу як масової аудиторії, так і окремих суспільних груп.

Медіаконтент – це змістовно значуще наповнення цифрових ресурсів, що інтегрує різну за формою подання та кодування інформацію (текстову, графічну, аудіовізуальну тощо), орієнтовану на задоволення соціальних, інформаційних та емоційних потреб людини. Отже, медіаконтент є одним із основних видів представлення інформації та комунікації в сучасній культурі, освіті, політиці, економіці тощо. Після аналізу кількісних показників стає зрозуміло, що сьогодні найактивнішою частиною населення у сфері споживання медіаконтенту можна назвати саме молодь. Цінності та мотиви цієї аудиторії багато в чому визначають її світогляд. Відповідно, сучасний медіаконтент необхідно формувати з урахуванням потреб та уподобань саме перспективних аудиторій. Водночас не можна ігнорувати ті деструктивні аспекти, які містяться в інформаційних повідомленнях на теренах інтернету. Можемо припустити, що такі настанови, які мають на меті зашкодити аудиторії, створюються не навмисно, але саме через цей контент, представлений у кліпах, роликах, фільмах, комп'ютерних іграх. Аудиторія навчається, формує власні цінності та громадські позиції. Отже, з огляду на потреби сучасної молоді, її сприйнятливості до інформації через конвергентні медіа, необхідно враховувати не лише запити щодо творчих проявів у контенті, його нових форм, емоційності, стислості навчальних матеріалів тощо, але й можливість молоді сприймати цей контент і декодувати сенсові ознаки, належно відокремлювати деструктивізм, фейки та руйнівну інформацію. У контенті, генерованому інтерактивними медіа, потрібно використовувати можливості закріплення у свідомості молоді набору стратегічних орієнтирів і поведінкових настанов, спрямованих на розбудову соціокультурної еліти держави.

Ключові слова: засоби масової інформації, медіаконтент, вплив, аудиторія, комунікації, інтернет.

Постановка проблеми. На етапі переходу від постіндустріального суспільства до інформаційного питання формування та подання інформації є надзвичайно актуальним. На цій стадії розвитку суспільство дедалі більше залежить від інформації, яку створюють його ж представники, зокрема від якості, доступності, достовірності, своєчасності подання цієї інформації. Унаслідок процесів, що відбуваються в інтернет-просторі, де всі інформаційні потоки зливаються в єдину замкнуту систему, яка має свої особливості, ознаки та риси, інформація стає продуктом, що визначає успішність розвитку, найціннішим товаром, а також грізною зброєю. Тому так важливо сьогодні з'ясувати наукові підходи до розуміння й осмислення всіх проблем, пов'язаних з інформацією, на основі якої формується медіаконтент.

Таким чином, медіаконтент – це змістове наповнення інформаційного ресурсу, оформлене у формі медіатексту. Хоча медіаконтент і розглядається в контексті можливості його застосування в різних сферах діяльності, починаючи з освіти і закінчуючи маркетингом, справедливо буде сказати, що саме це поняття використовується як загальноживане, не актуалізується і не конкретизується з урахуванням його своєрідних властивостей, що існують у межах сучасного комунікаційного середовища. Зауважимо, що медіаконтент може споживатися паралельно, адже ми дивимося і слухаємо, читаємо під музичний супровід, розглядаємо панораму під релевантний інтершум. Значна кількість мультитазових споживачів тримають кілька каналів медіа увімкненими одночасно, що може як слугувати на користь, так

і шкодити залученості до сутності інформації. Відповідно, найближчим часом навряд чи вдасться створити ідеальне мультимедіа з ідеальним медіаконтентом, яке буде не лише впливати на всі органи чуття одночасно, а й формувати необхідну картину світу. Отже, професійній спільноті необхідно ретельно досліджувати методи формування медіаконтенту з урахуванням уподобань аудиторії, можливостей сприйняття цих уподобань, а також їх трансформації в бажане світосприйняття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблеми формування медіаконтенту у конвергентних засобах масової інформації присвячено низку наукових праць у різних напрямках, зокрема у філософії, філології, соціології, психолінгвістиці, журналістиці, семіотиці, інформатиці, теорії масових комунікацій, теорії управління та інформаційного менеджменту. Наявність розвідок у різних науково-практичних сферах відображає мультидисциплінарність самого медіаконтенту, а також можливостей його формування та сприйняття аудиторією. Маємо зазначити, що для розуміння всіх можливостей медіаконтенту цікавими є дослідження, які проводять аналітичні агенції, зокрема компанія Factum Group. Вона здійснює моніторинг інтернет-проникнення в Україні на замовлення Комітету ІнАУ з питань інтернет-реклами. Саме аналіз за підсумками зазначеного моніторингу лягає в основу нашого дослідження. Хоча його підґрунтям стали не лише новітні аналітичні дані, а й класичні теорії провідних науковців у сфері комунікацій, таких як: М. Маклюен («Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры»), П. Винтерхофф-Шпурк («Медіапсихологія»), Н. Кирилова («Медіалогія»). Також, на нашу думку, доцільним є використання сучасних досліджень медіаконтенту, які ми знайшли у статті Л. Шестьоркіної «От медиатекста к медиабренду: к вопросу о взаимодействии журналистики, рекламы и PR в конвергентных СМИ». У ній авторка зазначає, що медіаконтент – це «будь-який текст, звуковий ряд, візуальні образи або комбінації мультимедійних даних, представлені на різноманітних носіях, таких як папір, оптичні пристрої, мережеві ресурси тощо» [6, с. 52].

Постановка завдання. Оскільки сучасному медіапростору притаманна діджиталізація, орієнтація на емоційне сприйняття інформації, пошук новітніх форм, основним завданням нашої роботи є не лише визначення молодіжної аудиторії як найбільш мобільної та сприйнятливої до трансформацій у медіасередовищі, а й розгляд найбільш реле-

вантних чинників формування медіаконтенту для подальшого його сприйняття визначеною аудиторією.

Виклад основного матеріалу. Процес сприйняття медіаконтенту є унікальною його інтерпретацією кожною людиною залежно від її індивідуальних відмінностей, зумовлених результатом специфіки когнітивних процесів. Більше того, в ланцюзі наявних когнітивних процесів, таких як мислення, уява, пам'ять, мовлення тощо, процес сприйняття є одним із найважливіших, адже саме він відповідає за формування розуміння ситуації та відповідної поведінки. Але не можна ігнорувати такий вагомий чинник сприйняття інформації, як зовнішнє середовище або сучасний медіапростір. Інакше кажучи, сприйняття медіаконтенту – це складний пізнавальний процес, що формує картину світу, яка може істотно відрізнятися від реальності та залежатиме від факторів, які формують контент.

Зауважимо, що медіаконтент покликаний насамперед чинити емоційний вплив на аудиторію завдяки наповненню цікавою і корисною інформацією, що має викликати позитивне сприйняття аудиторією (зокрема молодіжною) й утримувати увагу психологічними, дизайнерськими та режисерськими прийомами, пов'язаними з організацією інформації та способами її доставки до споживача. Як результат, позитивні емоції та асоціації, викликані споживанням контенту, проєктуються на поведінкові критерії та ціннісні орієнтири сучасної молоді.

Як зазначає Інтернет Асоціація України (ІнАУ), за даними «Дослідження інтернет-проникнення в Україні III квартал 2019 р.» загальний показник користувачів інтерактивних медіа зріс порівняно з попередніми періодами майже на 7% (рис. 1). На жаль, у зв'язку з відсутністю фінансування та повним гальмуванням роботи всіх організацій через пандемію дослідження з актуальнішими даними не проводилося. Однак, враховуючи посилення онлайн-освіти, можна передбачити, що в 2020 р. цей показник зріс ще більше.

Також маємо зауважити, що із загальної кількості користувачів, які регулярно користуються інтерактивними медіа, найбільше саме молоді, тобто тих, хто навчається у школі або університеті. Така аудиторія є найбільш сприятливою для будь-яких форм впливу (рис. 2). Сьогодні саме щодо молоді здебільшого підтверджуються висновки, отримані за допомогою медіацентрованого підходу, адже молодь є об'єктом, на який спрямовано вплив сучасних медіа, мета яких – ширення інформації, що заміщує

Динаміка проникнення Інтернету:
щоквартальний замір



Рис. 1. Динаміка споживання контенту інтерактивних медіа [7]

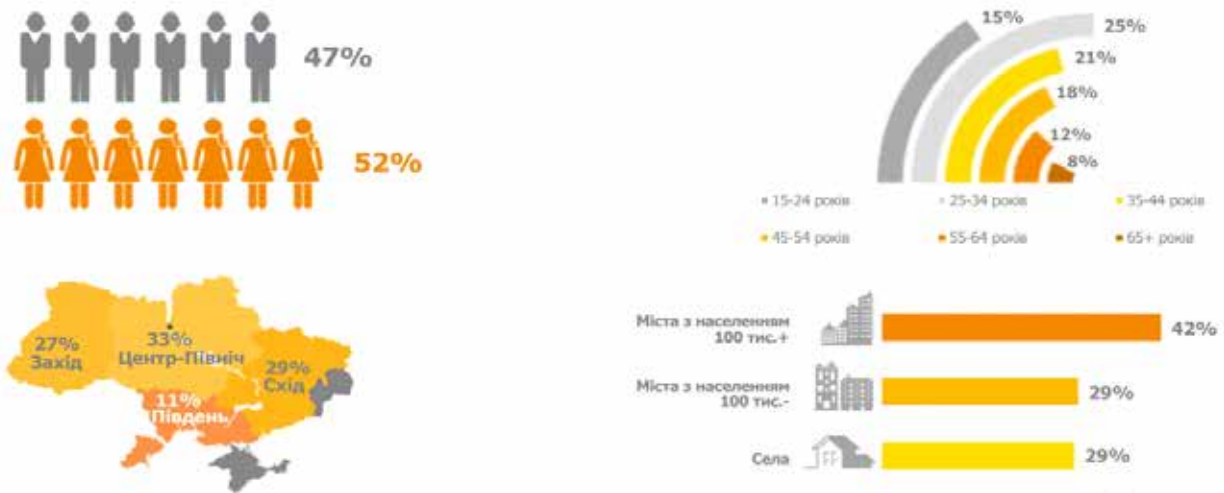


Рис. 2. Сегментація регулярних інтернет-користувачів за віковим критерієм [7]

відсутні відомості у традиційних ЗМІ та соціальних інститутах. Це стосується не лише надання певних настанов, але й презентації навичок мислення, стереотипів, звичок. Аматорські медіа переважно працюють без дотримання морально-етичних норм і використання необхідних для розвитку особистості проіндивідуального типу логічних прийомів. Саме тому в аудиторії формується ірраціональне уявлення картини світу.

Проаналізувавши відсоткову частку споживачів медіаконтенту за віковим критерієм, на основі ще одного важливого показника оверсегментації робимо висновок, що ті, котрі навчаються і працюють, є найбільшою та найцікавішою для дослідження аудиторією (рис. 3).

Аналіз медіаспоживання молоді, також представлений ІнАУ, дає змогу виявити найвищу меді-

активність цієї аудиторії. Однак через застосування мобільних пристроїв і високий показник середньодобового використання інтернету інформаційно-комунікаційний простір молоді людини виявляється переобтяженим інформацією для ефективного сприйняття. Більша частка зазначеної аудиторії усвідомлює необхідність раціоналізації індивідуального медіаспоживання, що також проявляється у прагненні отримувати якомога більше користі для саморозвитку. Крім того, механізм подання публікацій у стрічці соціальних мереж влаштований таким чином, щоб насамперед демонструвати той медіаконтент, який є найбільш актуальним для користувача і враховує його можливості сприйняття й уподобання. У зв'язку з цим цінність несприятливої публікації знижується. Таким чином, можна стверджувати, що підвищення ефективності впливу

Доля «регулярних» інтернет-користувачів в розрізах

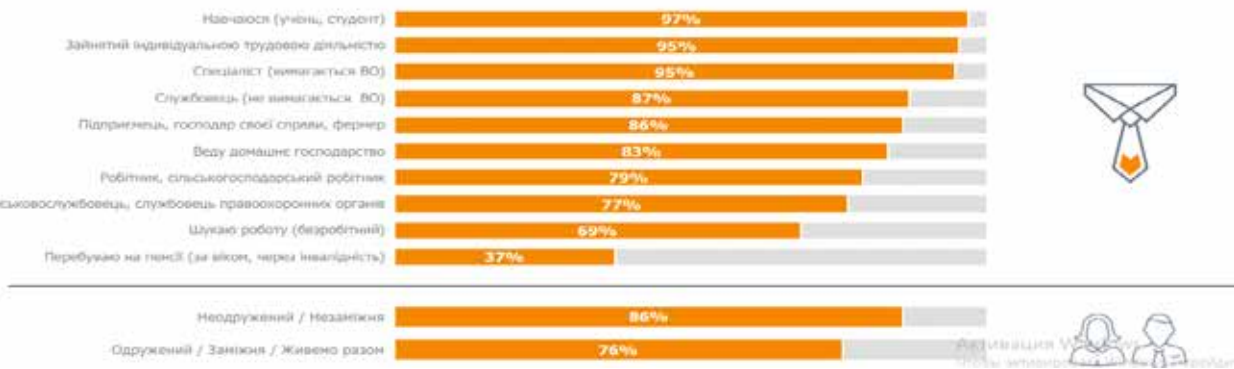


Рис. 3. Відсотковий показник аудиторій – споживачів медіаконтенту [7]

на наявну аудиторію забезпечується не лише моніторингом індексу залученості до окремих публікацій, а й факторами уваги, найважливішими з яких є: інтенсивність впливу, обсяг інформації, контрастність контенту, кількість повторів, рухомість об’єктів (образів, вбудованих у контент), мотивація.

У процесі дослідження інформаційних потреб молодіжної аудиторії використано спеціальний соціально-інформологічний підхід. Він дає змогу розглянути можливості задоволення інформаційної потреби учнівської молоді на основі сутнісних характеристик інформації в синтезі біологічної, соціальної, політичної, психологічної, культурної складових частин.

Завдяки моніторингу вподобань молодіжної аудиторії, соціально-інформологічному підходу до розгляду можливостей задоволення інформаційних потреб молоді ми маємо можливість виявити переваги певних видів контенту за формою подання, за тематикою та змістом. На основі характеристик інформації в синтезі біологічного, соціального, політичного, психологічного, культурного елементів виникає значно більше можливостей виявлення споживачів медійного контенту.

Наприклад, було виявлено, що вікова група 18–25 років віддає перевагу мультимедійному контенту, який поєднує текст, графіку та відеоряд. Найважливішими ж сьогодні, за умов повсюдного поширення онлайн-освіти, стають не стільки розважальна функція контенту, скільки освітня та інформаційна, які й відповідають за процеси сприйняття інформації, але, що найголовніше, за формування поведінкових атитюдів.

Молодь сьогодні з великою зацікавленістю сприймає якісно написаний і зрежисований медіаконтент, який володіє художньою й естетичною цінністю і є джерелом нових знань, емоцій

чи вражень. Саме емоційне сприйняття визначає потребу індивіда в таких елементах, які будуть виділятися із сірої маси та порушуватимуть звичний рутинний плин процесу медіаспоживання. Отже, рекомендованими факторами формування медіаконтенту, який буде позитивно сприйматися аудиторією та виконуватиме функцію формування громадянського свідомого суспільства з правильними морально-ціннісними орієнтирами, є:

- створення нового творчого продукту, орієнтованого на актуальні потреби та переваги цільової аудиторії, а також відмова від старих форматів;
- формування певного стилю для публікацій, упорядкування й розбивання контенту на категорії для зручності навігації та візуального виділення певних інформаційних продуктів;
- розробка контенту з урахуванням морально-етичних і громадських цінностей;
- трансформація освітнього контенту та його адаптація до динамічного подання у вигляді блогу, інфографіки, кліпового відеоконтенту, сторіз;
- зменшення обсягу тексту в тілі постів, використання формату статті для викладення основної частини тексту і поєднання різних форматів представлення інформації в межах однієї публікації.

З огляду на вищенаведене хочемо зацентрувати увагу на виробниках медіаконтенту, зокрема на закладах вищої освіти, які повинні на своїх сторінках організовувати інформування молоді таким чином, щоб зазначена аудиторія не відчувала браку свободи, була впевнена у зворотному зв’язку і розуміла зацікавленість керівництва закладу і в кращому задоволенні побутових потреб, і в закладанні державотворчих основ на шляху сталого розвитку країни. Сторінки в соціальних мережах соціальних та освітніх інститутів повинні бути не тільки простором для публікацій

та інформування, а й місцем для взаємодій між студентами та навчальним закладом. Наприклад, у рамках цієї концепції можна запропонувати проведення опитувань і досліджень, що дають змогу своєчасно актуалізувати медіаконтент. Крім того, ексклюзивне освітлення і підтримка творчої активності молоді, так само як і залучення її до створення контенту для соціальних мереж, дасть змогу підвищити лояльність цієї аудиторії та ступінь довіри до ЗВО, адже авторський медіаконтент, згенерований самими представниками аудиторії, сприятиме збільшенню індексу залученості для відповідних публікацій, а отже, і світосприйняття, демонстроване в постах представників цільової групи, матиме більший вплив на формування морально-ціннісних орієнтирів.

Під час аналізу дослідження, представленого компанією Factum Group, було виявлено, що одним із найактуальніших форматів медіаконтенту сьогодні є відео. Дійсно, в епоху цифрових технологій і кліпового мислення відеоролики є найзручнішим способом споживання інформаційної продукції, адже вони дають можливість включити в коротке за хронометражем повідомлення візуальні образи, емоційні посилення, аудіовізуальну інформацію, тим самим полегшуючи сприйняття та відтворення у свідомості цього повідомлення. Особливою цінністю для сучасної аудиторії є відеоролики, які мають художню й естетичну форму і здатні чинити емоційний вплив. Відповідно, якісно створений інформаційний продукт може довго залишатися ефективним і охоплювати не тільки наявну аудиторію, а й залучати нову завдяки вірусному ефекту, що забезпечує високий рівень охоплення. На основі проведеного аналізу інформаційних ресурсів, де розглядаються можливості впливу медіаконтенту, можна зробити висновки про перспективні шляхи розвитку комутативної активності установ та організацій, цільову аудиторію яких становить молодь.

Висновки і пропозиції. Сучасний медіаландшафт відіграє величезну роль для соціалі-

зації та формування особистості, перебираючи на себе роль фундатора соціально-культурного та морально-етичного простору. Одним зі структурних елементів такого медіаландшафту є медіаконтент, визначений як змістове наповнення цифрових ресурсів, що інтегрує різну за формою подання, кодування та декодування інформацію.

Дослідивши особливості споживання медіаконтенту, ми дійшли висновку, що найбільш сприйнятливою аудиторією для споживання медіаконтенту є молодь, яка обирає джерелом інформації сучасні ІТ-сервіси. Водночас інші види ЗМІ та медіаканали поступово відходять у минуле та втрачають свою актуальність для цієї аудиторії. Така захопленість інтернетом і гаджетами певною мірою пов'язана з ризиками, адже саме в медіапросторі частіше, ніж будь-де, можна зіткнутися з інформаційними вірусами, інфодемією тощо.

Відомо, що медіасередовище – це зручний майданчик для формування і розвитку певного емоційного досвіду, але саме в цьому середовищі складно керувати ефектами. Якщо молода людина готова до адекватного, критичного сприйняття медіаконтенту, то емоційний вплив медіа на нього буде здебільшого позитивним, але якщо вона психологічно, інтелектуально або фізично не здатна розуміти природу емоцій, які викликають медіа, то може через власний медіаконтент наразитися (і наразити інших) на певну небезпеку. Відповідно, сьогодні найактуальнішими стають питання раціоналізації медіаспоживання, а отже, й формування такого медіаконтенту, який буде в змозі подолати негативні тенденції споживання шкідливої інформації.

Формуючи медіаконтент, необхідно пам'ятати не тільки про створення інформаційного повідомлення, а й про можливості аудиторії для її сприйняття. Таким чином, освітній і професійний контент, що сприяє здобуттю нових знань, має бути наповнений новими емоціями, естетичними та мистецькими формами і передбачати зручну форму для зворотного з генератором контенту зв'язку.

Список літератури:

1. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Харьков : Изд-во «Гуманитарный центр». 2016. 268 с.
2. Кирилова Н. Медиалогия как синте наук. Екатеринбург : «Академический проект». 2013. 424 с.
3. Маклюэн, Г. М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. Москва : Ника-Центр, 2004. 432 с.
4. Музыкант В. Л., Музыкант П. В. Медиаконтент в дискурсе рекламной коммуникации. *Вестник МГУКИ*. 2012. № 5. С. 59–64.
5. Пильгун М. А. Формирование контента в современном коммуникационном пространстве : монография. Москва : РГСУ. 2012. 212 с.

6. Шестеркина Л. П. От медиатекста к медиабренду: к вопросу о взаимодействии журналистики, рекламы и PR в конвергентных СМИ. *Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика*. 2014. № 3. С. 50–55.

7. Сайт «Інтернет Асоціація України (ІнаУ). URL: <https://inau.ua/proekty/doslidzhennya-internet-audytoriyi> (дата звернення: 8.09.2020).

8. Сайт «Економічна правда». URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/10/11/652498> (дата звернення: 05.09.2020).

9. Сайт WE ARE SOCIAL. URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (дата звернення: 06.09.2020).

Kyianytsia Ye. O. FACTORS FOR SHAPING AND PERCEPTING MEDIA CONTENT BY MODERN AUDIENCE

The article considers the options of developing information messages that can affect either the progress of the whole society or its regress due to a significant share of media content, the consumption of which molds the world picture of both the mass audience and specific social groups.

Media content is a meaningful content of digital resources, which integrates information in various forms of presentation and coding (text, graphics, audiovisual, etc.) focused on meeting social, informational and emotional needs of people. Thus, media content is one of the major types of information presentation and communication in modern culture, education, politics, economics etc. After analyzing the quantitative indicators, it becomes clear that today the young are the most active part of the population in the field of media content consumption, whereas values and motives of this audience largely determine their perception of worldview. Accordingly, modern media content are to be developed, prioritizing the needs and preferences of the promising audience.

However, the destructive attitudes, contained in informational messages on the Internet should not be ignored. It can be assumed that destructive attitudes are not intentionally shaped to harm the audience, but it is through this content presented in videos, clips, movies, computer games – the audience learns, forms its own values and public position. Therefore, given the needs of the modern youth, their receptivity to information through media convergences, it is necessary to take into account not only their request for creative manifestation in content, its new forms, emotions, brevity of educational materials, etc., but also their ability to perceive this content and decode semantic features, properly separating them from fakes and destructive information. The content generated by interactive media should take an advantage of bringing to the minds of young people a set of strategic guidelines and behavioral attitudes aimed at building the socio-cultural elite of the state.

Key words: mass media, media content, influence, audience, communications, internet.

Лісневська А. Л.

Київський університет імені Бориса Грінченка

ДО ПИТАННЯ РОБОТИ ЖУРНАЛІСТА З ВІДЕОКОНТЕНТОМ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

У статті здійснено теоретичний аналіз розвитку й трансформації журналістського відеопродукту з метою визначення його особливостей, трансформації форматів, жанрів і місця в сучасному інтернет-просторі. Авторка дослідила специфіку сучасного інформаційно-комунікаційного простору як середовища професійної діяльності журналіста інтернет-ЗМІ. Також було окреслено й визначено сучасний зміст, структуру й специфіку поняття «аудіовізуальний / відеоконтент» у журналістиці, розглянута природа екранного видовища й деякі механізми впливу рухомого зображення на масову свідомість. У статті акцентовано увагу на можливостях мультимедійного формату поширювати інформацію з урахуванням процесу диверсифікації та кластеризації аудиторії.

Було розглянуто: традиційні й специфічні жанри відеожурналістики в мультимедійному форматі; новітні комунікаційні моделі поширення інформації в конвергентних медіа, зокрема діяльність ньюзруму як мультимедійної редакції та специфіки роботи журналіста-універсала.

На конкретних прикладах було розглянуто різновиди відеоконтенту в професійній діяльності журналіста в сучасному комунікаційно-інформаційному просторі, визначені особливості трансформації жанрів тележурналістики й окреслені характеристики нових і мішаних форм. Авторка намагалась визначити зміни в процесі створення та поширення відеоконтенту в журналістиці конвергентних медіа, обґрунтувати переформовування системи жанрів відеожурналістики з урахуванням можливостей мультимедіа й онлайн у нові комунікаційні моделі поширення оперативної відеоінформації від користувачів із місця подій (user generated content у телеграм-каналі NEXTA).

Ключові слова : аудіовізуальний / відеоконтент, конвергентні медіа, інтернет-журналістика, мультимедійний формат, журналістський відеопродукт, стрім, мультимедійний репортаж.

Постановка проблеми. Інтернет як факт сьогодення – це «унікальне середовище функціонування та розповсюдження масової інформації, основні властивості якого впливають і на характер інформаційно-комунікаційних процесів» [1, с. 6]. Він давно став основним середовищем професійної діяльності журналістів, яка суттєво відрізняється від традиційної. Відповідно, на часі підготовка кваліфікованих журналістів-універсалів для конвергентних / крос-медіа, в яких мультимедійність формату повідомлення з використанням всіх знакових систем інформації – відео, графіки, анімації, звуку – є усталеною нормою. Журналісти, які працюють із мультимедіа, мають можливість розташування відеосюжетів або їх фрагментів у різних медіаформатах (гіпертекст, фото, відео, графічна анімація) на каналах (веб-сайтах, радіо, телебаченні, друкованих виданнях) і платформах поширення інформації з усіма можливостями feedback (інтерактивність). Проте ауді-

овізуальний вплив рухомого зображення в сучасних ЗМІ нині в процесі переосмислення. Поява й розвиток нових інтернет-форматів, доступність виробництва, можливості онлайн, фрагментарність та інтерпретація в мультимедіа, можливості Веб 2.0, нові комунікаційні моделі поширення спричинили модифікацію сприйняття рухомого зображення (відеоконтенту) в сучасних журналістських матеріалах.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Інформаційна база нашої статті ґрунтується на дослідженнях українських і зарубіжних вчених із теорії та практики розвитку конвергентних / крос-медіа й інтернет-журналістики А. Досенко, Дж. Гола, А. Каверіної, Р. Крейга, У. Лешко, Б. Потятиника, Ш. Прімбса, М. Стівенсона, І. Тонкіх, М. Чабаненко, В. Шевченко. Натепер існує велика кількість робіт щодо дослідження унікальної природи рухомого зображення та впливу аудіовізуального / відеоконтенту на масову

свідомість, зокрема С. Безклубенка, Ж. Бодрійара, О. Вартанової, В. Горпенка, В. Кісіна, Л. Найденової, І. Победоносцевої, Г. Чміль та інших. Також були спроби зробити упорядкування поняття «аудіовізуальний / відео контент» – В. Познін, Д. Проценко, Д. Тупчієнко, Х. Кулаковська. Теорія жанрів тележурналістики, процес їх модернізації в сучасному комунікаційно-інформаційному просторі викладені в роботах В. Гоян, Д. Моя, М. Ордольфа, А. Яковця, Д. Плахти й інших.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети розв'язувались такі *задачі*:

1. Визначення специфіки сучасного інформаційно-комунікаційного простору як середовища професійної діяльності журналіста інтернет-ЗМІ.

2. Окреслення сучасного змісту, структури й специфіки поняття «аудіовізуальний / відеоконтент» у журналістиці.

3. Дослідження традиційних і специфічних жанрів відеожурналістики в мультимедійному форматі й новітніх комунікаційних моделях конвергентних медіа.

4. Аналіз різновидів відеоконтенту в професійній діяльності журналіста конвергентних медіа, визначення особливостей трансформації жанрів тележурналістики й окреслення характеристик нових і мішаних форм.

Обрана **методологія** – це загальні методи аналізу, синтезу й узагальнення, які дозволили нам виокремити низку термінів та окреслити загальне визначення аудіовізуального / відеоконтенту. Також використано індуктивний і системний метод, завдяки яким ми намагались визначити зміни в процесі створення та поширення відеоконтенту в журналістиці конвергентних медіа, обґрунтувати переформовування системи жанрів відеожурналістики з урахуванням можливостей мультимедіа й онлайн.

Виклад основного матеріалу. Комунікативні можливості інтернету, легкий доступ до аудиторії та спрощення технологій зумовили стрімкий розвиток і диверсифікацію журналістики, нові правила «гри» для учасників інформаційно-комунікаційного простору. Навіть звичайні користувачі мають можливість створювати, обробляти й поширювати інформацію, тобто вони добровільно виконують ті ж самі функції, що й журналісти. Але в ситуації, що склалась, «ризик полягає в тому, що завдання журналіста щодо дослідження, сортування, зважування та насамперед збалансованого, зрозумілого, інформативного й перевіреного подання матеріалу можуть втратити актуальність» [2, с. 26]. На думку У. Лешко, «важливим аспектом

для журналіста стає спосіб подання тої чи іншої інформації. Зважаючи на різноплановість користувачів інтернет-простору, головним все ж залишається зміст повідомлень» [3, с. 246].

Великі можливості для оперативного поширення різнопланової інформації у зв'язку з процесами диверсифікації та конвергенції ЗМІ надає мультимедійний формат. Він увібрав у себе специфіку всіх відомих знакових систем передачі інформації – текстового, візуального, аудіо- й відеоповідомлення. Завдяки мультимедійності онлайн-медіа отримують значні переваги в порівнянні з традиційними ЗМІ. «Конвергенція в ЗМІ – це процес інтеграції (злиття) інформаційних і комунікативних технологічних платформ та інформаційних продуктів, які вони поширюють <...> Найважливішим наслідком конвергенції медіа є *заміна самого продукту*: текст, графіка, звук, відео інтегруються в єдиний інформпродукт, який позначають терміном «мультимедіа» [4, с. 46].

Для розуміння можливостей використання відео в мультимедійному журналістському продукті зупинимось на унікальній природі аудіовізуального впливу на масову свідомість.

Кількість аудіовізуального / відеоконтенту в конвергентних медіа зростає, технології його виробництва творять дива, відповідно, зростає потужність впливу. Масовий традиційний глядач звик споживати інформацію в найемоційнішій формі екранного видовища, така інформація простіше сприймається та засвоюється: монтажна природа, рух, синхронний звук і звук, який трактує зображення, композиційні особливості побудови відеосюжету тощо. Фіксація життя в зображення, яке відтворює його в абсолютно природній рухомій формі, завжди використовувалась в аудіовізуальних ЗМІ або для переконання глядача в правдивості інформації (stream, live, stand up на локації події), або для маніпулювання масовою свідомістю з використанням можливостей монтажу й інших засобів виразності. Вплив аудіовізуального контенту на особистість розглядався впродовж тривалого часу. Проте у зв'язку з активним розвитком інформаційно-комунікаційних технологій і конвергентних / крос-медіа, переосмисленням місця людини в медіапросторі розглядається вже з нових позицій і змістовно-регламентаційних аспектів. На думку сучасних науковців Д. Проценка й Д. Тупченка, «аудіовізуальна сфера змінюється так швидко, що за темпом перетворень не встигають дослідники: нині вони лише намагаються систематизувати різноманітні явища аудіовізуальної культури» [5; 11].

У контексті поняття «аудіовізуальне» вживаються інші – «твір», «видовище», «продукт», «інформація», «медіа», «контент». Виокремимо деякі з них, сформулюємо загальне поняття «аудіовізуальний контент» і визначимо відмінні й загальні характеристики з поняттям «відеоконтент».

Перше поняття – «аудіовізуальний твір» – це твір, що фіксується на певному матеріальному носії у вигляді серії послідовних кадрів (зображень) чи аналогових або дискретних сигналів, які зображують (кодують) рухомі зображення (як зі звуковим супроводом, так і без нього) й сприйняття якого можливе виключно за допомогою того чи іншого виду екрана (кіноекрана, телевізійного екрана тощо), на якому рухомі зображення візуально відбиваються за допомогою певних технічних засобів [6]. У тексті чинного Закону України «Про авторське право і суміжні права» [7], серед аудіовізуальних творів насамперед виділяють кінематографічні твори (художній фільм), телевізійні твори, відеограми. Також аудіовізуальним твором Закону України «Про телебачення та радіомовлення» [8] визначено частину телерадіо-програми, яка є об'єктом авторського права, має певну тривалість, авторську назву й власну концепцію, вона складається з епізодів або цілісних авторських творів, поєднаних між собою творчим задумом і зображувальними чи звуковими засобами, та є результатом спільної діяльності авторів, виконавців і виробників.

Щодо *екранного видовища*, то це спеціально організована в часі й просторі, зафіксована в зображенні відеокадру публічна демонстрація соціально значущої поведінки людини [9]. Вона має сім складників, шляхом яких і здійснюється вплив на людину – зображення, звук, час, простір, глядач (цільова аудиторія), виконавець (персонаж), драматургія.

Аудіовізуальна інформація – будь-які сигнали, що сприймаються зоровими й слуховими рецепторами людини й ідентифікуються як повідомлення про події, факти, явища, процеси, відомості про осіб, а також коментарі (думки) про них, що передаються за допомогою зображень [8].

Аудіовізуальні медіа – медіа, які поширюють аудіовізуальну інформацію: лінійні (телебачення та радіомовлення), нелінійні (сервіси на замовлення) та особливі види (суспільні аудіовізуальні медіа, мовлення громад, іномовлення [8]).

Контентом заведено вважати наповнення інформаційного ресурсу. Для ЗМІ це будь-який аудіовізуальний твір (фільм, програма, заставка, серіал) або інформація в доступному вигляді

(репортаж, інтерв'ю, новина), а також текст, відео, аудіо й зображення, доступні для публічного перегляду. Загалом, терміном «контент» можна описати всю доступну інформацію, яку користувач може отримувати, аналізувати й обробляти [9]. Визначають такі формати контенту: візуальний – текст, інфографіка, фото, анімація; аудіальний – аудіо; аудіовізуальний – відео, анімація, яку віднесено й до візуального, й до аудіовізуального, оскільки вона інколи супроводжується звуком [10, с. 27].

Якщо йдеться про мультимедіа, то в контексті «аудіовізуального» розглядається ще й поєднання, комбінування інформаційних одиниць, якими є візуальний, аудіальний та аудіовізуальний контент. Існує також конвергентний контент мережових відеосервісів – потужних вебпорталів, що на своїх технічних ресурсах за власною ініціативою розміщують різноманітне відео. У мультимедійній журналістиці частіше вживається термін «відео», який вбирає в себе всі можливості аудіовізуального. Це сучасна традиція журналістської практики, хоча термін «відео» не репрезентує потужну природу аудіовізуального впливу, адже звук понад усе є маркером відбиття життя як воно є та переконливим елементом правдивості відеоінформації. Проте у зв'язку з підвищенням ролі візуалізації та звуку в цифрових медіа, до аудіовізуального часто відносять статичні й графічні, анімовані зображення та аудіоконтент, який будь-хто може легко розмістити на аудіохостингу Sound Cloud (аналогічно за відео на You Tube).

Проаналізувавши всі ці визначення, ми можемо дійти висновку, що уніфікованого поняття «аудіовізуальний контент» не існує, проте *аудіовізуальним контентом* можна вважати поєднання аудіовізуальних творів, аудіовізуальної продукції, яку транслюють традиційні й конвергентні медіа, деякі з яких спеціалізуються на виробництві й транслюванні суто аудіовізуальної інформації.

На думку німецьких дослідників, «За допомогою рухомих зображень телевізійники дозволяють зазирнути в захопливі, невідомі світи. Музика й атмосферні звуки створюють емоційні моменти, драматургічні кульмінації та передають настрої. Авторський текст сприяє структуруванню та розповідає про важливі обставини, бекграунд або тверді факти. Коротко кажучи, інформація, об'єктивні знання, а також переживання, досвід і висновки повинні бути опрацьовані й представлені аудиторії в привабливій формі» [2, с. 13].

Візуальна медіакультура трансформувалася у цифрову, характерними особливостями якої

є передусім аудіовізуальна перенасиченість; тотальність аудіовізуального як медіагенного середовища існування особистості; необмежений доступ споживання, вироблення, поширення аудіовізуальної інформації; поліекранність; потреба в спрощеній візуалізації надміру загальної інформації; надання переваги аудіовізуальному на протигагу текстовому тощо. А отже, «в інформаційному просторі склалася така ситуація, яку можна визначити як «медіальний поворот», що змінив «іконічний», і сутність якого полягає в легітимізації тиранії надміру, тотального поширення візуальної інформації за допомогою медіавізуальних образів» [10, с. 83].

Змагання новітніх технологій із традиційними сприяло появі змішаного різновиду контенту, розвитку нових каналів поширення інформації – сервісів і платформ. Проте традиційні медіа не лише не програли, вони доповнились новими елементами. Наприклад, телебачення отримало можливість анонсувати свої передачі онлайн, а також надавати в Інтернеті інформацію про них. Майже всі відомі телеканали нині мають потужні вебсайти, окрему версію в You Tube і сторінки в соцмережах, а інтернет-видання створюють власні телестудії та телеканали (наприклад, Обозреватель). Традиційні ЗМІ перетворились в медіакорпорації, медіахолдинги й конвергентні ньюзруми, що працюють як мультимедійні редакції, надають споживачу детальну інформацію новинного характеру, розподіляючи контент за темами й окремими сюжетами, спрямовуючи глядачів на відповідні вебсайти.

«Нині журналіст конвергентного медіа, по-перше, розробляє концепцію матеріалів для телебачення та інформацію на інтернет-ЗМІ. По-друге, тележурналіст повинен зібрати інформацію не лише для відеорепортажу, а й для інформаційного текстового матеріалу. І по-третє, адаптувати матеріал для різних ЗМІ як каналів комунікації» [11, с. 118]. Проте для репортажу, наприклад, найправдивішою інформацією є фіксація журналістом подій, теми й коментаря в аудіовізуальній формі з природним синхронним звуком. Отже, відеоконтент для мультимедійного продукту залишається дуже важливим, не зважаючи на перегляд іноді лише за гіперпосиланням. Все частіше аудиторія надає перевагу перегляду відеоконтенту в інтернеті в мультимедійному форматі або диверсифіковано за темами й актуальністю (окремі відеосюжети як на сайті, так і на відеохостингах). Також все частіше ми стикаємось із мультискрінінгом – одночасним переглядом кількох медіа на різних носіях.

Водночас спрощення технологій створення відеопродукту й онлайн-трансляції з місця подій створили нову проблему – репортерам не вистачає часу готувати сюжети, оскільки багато часу витрачається на прямі трансляції.

На думку німецьких дослідників Д. Моля та М. Ордольфа, для розповсюдження контенту рухомого зображення існують такі опції, як:

1. *Домашня сторінка*, на якій відео й анімацію можна інтегрувати безпосередньо на вебсайт. Блогер служби гуглу також дозволяє легко інтегрувати відео. Існують різні можливості інтегрування відео. Найпростіший спосіб – відео платформи You Tube.

2. *Відеоблог*. Вебсайт зазвичай використовує відео як доповнення, у відеоблогах – або скорочено влогах – фокус на рухомих зображеннях.

3. *Відеоподкаст* – зазвичай періодичне онлайн-видання, пропонує серію відеосюжетів (епізодів). Епізоди відео можна переглядати як онлайн, так і офлайн.

4. *Відеомедіатека (архів)* – після трансляції на телебаченні контент стає доступним користувачам ніби у своєрідному інтернет-архіві.

5. *Відеоформи* – дозволяють постачальникам відеоконтенту створювати власну індивідуально сформовану присутність. Контент може бути організованим за каналами й списками відтворення (playlist) або його легко й ефективно можна знайти за допомогою функцій пошуку.

6. *Соціальні мережі* – відповідних цільових груп можна досягти ефективно й без втрат, можливості для поширення відеоконтенту або надання зворотного зв'язку роблять фейсбук та інші служби належними інструментами для онлайн-журналістів.

7. *Прямі інтернет-трансляції*. Події передаються в інтернет у режимі реального часу.

Контент, створений користувачами й зазвичай доступний для оператора онлайн-пропозиції, називається User Generated Content (UGC) [2, с. 204–205].

Теле- й онлайн-журналісти використовують контент, створений користувачами, як канал зворотного зв'язку, для лояльності глядачів і часто також як джерело для власного викладення подій. Іноді ці відео – єдиний матеріал із кризових зон або районів воєнних дій.

Більшість українських досліджень містять твердження, що майже всі традиційні журналістські жанри використовують у мережі, поряд з якими активно функціонують нові жанрові форми, появу котрих спровокував саме інтернет-простір.

І. Тонкіх стверджує, що всі без винятку інтернет-видання публікують новини-хроніки, в більшості видань є репортажі, переважно мультимедійні з використанням відео, також бліцопитування та інформаційні інтерв'ю, адаптовані під продукт для конвергентних медіа (текст, відео, комбінація). Мультимедійність стає головним фактором жанрових трансформацій, тому найбільш популярними в інтернет-журналістиці можна вважати мультимедійний репортаж (або відеорепортаж). [1, с. 99]. На думку У. Лешко, «конвергенція медіа спричинила конвергенцію жанрів. Жанр репортажу значно модифікувався, отримав нові можливості подання нарративного матеріалу із застосуванням відео, аудіо, слайд-шоу, інфографіки, картографії» [3, с. 20].

Сучасним різновидом прямого репортажу є стрім. Це відеотрансляція з місця події, часто за допомогою зйомки «з рук». В Україні цей формат став популярним у часи Революції Гідності 2013–2014 рр. Робота стрімера не зводиться до роботи оператора: він коментує події, мобільність технології дозволяє йому потрапляти в несподівані місця та шукати влучні кадри.

Ефект використання User Generated Content (UGC) та оперативне розповсюдження правдивої відеоінформації в умовах цензури ми спостерігаємо під час громадських протестів у Білорусії. У той час, коли в Мінську тисячі людей вийшли на протести в серпні 2020 р. і пролилася перша кров, головний телеканал країни «Беларусь 1» показував детектив. Більшість інформаційних сайтів у країні працювала з перебоями або взагалі лежала, про спроби блокування повідомляв Twitter, не працював Facebook. Дивом тримався Telegram, засновник якого П. Дуров розповідав, що в компанії застосували інструменти проти цензури. Важливим джерелом оперативної інформації про події в країні став Telegram-канал NEXTA (в перекладі з білоруської означає «хтось»). Він публікував анонімні фото й відео користувачів з усієї Білорусі, а також поширював головні новини білоруських ЗМІ, сайти яких могли бути заблоковані. Таким чином, майже мільйонна аудиторія каналу мала доступ до новин. Завдяки NEXTA відеорепортажі й стріми з Білорусії дивиться весь світ [12].

Звичайно, Telegram – це не медіа для журналістів, це більше джерело оперативної інформації для створення матеріалів. Стрімкий розвиток Telegram-каналів в Україні вплинув на рішення авторів нового законопроекту про медіа за певних умов визначити його медіа. Нині в Україні поки що на паузі процес обговорення Закону «Про медіа» й «Про аудіовізуальні послуги», який має замінити Закон України «Про телебачення та радіомовлення» та «Про Національну раду України з питань телебачення та радіомовлення». Законопроект був розроблений із допомогою експертів Ради Європи в рамках попередніх проектів Угоди Україна – Європейський Союз і поданий у Верховну Раду до розгляду [13].

Висновки і пропозиції. Відеоконтент сучасного інформаційно-комунікаційного простору складається як із традиційних тележурналістських форм, так і зі змішаних і нових. Це пов'язано з технологічними можливостями, особливостями сприйняття масового користувача, перенасиченістю інформацією. На часі лаконічні змішані форми (формати мультимедіа) з використанням максимальної виразності, змістовності й емоційності аудіовізуального й технології сторітелінгу. Технічні можливості дозволяють розташувати відеосюжети або їх фрагменти в різних медіаформатах, на каналах (вебсайтах, радіо, телебаченні, друкованих виданнях) і платформах поширення інформації з усіма можливостями feedback (інтерактивність). Збільшення кількості відеоконтенту пов'язано з природою потужного аудіовізуального впливу рухомого зображення. Переосмислення ролі аудіовізуального впливу спричинило появу нових інтернет-форматів. Це пов'язано з доступністю виробництва, можливостями онлайн, фрагментарністю відео в мультимедіа. Нові комунікаційні моделі спричинили трансформацію сприйняття рухомого зображення (відеоконтенту) в журналістських матеріалах.

Дуже популярними для поширення відеоконтенту нині є соцмережі й цифрові медіа, в тому числі Telegram-канали. Для забезпечення оперативності, правдивості, виразності й змістовності подачі інформації журналіст використовує як онлайн-трансляції (stream), репортажі (в тому числі мультимедійні), так і user generated content як джерело відеозйомки.

Список літератури:

1. Тонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті : навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. URL: http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/2669/1/Tonkikh_Internet-Journalism.pdf (дата звернення: 10.09.2020).
2. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: Практична журналістика / за загал. ред. В. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. Київ : Академія української преси, 2019. 234 с.

3. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики. *Вісник Львівського ун-ту. Сер. Журналістика*. Вип. 44. Львів, 2018. С. 246–253.
4. Кросмедіа: контент, технології, перспективи / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Шевченко. Київ : Кафедра медіатехнологій та медіадизайну Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.
5. Проценко Д., Тупчієнко Д. Огляд підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації : міжнародний досвід. Київ, 2012. 110 с.
6. Словарь медиатерминов / подгот. компанией «Медиаресурсы Менеджмент». Харків: Фолио, 2009. 415 с.
7. Про авторське право та суміжні права : Закон України від 23 грудня 1993 р. № 3792-ХІІ / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12> (дата звернення: 1.09.2020)
8. Про телебачення та радіомовлення : Закон України від 21 грудня 1993 р. № 3759-ХІІ / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12> (дата звернення: 10.09.2020)
9. Кісін В. Режисуря як мистецтво та професія: Життя. Актор. Образ. Із творчої спадщини. Київ : Вид. дім «КМ Академія», 1999. 268 с.
10. Баришполец О., Вознесенська О., Голубева О., Мироненко Г., Найдьонова Л., Обухова Н., Череповська Н. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів : монографія / за наук. ред. Л. Найдьонової, Н. Череповської ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Київ : Міленіум, 2014. 348 с.
11. Плахта Д. Конвергенція на телебаченні (за матеріалми ТРК «Люкс»). *Теле- та радіожурналістика*. Вип 17. Львів : Львівський ун-т, 2018. С. 114–122.
12. Куришко Д. Що таке телеграм-канал NEXTA і як він з'явився. *BBC NEWS Україна*. 11 вересня 2020 р. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-53736567> (дата звернення: 13.10.2020)
13. Закон про аудіовізуальні послуги можуть ухвалити до кінця 2019 року – Ткаченко. *Інститут масової інформації* : вебсайт. URL: <https://imi.org.ua/news/zakon-pro-audiovizual-ni-posluhy-mozhut-ukhvalyty-do-kintsia-2019-roku-tkachenko-i29145> (дата звернення: 17.12.2019)

Lisnevskaya A. L. JOURNALIST'S WORK WITH VIDEO CONTENT ISSUES IN THE CURRENT INFORMATION AND COMMUNICATION SPACE

The article provides a theoretical analysis of the development and transformation of journalistic video product in order to determine its features, transformation of formats, genres and role in the nowadays online space. The author explored the specifics of the modern information and communication space as an environment of professional activity of an online media journalist. The current content, structure and specifics of the concept of "audiovisual / video content" in journalism were also outlined, the nature of the screen entertainment and some mechanisms of the moving picture influence on the mass consciousness were considered. The article focuses on the multimedia format opportunities to disseminate information taking into account the process of diversification and clustering of the audience.

Traditional and specific genres of video journalism in a multimedia format, modern communication models of information dissemination in convergent media, in particular the activities of the newsroom as a multimedia editorial office and the features of the a universal journalist work were considered.

The types of video content in the professional activity of a digital media journalist were investigated on specific examples; the peculiarities of TV journalism genres transformation and outlining of characteristics of new and mixed forms were identified. The author tried to identify changes in the process of creating and distributing a video content in convergent media journalism, justify the reformatting of the system of video journalism genres taking into account the possibilities of multimedia and online features, new communication models of online video distribution by users play-by-play (user generated content in the NEXTA Telegram channel).

Key words: audio visual / video content, convergent media, online journalism, multimedia, journalistic video product, stream, multimedia news coverage.

Підмогильна Н. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Дрозд А. Г.

НБК «Чаплинська школа-гімназія»

ІНТЕРНЕТ-ПРОЄКТИ ЯК РЕСУРС МЕДІАОСВІТИ

У статті розглядаються актуальні для сучасної науки питання, пов'язані з медіаосвітою. Наявні різноманітні джерела із зазначених питань класифікуються за авторством і цільовою аудиторією, з-поміж них найбільший інтерес викликають навчальні посібники, медіапроекти, портали, сайти тощо. Видання медіаосвітньої тематики в Україні поступово розвиваються та набувають популярності як серед професійних діячів мас-медіа, так і серед споживачів виробленої ними інформації, але розглянутим нами ресурсам бракує системності. Як відомо, сучасна людина широко використовує інтернет-ресурси задля одержання інформації, перевірки різних фактів, віднаходження фейків, а також з метою розширення власних освітніх горизонтів. Важливим завданням є процес адаптації підлітків до сучасного медіапростору, а він доволі складний і суперечливий, саме на формування навичок реєстрації інформаційних потоків спрямовані зусилля численних науковців і педагогів, які працюють у царині медіаосвіти. Дослідницьку увагу зосереджено на інтернет-ресурсі «Детектор Медіа» та започаткованих його авторами медіаосвітніх проєктах: «Суспільне мовлення», «Індекс інформаційного впливу Кремля», «Як розпізнати пропаганду в ЗМІ», «Журналістське розслідування: основи», «Новинна грамотність», «Медіадрайвер», «Вибори і ЗМІ», «Телятина», «Приціл», «Донбас: чесно», «MediaSapiens». Ще одним медіаосвітнім проєктом від «Детектор Медіа» є курс «Новинна грамотність», покликаний поширювати медіаграмотність серед населення в умовах військового конфлікту. Змістове наповнення наявних Інтернет-порталів з медіаграмотності спрямоване на формування медіакомпетентності в широкого загалу. Здебільшого всі ресурси виконують однакові завдання: саморозвиток і професійне вдосконалення, розвиток інформаційної свідомості й медіаімунітету, навчання критичного сприйняття медіапродуктів, загальний усебічний розвиток особистості й виховання в неї активної громадянської позиції.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, медіакомпетентність, медіаімунітет, інтернет-ресурс, інтернет-простір, інформаційні потоки, критичне осмислення інформації.

Постановка проблеми. Питання, пов'язані з медіаосвітою, не так уже й давно потрапили в поле зору науковців, але наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. вони дедалі активніше обговорювалися й досліджувалися вченими різних країн, сьогодні маємо достатні підстави говорити про медіаосвіту як одну з актуальних проблем сучасної науки. Услід за Б. Потятинником уналежнюємо пріоритетні завдання медіаосвіти до актуальних проблем журналістики. Побудувавши ланцюжок медіаосвіта – медіаграмотність – медіакомпетентність, маємо на меті дослідження однієї з платформ першої його ланки, оскільки саме через виховання медіаграмотності, прищеплення знань із царини медіаосвіти можливе формування в людини компетентності, яка допоможе протистояти різного роду маніпулюванням і небажаним впливам.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Медіаосвіту як навчальну дисципліну нині включено до програм загальноосвітніх закладів і коледжів, їй приділяють значну увагу в процесі вишівської підготовки майбутніх журналістів і редакторів. Додатковим аргументом на підтвердження наведених думок слугує не лише наявність численних статей [1; 4; 10] із зазначеного питання, а й поява підручників [7; 8; 14], словників [12], аналітичних записок, вебінарів, проведення тематичних конференцій тощо. Тобто заявлене в статті питання належить до актуальних проблем сучасної науки.

Постановка завдання. Керуючись принципом історизму, який передбачає розгляд будь-яких явищ за їх походженням і динамічним розвитком як частини певного цілого з урахуванням

причин і зв'язків, що зумовлюють це явище, маємо на меті хоча б побіжно окреслити контури і зміст тих освітніх інтернет-ресурсів, котрі сприяють формуванню конкретних знань і навичок у сфері медіаосвіти, аби забезпечити реципієнтів від маніпулятивних технологій.

Виклад основного матеріалу. Різноманітні джерела з медіаосвіти в мережі Інтернет можна класифікувати за такими критеріями:

1. За авторством (створені одним автором або групою авторів).

2. За цільовою аудиторією (для широкої аудиторії – різноманітні портали, медіапроекти та навчальна література; для професіоналів – сайти для перевірки фактів, ресурси з журналістськими розслідуваннями), проте, зазначимо, цей поділ є досить умовним.

Сьогодні одним із найпотужніших медіаосвітніх ресурсів в Україні є громадська організація (далі – ГО) «Детектор Медіа» [2], створена українськими журналістами на початку 2004 р. Розробники ГО – талановиті, креативні, цілеспрямовані люди – виокремлюють три основні складники своєї діяльності: покращення якості українських мас-медіа, підвищення медіаграмотності українців, протидія дезінформації та маніпулятивним новинам. «Детектор Медіа» започаткував різнопланові медіаосвітні проекти: «Суспільне мовлення», «Індекс інформаційного впливу Кремля», «Як розпізнати пропаганду в ЗМІ», «Журналістське розслідування: основи», «Новинна грамотність», «Медіадрайвер», «Вибори і ЗМІ», «Телятина», «Приціл», «Донбас: чесно», «MediaSapiens».

Чи не найцікавішим продуктом ГО є ініціатива «Медіачек» – розгляд публічних скарг на неякісні журналістські матеріали. Кожен небайдужий може (не анонімно) заповнити форму для подання скарги та пояснити, у чому саме він убачає порушення. Згодом колектив організації проведе розслідування щодо порушення законодавства та принципів журналістської етики. Публічну відповідь можна отримати на сайті порталу [13].

Наймасштабнішим проектом ГО став портал «MediaSapiens», започаткований у 2010 р. за підтримки Інтерньюз-Нетворк. Цільовою аудиторією редакція проекту вважає журналістів і громадських діячів, політиків і державних службовців, власників і менеджерів різноманітних ЗМІ. Оформлення сайту досить динамічне, оскільки він є проектом ГО «Детектор Медіа», то верхня рубрикація містить активні посилання на головну сторінку організації та інші її продукти, дещо нижче подано вже рубрики саме аналізованого сайту: «Медіа-

просвіта», «Моніторинг», «Інтернет», «Принт», «ТБ/радіо», «Медіаправо», «Медіаетика», «Тренди», «Погляд», «Статті». Рухливе активне меню посередині головної сторінки пропонує три актуальні сьогодні новини, які змінюються щодня. Далі – новини зі світу медіа та інноваційних технологій; політика (російські ЗМІ й пропаганда, українські політики та їхні маніпуляції свідомістю українців); інтерв'ю авторитетних у світі медіаобережності персон; майстер-класи з протидією фейкам і пропаганді.

Рубрика «Медіаосвіта» містить колонки, присвячені майстер-класам, лайфхакам у світі медіа технологій, журналістській освіті, історіям про людей, які змінили хід розвитку медіаосвіти, критиці видань про медіа, медіадослідженням, розвитку відносин дитини та медіа, анонсам подій, пов'язаних із медіаграмотністю та протидією дезінформації тощо.

Рубрика «Інтернет» присвячена захисту від медіа в соціальних мережах, кібербезпеці та поясненню діяльності ІТ-компаній. «Принт» – це огляд преси в Україні та світі, пояснення нових тенденцій і застарілих методів подачі інформації, огляд переваг і недоліків цензури та інші новини зі світу друкованих ЗМІ. Оскільки сьогодні більшу частину інформації середньостатистичний українець отримує через канали ТБ, необхідною є рубрика «ТБ/радіо», де подаються розслідування порушень журналістської етики в ефірному часі.

Усі матеріали порталу обертаються навколо «холодної війни», кожна колонка і стаття так чи інакше торкаються теми російського впливу на українських реципієнтів. Дійсно, сьогодні це одна з основних проблем у світі ЗМІ на пострадянському просторі, проте й у вітчизняних мас-медіа вистачає бруду, у цьому можна пересвідчитися на прикладі телевізійних і друкованих матеріалів, які розглядають у колонках порталу.

«MediaSapiens» – це портал для мислячої людини: тут не нав'язують думку редколегії, а наводяться лише факти. Автори подають матеріали, у яких один факт змальовують з різних боків. Мета проекту – знайти істину під нашаруваннями чужих поглядів і думок, фейків і дезінформації, пропаганди та маніпуляцій.

Ще одним медіаосвітнім проектом від «Детектор Медіа» є курс «Новинна грамотність» [9], покликаний поширювати медіаграмотність серед населення в умовах військового конфлікту. Курс містить десять модулів, у яких автори знайомлять з основами журналістської праці, з впливом комерційного складника на зміст інформації

та хитрощі роботи із соціальними мережами. Курс розрахований здебільшого на журналістів-початківців, оскільки автори звертаються саме до них: «Журналіст повинен розуміти реципієнта», «Ви як журналіст» тощо, тобто курс виконує важливе дидактичне завдання. Натомість, коли йдеться про викриття журналістів-порушників закону, автори звертаються до споживачів інформації. Практичний складник ресурсу реалізовано в корисних посиланнях (інформація про власників медіахолдингів, закони та правила журналістської етики, відео відверто «джинсових» і неякісних матеріалів), скриншотах матеріалів, де методом порівняння подають якісну інформацію та інформацію з порушеннями стандартів журналістики.

Незважаючи на те що курс почав діяти з 05.09.2019, його вже проглянула більше ніж 61 тисяча користувачів, хоча позитивно оцінила лише 141 людина. Крос-медійність ресурсу представлена на різних платформах і в соціальній мережі Facebook.

Ще один проєкт «Детектор Медіа» – «Медіа-Драйвер» [6] – обіцяє не лише навчити виявляти фейки та маніпуляції й протистояти їм, а й пояснює, як уміло використовувати можливості сучасного світу в повсякденному житті, критично сприймаючи все, що пропонують мас-медіа.

Головна сторінка ресурсу відкриває нам світ, що постає з екрану планшета, – гарна метафора у світі сучасних технологій. Навігатор у світі медіа одразу виправдовує самоціль, оскільки пропонує спочатку познайомитися з командою та проєктом загалом. Знайомство на сайті не можна назвати оглядовим: про кожного, хто брав участь у створенні проєкту, подається та інформація, яка викликає довіру реципієнтів. Посібник створили фахівці з медіаінформації та психології, експерти з фейків і пропаганди, досвідчені програмісти й фотографи. Формулу «Мінімум політики та ідеології, а максимум деталей та прикладів», мабуть, можна вважати гаслом авторів проєкту та їхнім основним орієнтиром у роботі.

Сайт створено так, що за зміст кожної рубрики відповідає спеціаліст у своїй галузі. Орієнтованість на підлітків простежується завдяки ігровим назвам рубрик/локацій, привабливість яких очевидна: «МедіаДарвін» (еволюція медіа), «МедіаДавінчі» (епоха саморозвитку), «І-Серфер» (світ Інтернету), «МедіаХолмс» (що і як шукати в Інтернеті), «МедіаЛицар» (як захиститися: технічний аспект), «І-Медитатор» (як захиститися: психологічний аспект), «Кіножер» (Кіно),

«ВізуалГуру» (Відео), «Аудіофіл» (Аудіо), «Фотоман» (Фото), «КопіКоп» (плагиат та авторське право), «Свіжоголов» (пропаганда та маніпуляції), «Руйнівник міфів» (фейки), «Без стереотипів» (сексуальність і гендер у медіа), «Мережевий Ідол» (соціальні мережі). Для зареєстрованих користувачів статусом посібника передбачені відзнаки та нагороди, а також можливість поділитися успіхами в соціальних мережах, що не лише інтригує школярів, а й перетворює знайомство із сайтом на захопливу гру. Звісно, як і більшість Інтернет-ресурсів, аналізований проєкт не може уникнути реклами, а й має, сказати б, компенсуючі переваги: відсутність численних заборон, які часто наявні в навчально-виховному процесі. Рубрики зазначено у вигляді мапи, де немає чітких структури та плану: підліток може самостійно обрати саме ту тему, яка зацікавить його найбільше. Можливість вибору й самостійного планування навчально-ігрового процесу, звісно, стимулює зацікавленість дитини проєктом.

Контент посібника спрямований на те, щоб учити дитину критично мислити, тому на його сторінках немає жодної світліни чи відеоролика без посилання на джерело, уся інформація підтверджена гіперпосиланням на українські та світові статистичні дані. Користувач у змозі не лише автоматично споживати запропоновані йому матеріали, а й оцінювати їх достовірність.

Принцип крос-медійності реалізується в проєкті «МедіаДрайвер» за рахунок пристосування до різних платформ: сайт доступний реципієнтам на комп'ютері, планшеті та в мобільній версії; акаунти проєкту представлені сторінками на Facebook і Twitter.

Процес адаптації підлітків у світі сучасного медіапростору повинен стимулювати:

– реалізацію художньо-творчого потенціалу, що впливає на професійну орієнтацію («Медіа-Драйвер» у кожній рубриці надає десятки посилань на різноманітні джерела інформації – від мистецтва до громадської діяльності й науки. Так, підрубрика «Буквоїдство третього тисячоліття» пропонує всім охочим долучитися до електронного сховища OpenLibrary, яке має на меті створити профайл на кожну опубліковану книжку);

– формування емоційної та інтелектуальної рівноваги (проєкт поступово пояснює ті явища, які можуть викликати стан занепокоєння в дитини. Для запобігання нервовому напруженню підлітків автори починають розділ не з викривальних статей на кшталт «Досить ковтати фейки», а з «Детальної анатомії брехливої новини»);

– формування власної активної громадянської позиції (через локацію «Базовий комплекс прийомів для кіберзахисту», наприклад, можна навчитися не лише захищати себе від фішингу, а й пропагувати захист у Мережі серед знайомих);

– засвоєння низки вмій і навичок, необхідних для повноцінного розуміння та критичного осмислення інформації («МедіаДрайвер» передбачає наявність розділу «Що і як шукати в Інтернеті», у якому детально описано історію розвитку пошукових систем, принципи їх роботи, їх належність певним медіахолдингам чи фізичним особам);

– формування цілісної картини світу (рубрика «Як захиститися: психологічний аспект» пропонує поміркувати над питаннями, що мають на меті запобігти «цифровому слабому мсту» та кібербулінгу, а також учить бачити світ на 360°, тобто не лише очевидне, а й приховане під нашаруванням маніпуляцій і фейків).

Ще одна гра, але для дорослих – «Медіаграмотна місія» [5] – передбачає автоматичне збереження, тому немає необхідності проходити гру одразу, можна перерватися, а згодом поновити збережене. Похмурий фон, на якому зображений завод часів СРСР (з огляду на його розбитий зовнішній вигляд) і грозовий дощ, що складається зі слів «пропаганда», «упередження», «реклама», «маніпуляції» тощо, – метафора про інформаційну зливу, яка застала нас зненацька. Задум порталу: у місті з'явилася фабрика, яка виробляє «джинсу» та фейки, маніпуляції та пропаганду, і лише критично мисляча людина зможе побороти це зло за допомогою логікоміру, брехнерізу та інших приладів, що допомагають викривати інформаційне сміття.

Гучні метафори на кшталт прочитання тексту в жовтих і рожевих окулярах характеризують матеріали жовтої преси та небажання громадськості думати, а під лінзою правди – сприйняття інформації критично мислячою людиною. З огляду на ситуацію військового конфлікту в Україні, розробники пропонують ознайомитися зі словником нейтральної термінології, який застерігає від уживання мови ненависті, наприклад, ситуацію на Донбасі пропонують називати так: *військовий конфлікт, збройне протистояння, конфлікт на сході України, зона АТО, зона конфлікту, військова агресія Росії, війна, агресія, гібридна війна*, а осіб, які постраждали через військовий конфлікт, – *внутрішні переселенці, вимушені переселенці, біженці*.

Хоча гра розрахована на осіб віком від 18 років, за кожен вдало пройдений рівень гравець отри-

мує похвалу, призначену для дітей: «Молодець! Ти правильно зробив висновки», – наче в школі; ресурс побудовано за принципом «теорія – вправи на перевірку засвоєного матеріалу», що теж характерно для навчального процесу в середніх і старших класах.

Завершивши гру, дощ із всіх негативних моментів інформатизованого суспільства припиняється, виходить сонечко, а гравця вітають у вільному, яскравому та розумному світі медіаспоживання. Крос-медійність проекту: він доступний і на комп'ютері, і на планшеті, і на телефоні, проте краще проходити онлайн-гру на комп'ютері (з якісною відео-картою та платою), адже проект досить важкий для такої операційної платформи, як Андроїд.

Проект «Про Інтернет», заснований у 2014 р. Google спільно з Інтернет Асоціацією України, – це комплексний освітній ресурс для вчителів і дітей. Метою проекту є підвищення цифрової компетентності учнів українських шкіл. Окремо порталом передбачено інформацію для вчителів, де містяться методичні рекомендації та практичні завдання для уроків. На сайті також можна пройти інтерактивну гру «Подорож на Астерікс», яка допоможе закріпити знання й навички роботи з інформацією в Інтернеті. За даними дослідження Київстар «Знання та ставлення українців до питання безпеки дітей в Інтернеті» [3], 60% опитаних дітей (550 дітей-жителів Києва) отримували пропозиції заробити гроші в Мережі, 12% отримували відео з насиллям, 26% відправляли конфіденційну інформацію на прохання незнайомих людей, 28% отримували пропозицію заробити гроші за рейтинги в грі, проте лише 72% опитаних батьків (550 батьків-жителів Києва) розповідали дитині про ризики в Інтернеті. З огляду на дані дослідження, можемо стверджувати, що безпека дитина в Інтернеті – одне з ключових завдань виховання в них медіаграмотності.

Інтерактивний підручник містить теоретичні положення, але, що значно важливіше, – покрокові інструкції з аспектів захисту. Сторінки проекту насичені зовнішніми гіперпосиланнями, які збагачують світогляд дитини, пропонують альтернативну й корисну заміну маніпулятивним сайтам, де гають свій вільний час учні та їхні батьки. Проте внутрішні посилання неактивні, тому зручність переходу зі сторінки на сторінку чи з розділу на розділ можна забезпечити лише власноруч. Кожен модуль можна завантажити у форматі PDF і роздрукувати. Орієнтованість на дитину простежується у великому розмірі кегля, шрифтових

виділеннях, графічних зображеннях і малюнках, невеликій кількості рядків на сторінці інтерактивного підручника.

Завершивши курс «Про Інтернет», кожен може перевірити свої знання з теми, пройти гру, відповісти на питання тесту й отримати бажаний Сертифікат від Google.

Зворотний зв'язок реалізується за допомогою електронного листування, а крос-медійність проекту неможлива через використання технології Adobe Flash, яку підтримує лише незначна кількість планшетів і мобільних пристроїв, а управління персонажем здійснюється за допомогою клавіатури та комп'ютерної миші.

Деяко схожими здаються курс та онлайн-гра «Медіаграмотна місія», що не дивно, зважаючи на спільного для обох ресурсів розробника – «IREX». Схожі теми й використання пояснювального матеріалу: фотофейки на прикладах однакових фотографій, тема «Свобода слова & мова ворожнечі» з використанням однакових тез.

Найбільшими перевагами курсу є його безоплатна основа, інтерактивність, інформативність, практична спрямованість, технологічність, крос-медійність, короткі відео-уроки, низка статистичних даних та інфографіки. Недоліки – наявність численних граматичних помилок і неадаптованість до пересічного громадянина, який не володіє англійською мовою.

Отримання сертифікату є однією з передумов завершення курсу, адже, коли людина бачить реальний результат, а не умовну користь від отриманих знань, це стимулює інтерес, аби довести діло до кінця.

Організації-розробники проекту, звичайно, випустили не один курс: важливим для розуміння українського медіаринку, для набуття вмінь аналізувати та перевіряти інформацію є також онлайн-курс «Фактчек: довіряй-перевіряй» (аналіз контенту медіа, промов президентів і політиків, впливу шумових повідомлень на засвоєння переданої ними інформації тощо). Ресурс відкритий для пропозицій і покращення якості, тому елементом фінального тексту є опитування для студентів, які вивчатимуть курс згодом, проте конкретних запитань ним не передбачено, лише загальні: оцініть нас і оцініть себе.

Не лише для професійних журналістів, а й для всіх і кожного, хто прагне розібратися в масиві інформації, стане в нагоді запусканий у 2014 р. за ініціативи викладачів, випускників і студентів Могилянської школи журналістики та програми для редакторів Digital Future of Journalism сайт

StopFake [11]. Якщо на вищоках свого існування метою проекту була перевірка та спростування/підтвердження інформації про те, що відбувається в Україні, то згодом сайт перетворився на ресурс, де аналізується суто кремлівська пропаганда (не лише в Україні, а також у країнах колишнього СРСР і в ЄС). Оскільки статті перекладають 11 мовами (російська, польська, англійська, німецька, іспанська, чеська, румунська, голландська, болгарська, італійська, французька), головна сторінка одразу пропонує обрати мову, якою хочемо отримувати інформацію. Контент ресурсу представлений не лише на сайті, а також у газеті «Твоє право знати» та в соціальних мережах (Facebook, Twitter). Проект не пов'язаний ні з приватними підприємцями, ні з державним забезпеченням, адже спочатку він існував як волонтерський, а пізніше – завдяки краудфандингу (надходження коштів/пожертв від читачів), підтримку надавали Міжнародний фонд «Відродження», «Національний фонд на підтримку демократії», Міністерство закордонних справ Чехії та Посольство Великої Британії в Україні. Мета реалізується не лише спростуванням окремих фейків, а й створенням архівів пропаганди, проведенням тренінгів і конференцій для зацікавлених осіб. Зворотний зв'язок можливий за допомогою листування електронною поштою.

Сайт містить головну сторінку, де постійно оновлюється інформація, з огляду на новинний контент українських і російських ЗМІ. Рубрика «Окремий погляд» – це новини іноземних країн, які стосуються сфери неякісних медіа, фейків і маніпуляцій. Матеріали рубрики «Контекст» – це правдива інформація про тенденції холодної війни, нововведення в різних Інтернет-виданнях, які стосуються ситуації Україна-Росія (Apple почали в російських додатках відображати Крим територією Росії). «Підкаст» дає змогу сприймати інформацію на слух, тобто розрахована на аудіалів. Деякі матеріали дублюються з текстових, а деякі є цілком самостійними. Для тих, хто полюбляє отримувати знання з відео, створено відеоматеріали (у форматі стартапів і розшифровування вже наявних шоу з використанням навичок медіаграмотності). Безкоштовна онлайн-газета, яка має безкоштовний друкований аналог (наклад – 101000 прим.), «Твоє право знати» має неабияку просвітницьку місію, адже в ній стисло й інформативно розповідають про те, як Кремль використовує емоції для своєї пропаганди. Видання містить як корисні уроки та алгоритми виявлення фейків, так і новинний контент, який містить факти, а не судження, і посилання на отриману інформацію.

Варто також звернути увагу на сайт FafeOff.org, який, з огляду на зверстане на головній сторінці прохання про допомогу, є проектом некомерційним волонтерським, що підтверджується відомостями про нього. Ресурс позиціонує себе не лише як сайт журналістських розслідувань, а і як медіаосвітній проект, адже мета його полягає в тому, щоб навчити кожного думати самостійно, знаходити істину та доказувати дійсність власних суджень. Порталом передбачений не лише зворотний зв'язок (електронне листування та дзвінки в редакцію), а й можливість стати автором, для чого треба не так багато: бути зареєстрованим у системі, доповнювати публікації ілюстраціями та відеоматеріалами, надавати первинні джерела інформації. Проте не будь-який текст може пройти перевірку на істинність, тому матеріал повинен пройти перевірку на коректність, істинність, «джинсовість», мову ворожнечі.

Крос-медійність проекту полягає в його доступності на різних операційних платформах і наявності сторінок у соціальних мережах. До речі, якщо у 2017 р. ресурс ще був зареєстрований у «Вконтакте», то у 2019 р. сайт має сторінки лише у Facebook, Twitter, YouTube, Telegram. Змі-

тве наповнення сайту зовсім не виправдовує його мету: це переважно новинний контент, що не впливає безпосередньо на розвиток медіаграмотності суспільства.

Висновки і пропозиції. Отже, можемо стверджувати, що видання медіаосвітньої тематики в Україні поступово розвиваються та набувають популярності як серед професійних діячів мас-медіа, так і серед споживачів інформації, виробленої ними, але розглянутим нами ресурсам бракує системності. Проблема фейкових новин і їх несвідомого поглинання постала як нагальна після подій в Україні у 2014 р., що відбулося у створенні онлайн-проектів і сайтів для спростування недостовірної інформації.

Змістове наповнення наявних Інтернет-порталів з медіаграмотності спрямоване на формування медіакомпетентності в широкого загалу. Здебільшого всі ресурси виконують однакові завдання: саморозвиток і професійне (для журналістів) удосконалення; розвиток інформаційної свідомості й медіаімунітету; навчання критичного сприйняття медіапродуктів; загальний усебічний розвиток особистості й виховання в неї активної громадянської позиції.

Список літератури:

1. Дем'яненко О. О. Еволюція наукових розвідок у галузі медіаосвіти: критичне мислення особистості як основна компонента сучасної медіаосвіти. *Народна освіта*. 2017. Вип. № 1 (31). С. 68–73.
2. Детектор Медіа. URL: <https://detector.media/> (дата звернення: 26.09.2019).
3. Дослідження «Знання та відношення українців до питання безпеки дітей в інтернеті» / Центр соціальних експертиз Київстар. URL: https://rescentre.org.ua/images/Uploads/Files/statistika_dl/research_Kievstar.pdf (дата звернення: 11.11.2019).
4. Литвиненко О. В. Медіаграмотність громадян у контексті гібридних воєн: приклад України, *Young Scientist*. 2018. № 3. С. 259–271. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/3/59.pdf> (дата звернення: 18.10.2019).
5. Медіаграмотна місія. URL: https://irex.mocotms.com/ml_game/story_html5.html (дата звернення: 10.12.2019).
6. МедіаДрайвер. Твій навігатор у світі Медіа. URL: <http://mediadrivervonline/> (дата звернення: 29.09.2019).
7. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. : В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко ; за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.
8. Онлайн-курс з медіаграмотності. URL: <https://verified.ed-era.com/> (дата звернення: 24.10.2019).
9. Онлайн-курс «Новинна грамотність». URL: <https://video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22> (дата звернення: 18.11.2019).
10. Онкович Г. Професійно-орієнтована медіаосвіта у вищій школі. *Вища освіта України*. 2014. № 2. С. 80–87.
11. Стопфейк. URL: <https://www.stopfake.org/> (дата звернення: 11.11.2019).
12. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Москва : МОО «Информация для всех», 2014. 64 с.
13. Чернецька С. Ініціатива «Медіачек» – публічні скарги на неякісні журналістські матеріали. URL: <https://go.detector.media/iniatsiativa-mediachek-publichni-skargi-na-neyakisni-zhurnalistski-materiali/> (дата звернення: 11.08.2019).
14. Щербаченко Т. Як не заблукати в Павутині. Львів : ВСЛ. 105 с.

Pidmogilna N. V., Drozd A. G. INTERNET PROJECTS AS A RESOURCE OF MEDIA EDUCATION

The article considers issues relevant to modern science related to media education. The various sources available on these issues are classified by authorship and target audience, and among them the most interesting are textbooks, media projects, portals, websites and more. Media education publications in Ukraine are gradually developing and gaining popularity both among media professionals and consumers of the information they produce, but the resources we reviewed lack systematicity. As you know, modern man widely uses Internet resources to obtain information, verify various facts, find fakes, as well as to expand their own educational horizons. An important task is the process of adaptation of adolescents to the modern media space, and it is quite complex and controversial, and it is the formation of skills in the reception of information flows aimed at the efforts of many scholars and educators working in the field of media education. Research attention is focused on the Internet resource “Detector Media” and media educational projects initiated by its authors: “Public Broadcasting”, “Kremlin Information Influence Index”, “How to Recognize Propaganda in the Media”, “Journalistic Investigation: Fundamentals”, “News Literacy”, “Media Driver”, “Elections and Mass Media”, “Veal”, “Sight”, “Donbass: Honest”, “MediaSapiens”. Another media education project from Media Detector is the News Literacy course, which aims to spread media literacy among the population during a military conflict. The content of the existing Internet portals on media literacy is aimed at the formation of media competence in the general public. For the most part, all resources perform the same tasks: self-development and professional development, development of information consciousness and media immunity, training in critical perception of media products, general comprehensive development of personality and education of active citizenship.

Key words: *media education, media literacy, media competence, media immunity, Internet resource, Internet space, information flows, critical comprehension of information.*

Погребняк І. В.

Київський університет імені Бориса Грінченка

БЛОГІНГ ЯК ФОРМА СУЧАСНОГО МЕРЕЖЕВОГО ХУДОЖНЬО-ПУБЛІЦИСТИЧОГО ЖАНРУ

Нині сучасна інтернет-журналістика потребує деталізації явищ і феноменів, які набули широкого розвитку й продовжують видозмінюватися та каталізувати виникнення нових соціально-комунікаційних процесів. Однією з таких галузей варто вважати блогосферу, що сприяла переродженню в мережу художньо-публіцистичних жанрів, надавши їм нового звучання й механізмів існування. Разом із тим існування блогерів не заперечує цінності традиційної журналістики, не нівелює роботи журналістів-практиків. Виникнення блогосфери принципово розширило розуміння жанрової структури тексту.

У статті вивчено динаміку висвітлюваної тематики, яка є популярною серед двох різних вікових категорій населення – студентів 17–21 року і старшої категорії населення – 25–35 років. Соціологічне дослідження продемонструвало, що найпопулярнішою є тематика COVID і новин – серед старшої категорії, тревел і фен тематика – серед молоді. Усі соціологічні дослідження здійснені автором самостійно, що дає підставу для подальших потужних досліджень.

З'ясовано, що блог складається з окремих записів, унаслідок чого він неоднорідний і досить важко піддається узагальненню. Через це найбільш продуктивно застосовувати вищеописану класифікацію не до блогу загалом, а до окремих блогових записів, серед яких можна знайти приклади кожного типу креолізованих текстів. Найбільш цікаві тексти з повною креолізацією, у яких між вербальними й невербальними компонентами встановлюються різноманітні функціональні та семантичні відносини.

Вивчається сучасний стан блогосфери, її тематичне наповнення й провідні підходи до формулювання тексту блогу як художньо-публіцистичного жанру.

Наголошується на думці стосовно блогу як кластеру, що протиставляє формування мережових текстів, визначає вектор їх розвитку як прикладних одиниць у галузі Інтернет-журналістики.

Ключові слова: блог, блогосфера, жанр, феномен блогінгу, споживацька аудиторія.

Постановка проблеми. Сучасне виникнення новітніх жанрів у галузі інтернет-журналістики зумовлює необхідність вивчення жанрових ознак, які набули динамічних означень. Систематичний і стрімкий розвиток прикладних мережових технологій каталізує досить потужну кількість змін у комунікативному просторі медіа, унаслідок чого інтернет-жанри змінюються та реструктуризуються, а інколи й зникають набагато швидше. Традиційні сучасні ЗМІ вимушені нині ділити свій простір із блогами та блогерами. Новітні засоби масової комунікації в дуже короткий термін мусили проявити свої сильні сторони, щоб посилити власні ринкові позиції.

Блоги і традиційні ЗМІ повинні існувати в єдиній інформаційній площині, а в подальшому будуть мати можливості синтезації власних інформаційних технологій і платформ.

Як зазначає А. Досенко, сучасна блогосфера сприяє поєднанню комунікації традиційної

й автокомунікації: тексти доступні як адресату, так і адресанту.

Інтернет як унікальна синтезуюча площина знищує соціальні бар'єри, будує актуальнішу проблему ідентичності користувача. Отже, домінуючою умовою існування в мережі для блогера як автора є самовизначення, тобто пошук самоідентичності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед сучасного наукового світу варто виокремити таких науковців, які вивчав блоги та блогінг, як К. Боярова, О. Власова, А. Досенко, С. Демченко, К. Лученко, К. Левченко й багато інших.

Постановка завдання. Метою наукової статті є дослідження сучасної тематики вітчизняних блогів.

Завдання полягає в соціологічному вивченні популярної блогової тематики.

Методи дослідження: історичний – для вивчення історії визначення блогів; соціологічний – для анкетування українців двох різних вікових категорій (студентів від 17–21 років) і старшої категорії

(25–35 років); описовий – для вивчення сучасних теоретико-методологічних підходів дослідження феномену блогосери.

Виклад основного матеріалу. Блоги нині є сполучною ланкою між HTML-сторінками та мережевою комунікацією, де провідне місце посідає машина як комунікатор. Блоги нині варто вивчати не лише з позиції сторінки в мережі, а й жанрової категорії, що визначає його текст як художньо-публіцистичний жанр, який має потужний рівень суб'єктивізму.

С. Кришнамурті запропонував класифікацію блогів, яка нині стала популярною: відповідно до опозицій «особисте-тематичне» й «індивідуальне-суспільне» в змісті записів, виділивши інтернет-щоденники, групи підтримки, розширені авторські колонки та спільне створення контенту.

Сучасні вітчизняні блоги здатні синтезувати в особі декілька категорій, наприклад, групові та корпоративні блоги. Історично мають місце ще мультиблоги, які прижилися у форматі «живого журналу». Вони мали підхід інформаційно-комунікаційних «спільнот», що висвітлювали матеріал блогів зі спільним авторством.

Більшість українських пересічних блогів не користується окресленою тематикою, що й визначає блоги як художньо-публіцистичні жанри. Проблема жанрів, що знайшли себе в мережі з позиції формування соціокомунікативного параметру мережі, досить проблемна та малодосліджена. Із зазначеної позиції жанрові рамки блогу досить не чіткі, що трактується незавершеністю. Тут варто вивчати перманентність процесів комунікації та жанрової гібридизації у ньому. Не останнє місце посідає й специфіка інтернет-комунікації, від реальної комунікації в блогі до інформаційного висвітлення в ньому.

Систематичний розвиток мережевих технологій каталізує потужну кількість змін у комунікативному просторі, через що інтернет-жанри виникають, гібридизуються, адаптуються під потреби часу постійно. У разі необхідності варто спробувати класифікувати жанри, що «працюють» в інтернет-комунікації, найзручніше це зробити за критерієм «вплив технологій» [2; 3; 4; 11; 12; 16]. Тобто мережа окреслює можливості мережевого співіснування паперових традиційних жанрів, які почасти не надто змінюють свою природу, приймають виникнення принципово нових – дигітальних, що зумовлено розвитком технічних властивостей мережі та низки популярних сервісів на її основі, наприклад, чат, або служба миттєвих повідомлень.

Водночас спостерігаємо популяризацію гібридних жанрів, що, підпадаючи під вплив прикладних соціально-комунікаційних технологій, суттєво видозмінилися, змінивши форму, підходи до інформаційного висвітлення. «З появою інтернет-журналістики актуальним є питання еволюції жанрів у журналістиці, тому постає питання про те, що саме сприяє розвиткові блогів як нового жанру ЗМІ. Розширення звичайного друкованого тексту сприяло появі гіпертексту, який значно розширив уже наявні можливості» [3, с. 16].

Фундаментальною є риса інтерактивності блогів. Наступним чинником є технічні можливості інтернету, що розбудувало саму структуру інформаційно-комунікаційного середовища сучасного соціуму. С. Ваттерса, О. Горошко, М. Шеферда, дослідники, які вивчали мережеву жанрологію, описали блог як один із дигітальних жанрів, конкретніше, жанр персональної сторінки, що ознаменовується низкою провідних функцій. Першочергово до них належать комунікативна й інформативна.

Виокремлюємо низку функцій, які притаманні блогам як різновидові дигітального жанру, а саме: кореляція дій певного відсотка читачів, спостереження за навколишнім середовищем, самоаналіз автора, заміник контактів. Аналіз наявних потрактувань жанрів дає змогу дійти висновку, що не можна однозначно відокремлювати блоги від них. Основною причиною такого результату є те, що ми знаходимо досить багато спільних рис між електронними щоденниками та дигітальними жанрами. Однак не можна однозначно кваліфікувати блоги як різновид жанрів засобів масової комунікації, оскільки вбачаємо необхідність розмежування «журналістики» та «соціальних комунікацій». Доцільно говорити про блоги як форму публічної комунікації і трактувати її як одиницю соціальних комунікацій [4]. Л. Щіпіціна відзначає, що оформлення жанру сприяє їх видозміні, що окреслює сучасні підходи до існування сучасних медійних процесів мережі та надає їм сталих інформаційно-комунікаційних характеристик.

Нами досліджено найпопулярніші платформи для блогів. Ми визначили їх методом соціологічного опитування серед студентів двох українських університетів: Київського університету імені Бориса Грінченка й Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Загальна кількість опитаних респондентів становила 250 осіб, із яких – 100 хлопців, 150 дівчат.

Таблиця 1

Найпопулярніші платформи для блогів серед української молоді

№ з/п	Назва мережі	Відповіді респондентів, у %
1	Instagrame	78%
2	Ukrnet	35%
3	Bigmair	17%
4	Joomla	41%
5	Jekill	43%
6	Drupal	31%

Як видно із запропонованої таблиці, найпопулярнішими нині серед молоді є соціальна мережа Instagrame, яка дає можливість вести власний популярний блог, Jekill і Joomla. Сьогодні українська молодь у більшості користується Instagrame, що зумовлює популярність цієї мережі. Наступним кроком у вивченні існування блогів як окремої категоріальної одиниці прикладних соціальних комунікацій вважаємо необхідність вивчення тематики, адже саме вона диктує зарахування зазначеного кластеру до групи художньо-публіцистичних жанрів мережі.

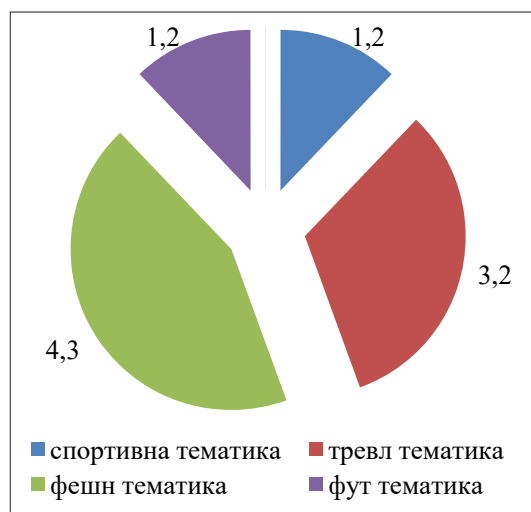


Рис. 1. Тематика текстів блогів серед студентів

Як видно з діаграми, найпопулярнішими є теми тревл і фен тематики, особливо серед дівочої категорії. Не лише виставляються фото, а й пишуться пости про місця, які вони відвідують; діляться враженнями, коментують, дають поради щодо відвідування певних туристичних місць і трендових тенденцій.

Наступним етапом дослідження стало опитування серед старшої категорії населення – 25–35 років. Ця вікова категорія має відмінності щодо тематичного наповнення власних блогів і створення контенту.

Таблиця 2

Висвітлення тематики блогів серед вікової категорії 25–35 років

№ з/п	Тематика блогів	Відповіді респондентів, у %
1	Новини України	70
2	Новини світу	67
3	Спорт і тревл тематика	68
4	Культура, кінематограф, література	51
5	Родина, стосунки, кохання	58
6	COVID-19	87

Як видно з другого етапу дослідження, вікова категорія респондентів надає перевагу новинній тематиці, спортивній і родинній. Тут на сторінках мережі наявні огляди новин в коментарі, те що стосується новинної тематики.

Наявні сторінки з листами, довгими для читання текстами художнього характеру, зустрічаються вірші, ліричні звернення.

Старша категорія населення не лише поза увагою тревл тематику й також висвітлює місця для подорожей, коментує сервіс і цінову політику туристичної індустрії світу.

Але топовою нині є тематика висвітлення динаміки життя світової спільноти з COVI-19. Люди пишуть про свої настрої, можливості, страхи й переживання, побоюються, що ситуація з повним карантинном може повторитися. Ця категорія становить аж 87% опитаних нами респондентів.

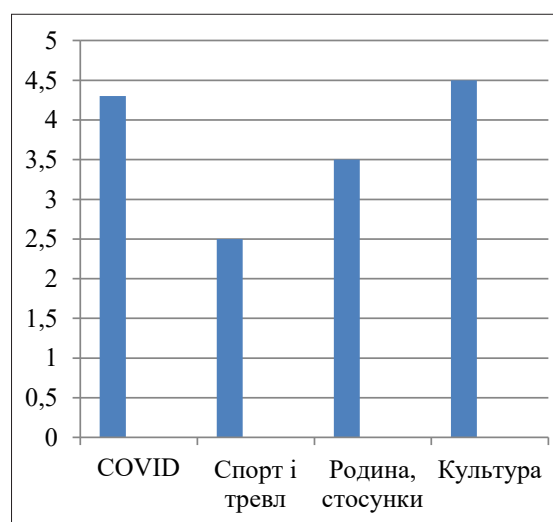


Рис. 2. Популярна тематика блогів серед вікової категорії 25–35 років

Для будь-якого блогу обов'язковим є такий елемент, як *профіль користувача*. Зазначена концепція

існування сторінки часом є відсутньою в stand-alone блогів, адже блогер один у цій площині, тут має місце самопрезентація, що виражається довільно, але коли сам мережевий щоденник розташовується на просторі якогось блогового сервісу, профіль блогера стає фундаментальною частиною.

Отже, варто вивчати структуру сторінки, що може хизуватися власною унікальністю або варіативністю. У профілі автор блогу зазвичай повідомляє про себе таку інформацію, як стаття, вік, освіта, місце проживання, інтереси.

Стрічка записів або стрічка коментар, презентує фундаментальну концепцію існування комунікації на сторінці блогу, адже тут розміщуються хронологічно різнотематичні записи. «Кожен блоговий запис, крім власне тексту, може містити заголовки, час публікації, інформацію про кількість коментарів. У багатьох блогах до блогових записів приєднується відповідний аватар (зображення) автора, рубрика, до якої належить цей текст, тематичні мітки (теги), а також інформація про фактори, що супроводжували момент написання тексту: настрої автора, місце та звучання музики» [3, с. 76]. Стрічки записів містять сайдбар, що варто трактувати з позиції допоміжного комплексу додаткових блоків, які запитують навігацію сайту.

Сторінка окремого блогового запису. Цей пункт є важливим для вивчення, адже систематичні записи відкриваються в окремому вікні, де розташовується повна версія розміщеного в мережі матеріалу й коментарі до нього.

«*Стрічка друзів*» – важливий складник, як саме її читає автор і складає певне враження про читача. «Блоговий запис різних користувачів об'єднується в одну стрічку й розташовується у зворотному хронологічному порядку. Зазвичай «стрічка друзів» оформляється так само, як стрічка записів самого автора. Зазначимо також, що графічне оформлення вказаних вище елементів може збігатися або не збігатися» [3, с. 67]. Прикладом можуть бути записи на сервісі LiveInternet, де юзер має можливість змінювати сторінку: кольори, шпалери, шрифти блогу. Але стандартною залишається загальна структура сайту. При цьому всі чотири елементи відображаються в єдиному стилі.

Для вивчення питання можна дати проаналізовану статистику. Нами вивчено 52 блоги, які мали різну тематику, але всі містили стрічки-коментарі. Разом із тим третина вела їх активно, а це лише 21 блогер із проаналізованих 52, ще 18 не реагувало на дописи стрічок практично жодним чином. Можна дати таку діаграму.

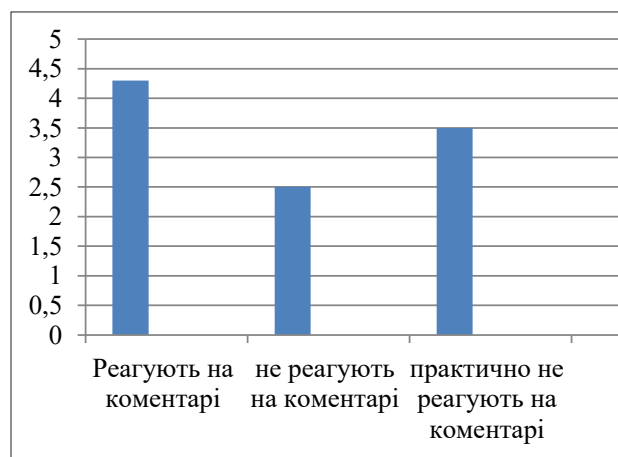


Рис. 3. Реакція блогерів на коментарі в блогах

У блогах сервісу Livejournal сторінка профілю виглядає однаково для всіх користувачів. Для оформлення елементів 2–4 розроблено кілька структурних моделей (наприклад, варіанти з однією, двома, трьома колонками, з різним розташуванням сайдбара тощо), автор блогу може вибрати будь-яку з них. Ще однією характеристикою інтернет-журналістики блогу є його мультимедійність – одночасне використання в процесі комунікації декількох семіотичних систем, наприклад, візуального та звукового каналу. Мультимедійність проявляється також у з'єднанні вербального тексту з невербальними компонентами – графікою, малюнками, фотографіями, відео, анімацією.

Мультимедійність блогів підкріплюється гіпертекстуальністю як наступною складником. Така категорія дає блогам можливість розширити обрії свого впливу, бути перенесеними повністю чи частково на інші платформи. Гіпертекстуальність дає можливість необмеженого інформаційного викладу, гібридизації публіцистичного матеріалу з іншими жанровими формами.

Висновки і пропозиції. Сучасна інтернет-журналістика потребує вивчення жанрових одиниць, що сьогодні активно змінюються та реструктуризуються. Дослідивши різні аспекти існування блогів у мережі, вважаємо, що їх варто не просто зарахувати до кластеру блогів, а й визначати як групу сучасних художньо-публіцистичних жанрів.

Сучасні художньо-публіцистичні жанри проходять етапи свого реформування: виникають нові можливості як із технологічного, так і з інформаційно-комунікаційного боку.

Нами проведено соціологічне опитування, що дало можливість вивчити не лише найпопулярніші блогові платформи, а й дослідити

тематики, що нині є популярними серед різно-каторіальних за віком та інтересами користувачів. До них зараховано студентів 17–21 років і старшу категорію – 25–35 років. Опитування продемонструвало, що найпопулярнішою

є тематика COVID і новин серед старшої категорії, тревел і фен тематика – серед молоді. Усі соціологічні дослідження здійснені автором самостійно, що дає підставу для подальших потужних досліджень.

Список літератури:

1. Артамонова І. М. Блог як публічна автокомунікація. *Держава та регіони. Серія «Соціальні комунікації»*. 2010. № 2. С. 9–14.
2. Артамонова І. М. Блог як публічна автокомунікація. *Держава та регіони. Серія «Соціальні комунікації»*. 2010. № 2. С. 9–14.
3. Досенко А., Погребняк І. Інтернет-журналістика: комуникативні маркери. Київ, 2020, 202 с.
4. Горошко Е. И. К определению понятия «компьютерно-опосредованная коммуникация». *Соціальні комунікації сучасного світу* : науково-теоретичний збірник / гол. ред. О. М. Холод. Запоріжжя, 2009. С. 168–173.
5. Лученко К. Блоги: новая корпоративная угроза. URL: <http://compin.ru/bloginovayakorporativ>.
6. Левченко К. І. Співвідношення понять «інтернет-щоденник» та «блог» у вітчизняній та зарубіжній лінгвістиці. *Функціональна лінгвістика*. 2011. Т. 1. С. 318–320.
7. Машенко І. Г. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. Запоріжжя : Дике Поле, 2006. Том 2 : Термінологічний словник основних понять і виразів: телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо. 512 с.
8. Erickson T. The World Wide Web as Social URL: http://www.pliant.org/personal/Tom_Erickson.
9. Erickson T. Social Interaction on the Net: Virtual Community as Participatory Genre. *Proceedings of the 30th Hawaii International Conferences on System Sciences*. 1997. P. 98.
10. Fishkin R. WhiteHatCloaking: ItExists. It'sPermitted. It'sUseful. URL: <http://www.seomoz.org/blog/white>.
11. O'Railly T. What Is Web 2.0. URL: <http://oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20>.

Pohrebniak I. V. BLOGGING AS A FORM OF MODERN NETWORK ART AND JOURNALISM GENRE

Today, modern online journalism needs to detail the phenomena and phenomena that have developed widely and continue to change and catalyze the emergence of new social and communication processes. One of such branches should be considered the blogosphere, which contributed to the rebirth of a network of artistic and journalistic genres, giving them a new sound and mechanisms of existence. At the same time, the persecution of bloggers does not deny the value of traditional journalism and does not undermine the work of practicing journalists. The emergence of the blogosphere has fundamentally expanded the understanding of the genre structure of the text.

The article examines the dynamics of the topic covered, which is popular among two different age groups – students the aged 17–21 and the older population by the aged 25–35. Sociological research has shown that the most popular topics are COVID and news among senior categories, and travel and hair dryers - among young people. All sociological researches are carried out by the author independently that gives the basis for the further powerful researches

It is analyzed that the blog consists of separate records, as a result of which it is heterogeneous and difficult to generalize. As a result, it is most productive to apply the above classification not to the blog as a whole, but to individual blog entries, among which you can find examples of each type of creolized text.

The most interesting texts with full creolization, in which various functional and semantic relations are established between verbal and nonverbal components.

The article studies the current state of the blogosphere, its thematic content and leading approaches to the formulation of the blog as an artistic and journalistic genre.

Emphasis is placed on the idea of the blog as a cluster that pushes the formation of online texts, which determines the vector of their development as applied units in the field of online journalism.

Key words: *blog, blogosphere, genre, blogging phenomenon, consumer audience.*

Рембецька О. В.

Херсонський державний університет

ЗАРОДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК ГАЗЕТНОЇ РЕКЛАМИ У ПРЕСІ ХЕРСОНСЬКОЇ ГУБЕРНІЇ ХІХ СТОЛІТТЯ («ХЕРСОНСЬКІЯ ГУБЕРНСЬКІЯ ВЪДОМОСТИ» (1838), «ЮГЪ» (1898))

У статті простежено історію зародження та розвитку рекламних повідомлень на сторінках газетних видань «Херсонськія губернськія вѣдомости» (1838–1919 рр.), «Югъ» (1898–1907 рр.). Авторка визначила тематичні групи рекламних текстів на сторінках першої офіційної газети Херсонської губернії «Херсонськія губернськія вѣдомости», виділила поширені основні види реклами, такі як класична масова, фінансова, роздрібно-торгівельна, кадрова реклама. Досліджено структурні елементи побудови перших рекламних оголошень, у результаті чого визначено типову композиційну модель рекламного тексту: заголовок, підзаголовок, основний (інформаційний) текст. У статті звернено увагу на використання різноманітних графічних символів, таких як різні шрифти, використання великих та малих літер, набір різних варіантів гарнітури шрифту. Авторка твердить, що графічний дизайн реклами забезпечує виділення основної рекламної інформації, привертає увагу читача, створює відповідний стиль і характер рекламованих послуг, викликає певне ставлення.

Проаналізувавши газету «Югъ», авторка стверджує, що вона демонструє стрімкий розвиток реклами. Було зафіксовано збільшення видів реклами, серед яких виділено рекламу торгової марки, довідково-адресну, кадрову. Згруповано та наведено тематичні групи товарів та послуг, що рекламувалися на сторінках видання. Виділено та проаналізовано композиційні моделі побудови рекламних текстів. Найуживанішою моделлю були такі: заголовок, подекуди графічний елемент, основний (інформаційний текст), слоган. Виокремлені та проаналізовані різні види заголовків. Звернено увагу на прийоми написання рекламних текстів, виділені такі прийоми, як використання ударних слів (дешево, даром, вигідно, тільки 5 днів, розпродаж), емоційних прикметників, дієслів наказового способу (зверніть увагу, спробуйте, вимагайте, поспішайте). Проаналізовано зовнішнє оформлення та графічні елементи рекламних текстів.

Простежено, що перші рекламні тексти мали характер ділової довідкової інформації, і тільки згодом з'являється оціночна інформація. Авторка доводить, що реклама мала комерційний характер, приносила прибутки, витісняючи журналістські матеріали з перших шпальт.

Ключові слова: структурні елементи, рекламний текст (повідомлення), заголовок, основний рекламний текст, графічні елементи, види реклами.

Постановка проблеми. Характерною особливістю сучасних медіадосліджень є зростання інтересу до вивчення текстів масової комунікації, зокрема рекламних текстів. Реклама сьогодні відіграє особливу роль у сучасному інформаційному світі, адже вона має великий вплив на свідомість і поведінку людини. Реклама розвивається, трансформується під впливом економічних, технологічних, соціокультурних та інших умов. Вивчення особливостей, технологій сучасних рекламних текстів неможливе без звертання уваги на історію та традиції розвитку рекламного бізнесу. Зокрема, це стосується вивчення етапів становлення реклами в певних регіонах України, особливостей формування тематичних груп рекламних повідомлень, вивчення формування

побудови рекламного тексту, еволюції графічного оформлення реклами. Адже реклама цього періоду сприяла розвитку преси, видавничо-поліграфічної справи, підприємницької діяльності. Інформаційні ресурси кінця ХІХ – початку ХХ століття Південного регіону України, а саме Херсонської губернії, залишаються маловивченими, не використовуються у практичній діяльності, що й зумовлює актуальність дослідження.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Рекламний текст був об'єктом аналізу як зарубіжних, так і вітчизняних авторів, які досліджували його в різних аспектах. Питанням особливостей побудови реклами, видам рекламних повідомлень, теоретичним та практичним аспектам реклами були присвячені праці таких

зарубіжних авторів, як А. Дейян («Реклама»), Ф. Джефкінс («Реклама»), Г. Картер («Ефективна реклама»), Д. Огілві («Про рекламу»), Ч. Сендидж («Реклама: теорія і практика»), У. Уелс, С. Моріарті і Дж. Бернетт («Реклама: принципи і практика») та інші.

В Україні майже немає досліджень, присвячених питанням історичного розвитку реклами. Варто лише виділити ґрунтовне дослідження В. Геогієвської «Становлення та розвиток рекламно-довідкової преси на території Східної України ХІХ – початку ХХ століття», в якому, окрім виділення тематичних груп спеціалізованої преси, було простежено модифікації реклами на сторінках преси Східної України зазначеного періоду. Також питанням історичних передумов виникнення та особливостей розвитку реклами в Україні була присвячена стаття А. Вітренка. Історико-правові аспекти становлення та розвитку реклами в Україні були в центрі уваги розвідки О. Марченко. Таким чином, історія української реклами, розвиток її форм на сторінках періодичних газетних видань кінця ХІХ – початку ХХ століття потребує фундаментального дослідження.

Постановка завдання. Мета статті – простежити історію зародження реклами на сторінках періодичної преси Херсонської губернії кінця ХІХ століття на прикладі газет «Херсонські губернські вѣдомости» (1838), «Юг» (1898); виділити тематичні групи рекламних повідомлень, простеживши еволюцію видів реклами; виокремити структурні елементи побудови рекламних текстів, зазначити їхні особливості, визначити основні прийоми написання реклами.

Виклад основного матеріалу. Першим офіційним виданням Херсонської губернії була газета «Херсонські губернські вѣдомости», що виходила щоденно протягом 1838–1919 років в Херсоні за редакцією Н. Ейсмонта, В. Чир'єва, В. Гошкевича. Друкувалася в типографії Херсонського Губернського Управління [2].

Кожний номер газети складався з двох частин: офіційної та неофіційної. В офіційній частині друкувалася урядова інформація, постанови, розпорядження, інформаційні замітки, звіти, повідомлення.

Неофіційна частина містила відомості про події в Херсонській губернії, міські події та замітки, звіти про концерти, вистави, оголошення Правління Єлисаветградського міського банку. Дві шпальти цієї частини відводилися під інформаційні матеріали, інші шпальти були наповнені різноманітними оголошеннями. Саме у цій

частині вперше були опубліковані рекламні повідомлення, що становлять інтерес з боку як тематичного, так і структурного наповнення.

Аналізована газета зберігається у фонді періодичних видань (відділ краєзнавчих документів та бібліографії) Херсонської обласної універсальної наукової бібліотеки ім. Олеса Гончара. Збереглися підшивки номерів за 1865, 1868, 1871, 1876, 1878, 1894–1896, 1898–1905, 1919 роки.

Проаналізувавши номери видання, було класифіковано рекламні оголошення на такі тематичні групи:

- реклама на підписку газетних та журнальних видань;
- фінансова реклама: реклама позик з вигодами від Державного банку, пропонування певних фінансових операцій від правління Єлисаветградського міського банку, послуги Страхового общества;
- роздрібно-торгівельна реклама: послуг та товарів типографії Херсонського губернського Правління; головного книжкового магазину Е. С. Балліної; типографії Штабу Одеського військового округу;
- класична масова реклама, наприклад: старого вина з Південного берега Криму, преїскуранти цін продуктів;
- продаж нерухомості, предметів побуту;
- приватні повідомлення про надання різноманітних послуг: К. Бейхель, годинниковий майстер з Берліна, зубний лікар М. Редер з Відня, водолікувальний заклад лікаря Поніча тощо;
- рекламні повідомлення від Русского общества пароходства и торговли, розклад руху пароплавів, пропонування послуг на перевезення пасажирів;
- метеорологічні спостереження.

До першої спроби друкованої реклами в газеті «Херсонські губернські вѣдомости» можна віднести рекламу послуг та товарів типографії Херсонського губернського правління (№ 1, 1865 р.).

Проаналізуємо особливості побудови різних рекламних текстів газети «Херсонські губернські вѣдомости».

Велику частину рекламних оголошень займають повідомлення про підписку періодичних видань. Така реклама є позитивною і корисною у процесі просування періодичних видань до передплатника, покупця. Щодономера така реклама займала майже одну шпальту, на якій розміщувалося до 4 оголошень.

Як заголовок виступала назва «О подписке», далі в підзаголовку зазначалася назва

видання: газети «Съверная почта», «Голосъ», «Современный листокъ», «Полицейскій листокъ», «Народное Богатство», «Вечерняя газета»; журнали «Учитель», «Странникъ», «Натуралистъ», «Чтеніе для юношества». Назва була виділена жирним шрифтом, великими літерами по центру, що забезпечує виділення основної рекламної інформації, привертання уваги читача.

Основний текст (інформаційна частина) складався з інформації про вид видання (щоденне, щотижневне, щомісячне; політичне, суспільне, літературне, наукове та ін.), про рубрики та їхнє тематичне наповнення, зазначення підписних цін на різні часові проміжки (рік, півроку, 4, 3, 1 місяці). Слогани, кінцеві ехо-фрази відсутні в аналізованих рекламних повідомленнях. Графічно така реклама виділялася звичайними лініями.

Значну частину газетної площі видання займає реклама послуг та товарів типографії Херсонського губернського Правління; головного книжкового магазину Е. С. Балліної; типографії Штабу Одеського військового округу тощо. Саме в таких повідомленнях фіксуємо використання різноманітних графічних символів, таких як різні шрифти, використання великих та малих літер, набір різних варіантів гарнітури шрифту. Рекламні оголошення цього типу вперше почали розміщуватися на всій шпальті видання, уникаючи системи стовпчиків.

Щодо структурних елементів рекламного тексту, то переважає композиційна модель, що містить заголовок (назва типографії, книжкового магазину), основний рекламний текст (опис послуг або товарів із зазначенням цін). Наприклад: «Книжний магазинъ Е. С. Баллиной вѣ Херсонѣ на Суворовской улицѣ, вѣ домѣ Кранцфельда. Получены слѣдующія книги (далі перераховані назви видань, вихідні дані, ціна). Дѣтская нѣмецкая и французскія книги. Фотографическія карточки и почтовая бумага сѣ украшеніями, фотографическими рисунками сѣ видами Херсона» (№ 22, 1865, с. 6).

Було зафіксоване у цьому виданні використання рамок, візерунків, символів для прикрашання рекламних текстів приватного характеру. Так, у № 22 за 1865 р. вперше помічаємо оформлення рекламних повідомлень у рамки з елементами візерунків від К. Бейхеля, часового майстра з Берліна, зубного лікаря М. Редера з Відня з пропонуванням своїх послуг. Вони роблять акценти на рекламі, створюють відповідний стиль і характер рекламованих послуг, привертаять увагу, викликають певне ставлення.

Композиційна модель таких повідомлень не змінилася: заголовок (ім'я, прізвище та рід

заняття), основний рекламний текст (опис пропонуванних послуг). Мова оголошення проста, лаконічна, нейтральна.

Характерними ознаками реклами в газеті «Херсонскія губернска вѣдомости» є те, що вона мала характер довідкової ділової інформації, мала чітке місце розташування у другій неофіційній частині видання, друкувалася у рубриці «Объявленія», не містила оціночної інформації та елементів сучасної розвинутої реклами. Проте з кожним наступним номером було помічено зростання рекламних повідомлень, їхнє групування, формування широкого тематичного діапазону. За способом виконання переважала проста та складна текстова реклама.

З появою у 1898 році в Херсоні газети «Югъ» розпочалася ера газетної реклами. Газета була кваліфікована як щоденна науково-літературна, політична, сільськогосподарська, комерційна. Редактором видання був В. І. Гошкевич. Друкувалося видання в типографії М. І. Ковалева. Збереглися підшивки номерів за 1898, 1899, 1900, 1901, 1902, 1903, 1904, 1905, 1906, 1907 роки [2].

Проаналізувавши номери видання, можемо стверджувати, що газета отримувала великі прибутки від рекламних оголошень, це призвело до витіснення інформаційних журналістських публікацій рекламними матеріалами. Так, реклама у виданні завжди друкувалася на 1 та 4 шпальтах, в деяких номерах трапляється і на 2 шпальті. Якщо в номерах за 1898 рік кількість рекламних оголошень на 1 шпальті становила 6, на останній – до 15, то вже на початок 1902 р. на 1 сторінці було розміщено 25 оголошень, на останній – 20–22.

Збільшується ціна за розміщення рекламного оголошення: якщо в газеті «Херсонскія губернска вѣдомости» вартість на 1 сторінці становила 10 коп., а на останній – 6 коп., то у виданні «Югъ» на 1 шпальті – 20 коп., на останній – 10 коп.

У газеті «Югъ», як і в попередньому виданні, зафіксовано такі види реклами, як оголошення про передплату газетних та журнальних видань, збільшується список запропонованих видань, як загальнодержавних, так і губернських.

Розширює свою тематику фінансова реклама: пропонуються кредити, торги, страхування. Серед основних тогочасних рекламодавців були: Государственный банк, Херсонское Общество Взаимного Кредита, Правління Бессарабско-Таврическаго Земельного Банка, Полтавскій Земельний Банк, Херсонская Губернская Земская Управа, Главное агентство коммерческаго страхового общества, Банкирская контора А. Беновича, Е.С. Лившина.

Найбільшу групу рекламних повідомлень становить роздрібно-торгівельна реклама. У порівнянні з газетою «Херсонськія губерскія вѣдомости» в газеті «Югъ» це найбільший сегмент реклами. Свої послуги та товар пропонували: Одесскій склад мануфактурныхъ товаров, Суконный и мануфактурный магазинъ Н. В. Московченко, Укусный заводъ купца Іосифа Лисанскаго, Мануфактурные магазины А. І. Тотеша, Спеціально-суконный магазинъ, Галантерейный магазинъ Б. Закса, Слесарно-механическое и кузнечное заведеніе І. Н. Гончарюка, Товарищество «Кармель», Центральный табачный магазинъ, Мануфактурная компанія Зингеръ та інші.

Значно збільшується група рекламних оголошень, що становить класичну масову рекламу. Серед рекламованих товарів можна виділити: продукти харчування (шафран, ваніль, борошно, шотландська вівсянка, яйця уток, чай, вина, кава, харчові суміші для дітей, овочі та фрукти), побутові товари (швейні машини, парасолі, велосипеди, музичні інструменти, ноти), одяг (спідниці, шляпи, корсети, шкарпетки, білизна, краватки), будівельні матеріали (марсельська черепиця, вогнетривка глина, шпалери, фарби, паркет, кахель), косметичні засоби (мило, шампуні, креми, косметична вода, духи), аптечні товари.

Щономера в газеті публікувалася велика кількість приватних оголошень про оренду, купівлю-продаж нерухомості (квартири, будинки, особняки, кімнати, дачі, сади, магазини), що розміщувалися на останній шпальті у рубриці «Объявленія».

Наявна на сторінках газети й кадрова реклама, що була представлена оголошеннями про вакансії, пошук роботи, пропонування своїх послуг (акушерок, репетиторів, лікарів, адвокатів, нотаріусів, машиністів).

Друкували в газеті розклади руху пароплавів, катерів (між Херсоном і Одесою, Миколаєвом, Голою Пристанню, Нікополем, Дніпром) пропонування послуги на перевезення пасажирів та вантажні перевезення.

З першого номера газети на першій шпальті публікувалися некрологи почесних громадян міста, видатних посадових осіб, їхніх рідних, а згодом і звичайних громадян.

Лідерство в газеті залишалося й за культурною афішою, яка розширювала щономера свою тематику: театральні (Городской театр, С.-Петербургскій театр «Фарсъ»), циркові (Італіакій циркъ Бр. Труцци, Большой Европейскій звѣринець М. Лорбербаума), концертні

(Концертъ пѣвицы Г-жи Н. А. Бауфаль-Морена), святкові, спортивні вистави, виставки (Виставка феноменовъ Миссъ Эвелины), ярмарки (Голопристанскаго сельскаго общества).

Простежимо еволюцію побудови та прийомів написання рекламних текстів на сторінках газети «Югъ».

Як свідчить фактичний матеріал, усі рекламні тексти видання побудовані за композиційною моделлю, що містить заголовок та інформаційну частину (основний рекламний текст).

У № 1-136 за 1898 року функцію заголовка виконувала назва певної установи, закладу, що пропонувала свої послуги, товари, наприклад: «Спеціально-суконный магазинъ А. Межибовскаго предлагаетъ по весьма умѣреннымъ цѣнамъ» (№ 14, 17.03.1898), «Въ галантерейному магазинъ А. Эдельштейна полученъ» (№ 24, 30.03.1898), «Модно-мануфактурный магазинъ Ю.С. Кара полученъ» (№ 57, 16.05.1898). Такі заголовки виділялися великими літерами, жирним шрифтом по центру для привертання уваги читачів, представлення інформації. Вони не містили графічної частини.

Графічна частина як елемент заголовка вперше з'явилася у № 26 за 01.04.1898 р., це було зображення торгового клейма швейної машини «Зингер» із заголовком: «Настоящія швейнія машина Зингеръ».

Надалі такі графічні елементи (зображення товару, послуг, товарних знаків, марок) зафіксовані в наступних номерах видання, вони мали особливе значення, адже формували думку споживачів про товар чи послугу. У газеті за 1898 р. були використані в рекламних текстах такі зображення: пароплава (№ 23, 28.03.1898), металевих товарів (№ 43, 19.04.1898), взуття (№ 60, 20.05.1898), головних уборів (№ 194, 06.11.1898), косметичної води (№ 185, 27.10.1898), крему (№ 155, 17.09.1898), пудри (№ 221, 11.12.1898), велосипеду (№ 60, 22. 05.1898), фортепіано, скрипки (№ 82, 16.06.1898), молочної муки Нестле для годування дітей (№ 1227, 12.06.1902) та інші.

Привертають увагу заголовки, в яких активізується увага: «Вніманію овцеводовъ» (№ 13, 15.03.1898), «По случаю очень выгодно» (№ 45, 29.04.1898), «Пользуйтесь случаем» (№ 55, 09.05.1898), «Только 5 дней!» (№ 55, 13.05.1898), «Новѣйшіе велосипеды» (№ 60, 20.05.1898), «Къ свѣдѣнію гг. строителей» (№ 64, 26.05.1898), «Обратите вниманіе на дешевизну!» (№ 82, 16.07.1898), «Даромъ!!! Фабрика гильзъ Б.Я. Гольцмана предлагаетъ», «Окончателъная распродажа!»

(№ 1237, 28.06.1902). У таких заголовках ударними словами, на які має зреагувати споживач, виступають такі: вигідно, тільки, до уваги, випадок, дешева, даром, розпродаж.

Проте деколи траплялися заголовки, в яких використовувалися дієслова наказового способу, типу: «Поспѣшите, господа!!!» (№ 1216, 02.06.1898), «Требуйте!» (№ 1227, 17.06.1902), «Попробуйте!!!» (№ 1180, 12.04.1902), «Не пишите на других машинах!» (№ 1159, 23.03.1902), «Остерегайтесь поддѣлок!» (№ 1180, 12.04.1902), «Нельзя не купить шляпу» (№ 1159, 19.03.1902), «Бога ради! Дайте какое-нибудь занятие!» (№ 1107, 13.01.1902).

Як свідчить фактичний матеріал, основний рекламний текст (інформаційна частина) завжди знаходився під заголовком, він далі розвивав думку заголовка, надавав споживачу інформацію про товар, послугу.

Найуживанішою композиційною моделлю основних текстів аналізованих рекламних повідомлень був опис-розповідь, що виконував інформаційну функцію. Поширеним прийомом написання основного тексту було використання таких ударних слів, як емоційні прикметники: «*большой* выбор, *громадний* выбор, *грандіозніе* гулянія, *превосходно* на вкусъ, *роскошнаго* запаха, *лучшія* новинки, *екстра-ординарное* представлєніе, *лучшая* вода для волосъ, *прятные* духи, *роскошный* и *большой* выборъ, *самый большой* и *самый разнообразный* выборъ».

Зафіксовані нами і перші використання рекламних слоганів. Їхню функцію виконували короткі речення, що висловлювали суть рекламного повідомлення, наприклад: «Шоколадъ Жоржъ Борманъ – высшего качества – продается вездъ!» (№ 1173, 04.04.1902), «Каптоль – лучшая вода для волосъ» (№ 1188, 25.04.1902), «Крем Казими «Метаморфоза» – источникъ красоты» (№ 1188, 25.04.1902), «Одоль – лучшее для зубовъ» (№ 1173, 04.04.1902), «Газолиновая лампа «Рунге» – сила свѣта 100 свѣчей!» (№ 1133, 15.02.1902).

Привертає увагу зовнішнє оформлення рекламних повідомлень. Рекламні тексти на газетній шпальті розділені графічними блоками,

прізвища рекламодавців та назви товарів виділяються великим шрифтом (використовуються жирний, курсивний, декоративний, стилізований шрифти), наявний вертикальний друк рекламних повідомлень, друк на всю шпальту, друк методом виворотки – білими літерами на чорному фоні, використання різноманітних рамок, графічних символів (стрілки, вказівні пальці, великі літери, знаки оклику, питання). Усі ці графічні символи виконують естетичну функцію, привертають увагу, викликають певне ставлення.

Висновки і пропозиції. Проведений аналіз фактичного матеріалу дозволяє стверджувати, що в перших газетах Херсонської губернії «Херсонскія губернска вѣдомости» та «Югъ» відбувся значний розвиток тематичного, змістового, графічного оформлення рекламних друкованих текстів. Рекламні повідомлення в першій офіційній газеті «Херсонскія губернска вѣдомости» (1838) відзначалися обмеженими видами реклами (класична масова, фінансова, роздрібно-торгівельна). Поширеною композиційною моделлю рекламного тексту був: заголовок (підзаголовок) та основний (інформаційний) текст. Серед графічних символів були використані: різні шрифти, великі та малі літери, набір різних варіантів гарнітури шрифту.

На відміну від попереднього видання, газета «Югъ» (1898) продемонструвала стрімкий розвиток реклами. Збільшилася кількість видів реклами, з'явилася реклама торгової марки, довідково-адресна, кадрова. Розширилася тематика товарів та послуг для рекламування, що було пов'язано з розвитком економічного життя. Якщо перші рекламні тексти мали характер ділової довідкової інформації, то згодом з'являється оціночна інформація. Реклама мала комерційний характер, приносила прибутки, що підтверджується витісненням журналістських матеріалів з перших шпальт газети та її домінуванням. Урізноманітнюються прийоми написання рекламних текстів, використовуються ударні слова (дешево, даром, вигідно, тільки зараз), емоційні прикметники, дієслова наказового способу. Серед структурних елементів з'являється слоган, різні види заголовків.

Список літератури:

1. Вітренко А. Історичні передумови та особливості розвитку реклами в Україні. *Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Економіка*. Вип. 119. 2010. С. 51–55.
2. Марченко О. Становлення та розвиток реклами на території України : історико-правові аспекти. *Митна справа*. № 1(97). 2015. Ч. 2. Кн.1. С. 61–66.
3. Місцеві газети у фондах Херсонської обласної універсальної наукової бібліотеки ім. О. Гончара, 1865–2009: каталог / уклад. Зелена Л. І. Херсон : 2001. 269 с. URL: <https://lib.kherson.ua/mistsevi-gazeti-u-fondah-hersonskoi-oblasnoi-universalnoi-naukovoi-biblioteki-imeni-olesya-gonchara-1865-2009.htm> (дата звернення 05.09.2020).

4. Херсонскія губернскія вѣдомости. 1865. № 1–30. 1868. № 2–100. 1871. № 1–100.
5. Югъ. 1898. № 1–138. 1899. № 1–244. 1902. № 1096–1380.

Rembetska O. V. HISTORY OF THE ORIGIN AND DEVELOPMENT OF NEWSPAPER ADVERTISING IN THE PRESS OF THE KHERSON PROVINCE OF THE XIX CENTURY («ХЕРСОНСКІЯ ГУБЕРНСКІЯ ВѢДОМОСТИ» (1838), «ЮГЪ» (1898))

The article traces the history of the origin and development of advertising messages on the pages of newspapers «Херсонскія губернскія вѣдомости» (1838–1919), «Югъ» (1898–1907). The author identified thematic groups of the first advertising texts on the pages of the first official newspaper of the Kherson province «Херсонскія губернскія вѣдомости» and specified common main types of advertising such as classic mass, financial, retail and personnel advertising. The structural elements of the first advertisement pattern have been investigated, as a result of which a typical compositional model of the advertising text has been determined: title, subtitle, main (information) text. The article focuses on the use of various graphic symbols such as different fonts, the use of uppercase and lowercase letters, a set of different fonts. The author claims that the graphic design of advertising provides the selection of basic advertising information, attracts the reader's attention, creates the appropriate style and nature of the advertised services and evokes a certain attitude.

Having studied the newspaper «Югъ», the author states that it demonstrates the rapid development of advertising. There has been noticed an increase in the types of advertising, among which trademark, reference and address and personnel ads are distinguished. The thematic groups of goods and services advertised on the pages of the publication have been grouped and presented. Compositional models of advertising texts have been singled out and interpreted. The most commonly used model had title, sometimes graphic element, main (information text) and slogan. Different types of titles have been classified and reviewed. Attention is paid to the methods of writing advertising texts, such techniques as the use of impact words (cheap, free, lucrative, only 5 days, sale), emotional adjectives, verbs of the imperative mood (pay attention, try, demand, hurry) have been distinguished. The external design and graphic elements of advertising texts have been also analysed.

It has been observed that the first advertising texts took the form of business background information, followed by the emergence of evaluation information. The author proves that advertising was of a commercial nature, profitable, displacing journalistic materials from the front pages.

Key words: structural elements, advertising text (message), headline, main advertising text, graphic elements, types of advertising.

Chen Shaoxiong

Huzhou University (China)

FORMATION OF RUSSIAN-LANGUAGE COMMUNICATIVE COMPETENCIES IN STUDENTS STUDYING THE HUMANITIES

Language (speech) competence is an integral part of the communicative competence, and the communicative competence is included in the general set of socionic competencies as obligatory. Based on the foregoing, it can be argued that the realized language discourse is the essence of the process of professional activity. This activity is aimed at transforming the social environment or managing the social environment (competence as performance). The basic tool in this case is knowledge of language units and their functions.

The article deals with the application of the structural communicative method in the initial study of the subject "Russian Language in Professional Communication". The study proved the reasonability of changing the educational conditions (content) of the first module in order to improve literacy and communication indicators (markers) in professional communication. In this case, the hypothesis of this scientific work is the thesis that the transformation of the above conditions using a structural communicative approach will increase objective indicators of speech literacy. The objective of the study is the formulation, development and experimental verification of new educational conditions for teaching and studying the Russian language as a language of professional communication. The results of studying the Russian language as a language of professional communication in the control and experimental groups are compared. The local effectiveness of experimental restructuring of the content using the structural communicative approach is proved. The study used the method of structuring didactic material, modelling didactic conditions, predicting their results; diagnostic methods (observation, interview, testing), as well as a method of comparing the results of educational activities of the experimental and control groups. The scope of methodological developments and the data obtained as a result of the experiment covers a cycle of the humanities with the study of Russian as a language of the professional sphere. The results of the study can serve as a basis for updating curricula, programmes and methodological tools in teaching Russian as a foreign language and as a language of professional communication for students of the People's Republic of China and other countries.

Key words: *competencies, socionic professions, structural approach, content module, literacy indicators, curriculum.*

Introduction. Among the broadest general cultural competencies of bachelors of a socio-economic specialization is the willingness to communicate in a multicultural environment. This is especially important in bilingual or multilingual sociocultural space. In this regard, an important methodological objective is the formation of speech and, more broadly, communicative competencies in the study of a foreign language. The Russian language, which is the sixth most widely spread language in the world, deserves special attention, since it is studied at many world leading universities as a foreign language. At the same time, the prevailing number of methodological studies deals with the English language as an unofficially main language of international communication. Based on considerations of tolerance and support for a multicultural environment in the Eurasian region, the problem of teaching the Russian language in higher

educational institutions of China is especially important. First of all, this concerns the training of personnel of a socio-economic specialization, since the humanization of society and the interpenetration of forms of its public consciousness are key trends of the present and near future.

This article intends to reveal the potential of a structural communicative approach in the formation of Russian-language competence. To this end, the prevailing pedagogical principles in Western European countries and the People's Republic of China were investigated, changes in the content structure of the subject "Russian Language in Professional Communication" on the basis of Huzhou University were modelled and experimentally verified.

The scientific hypothesis of the study is the thesis that the improvement of the structural communicative

approach and its use at the initial stages of studying the Russian language as a professional by Chinese students will increase communicative competencies in general.

Recently, little attention has, however, been paid in methodological literature to the structural principle of language learning, although this method is widely used in national traditions of teaching foreign languages (countries of the former Commonwealth of Independent States, Eastern Europe and Asia). This article aims to reasonably combine communicative and structural methods in the formation of Russian-language communicative competencies in students studying the humanities at Huzhou University.

Literature review. Features of the methodology of teaching foreign languages have repeatedly become the subject of study of modern scholars from different countries. Teaching foreign languages (mainly English) in Asian countries is based on multimedia technologies in linguodidactics [22; 9; 12]. German methodologists [6; 10; 18; 20; 21] provide general practical recommendations for the study of foreign languages are given in their works. The largest number of works on communicative principles are written in English and describe the experience of teaching English in the context of the specifics of different countries [19; 8; 1; 2; 16; 17 and others].

The theoretical basis of this study is the concepts of modern linguodidactic methodologists. German scholars believe that the subject of linguistic and communicative competencies lies in the field of developmental psychology and psycholinguistics and has different perspectives. The structure of linguistic competence is multilevel, but it is possible to distinguish the linguistic substructure of skills in it [6].

In modern German-language scientific discourse, a controversial assumption regarding the structural approach is also methodologically justified. According to it, oral speech competencies are more important than theoretical knowledge of vocabulary and grammar. The latter are “layered” on basic speech skills. Moreover, the first language learned (*die erste Sprache*) acts as the basis for the internalization of the second, foreign language (*die Fremdsprache*) [20]. In connection with the above provisions, it was decided to use a limited structural approach when modelling new pedagogical situations.

In English-language methodological sources, there are tendencies towards a culturally and communicatively oriented study of foreign languages (mainly English) [8]; integrated learning based on popular content [16]; study based on the latest

digital and multimedia technologies [4]. Moreover, there are virtually no studies of the teaching methods of the Russian language at universities, which adds to the topicality of our study.

The structural approach is typical mainly for Russian linguodidactics when teaching foreign students or when learning Russian as a second language in bilingual conditions. In this approach, phonological, lexical, grammatical and spelling competencies were structurally distinguished and argued. We used this structure in the formation of the content of the experimental programme of the first module (see Table 1).

Methods and materials. The research material was the experimental programme “Russian Language in Professional Speech” developed by the author for the School of Humanities of Huzhou University (PRC), as well as the statistical results of the implementation of the aforementioned program [11; 15]. At the propaedeutic stage, we used the method of structuring the language material and setting the correlation relations of the language units with the pragmatic and communicative component (Table 5). At the implementation stage, we used the methods of modelling the educational process and predicting the effectiveness of the subject “Russian Language in Professional Communication” [5; 2] and experimental methods: observation of the educational process, testing and interviewing with participants in the control and experimental groups [7]. The final method was the comparative one (comparing changes in basic knowledge and literacy of the control and experimental groups (see Figure 2). Diagnostics of the results of the experimental and standard development of language competencies was carried out by testing and oral interviews, followed by an average value on a 10-point scale in accordance with modern statistical methods [3; 13].

Results. Using H. Yude’s thesis on the structure of linguistic competencies [6], as well as our own experience, we created a structural pyramid of linguistic competencies, which is based on linguistic skills (see Figure 1).

Such a schematic system of an hierarchy of linguistic competencies, which is based on basic structural cognitive education, contributed to the choice of a structural communicative approach in building the first substantive module of the analyzed subject.

As we can see from the schematic (and hierarchical) image of the structure of linguistic competencies, they are based on knowledge and possession of linguistic units (phonetic, morphemic, lexical and grammatical).

During the implementation of the experimental (pilot) training course “Russian Language in Professional Communication”, the following methodological changes were introduced in the didactic process:

1. The linguistic component of the course content (structural communication approach) in the first semester of the subject study was expanded.
2. The structural and functional study of linguistic units was implemented only within the first content module. Communicative competencies only were developed later.

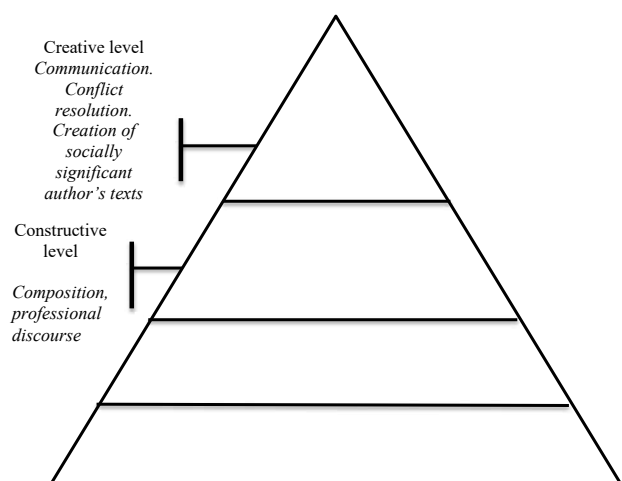


Fig. 1. Hierarchy of linguistic competencies

3. All linguistic aspects were taught based on the principle of “repeating basic knowledge – deepening – functioning in the professional discourse of the humanities”.

4. The main applied principle of the structural study of linguistic units consisted in the attitude “linguistic unit – its functionality – application in professional discourse”.

As part of the first content module, it is proposed to implement a structural approach as a basis for the development of stylistic and communicative competencies. To do this, the study of the hierarchy of non-independent language units in the binary

correlation “unit – its functionality” was included in the teaching materials. As part of the experiment, a restructuring of the first content module of the subject “Russian Language in Professional Communication” was proposed according to the following scheme:

Confirmation of the local effectiveness of the didactic innovations proposed above is the result of comparing the oral and written literacy of the experimental and control groups (see Figure 2).

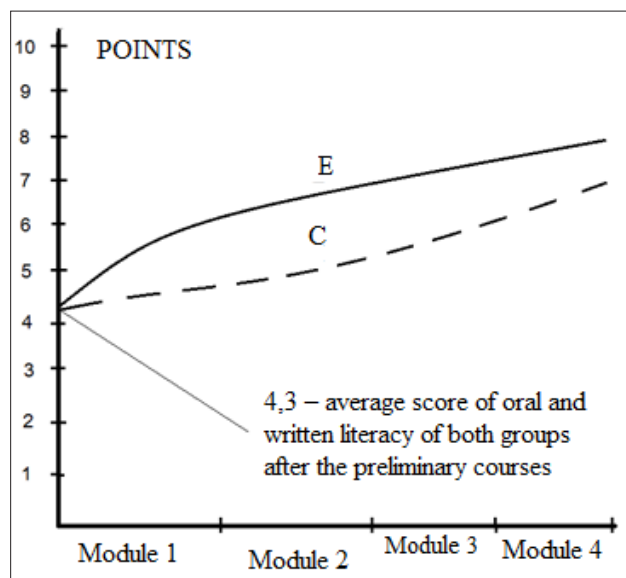


Fig. 2. Graphic representation of the dynamics of literacy indicators in the experimental and control groups

The graph demonstrates the local effectiveness of the structural communicative approach to didactic content and implementation of the first module of the subject “Russian Language in Professional Communication”. The initial level of language proficiency is below average (4.3 points after preliminary courses). Students of the experimental group showed an increase in literacy markers (solid curve) compared to the control group (dashed curve).

Discussion. The study of relevant literature on the development of Russian-language competencies in

Table 1

Structuring the experimental content module

Structural component	Communicative and spelling (orthoepic) component
Phonetic system	Pronunciation of vowels and consonants. Unstressed vowels, alternating vowels and consonants. Phonetic aspects of spelling. The semantic function of phonemes. Stress. Intonation of sentences by the purpose of the statement.
Phonological system	Active dictionary. Phraseological richness of the Russian language. Basic deontological terms and turns.
Lexico-phraseological system	Productive suffixes and prefixes. Morphological alternations of phonemes. The main types of word formation. The morphological principle of spelling
Word-formation and morpheme systems	Types of sentences. Composite sentences in professional speech. Punctuation.
Morphological system	
Syntactical system	

Asian countries indicates the penetration of European trends into their methodological paradigm. For example, two types of competencies are relevant at the Department of the Russian Language of the University of Baghdad: “general (knowledge about the world, national and universal cultures, skills, learning ability, individual life experience) and communicative linguistic, consisting of three components - linguistic, sociolinguistic and pragmatic” [16]. As we can see, recently researchers consider it necessary to introduce a structural component against the background of the socio-cultural component of education, since the difference in rendering lexical and grammatical phenomena in Russian and a number of Asian languages (Chinese, Iranian) is significant. Inflectional ways of expressing grammatical meanings are almost not used in the Persian language, agglutination is observed. Chinese languages are characterized by agglutination of root and suffix meanings with the prevalence of two-part words.

The application of elements of a structural approach will help to understand the internal philosophy of the language with the inflective-synthetic nature of grammar. An important principle in this case should remain the correlation between the structure of the literary language and communication, multimedia and mass media content. The latter are much closer to linguistic pragmatics than literary language.

“Performance methods” come first among alternative methods of teaching foreign languages in modern China. They suggest the formation of initial language competencies through the perception of textual or oral speech discourses. For example, since 2016 in China, the executive branch (administration) has legally encouraged the study of English and/

or Russian using synthetic forms of art, such as drama. This approach helps to develop creativity, solve conflict situations, develops communication and empathy, a positive attitude and self-confidence [8]. In our model, subsequent content modules (except the first) are built according to the communicative principle and also contain work with artistic discourse.

German experts believe that language competencies differ depending on the initial degree of language proficiency. In this regard, we can distinguish institutional ties between linguistic competencies within native (in der Erstsprache) or foreign (in der Fremdsprache) languages. A separate study model should be applied in a bilingual environment. So, according to the aforementioned concept, three types of language spaces can be distinguished and, accordingly, three approaches to the study of Russian in the professional sphere: Russian as a native language (Russia), Russian as a second language in a bilingual society (republics of the former CIS, diaspora) and Russian as a foreign language (in our case – in the People’s Republic of China).

In this study, a structural communicative model is presented and tested. Moreover, as a postulate, a concept has been adopted related to the humanization and informatization of the educational process in most countries. The nature of this postulate is that in the humanities, interpenetration is observed and linguistic competence is no longer autonomous. It is mandatory and service competence within the main socionic competencies (legal, pedagogical, psychological, etc.).

Until recently, the structural approach prevailed when developing curricula and syllabuses on the subject “Russian Language in Professional Communication”. It involved the gradual development of linguistic levels (phonetic, word-building, lexical, grammatical, stylistic). At the same time, correlation relations were established at each level directly with professional speech, for example: “Noun and legal terminology”; “Word building and its stylistic potential”; “Phraseology of the Russian language and professional clichés in business”, etc. The weakness of this (structural) approach is often the formal relationship between the language unit (level) and the communicative component, therefore the structural approach is applied in the experiment only in the first module, and in correlation with language functions (see Figure 3).

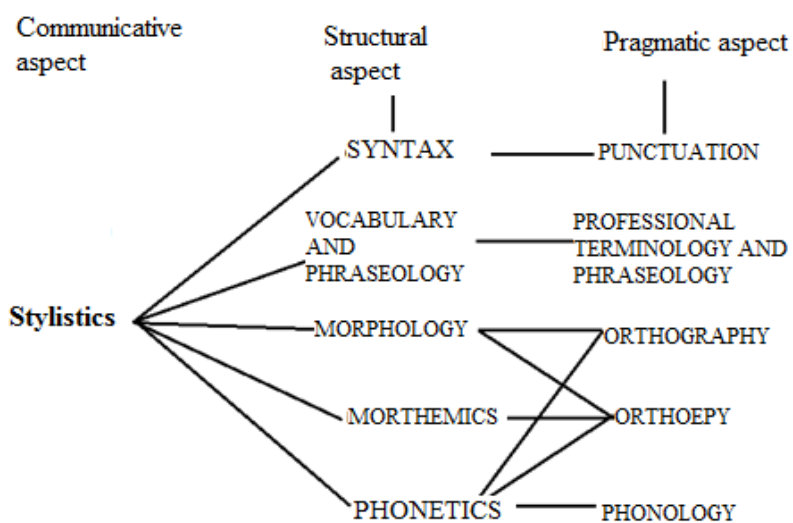


Fig. 3. Correlation of structural levels of the Russian language with the pragmatics of its use

Thus, the discussion of the key provisions of this article with the leading linguodidactic principles allows the appropriate application of the structural approach within the structural communicative (author's term) as a more universal one.

Conclusions. Linguistic (speech) competence is an integral part of the communicative competence, and communicative competence is included in the general set of socionic competencies as obligatory. Based on the foregoing, it can be argued that the implemented language discourse is the process of professional activity. Such activities are aimed at transforming the social environment or managing the social environment (competence as performance). An elementary tool in this case is knowledge of the language units and their functions.

The problem of communicative competencies of future journalists, lawyers, psychologists requires the maximum universalization of the study of the structural foundations of the Russian language as heteromorphic in comparison with Chinese

languages. Socionic activity of a professional involves the development of intersocial (perceptual, social, verbal, psychological, creative) competencies. This is the basis of successful professional activity, therefore the formation of individual competencies is not a valid and sufficient result of study. But the application of a structural approach to the study of stylistic and communicative functions of individual language units is advisable in the first stages of teaching the subject "Russian Language in Professional Communication". This is evidenced by the statistics shown in Figure 2: initial result – 4.3 points; the final result is 7.8 points (average in the experimental group), 6.9 in the control group).

The results of the work can be applied in the development of Russian-language courses for foreign students, in the study of Russian as a foreign language. They can also serve as a starting point for further linguodidactic research using a structural and communicative teaching method.

References:

1. Ackerley K. Effects of corpus-based instruction on phraseology in learner English. *Language Learning & Technology*. 2017. No. 21 (3). P. 195–216. URL: <http://llt.msu.edu/issues/october2017/ackerley.pdf>.
2. Bezukladnikov K. E., Shamov A. N. and Novoselov M. N. Modeling of Educational Process Aimed at Forming Foreign Language Professional Lexical Competence. *World Applied Sciences Journal*. 2013. No. 22 (7). P. 903–910.
3. Bhatia M. A Complete Guide to Quantitative Research Methods. *Humans of Data*. 2018. URL: <https://humansofdata.atlan.com/2018/06/quantitative-research-methods/> (Last accessed: 17.03.2020).
4. Dubiner D. Second language learning and teaching: From theory to a practical checklist. *Wiley*. 2018. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/tesj.398> (Last accessed: 17.03.2020).
5. Goldstein H. Methods in school effectiveness. Research. *School Effectiveness and School Improvement*. 1997. No. 8. P. 369–395.
6. Jude N. Zur Struktur von Sprachkompetenz. Dissertation, Universität Frankfurt. 2008. URL: http://publikationen.ub.uni-frankfurt.de/files/6694/Jude_Zur_Struktur_... (Last accessed: 17.03.2020).
7. Green A. Exploring Language Assessment and Testing: Language in Action New York : Routledge. 2013. P. 288.
8. Kavakli N. A gimmick for mimick: the ELF student-teachers' attitudes towards drama course. *International Online Journal of Education and Teaching*. 2016. No. 3 (2). P. 122–130.
9. Lin C. Research on Core Competence of Student Development in the 21st Century. Beijing Normal University Press : Beijing. 2016.
10. Krelle M., Spiegel C. Sprechen und Kommunizieren: Entwicklungsperspektiven, Diagnosemöglichkeiten und Lernszenarien in Deutschunterricht und Deutschdidaktik. Schneider Verlag Hohengehren, 2009. 300 p.
11. Pagani L., Chiara S. A statistical analysis of teaching effectiveness from students' point of view. *Developments in statistics*. 2002. No. 17. P. 197–208.
12. Lin Y. J., Wang H. C. Using enhanced OER videos to facilitate English L2 learners' multicultural competence. *Computer Assisted Language Learning*. 2018. Vol. 31. P. 5–6.
13. Luby S., Southern D. The Pathway to Publishing: A Guide to Quantitative Writing in the Health Sciences. 2017. URL: <http://globalhealth.stanford.edu/wp-content/uploads/2019/07/A-Guide-to-Quantitative-Scientific-Writing-V-23.pdf> (Last accessed: 17.03.2020).
14. Menghan Z., Tao G. Principles of parametric estimation in modeling language competition *PNAS*. 2013. Vol. 110 (24). P. 9698–9703. URL: <https://doi.org/10.1073/pnas.1303108110> (Last accessed: 17.03.2020).
15. McCauley S. M., Christiansen M. H. Learning Simple Statistics for Language Comprehension and Production: The CAPPUCCINO Model. *Proceedings of the Annual Meeting of the Cognitive Science Society*. 2013. Vol. 33. URL: <https://escholarship.org/uc/item/97g4d9pc> (Last accessed: 17.03.2020).

16. Pavón V., López J. Á., Gallego A. S. & Espejo R. M. Strategic and organizational considerations in planning content and language integrated learning: a study on the coordination between content and language teachers. *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*. 2014. DOI: <https://doi.org/10.1080/13670050.2014.909774>.
17. Bygate M., Skehan P., Swain M. (2013). *Researching pedagogic tasks: Second language learning, teaching, and testing*. Harlow, UK : Pearson Education. 258 p.
18. Rösler D. *Deutsch als Fremdsprache. Sammlung Metzler Realien zur Sprache*. Weimar : Verlag J. B. Metzler Stuttgart, 1994. 222 p.
19. Tomlinson B. The Importance of Materials Development for Language Learning. *Issues in Materials Development. Critical New Literacies: The Praxis of English Language Teaching and Learning (PELT)*. Sense Publishers, Rotterdam. 2016. URL: <https://brill.com/view/book/edcoll/9789463004329/BP000002.xml> (Last accessed: 17.03.2020).
20. Vaittinen R. Die mündliche Sprachkompetenz in den Sprechübungen des Lehrwerkes *Magazin.de*. 2017. URL: <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/53502/1/URN%3ANBN%3Afi%3Aju-201704051911.pdf> (Last accessed: 17.03.2020).
21. Van Compernelle, Rémi A. *Interaction and Second Language Development: A Vygotskian perspective*. Amsterdam / Philadelphia : John Benjamins B. V., 2015. 226 p.
22. Yamazaki K. Computer-assisted learning of communication (CALC): A case study of Japanese learning in a 3D virtual world 4. Vol. 30. Special Issue 2 (Interactions for language learning in and around virtual worlds). 2018. P. 214–223. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/recall/article/computer-assisted-learning-of-communication-calc-a-case-study-of-japanese-learning-in-a-3d-virtual-world/3B555ED898D013AC5F02FEAA7EE462EE> (Last accessed: 17.03.2020).

Чень Шаосюн. ФОРМУВАННЯ РОСІЙСЬКОМОВНИХ КОМУНІКАТИВНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ У СТУДЕНТІВ ГУМАНІТАРНОГО ПРОФІЛЮ

Стаття присвячена застосуванню структурно-комунікативного методу під час початкового вивчення навчальної дисципліни «Російська мова в професійному спілкуванні». У дослідженні доведено доцільність зміни освітніх умов (змістовного наповнення) першого модуля з метою поліпшення грамотності та комунікативних показників (маркерів) у професійному спілкуванні. Водночас гіпотезою цієї наукової роботи виступає теза про те, що трансформація вищезазначених умов за допомогою структурно-комунікативного підходу підвищить об'єктивні показники мовної грамотності. Завданням дослідження є формулювання, розроблення та експериментальна перевірка нових освітніх умов викладання та вивчення російської мови як мови професійного спілкування. Водночас зіставлено результати вивчення російської мови як мови професійного спілкування в контрольних і експериментальних групах. Доведено локальну ефективність експериментальних реструктуризацій змістовного аспекту з використанням структурно-комунікативного підходу. У дослідженні застосовувався метод структурування дидактичного матеріалу, моделювання дидактичних умов, прогнозування їхніх результатів; діагностичні методи (спостереження, співбесіда, тестування), а також метод порівняння результатів навчальної діяльності експериментальної і контрольної груп. Сфера застосування методичних розробок і отриманих у результаті експерименту даних охоплює цикл гуманітарних спеціальностей із вивченням російської мови як мови професійної сфери. Результати дослідження можуть послужити базою для поновлення навчальних планів, програм і методичного інструментарію у викладанні російської мови як іноземної і як мови професійного спілкування для студентів Китайської Народної Республіки та інших країн.

Ключові слова: компетентності, соціонімічні професії, структурний підхід, змістовний модуль, показники грамотності, навчальна програма.

Щегельська Ю. П.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ДОДАНА РЕАЛЬНІСТЬ ЯК ЗАСІБ КОМУНІЦІЮВАННЯ АВТОМОБІЛЬНИХ БРЕНДІВ ІЗ ЦІЛЬОВИМИ АУДИТОРІЯМИ

У статті розглядається специфіка застосування AR-технологій у практиці промоційних комунікацій таких автомобільних брендів, як: Audi, KIA, Lexus, Mercedes, Porsche, SEAT, Volkswagen, Volvo та інші.

Під час дослідження було виявлено, що AR-комунікації провідних автоконцернів формуються на основі промоційної формули AIDAS, причому основні зусилля концентруються ними на перших трьох складниках формули (до моменту придбання авто споживачами).

Зокрема, на етапі привернення уваги до продукції автомобільні бренди застосовують пряму AR-рекламу переважно екранного й часом проєкційного типів у пресі, автокаталогах, брошурах, на листівках та інших друкованих носіях, а також друковану ООН. Водночас ними розробляється доповнена реальність для соцмереж.

На етапах генерування інтересу потенційних споживачів і формування у них бажання придбати автомобіль автовиробниками використовуються інструменти емпіричного AR-маркетингу. Йдеться насамперед про тривимірні AR-моделі різних масштабів із опцією вибору елементів дизайну машини, сферичні AR-відео салону, а також AR-інтерактиви в шоу-румах та автосалонах тощо. Ці AR-інструменти забезпечують позитивний імерсивний досвід взаємодії цільових груп із брендами.

Крім того, автовиробники запроваджують безпосередньо в оснащення машин дедалі більше AR-технологій, які надають додаткові гарантії безпеки та підвищений рівень комфорту під час водіння завдяки опціям AR-навігації й AR-інформування та іншому, що забезпечує додану вартість продукції. Водночас такого роду технологічні AR-інновації стають органічними інфоприводами для промоційних кампаній.

На етапі пост-супроводу покупки автобренди з усіх інструментів доданої реальності поки що використовують тільки AR-інструкції.

Ключові слова: додана реальність (AR), автомобільні бренди, AR-комунікації, реклама, PR.

Постановка проблеми. Починаючи з кінця XIX ст., коли автомобіль став ринковим товаром, конкуренція за споживача серед брендів-виробників постійно зростала. У сучасному світі така тенденція тільки посилилася, адже автомобілі різних торгових марок у кожній окремій товарній групі (наприклад, ексклюзивні люксові моделі чи машини для масмаркету) у принципі мало чим відрізняються між собою концептуально з технічного погляду.

Як наслідок, конкуренція між зазначеними брендами відбувається переважно у комунікаційній площині, що проявляється як у технічному аспекті (зокрема, у дизайні та ароматюнінгу), так і в суто промоційному аспекті (рекламі, PR тощо). Від часу початку масового поширення технологій доданої реальності у 2011 р. автовиробники почали застосовувати їх для технічного забезпечення та промоційного супроводу своєї продукції одночасно, що, своєю чергою, стано-

вить інтерес для фахівців в аспекті наукового дослідження їхнього можливого використання як засобу комунікації автомобільних брендів із цільовими аудиторіями.

Зазначимо, що в дослідженні нами використовуються визначення поняття «додана реальність» (AR), сформульоване у науковій статті «Різновиди стаціонарних екранів доданої реальності та специфіка їх використання у промоційних комунікаціях» [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці використання доданої реальності в маркетингу присвячено роботи М. Булієрки й Д. Тамарджана, С. Гювен, О. Оуен, М. Подляска, Х. Ставропулуса і Г. Пінгалі, А. Яворнік, Г. Яююн-йонга, Дж. Фостера, Е. Джонсона та Д. Джонсона та інших.

Вивченню загальних питань застосування AR-технологій у рекламі та PR приділяли увагу такі науковці, як: Е. Бараталі, М. Рахім, Б. Пархізар, З. Гебріл, Х. Лі, Т. Догерті і Ф. Бокка,

О. Моуренер, Л. Лі та С. Бест тощо. Але у згаданих сферах відсутні наукові розвідки, присвячені дослідженню специфіки практичного використання AR-технологій автобрендами.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення особливостей застосування технологій доданої реальності як засобу комунікації автомобільних брендів із цільовими аудиторіями.

Виклад основного матеріалу. Автовиробники одними з перших почали використовувати технології доповненої реальності для технічного забезпечення та просування своєї продукції на ринку. Для цього ними застосовувався широкий арсенал інноваційних AR-інструментів, технічні можливості, форми та носії яких із року в рік змінювалися й удосконалювалися. Відповідно, розширювалися і сфери їх використання, що надавало цільовим аудиторіям новий досвід взаємодії із брендами.

Варто зазначити, що загалом AR-комунікації провідних автовиробників будуються на основі промоційної формули AIDAS: Attention (увага), Interest (інтерес), Desire (бажання), Action (дія), Satisfaction (задоволення). Причому основні комунікаційні зусилля автобренди зосереджують на перших трьох етапах – тобто до моменту придбання авто споживачами.

На етапі привернення уваги до бренду ними застосовується пряма AR-реклама переважно екранного й часом проєкційного типів у пресі, автокаталогах, брошурах, на листівках та інших друкованих носіях, а також зовнішня друкована реклама. Водночас автовиробниками створюється доповнена реальність для соцмереж, насамперед AR-фільтри.

На етапах заохочення інтересу потенційних споживачів і формування у них бажання придбати автомобіль брендами застосовуються інструменти емпіричного AR-маркетингу. До них входять тривимірні AR-моделі настільного та реального масштабів із опцією вибору дизайну авто, сферичні AR-відео салону, а також AR-інтерактиви в шоу-румах та автосалонах тощо.

Крім того, автовиробники запроваджують безпосередньо в оснащення машин дедалі більше AR-технологій, що не тільки забезпечують додану вартість продукції (зокрема, через надання додаткових гарантій безпеки, підвищеного рівня комфорту під час водіння завдяки AR-опціям навігації й інформування), а й стають системоутворювальною основою промокампаній.

На етапі постсупроводу покупки автоконцерни з усіх інструментів доданої реальності поки що використовують тільки AR-інструкції.

AR-реклама з прив'язкою до друкованих носіїв

Пряма AR-реклама на друкованих носіях є найбільш поширеним сьогодні засобом комунікації автомобільних брендів із цільовими аудиторіями. Відповідно, навіть у межах одного каналу комунікації, такого, як, скажімо, преса, є чимало форм AR-технологій, що використовуються автоконцернами для рекламування своєї продукції.

Основними технічними засобами, які розкривають додану реальність на друкованих носіях, є переносні гаджети екранного типу. Існує також обладнання для здійснення прямих AR-проєкцій на інсталювані предмети та голографічних AR-проєкцій, яке використовується автомобільними брендами на практиці для промоції через друковані носії поширення інформації.

1. Автономні гаджети екранного типу, що розкривають AR-контент. Для відтворення доданого вмісту через автономні гаджети екранного типу автовиробниками використовуються ексклюзивні, типові та уніфіковані AR-додатки. Перші нині створюються переважно більшістю провідних автомобільних брендів, тоді як інші різновиди були більш популярними на старті масового поширення AR-технологій.

1.1. Уніфіковані AR-додатки для автономних гаджетів екранного типу відтворюють однотипний контент, при тому, що самі додатки мають відмінні назви. Вони створюються для різних брендів на основі однієї запатентованої AR-технології. Наприклад, технологія «CinePrint™», що проєкціє доданий контент під час розміщення планшета безпосередньо під сторінкою із друкованою рекламою, використовувалася для виготовлення AR-додатків для брендів «**Lexus**» і «**SEAT**». Вона дає змогу створити ілюзію, що машина, яку надруковано в журнальній рекламі, насправді їде: аудиторія бачить, як її колеса обертаються, фари миготять, а ландшафт довкола авто змінюється.

1.2. Типові AR-додатки для автономних гаджетів екранного типу відтворюють додану реальність під час наведення їхньої камери на друковану рекламу з AR-маркером. Контент такої реклами, як правило, не є до кінця однотипним – різним є не тільки сюжет, а й окремі технологічні AR-складники, однак назва додатка, який застосовується багатьма брендами, є незмінною. Одним із найпопулярніших типових AR-додатків на ринку, який використовується, зокрема, автомобільними брендами, є «**Blippar**».

У 2013 р. цей додаток використовувався для розкриття AR-контенту друкованої реклами

«**Volvo V40 R-Design**» в автомобільному журналі «**Top Gear**». Він складався не тільки з текстової, графічної та відеореклами (зокрема, сферичних відео), а й містив окремі інтерактивні елементи. Наприклад, користувачам «**Blippar**» потрібно було провести пальцем по екрану смартфона для того, щоб задіяти віртуальні склоочишувачі, які прибирали віртуальні краплини дощу із лобового скла авто. Ця AR-реклама також допомагала споживачам знайти найближчого дилера «**Volvo**».

Типовий мобільний додаток «**Blippar**» використовувався і для розкриття AR-вмісту друкованої реклами таких автомобільних брендів, як: Range Rover, Lexus, Ford, Mercedes-Benz, Nissan та інших. Він давав автовиробникам змогу зібрати дані про потенційних покупців, зокрема, завдяки формам зворотного зв'язку у вигляді анкет, а також репостам у соцмережах.

1.3. *Ексклюзивні AR-додатки для автономних гаджетів екранного типу* дають змогу створювати доповнений контент з унікальним сценарієм, однак їх розроблення коштує дорожче, ніж купівля прав на використання уніфікованих чи типових AR-додатків. Однак, попри це, окремі автомобільні бренди, зокрема «**Volkswagen**», стали власниками декількох фірмових AR-додатків.

Інші бренди, наприклад «**Porsche**», тільки недавно почали застосовувати фірмові AR-додатки з метою промоції. У середині 2020 р. компанія «**Porsche**» випускає мобільний додаток «**AR Visualizer**», що дає змогу розмістити будь-який 3D-автомобіль бренду у вибраному споживачами місці (наприклад, у себе перед будинком) і навіть обрати його колір та елементи дизайну, а також сфотографувати вподобану машину й поділитися світлиною у соцмережах чи надіслати електронною поштою.

Також за допомогою додатка його користувачі можуть наочно побачити, як влаштована та чи інша частина машини (двигун, електрозарядний блок тощо) і переглянути 360° AR-відео салону автомобіля (яке, на відміну від типового сферичного відео, накладається поверх реального пейзажу, тому у вікнах віртуального авто цільова аудиторія бачить своє реальне місцеперебування), що поглиблює імерсивний досвід взаємодії з брендом.

2. *Голографічні AR-проекції*. Цей різновид AR-реклами на друкованих носіях, на відміну від попереднього, не є настільки поширеним. З одного боку, для створення голографічної проекції не потрібне розроблення спеціального AR-додатка: досить завантажити в інтернет відео для голограм. Однак, з іншого боку, аудиторію потрібно забезпе-

чити спеціальною пірамідою для смартфонів, щоб можна було відтворити таку голограму, що потребує від брендів додаткових капіталовкладень.

*Першу в світі голографічну рекламу, що поширювалася за допомогою друкованих масмедіа *ta direct mailing**, було розроблено на замовлення бренду «**Porsche**». У 2016 р. компанією було проведено комплексну рекламну AR-кампанію у друкованих масмедіа з використанням різного роду технологій доповненої реальності.

Першою AR-рекламою бренду в пресі стала 3D-реклама проєкційного типу «**Porsche 911**». У частині тиражу квітневого номера щомісячного американського ділового журналу «**Fast Company**» – у 50 тис. копіях, які розповсюджуються серед заможних передплатників, – поряд із традиційною друкованою рекламою «**Porsche**» було розміщено ацетатну чотиригранну призму для голографічних проєкцій разом з інструкцією із її складання. Читачі журналу могли побачити голографічний рекламний ролик, встановивши призму на поверхні смартфона чи планшета й завантаживши відповідне відео із сайту бренду. Загалом на замовлення компанії «**Porsche**» було виготовлено приблизно 150 тис. ацетатних призм, 100 тис. з яких розповсюджувалися за допомогою прямої поштової розсилки [3].

3. *AR-проекції на інстальовані предмети*. Цей різновид AR-реклами з прив'язкою до друкованих носіїв є найменш поширеним серед усіх вищеперелічених. Такі інсталяції, як правило, створюються в одному екземплярі, що, звісно, привертає увагу цільової аудиторії. Однак, з іншого боку, це суттєво обмежує кількість унікальних контактів із рекламоносцем.

У штаб-квартирі компанії «**Volkswagen**» у м. Вольфсбург міститься величезна книга з двовимірною AR-проекцією про історію автомобілів цієї марки. Деякі сторінки цієї книги частково містять надруковане зображення, а окремі – просто порожні. На кожній сторінці обов'язково присутній QR-код, що зчитується сканером, вмонтованим у підставку для книги, завдяки чому проєктор відтворює задане для кожного аркуша AR-зображення. Відповідно, статичне зображення перетворюється на динамічне.

AR-реклама в соцмережах

Промоція автомобільних брендів у соціальних мережах за допомогою AR-інструментів не є настільки поширеною, як, скажімо, косметичних брендів, які в останні роки розміщують практично в усіх із них фільтри змішаної реальності для симуляції нанесення макіяжу.

У травні 2018 р. «KIA» став першим серед автомобільних брендів, який запровадив AR-рекламу у «Facebook Messenger»: користувачі могли розмістити AR-авто «Stinger» обраного кольору в реальному середовищі, скажімо, біля свого будинку чи на дорозі, і роздивитися його з усіх боків.

Першим брендованим автомобільним фільтром доданої реальності в Instagram у травні 2019 р. став AR-фільтр від **Mercedes-Benz**, який використовувався в межах інтегрованої промокампанії #PlayByYourRules для моделі «CLA Coupé» наряду із традиційними засобами просування, такими як друкована реклама, онлайн-фільм і сайт. Цей AR-фільтр створює ефект неоновієї підсвітки облич користувачів (неонові відтінки є прикметною рисою всієї промокампанії), яка змінює колір щоразу після того, як людина кліпне очима. На сайті розробника зазначається, що він призначений для креативного цифрового покоління, яке любить випробовувати нові технології – саме тих людей, для яких і був створений автомобіль «CLA Coupé» [2].

AR-шоу-руми та AR-стенди

AR-шоу-руми та AR-стенди є досить популярними засобами просування автобрендів. Їхня головна перевага полягає в тому, що вони дають можливість автоконцернам представити всі можливі варіанти комплектації та кольорової палітри заданої моделі авто за допомогою однієї машини, яку розміщують на подіумі. Це дає автовиробникам змогу не тільки зекономити кошти на виставковій площі, а й забезпечує додатковий інтерактив відвідувачам таких салонів. Для поглиблення досвіду взаємодії потенційних покупців із брендом окремі з автоконцернів створюють й інші phygital advergaming активності.

Наприклад, у 2013 р. році в Сінгапурі бренд «**Audi**» відкрив найбільший у Південно-Східній Азії інтерактивний AR-шоу-рум, в якому, окрім іншого, можна було за допомогою доданої реальності створити іменний номерний знак, навівши камеру планшета безпосередньо на вподобані автомобілі. Його відвідувачі могли зробити свої AR-фото з таким знаком і поширити їх у соцмережах, що, своєю чергою, забезпечувало позитивний WOM.

У 2015 р. на автосалонах у Дубаї та Франкфурті, а у 2016 р. – у Женеві **Volkswagen** завдяки AR-реальності представив усю кольорову палітру авто та різновидів їхніх колісних дисків; показав, як, власне, працює система зарядки електрокарів. Щоб дізнатися цю інформацію, відвідувачам

виставок потрібно було лише навести камеру планшета на обрану модель авто.

AR-оснащення автомобілів

AR-оснащення автомобілів забезпечує додану вартість продукції, що просувається, і дає змогу позиціонувати такі машини як супертехнологічні.

У 2021 р. на ринок вийде чергове покоління **Mercedes-Benz** S-класу з вмонтованими в лобове скло AR-дисплеями. AR-зображення демонструється на відстані 10 м. безпосередньо на рівні очей водія, для визначення точного положення яких використовується вбудована в дисплей стереокамера.

Доповнений контент відображає ключову навігаційну інформацію, зокрема, про швидкість транспортного засобу і відстань до місця призначення, а також про повороти на дорозі, що особливо важливо в темну пору доби. AR-опцію можна вмикати і вимикати за бажанням.

У такий спосіб виробник вказує на основну рису індивідуальності бренду «Mercedes» – безпечність, – надаючи додатковий засіб безпеки водіям, оскільки вони більше не будуть змушені відвертати погляд від дороги й дивитися в бік для перевірки даних GPS тощо. Цю технічну AR-інновацію можна використовувати як для позиціонування бренду «Mercedes» загалом, так і як аргумент у рекламі для визначеного авто зокрема.

AR-інструкції

AR-інструкції розкриваються через відповідні додатки під час наведення камери смартфона чи планшета безпосередньо на кузов і салон автомобіля. За допомогою AR-інструкцій можна отримати всю інформацію про машину, не вивчаючи при цьому їхній друкований варіант. Перші такі інструкції почали з'являтися ще у 2011 р., і сьогодні вони поки що є єдиним AR-інструментом постсупроводу покупки. До автовиробників, які створюють AR-інструкції, входять Audi, Hyundai, Nissan, Subaru та інші бренди.

Висновки і пропозиції. Як свідчить проведений нами аналіз, загалом AR-комунікації провідних автовиробників будуються з урахуванням промоційної формули AIDAS. Основна промоактивність із використанням інструментів доданої реальності зосереджується автобрендами на перших 3-х складниках формули – до моменту здійснення цільовою аудиторією покупки.

Зокрема, для привернення уваги до продукції ними застосовується пряма AR-реклама в пресі, автокаталогах, брошурах та інших друкованих виданнях, а також друкована ООН. Водночас

автовиробниками створюється додана реальність, що транслюється через соціальні мережі, зокрема AR-фільтри.

На цьому етапі такого роду реклама може бути як суто інформативною, так і побудованою на основі AR *advergaming* інтерактивів. Основними засобами, що розкривають додану реальність, є додатки для переносних гаджетів екранного типу – смарт-окулярів, смартфонів і планшетів (зокрема, такі, що функціонують на основі технології «CinePrint™»), а також AR-проекції – прямі (на інсталювані предмети) та голографічні (через призми).

Для генерування інтересу цільових аудиторій і з метою вироблення у споживачів бажання придбати товар автовиробниками застосовуються інструменти емпіричного AR-маркетингу (3D AR-моделі настільного та реального масштабів із опцією вибору елементів дизайну, сферичні AR-відео салону, а також AR-інтерактиви в шоу-румах та автосалонах), внаслідок чого забезпечується позитивний імерсивний досвід взаємодії із брендами. Такого роду AR-контент розкривається за допомогою пертинентних типових чи ексклюзивних мобільних додатків, а також через задані опції в соцмережах.

Крім того, стимулювання в потенційних покупців бажання володіти товаром відбувається через забезпечення автовиробниками доданої вартості продукції завдяки технічному AR-оснащенню автомобілів. Ключові технологічні AR-новинки стають інфоприводами в промокампаніях, а також забезпечують органічне охоплення в медіа та позитивний WOM.

Постсупровід покупки з використанням технологій доповненої реальності здійснюється поки що переважно завдяки AR-інструкціям для смартфонів у смарт-окулярів. Однак технічне AR-забезпечення автомобілів різних брендів щороку вдосконалюється, і невдовзі покупці машин отримуватимуть задоволення від користування технологіями доданої реальності безпосереднього під час керування. На цьому етапі основними засобами, що транслюють додану реальність, можуть бути лобове скло, додаткові екрани в салоні авто та на вікнах, безпосередні проекції тощо.

У підсумку зазначимо, що завдяки уніфікованим, типовим та ексклюзивним AR-додаткам автовиробники отримують інформацію про потенційних покупців: частина даних надходить під час завантаження мобільних додатків (наприклад, про тривалість взаємодії з AR-рекламою), а частину користувачі заповнюють самостійно (зокрема, персональні дані, включно з інформацією про стать, вік, поштову та електронну адреси, про профілі в соцмережах тощо). Варто також зауважити, що сучасні мобільні AR-додатки можуть бути також оснащені опцією розсилки *push*-повідомлень рекламного характеру. Загалом отримані брендами через AR-додатки дані можуть використовуватися для більш прицільного налаштування онлайн-реклами.

Перспективи подальших досліджень у цьому науковому напрямі полягають у виявленні нових методів і форм застосування AR-технологій як засобу комунікації автомобільних брендів із цільовими аудиторіями.

Список літератури:

1. Щегельська Ю. П. Різновиди стаціонарних екранів доданої реальності та специфіка їх використання у промоційних комунікаціях. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2019. VII (33). Issue 199. P. 94–97. DOI: <https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-199VII33-23>.
2. Instagram AR-filter #PlayByYourRules. URL: <https://antoni.de/case/instagram-ar-filter/> (Last accessed: 9.1.2020).
3. This Hologram Might Just Be the Coolest Porsche Ad Ever! URL: <https://flatsixes.com/porsche-news/porsche-911-hologram-advertisement/> (Last accessed: 9.1.2020).

Shchhehelska Yu. P. AUGMENTED REALITY AS A MEANS OF COMMUNICATION OF AUTOMOTIVE BRANDS WITH TARGET AUDIENCES

The present article reviews the specificity of the use of AR-technologies in the practice of promotional communications of such automotive brands as Audi, KIA, Lexus, Mercedes, Porsche, SEAT, Volkswagen, Volvo, etc.

The research revealed that AR-communications of leading automakers are based on the promotional formula AIDAS, and their main efforts are focused on its first three components (until the purchase of cars by consumers).

Thus, at the stage of attracting attention to products, automotive brands use direct AR-advertising, mainly of the on-screen type and sometimes projection ones in the press, car catalogs, brochures, leaflets, and other printed media, as well as printed OOH. At the same time, they develop augmented reality for social networks.

At the stages of triggering the interest of potential consumers and the formation of their desire to buy a car, automakers use the tools of empirical AR-marketing. These are primarily three-dimensional AR-models of various scales with the option to choose the design elements of the car, spherical AR-video of the passenger compartment, as well as AR-interactives in auto shops and motor shows, etc. These AR-tools provide a positive immersive experience of interaction of target groups with brands.

Over and above, automakers introduce more and more AR-technologies directly into cars' equipment that provide additional safety guarantees and increased driving comfort thanks to AR-navigation and AR-information options, etc. and ensure added value to the product. At the same time, such technological AR-innovations become seamless news pegs for promotional campaigns.

At the stage of post-support of the purchase from all the augmented reality tools automotive brands so far use only AR-instructions.

Key words: *augmented reality (AR), automotive brands, AR-communications, advertising, PR.*

Яременко В. П.

Сумський державний університет

ВПЛИВ PR-КОМУНІКАЦІЙ НА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ СТУДЕНТІВ-СПОРТСМЕНІВ УНІВЕРСИТЕТУ

Соціальні комунікації – це наукова галузь, яка вивчає, зокрема, сучасні механізми впровадження та створення іміджу та іміджевих одиниць. Такими поняттями нині активно послуговується спортивна галузь, але проблемним залишається питання дослідження спортивних PR-комунікацій і шляхів побудови іміджу сучасного українського спортсмена. Для вивчення проблеми ми обрали постаті відомих успішних спортсменів – випускників СумДУ: Тараса Шелестюка (боксер), Юлії Джими (біатлоністки), Валентини Семеренко (біатлоністки) та Євгенія Петракова (футзаліста).

Варто зазначити, що дослідження демонструє новітню тенденцію, яка ґрунтується на зробленому контент-аналізі. Його мета – вивчення матеріалів про колишніх студентів – спортсменів університету, а також аналіз впливу ведення PR-комунікацій через ЗМІ.

Констатовано, що іміджеві портрети успішних українських спортсменів, про яких сьогодні активно говорять сучасники, згадують про них у ЗМІ, дають характеристику їхнім спортивним здобуткам. Отже, має місце механізм ведення спортивних PR-комунікацій через інтернет-ЗМІ та сайти. Зазначена тенденція сприяє формуванню не лише успішного та стабільного іміджу спортсменів-випускників, але й навчального закладу СумДУ, який, акцентуючи увагу на успіхах молодих людей, наголошує, що вищу освіту вони здобули саме в ньому. У статті здійснено контент-аналіз мережевих ЗМІ України та Сумщини, зокрема, за 2016–2018 рр. щодо частотності висвітлення в них матеріалів про зазначених спортсменів і презентованого там іміджу. Сформовано дані щодо оприлюднених на сайтах, імідж українських спортсменів є досить стабільним, матеріали, які його формують, завжди інформаційно насичені фактами, оперують даними, які важко спростувати. Це ознака якісно побудованого іміджу. Такий імідж може бути сформовано лише під впливом систематичного ведення спортивних PR-комунікацій. Зазначена тенденція сприяє формуванню не лише успішного та стабільного іміджу спортсменів-випускників, але й навчального закладу СумДУ, який, акцентуючи увагу на успіхах молодих людей, наголошує, що вищу освіту вони здобули саме в ньому.

Ключові слова: спортивні PR-комунікації, СумДУ, PR-технології, побудова іміджу, сайти та мережеві ЗМІ.

Постановка проблеми. У XXI столітті фундаментальним елементом PR-комунікацій став механізм створення іміджу індивіда. Саме специфіка ведення спілкування подібного характеру зумовлює його основні ознаки: воно є офіційно спрямованим та іміджетворчим (навіть коли мова йде про неофіційні сторінки чи відгуки). Соціальні комунікації сьогодні потребують детального вивчення іміджевих постулатів та рівня впливу PR-комунікацій на формування іміджу людини.

Актуальність окресленої проблеми полягає ще й у глибокому вивченні механізмів побудови іміджу ЗВО, що може здійснюватись на основі PR-комунікацій студентів, зокрема спортсменів. Важливо, що нині проблема іміджу та аспектів його побудови розглядається як теоретичне поняття та посідає провідне місце в наукових

дискусіях в українських і зарубіжних наукових колах, досліджується та описується з позиції детальних тенденцій ведення й PR-комунікацій. Але важливо, що для сучасної спортивної галузі зазначений вектор виступає досить новим і мало окресленим, що свідчить про прогалину не лише в теоретичних знаннях, але й у практичній реалізації. Загалом фіксується відсутність уніфікації у визначеннях теоретичних понять, а також широкочислової типології PR-комунікацій спортивного аспекту, що підкреслює актуальність обраної сфери дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Іміджеві комунікації в різних аспектах аналізували авторитетні науковці України та світу. Тут варто згадати таких учених, як А. Досенко, Р. Джані, П. Нортон, Дж. Нева, А. Павленко, Г. Почепцов,

К. Портна, Б. Перрі, Є. Позднишев, О. Садовник, О. Семченко, О. Симановська, В. Сирош, О. Ткачук, П. Шагайда, А. Шон, І. Яковлев.

Теоретико-методологічні джерела [5–7; 9] переважно описують загальні тенденції й теоретичні параметри ведення та впровадження механізмів PR-комунікацій, систематизуючи загальновідомі здобутки зарубіжних науковців. Така концепція частково здатна презентувати вагомі концепти науки «Соціальні комунікації» в контексті ведення PR-комунікацій, а також побудови іміджу як цілісної та ґрунтовної одиниці. Тож для дослідження механізмів побудови іміджу студентів-спортсменів та впливу на нього PR-комунікацій ми звернулись до здійснення практичного дослідження, зокрема до проведення контент-аналізу матеріалів у мережі, які б описували діяльність спортсменів – випускників СумДУ різних років: Тараса Шелестюка (боксер), Юлії Джими (біатлон), Валентини Семеренко (біатлон) та Євгенія Петракова (футзал).

Новизна дослідження полягає в тому, що в ньому вперше здійснено контент-аналіз матеріалів про колишніх студентів – спортсменів СумДУ та вивчено рівень впливу PR-комунікацій на формування іміджу визначених осіб крізь призму висвітлення їхніх портретів у мережевих публікаціях.

Постановка проблеми. Метою роботи є вивчення впливу PR-комунікацій на формування іміджу студентів-спортсменів сучасного університету, що здійснюється на прикладі СумДУ.

Завдання нашого дослідження вбачаємо в необхідності:

- визначити сучасні підходи до ведення PR-комунікацій університетом;
- провести контент-аналіз, який демонструє рівень впливу здійснених PR-комунікацій на формування іміджу студентів-спортсменів.

Для досягнення поставленої мети та виконання завдань наукового дослідження було застосовано такі методи: контент-аналіз (для вивчення контенту електронних ЗМІ, які висвітлювали матеріали про зазначених спортсменів), теоретико-методологічний (для аналізу наукових джерел, виокремлення основних теоретичних одиниць дослідження), моніторингу (для дослідження матеріалів мережі).

Виклад основного матеріалу. PR-технології, що нині часто використовуються під час побудови та впровадження іміджу чи певних іміджевих елементів в уже стабільну одиницю, є важливим стратегічним кроком. Вагомість і важкість механізму

його впровадження та правильне використання є запорукою успішності бажаного результату. Для формування іміджу особистості сьогодні спеціалісти з PR-технологій використовують прес-конференції, репрезентацію іміджевого спілкування у ЗМІ, організують зустрічі з фанатами та пресою, випускниками, розміщують ділове та неофіційне листування на сторінках соціальних мереж тощо. ЗМІ тут виступають важливим посередником для ведення успішної комунікації між спортсменом (у нашому випадку) та цільовою аудиторією, яка в ньому зацікавлена.

Впровадження, безпосередньо, спортивних PR-комунікацій може реалізовуватись крізь комунікаційні канали, якими сьогодні виступають соціальні мережі, а як результат – створюється система управління інформацією, що працює на користь формування чи корекції іміджу.

Реалізація спортивних PR-комунікацій може відбуватися через комунікаційні канали, якими сьогодні виступають соціальні мережі, результатом чого є створення системи управління інформацією, що працює на користь формування чи корекції іміджу.

Варто наголосити, що нині доцільно приділяти увагу механізмам формування іміджу закладів вищої освіти, що ведуть комунікаційну та рекламну політику закладу шляхом репрезентації колишніх успішних випускників-спортсменів. Одним із таких навчальних закладів є СумДУ, адміністрація якого прагне доводити абітурієнту свою надійність, стабільність, свідомість через висвітлення матеріалів про успішних випускників, зокрема Тараса Шелестюка (боксер), Юлії Джими (біатлон), Валентини Семеренко (біатлон) та Євгенія Петракова (футзал). Таким чином, у цільовій аудиторії формується певне бачення благонадійності закладу, а також реалізується технологія комунікації, а мережева реклама університету допомагає привернути увагу більшої за кількістю аудиторії.

Провідним механізмом тут виступає публікація у ЗМІ та сторінках СумДУ матеріалів про випускників-спортсменів, організацію майстер-класів з ними, різноманітних зустрічей тощо. Публікація подібних матеріалів, зокрема й на рівні регіональних ЗМІ, виступає потужним інструментом побудови іміджевих комунікацій спортсменів у тих місцевостях, звідки вони родом та де є особливо популярними. Важливо, що навчальний заклад прагне залучати до своїх заходів колишніх зіркових випускників. «Це дає можливість і безпосередньо поспілкуватися з цільовою аудиторією,

і створити новинний привід» [4, с. 12]. Подібні підходи сприяють формуванню успішного образу не тільки самого спортсмена, але й закладу, де він навчався. Підтвердження цьому знаходимо на сайті СумДУ: «Навіть зараз в 40 з хвостиком років Хавренко грає в чемпіонаті міста, а в минулому сезоні ще допомагав команді «СумДУ» в Екстра-лізі. Наскільки я знаю, незабаром він візьме участь у чемпіонаті України серед ветеранів. Олег показує, що його рівень майстерності настільки високий, що всім сумським воротарям разом узятим складно його переплунути. Я не скажу, що це нереально. Цілком, просто треба дуже багато працювати над собою» [10]. Цільова аудиторія бачить навчальний заклад, що підтримує студентів та успішного українця-спортсмена, який має вищу освіту. Подібна комунікація формує прихильне ставлення до спортсмена, закладу та української вищої освіти загалом. Наприклад, сайт СумДУ підкреслює свою причетність до особи Євгена Петракова, зазначаючи: «...Рівень команд і гри зараз на матчах вищої ліги дуже високий, є рух вперед. Ми бачимо, що тим же командам «СумДУ» (учасник першої ліги і Кубка України) і «Сумхімпром-СДПУ» (учасник національного Кубка) не так і просто здобувати бали. У таких матчах відбувається зростання молодих виконавців зокрема і самого міського футболу загалом» [10]. Така інформація свідчить про те, що університет прагне брати участь у спортивних змаганнях та виховувати всебічно-розвинену особистість спортсмена, зазначаючи, що й сам Євген є досить успішним та самодостатнім.

Фундаментальною концепцією здійснення успішних PR-комунікацій, які здатні формувати позитивний стабільний імідж, виступає розповсюдження інформації через соціальні мережі та мережеві ЗМІ.

Застосування в галузі створення іміджу PR-комунікацій стимулює розвиток діяльності, яка спроможна задовольнити коло інтересів сучасної аудиторії, що стає більш вибагливою та потребує детальнішої інформації про свого кумира через традиційні ЗМІ чи соціальні мережі, вибудовуючи при цьому потужні, тривалі та доброзичливі зв'язки. На думку О. Костюченка, «кінцева мета таких зв'язків – різні матеріальні вигоди, які отримає освітній заклад. PR вищу – формування громадської думки з метою підвищення успішності роботи освітнього закладу і поліпшення його репутації – здійснюється різними шляхами, але, перш за все, через засоби масової інформації» [8, с. 28]. Увага акцентується

на впровадженні певних переваг галузі надання послуг, що відкривають можливості відкритої комунікації між об'єктом та цільовою аудиторією. Така тенденція є природною для СумДУ, що на своїх сайтах часто розказує про успіхи колишніх випускників-спортсменів, позиціонуючи себе як конкурентоспроможний навчальний заклад. Головними «маркерами» під час висвітлення інформації про успішних випускників та формування іміджу не тільки спортсмена, але й ЗВО виступають вислови «наш студент», «студент СумДУ», «випускник СумДУ», наприклад: «Спортивні зірки СумДУ реалізують себе не лише у спорті, навчанні, а ще й у творчості. Прикладом такого симбіозу є магістрант спеціальності «Медіакомунікації», бронзовий призер XXX Олімпійських ігор у Лондоні, чемпіон світу з боксу Тарас Шелестюк. 17 вересня Тарас Шелестюк провів відкритий «олімпійський урок» для першокурсників СумДУ, під час якого презентував свою книжку «Дванадцять раундів до перемоги» [17]. Імідж Т. Шелестюка включав такі ознаки: розумний, активний, успішний український студент, який досяг високих об'єктів не за кордоном, а отримавши освіту в Україні. Через його образи, сформовані в медіа, цільова аудиторія бачить спортсмена патріотом університету, який все ще зацікавлений у розквіті своєї «альма-матер» і доводить те, що поєднувати навчання та успіхи у спорті – не лише реально, але й перспективно: «17 вересня у рамках Всеукраїнського Олімпійського уроку з першокурсниками Сумського державного університету зустрілися бронзовий призер XXX Олімпійських ігор у Лондоні, чемпіон світу з боксу, магістрант СумДУ Тарас Шелестюк та призери всеукраїнських і всесвітніх змагань із легкої атлетики, магістранти СумДУ Віталій Корж і Віталій Бутрим» [13]. Отже, колишній випускник університету має сталий імідж – чудового спортсмена та успішного українця.

Варто зазначити, що підтвердженням створення успішного та вдалого іміджу за допомогою спортивних PR-комунікацій є приклад біатлоністки Юлії Джими. Сучасний сайт університету позиціонує її так: «Магістрантка СумДУ Юлія Джима здобула «срібло» на Кубку світу з біатлону» [11]. Таким чином, постає образ спортсменки як людини упевненої, цілеспрямованої, тієї, що за будь-яку ціну готова досягати своєї мети: «За дві години до початку гонки у складі нашої збірної відбулася заміна. Яну Бондар, яка повинна була бігти на 3-му етапі, змінила Юлія Джима. І вкотре магістрантка СумДУ довела,

що не дарма входить до основного складу збірної команди України» [11]. Автори матеріалу наголошують не лише на блискучих здобутках Юлії, але й на її безпосередній причетності до університету, демонструючи свій внесок у побудову її успішної кар'єри. Ще одним прикладом формування успішного іміджу за допомогою подібного роду комунікацій може слугувати такий матеріал: «2 лютого чемпіонат Європи з біатлону в місті Осрблі (Словаччина) приніс українським спортсменкам золоту естафетну перемогу. У складі збірної України виступала і студентка Сумського державного університету спеціальності «Журналістика» Юлія Джима» [14]. Зазначене демонструє, що сучасні PR-комунікації формують успішний образ спортсменів, висвітлюючи їхні дії, описуючи здобутки та презентуючи виключно з позитивного боку.

Образи жінок-спортсменок на сайтах університету виступають не менш вагомими та успішними, ніж чоловічі, при цьому також наголошується на причетності навчального закладу до долі призерок. Таким прикладом є матеріал, присвячений Валентині Семеренко та Юлії Джими: «Студентки СумДУ Юлія Джима та Валентина Семеренко – серед призерок восьмого етапу Кубка світу з біатлону» [15].

Сила образів біатлоністок підкреслюється такими словами публікації на сайті університету: «Починала перегони у складі української збірної Юлія Джима, яка з одним додатковим пострілом завершила свій відрізок дистанції четвертою. На другому етапі Олена Підгрушна теж використала один додатковий патрон, але за рахунок високої швидкості вивела команду на другу позицію. Валентина Семеренко завершила третій етап лідером» [15]. Таким чином, простежується тенденція репрезентації сильної та успішної жінки спортсменки-фіналістки, яка закінчила український університет та має високий рівень освіти – магістратуру, що на світовій освітній арені вважається престижним.

Створення іміджу за допомогою ведення спортивних PR-комунікацій можливе виключно для спортсменів, адже це вузькогалузєва специфіка. Тут простежується тенденція спілкування з цільовою аудиторією, формування портретних та фахових характеристик спортсмена-випускника.

На нашу думку, нині заслуговують на увагу механізми ведення позитивних PR-комунікацій, мета яких – формування позитивного іміджу спортсмена та його впровадження в маси шляхом популяризації не лише себе, але й навчального закладу, в якому він навчався. Тут варто виокре-

мити важливі складники побудови спортивної PR-комунікації для людини: гарне ставлення до цільової аудиторії, постійне спілкування з нею в соціальних мережах; презентація своїх здобутків у ЗМІ; проведення прес-конференцій та майстер-класів; участь у рекламі (глобального й локального рівнів); систематичне спілкування з пресою; проведення заходів за своєю участю та участю як члена журі тощо. Така власна політика буде спрямована на досягнення достатнього рівня публічності спортсмена.

Тож актуальність теми дослідження не викликає сумнівів, натомість виникає низка невивчених чи малодосліджених проблем. Однією з таких стає створення на сайтах образів спортсменів – чоловіків і жінок, що інколи мають різні аспекти висвітлення, відмінні тенденції презентації. Для підтвердження висунутої проблематики ми вирішили зіставити матеріали на сайті СумДУ та дослідити рівні впливу PR-комунікацій на імідж випускника. Для цього ми взяли для аналізу спортивну діяльність чотирьох випускників ЗВО – двох жінок та двох чоловіків: Тараса Шелестюка (бокс), Євгенія Петракова (футзал), Юлії Джими (біатлон) та Валентини Семеренко (біатлон). Нами було проаналізовано матеріали на сайті університету, де є згадка про зазначених осіб. Отже, ми змогли здійснити не лише вибірку матеріалів, але й визначити провідні базиси, які допомагають під час формування іміджу особистості спортсмена. Здійснивши моніторинг контенту сайту, ми дійшли висновку, що загалом виокремлюються іміджеві риси, які є традиційними для висвітлення під час формування успішного іміджу українського спортсмена. Такими рисами є: вища освіта, значні спортивні успіхи, спілкування з пресою, проведення зустрічей із фанатами, позиціонування себе на міжнародній арені як представників України, опікування соціально-важливими питаннями, порушення чи дотримання закону (скандальність репутації). Загальні зведені дані представлено в таблиці.

Ми здійснили моніторинг сайтів Сумщини, на яких знайшли згадки про спортсменів за різні роки. Окресливши три головні параметри, нам вдалося вивести загальні тенденції впливу PR-комунікацій на формування іміджу українців. Нами було опрацьовано загалом 212 матеріалів на сайтах Сумщини (включаючи сайт СумДУ), у яких є згадка про зазначених спортсменів. Головний акцент було зроблено на презентації особи як успішного українського спортсмена та випускника СумДУ.

Для практичного дослідження ми визначили складники, що сприяють побудові іміджу: візуальне сприйняття (усі матеріали місять фотоелементи, що допомагають ідентифікувати особу); інтелектуальне сприйняття (матеріали містять відомості про те, що спортсмени мають вищу освіту, а значить, вони інтелектуально розвинені); статусне сприйняття (презентовані особи – спортсмени високого класу, вони успішні та впевнені в собі люди, енергійні, цілеспрямовані); моральні цінності та публічна поведінка (чи не виходить вона за межі загальноприйнятих норм, чи особа дозволяє порушувати закони, чи має вона скандальну репутацію).

Відсоткове співвіднесення було прораховано математичним складником X, який становив 100 % (тобто всі 212 медіа), другий складник – кількість матеріалів, де згадується один із зазначених спортсменів, тож формула мала такий характер:

$X = 1 * 100 : 212$, що по кожному з чотирьох українських спортсменів дало результат, який представлено в таблиці 1.

Відсоткове співвідношення було вираховане на основі дослідження регіональних сайтів Сумщини. Саме тому отриманий показник є досить високим, адже досліджувані особи популярні та відомі там.

Ми обрали для моніторингу такі сайти: <https://sumy.depo.ua/>, <http://sts.sumy.ua/sport>; <https://news.sumdu.edu.ua/>; <http://sumy.today>; <http://www.dancor.sumy.ua/>; <https://sm.suspilne.media/>; <https://vringe.com>; <https://futsal.com.ua>, <https://www.ukrinform.ua> та багато інших.

Структурування ЗМІ, які висвітлювали матеріали про досліджуваних спортсменів за географією таблиця 2.

Зведені в таблиці ЗМІ не становлять усіх нами досліджуваних, але демонструють географію тих, які були промоніторені нами.

Переважно це сайти регіонального характеру, з високою частотністю публікацій про спортсменів за різні періоди. Найістотніший період публікацій становить 2016 та 2017 рр. (рис. 1).

Як видно з моніторингу, кількість публікацій на сайтах, присвячена відомим спортсменам, за три роки різна. Водночас публікується багато матеріалів, що мають різноматематичний характер, стосуються їхньої спортивної діяльності в різні роки. По-різному в пресі демонструються іміджі випускників чоловіків і жінок.

Звернемось до аналізу репрезентації жінок. Валентина Семеренко постає як молода успішна спортсменка, яка переважно починає свій спортивний шлях: «...біатлоністка пропустила передсезонний тренувальний збір і перші чотири етапи Кубка світу через хворобу, однак уже тренувалася разом із командою під час грудневих гонок у словенській Поклюці» [2]. Вона представлена з позиції сильної, вольової та перспективної людини: «Валя Семеренко здобула «золото» у суперспринті, подолавши дистанцію за 15 хвилин 58,8 секунди» [3].

Звернемось до аналізу репрезентації жінок. Валентина Семеренко постає як молода успішна спортсменка, яка переважно починає свій спортивний шлях: «...біатлоністка пропустила передсезонний тренувальний збір і перші чотири етапи Кубка світу через хворобу, однак уже тренувалася разом із командою під час грудневих гонок у словенській Поклюці» [2]. Вона представлена з позиції сильної, вольової та перспективної людини: «Валя Семеренко здобула «золото» у суперспринті, подолавши дистанцію за 15 хвилин 58,8 секунди» [3].

Таблиця 1

Показники рівня створення іміджу за допомогою ведення PR-комунікацій

ППІ спортсмена	Візуальне сприйняття	Інтелектуальне сприйняття	Статусне сприйняття	Моральні цінності та публічна поведінка
Юлія Джима	100 %	93 %	88	91
Валентина Семеренко	100 %	88 %	74	91
Тарас Шелестюк	100 %	97 %	85	93
Євген Петраков	100 %	94 %	77	92

Таблиця 2

Структурування ЗМІ, які висвітлювали матеріали про досліджуваних спортсменів за географією

№	ЗМІ Сумщини	ЗМІ всеукраїнського значення	ЗМІ Київщини
1	Деросуми	Vringl	ТДРК Київ
2	СТС.Суми	Асоціація футзалу України	44 UA
3	СумДУ https://news.sumdu.edu.ua/	Укрінформ	НашКиїв.UA
4	Суми today	ТСН 1+1 медіа	
5	Данкор – Сумський інформаційний портал	СТБ Вікна	
6	UA:Суми. Суспільне мовлення	UA: Перший	

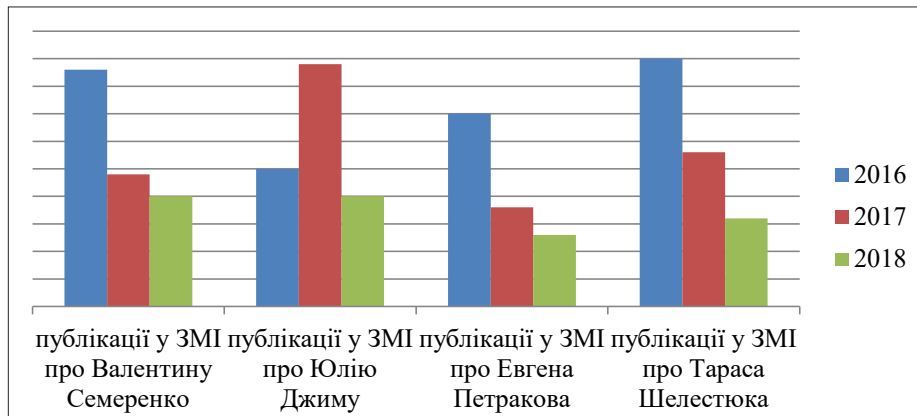


Рис. 1. Кількість публікацій у ЗМІ про українських спортсменів

Юлія Джима представлена як сильна, перспективна учасниця української збірної, цілеспрямована, орієнтована на виграш. Її імідж – це імідж соціально свідомої українки, яка переймається долею вітчизняного спорту: «Мені точно хочеться реабілітуватися на заключних етапах Кубка світу. Тому що я навіть не знаю, кого вважати винними в цій ситуації. Я вважаю, коли є захворювання, або руку поламав, або ногу, в цьому ніхто не винен. Це як доля або якийсь шлях, я сама не знаю. Ну якось воно все пішло не так, ось і все» [18].

Євген Петраков постає зі сторінок мережевої преси успішним спортсменом, який не планував свою спортивну кар'єру. Його соціальний статус окреслено уже не лише як спортсмена, але й тренера, наставника: «Про свої перші кроки в ролі керівника, про те, чого вдалося досягти, і про те, в якому напрямку рухатися далі, Євген Петраков розповів в ексклюзивному інтерв'ю офіційному сайту Асоціації футболу України» [12]. Це визначає його як бувалого успішного фахівця з футболу, людину, яка, досягнувши успіхів в одній галузі, переключилась на іншу, суміжну, не залишивши при цьому спорт. Це підкреслює його позитивні моральні цінності та зосереджує увагу на позитивному іміджевому позиціонуванні.

Тарас Шелестюк має імідж не лише спортсмена, але й письменника. Його книга «12 раундів до мети» доводить, що це грамотна, освічена, національно-свідома людина, спортсмен, що опікується майбутнім молоді, ділиться з нею досвідом. Преса відзначає його соціальний статус і високий професійно-фаховий рівень, доводячи це тим, що суперники не хочуть виходити з ним на ринг. Це людина, яка прагне перемоги й буде до неї йти, упевнена в собі та цілеспрямована: «Шелестюк і Мартінес билися всі вісім раундів. У четвертому раунді мексиканець побував в нок-

дауні, але зміг продовжити бій і довести його до кінця. У підсумку судді одноголосним рішенням за очками віддали всі раунди Шелестюку – 80:71, 80:71, 80:71. Ця перемога стала 17-ою в кар'єрі Тараса на профі-рингу, поки він не зазнав жодної поразки» [13].

Як видно з матеріалів, оприлюднених на сайтах, імідж українських спортсменів є досить стабільним, матеріали, які його формують, завжди інформаційно насичені фактами, оперують даними, які важко спростувати. Це ознака якісно побудованого іміджу. Такий імідж може бути сформовано виключно під впливом систематичного ведення спортивних PR-комунікацій.

Висновки і пропозиції. Сучасні спортсмени приділяють велику увагу PR-комунікаціям, які допомагають підвищенню іміджу. Сьогодні імідж розглядають як конкурентоспроможний складник іміджмейкінгу спортсмена.

Сучасна наука про соціальні комунікації активно вивчає механізми створення іміджу студентів-спортсменів, досліджує вплив спортивних PR-комунікацій. Для здійснення практичного аспекту окресленої проблематики ми провели практичне дослідження, що передбачало виконання декількох завдань. Перше – визначення сучасних підходів до ведення PR-комунікацій університетом. За приклад було обрано СумДУ та його успішних випускників-спортсменів, які навчалися там у різні періоди, – Тараса Шелестюка (боксер), Юлії Джими (біатлоністка), Валентини Семеренко (біатлоністка) та Євгенія Петракова (футзаліст). Друге завдання – проведення контент-аналізу для визначення впливу PR-комунікацій на формування іміджу студентів-спортсменів. Для цього ми обрали 212 сайтів, переважно регіональних, куди увійшли електронні ЗМІ Сумщини, сайт СумДУ, а також Укрінформ (всеукраїнське

медіа). Ми зробили вибірку матеріалів сайтів за 2016–2018 роки та проаналізували іміджі українських спортсменів, визначили чинники, які сприяють формуванню іміджу, зокрема: візуальне сприйняття, інтелектуальне сприйняття, статусне сприйняття, моральні цінності.

Ми створили іміджеві портрети успішних українських спортсменів, про яких сьогодні активного говорять сучасники, згадують про них у ЗМІ, дають характеристику їхнім спортивним здобуткам. Таким чином, має місце механізм ведення спортивних PR-комунікацій через інтернет-ЗМІ та сайти.

Зазначена тенденція сприяє формуванню не лише успішного та стабільного іміджу спортс-

менів-випускників, але й навчального закладу СумДУ, який, акцентуючи увагу на успіхах молодих людей, наголошує, що вищу освіту вони здобули саме в ньому.

Варто зазначити, що дослідження демонструє новітню тенденцію, яка ґрунтується на зробленому контент-аналізі. Його мета – вивчити матеріали про колишніх студентів – спортсменів університету, а також проаналізувати вплив ведення PR-комунікацій через ЗМІ.

Перспективи подальших розвідок убачаємо в необхідності ґрунтовного вивчення та деталізації механізмів ведення спортивних PR-комунікацій та побудові портретних медіахарактеристик відомих спортсменів України.

Список літератури:

1. Арьонова А. Реклама та комунікації. *Міжнародне співробітництво*. Київ, 2000. № 3. С. 78–90.
2. Валентина Семеренко готується до змагань. URL: <http://old.tv.sumy.ua/valentyna-semerenko-gotuyetsya-zmagani/> (дата звернення: 19.03.2020).
3. Валя Семеренко виграла «золото» ЧС-2019 з літнього біатлону у суперспринті. URL: https://zik.ua/news/2019/08/24/valya_semerenko_vygrala_zoloto_chs2019_z_litnogo_biatlonu_u_supersprynti_1633421 (дата звернення: 19.03.2020).
4. Гринберг Т. Политические технологии: ПР и реклама. Москва : Аспект-Пресс, 2006. 317 с.
5. Досенко А. Технології паблік рилейшнз під час створення рекламних звернень. *Комунікаційні технології*. Київ, 2013 Т. 11. С. 197–201.
6. Досенко А. Засади пропаганди та паблік рилейшнз: сутність стратегій та практика застосування. *Актуальні проблеми соціальних комунікацій*. Київ : КиМУ, 2014. С. 4–29.
7. Досенко А. Реклама: базові аспекти для початківці. Київ, 2017. 202 с.
8. Костюченко О. Реклама та PR у контексті сучасних соціальних комунікацій. *Медіанпростір*. 2015. № 7. С. 26–31.
9. Кутуза Н. Рекламний та PR-дискурс: аспекти впливу. *Діалог*. 2015. 288 с.
10. Лавський В. Евгений Петраков: Мне сегодня тридцать лет. URL: <https://futsalua.org/blog/post/evgenii-petrakov-mne-segodnya-tridcat-let-chast-1-sluga-caryu-otec-soldatam>. (дата звернення: 19.03.2020).
11. Магістрантка СумДУ Юлія Джима здобула «срібло» на Кубку світу з біатлону. *Офіційний вебсайт Сумського державного університету*. URL: <https://news.sumdu.edu.ua/uk/news/7375-magistrantka-sumdu-yuliya-dzhima-zdobula-sriblo-na-kubku-svitu-z-biatlonu.html> (дата звернення: 19.03.2020).
12. Нова рубрика: Футзал в регіонах. Представляємо – Сумщина. Євген ПЕТРАКОВ: «Ми почали повністю з нуля». URL: <https://futsal.com.ua/news/afu-intervyu/nova-rubryka-futzal-v-regionah-predstavlyayemo-sumshchyna-uevgen-petrakov-my> (дата звернення: 19.03.2020).
13. Олімпійський призер Тарас Шелестюк презентував у стінах рідного вишу свою біографічну книгу. *Сумське інтернет-видання Xpress*. URL: <https://politeka.net/ua/news/sport-news/698586-stalo-izvestno-zakakoj-klub-budet-igrat-zinchenko> (дата звернення: 19.03.2020).
14. Студентка СумДУ Юлія Джима – чемпіонка Європи! URL: <https://news.sumdu.edu.ua/ru/1138-studentka-sumdu-yuliya-dzhima-chempionka-evropi.html> (дата звернення: 19.03.2020).
15. Студентки СумДУ Юлія Джима та Валентина Семеренко – серед призерок восьмого етапу Кубка світу з біатлону. *Новости СумГУ*. URL: <https://news.sumdu.edu.ua/uk/news/2853-studentki-sumdu-yuliya-dzhima-ta-valentina-semerenko-sered-prizerok-vosmogo-etapu-kubka-svitu-z-biatlonu.html> (дата звернення: 19.03.2020).
16. Сумський боксер Тарас Шелестюк здобув свою 17-ту перемогу на професійному рингу. *Сумський інформаційний портал Xpress*. URL: <http://xpress.sumy.ua/news/sport/213814/> (дата звернення: 19.03.2020).
17. У СумДУ відбувся відкритий олімпійський урок. *Офіційний вебсайт Сумського державного університету*. URL: <https://news.sumdu.edu.ua/uk/news/3784-u-sumdu-vidbuvsya-olimpiski-urok.html> (дата звернення: 19.03.2020).
18. Юлія Джима: Мені точно хочеться реабілітуватися на заключних етапах Кубка світу. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-sports/2410866-ulia-dzima-meni-tocno-hocetsa-reabilituvatisa-na-zaklucnih-etapah-kubka-svitu.html> (дата звернення: 19.03.2020).

Yaremenko V. P. THE INFLUENCE OF PR COMMUNICATIONS ON THE FORMATION OF THE IMAGE OF STUDENTS-ATHLETES OF THE UNIVERSITY

Social communications are a scientific field that studies, in particular, modern mechanisms of implementation and creation of image and image units. Such concepts are now actively used by the sports industry, but the issue of research of sports PR communications and ways to build the image of a modern Ukrainian athlete remains problematic. To study the problem, we chose the figures of famous successful athletes – graduates of Sumy State University (SSU): Taras Shelestiuk (boxer), Yuliia Dzhyrna (biathlete), Valentina Semerenko (biathlete) and Yevhenii Petrakov (footsalist).

It is worth noting that the study demonstrates the latest trend, which is based on the content analysis. Its purpose is to study materials about former students – athletes of the university, as well as to analyze the impact of PR communications through the media.

It is stated that the image portraits of successful Ukrainian athletes, which are actively talked about by contemporaries today, are mentioned in the media with a description of their sporting achievements. Thus, there is a mechanism for conducting sports PR communications through online media and websites. This trend contributes to the formation of not only a successful and stable image of graduates, but also SSU, which, focusing on the success of young people, emphasizes that they received higher education in it. The article analyses the content of online media in Ukraine and Sumy region, in particular for 2016–2018, in terms of the frequency of coverage of materials about these athletes and the image presented there. The data published on the websites were collected, the image of Ukrainian athletes is quite stable, the materials that form it are always informative, full of facts, they provide data that are difficult to refute. This is an attribute of a well-built image. Such an image can be formed only under the influence of systemic sports PR communications. This trend contributes to the formation of not only a successful and stable image of graduate athletes, but also SSU, which, focusing on the success of young people, emphasizes that they received higher education in it.

Key words: *sports PR communications, SSU, PR technologies, image building, websites and network media.*

РЕЦЕНЗІЇ

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.3-3/41>

Кравченко Л.-Р. С.

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

РЕЦЕНЗІЯ НА МОНОГРАФІЮ ЗУЄНКО МАРИНИ ОЛЕКСІЇВНИ «МІФ У ЛІТЕРАТУРІ АНГЛІЙСЬКОГО БАРОКО»¹

У сучасному літературознавстві великої популярності набувають дослідження з інтерпретації слідів міфу в структурі художнього твору, творчості письменника, літературному стилі. Велику увагу дослідників привертають питання взаємодії міфу й національної літератури в різні художні епохи з позиції сучасності із залученням новітнього інструментарію щодо вияву міфу на різних поетичних рівнях.

Актуальність досліджуваної М. О. Зуєнко теми не викликає сумнівів, бо полягає в подоланні фрагментарності у вивченні міфопоетики англійської барокової літератури; в уточненні понять «міфопоетика», «міфопоетична парадигма», «міфопоетична система», «міфема» й виробленні системного підходу для здійснення міфопоетичного аналізу художнього твору, стильового напрямку, доби. В обґрунтуванні трансформацій міфопоетичних парадигм в англійському літературному процесі з кінця XVI до кінця XVII ст. дослідниця звертається до великого масиву зарубіжної й вітчизняної критичної літератури з питань міфопоетики задля уточнення специфіки розвитку літератури англійського бароко. Саме такий ракурс дослідження уможливорює висвітлення трансформаційних процесів міфопоетичної парадигми в літературі англійського бароко.

У першому розділі монографії «Міфопоетика як категорія літературознавства» М. О. Зуєнко послідовно доводить, що дослідження міфопоетичних парадигм у національних літературах певних періодів дозволяє розглянути міф не локально, а більш глобально – на тлі літературного процесу, розкрити роль міфу в динаміці жанрово-стильової системи національної літератури. Авторка монографії пропонує власне визначення поняття «міфопоетична парадигма» як системи світогляд-

них уявлень автора про закономірності розвитку життя, взаємин людини із соціумом і природою, що знаходять втілення на текстовому рівні. М. О. Зуєнко робить слушні висновки про алгоритм оприявлення магістральних міфопоетичних нарративних стратегій (міф про родючість, міф про героя, міф про порятунок, міф про створення) у художньому творі й обґрунтовує доцільність дослідження міфоеlementу на різних художніх рівнях твору з урахуванням системи інтертекстуальних, метатекстуальних, гіпертекстуальних і архітекстуальних зв'язків.

У другому розділі монографії «Міфопоетична система англійської метафізичної поезії: контамінація біблійних і античних міфів» досліджено естетику міфу в англійській бароковій літературі, проаналізовано духовно-культурні новації в переосмисленні Святого Письма, античної та національної міфологій у метафізичних текстах поетів Дж. Донна, Дж. Мільтона, Е. Марвелла, Дж. Герберта та ін. Слушними видаються роздуми авторки монографії про те, що міфопоетична картина світу у творчості англійських метафізиків організована докола "all" (усе) – Бога-творця, в образі людини митці бароко увиразнюють божественне походження людини. М. О. Зуєнко послідовно доводить те, що в міфопоетичному часопросторі художніх творів англійських поетів метафізиків (Дж. Донна, Дж. Герберта, Р. Крешо та ін.) місцем дії є Всесвіт, у одній художній площині діють сили вищі за людські, поряд із реальними діють міфічні істоти. Визначено, що присутньою ознакою метафізичної поезії є атмосфера містики, увиразнення таїни світобудови.

У третьому розділі монографії «Творчість Джона Мільтона в контексті міфопоетичних тенденцій доби» встановлено, що в поемі «Втрачений рай» переважають міфопоетичні нарративні стратегії творення й порятунку, а в поемі «Повернений рай» – міфопоетичні нарративні стратегії

¹ Зуєнко М. О. Міф у літературі англійського бароко : монографія. Київ : ФОП Лебедь, 2020. 396 с.

родючості й героя. М. О. Зуєнко детально проаналізувала барокові метафори в поемах «Втрачений рай» і «Повернений рай»: Рай – світло, Пекло – темрява, Єва – кохання й краса, Адам – розум і сила, Людина – божественний сад, Дерево пізнання – завіт із Богом, Дерево життя – єднання всіх світів, Ісус Христос – посланець Бога до людства, Сатана – хаос і дисгармонія та ін. Дослідниця послідовно доводить, що біблійна міфологія в поемах уведена в контекст платонівської доктрини (події на землі – копія того, що відбувається в іншому світі), що засвідчує розуміння Дж. Мільтоном християнства як абсолютної правди, а класичних міфів як символів та алегорій моральної правди. У полі уваги авторки монографії опиняються ліричні й драматичні твори Дж. Мільтона. Аналіз метафізичної лірики Дж. Мільтона і його п'єси-маски «Комос» дозволив дійти висновку про особливості міфопоетичного світобачення Дж. Мільтона, що полягає в розкритті християнської й суспільно-національної історії як єдиного процесу в постійній динаміці й видозмінах усього сущого.

У четвертому розділі «Міфологічні мотивно-тематичні комплекси в англійській бароковій драматургії» на підставі контамінації біблійних, античних і національних міфів проаналізовано мотивно-тематичні комплекси в п'єсі «Буря» В. Шекспіра, барокових драмах Дж. Флетчера і Ф. Бомонта, зокрема п'єсі «Трагедія дівчини», психологічній трагедії «Розбите серце» Дж. Форда та ін. Дослідниця робить вагомий висновок про те, що англійська драматургія в добу бароко отримала новий імпульс для розвитку за рахунок міфопоетики, що виявилася не лише на рівні нових тем і мотивів, а й вплинула на особливості втілення

драматичного конфлікту, розвиток драматичної дії, способи розгортання художніх образів, які стали більш складними й об'ємними порівняно із трагедією класицизму.

У п'ятому розділі «Специфіка імплементації міфу в англійських епічних творах» розкрито тему життя в Богові в дидактико-алегоричних романах «Шлях прочанина», «Життя й смерть містера Бедмена» Дж. Баньяна, тему честі й служіння народів в політико-героїчному романі «Аретина» Дж. Макензі, тему життя як виклик, пригода в романі «Партенісса» Р. Бойла, антиколоніальну тему роману «Оруноко, або царственний раб» А. Бен та ін. крізь призму міфопоетики.

Зміст монографії повною мірою відбиває структуру дослідження, обґрунтованим є розподіл матеріалу за підрозділами, результати дослідження чіткі й аргументовані, загальні висновки сформульовані переконливо.

Проте, як і будь-яке ґрунтовне дослідження, робота М. О. Зуєнко не позбавлена вразливих місць. Вважаємо, що варто було б детальніше зупинитися на аналізі спільних і відмінних рис літератури англійського бароко та інших національних літератур кінця XVI – початку XVII ст.

Загалом рецензована праця «Міф у літературі англійського бароко» у світлі єдиного наукового підходу висвітлює дискурс англійської барокової літератури та її міфопоетичну парадигму на матеріалі творів Дж. Донна, Дж. Герберта, Р. Крешо, Е. Марвелла, Дж. Мільтона, Р. Бойла, П. Герберта та ін.

Праця М.О. Зуєнко буде цікавою для науковців-філологів, викладачів, студентів гуманітарних факультетів, усіх, хто цікавиться історією англійської літератури XVII століття й міфопоетикою.

Відомості про авторів

Агєєва В. О. – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови Чорноморського національного університету імені Петра Могили

Арнаутова А. Р. – асистент кафедри тюркології Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Бондаренко І. С. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри теорії комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю Запорізького національного університету

Вовк Н. С. – кандидат історичних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Національного університету «Львівська політехніка»

Войцьо І. М. – викладач кафедри англійської мови Чорноморського національного університету імені Петра Могили

Головнєва-Коппа О. О. – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри англійської мови Чорноморського національного університету імені Петра Могили

Гриненко І. В. – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри журналістики Українського гуманітарного інституту

Досенко А. К. – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри слов'янської філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Дрозд А. Г. – вчитель НВК «Чаплинська школа-гімназія»

Капко М. М. – магістрант гуманітарного факультету Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Кияниця Є. О. – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики та реклами Київського національного торговельно-економічного університету

Коваль А. Г. – аспірант кафедри журналістики і міжнародних відносин Київського університету культури

Козак С.Б. – кандидат філологічних наук, головний філолог науково-інформаційного відділу Інституту літератури імені Т. Г. Шевченка Національної академії наук України

Колкутіна В. В. – доктор філологічних наук, доцент, завідувач кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія»

Кошелюк О. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій Волинського національного університету імені Лесі Українки

Кравець О. І. – аспірантка кафедри східної філології Київського національного лінгвістичного університету

Кравченко Л.-Р. С. – доктор філологічних наук, професор, Дрогобицький державний педагогічний університет імені І. Я. Франка

Куріхін А. А. – аспірант кафедри журналістики Запорізького національного університету

Кушнірова Т. В. – доктор філологічних наук, професор кафедри германської філології та перекладу Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Лимар М. Ю. – кандидат політичних наук, старший викладач кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови Чорноморського національного університету імені Петра Могили

Лісневська А. Л. – доцент кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Маланій Н. І. – кандидат філологічних наук, докторант кафедри германських мов і зарубіжної літератури Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

Мізінкіна О. О. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії літератури та компаративістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Николюк Т. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української та іноземної лінгвістики Луцького національного технічного університету

Ніколенко О. М. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри світової літератури Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка

Пархитько О. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики факультету журналістики Національного університету «Одеська юридична академія»

Підмогильна Н. В. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри видавничої справи та міжкультурної комунікації Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Плеханова Т. М. – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри видавничої справи та редагування Запорізького національного університету

Погребняк І. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики і нових медіа Київського університету імені Бориса Грінченка

Полумисна О. О. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики філологічного факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Пономаренко Л. В. – кандидат філологічних наук, перекладач, самозайнята особа

Пукаляк М. В. – викладач кафедри іноземних мов Інституту гуманітарних та соціальних наук Національного університету «Львівська політехніка»

Рембецька О. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української філології та журналістики Херсонського державного університету

Рожило М. А. – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри соціальних комунікацій Волинського національного університету імені Лесі Українки

Свенцицька Е. М. – доктор філологічних наук, професор кафедри слов'янської філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Скороход Т. О. – аспірант кафедри Видавничої справи та редагування Видавничо-поліграфічного інституту Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Стекольщикова В. А. – кандидат наук із соціальних комунікацій, завідувачка кафедри журналістики Міжнародного класичного університету імені Пилипа Орлика

Ступка І. М. – магістрант гуманітарного факультету Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Томнюк Л. М. – кандидат філологічних наук, асистент кафедри германського, загального і порівняльного мовознавства факультету іноземних мов Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Хайруліна Н. Ф. – викладачка кафедри іноземних мов Луганського державного університету внутрішніх справ імені Е. О. Дідоренка

Харченко О. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри видавничої справи та редагування Київського університету імені Бориса Грінченка

Чень Шаосюн – кандидат філологічних наук, Huzhou university (China)

Чик Д. Ч. – доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри іноземних мов і методик їх навчання Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії імені Тараса Шевченка

Чмир А. В. – магістр кафедри теорії літератури та компаративістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Шейна О. О. – старший викладач кафедри англійської мови Чорноморського національного університету імені Петра Могили

Шкляєва Н. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української та іноземної лінгвістики Луцького національного технічного університету

Шульська Н. М. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій Волинського національного університету імені Лесі Українки

Щегельська Ю. П. – кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри реклами та зв'язків із громадськістю Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Юксель Г. З. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри слов'янської філології та журналістики Навчально-наукового інституту філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Яременко В. П. – аспірант кафедри журналістики та філології Сумського державного університету

Науковий журнал

**ВЧЕНІ ЗАПИСКИ
ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Серія: Філологія. Соціальні комунікації

Том 31 (70) № 3 2020

Частина 3

Коректура • *Н. Пирог*

Комп'ютерна верстка • *Ю. Семенченко*

Адреса редакції:

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

м. Київ, вул. Івана Кудрі, 33

Електронна пошта: editor@philol.vernadskyjournals.in.ua

Сторінка журналу: www.philol.vernadskyjournals.in.ua

Формат 60×84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 28,28. Ум.-друк. арк. 31,85. Зам. № 1020/291

Підписано до друку 30.10.2020. Наклад 150 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»

03150, м. Київ, вул. Велика Васильківська 74, оф. 7

Телефон +38 (048) 709 38 69,

+38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08

E-mail: mailbox@helvetica.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 6424 від 04.10.2018 р.