

**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. Журналістика

Том 32 (71) № 4 2021

Частина 3



Видавничий дім
«Гельветика»
2021

Головний редактор:

Казарін Володимир Павлович – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри слов'янської філології та журналістики 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.

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

**Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського
(протокол № 1 від 14 вересня 2021 року)**

Науковий журнал «Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського.
Серія: Філологія. Журналістика» зареєстровано Міністерством юстиції України
(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 24632-14572ПР від 04.11.2020 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 2710-4656 (Print)
ISSN 2710-4664 (Online)**

© Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського, 2021

ЗМІСТ

ТЮРКСЬКІ МОВИ

Jafarova Sabina Abulfat gizi

STRUCTURAL AND SEMANTICAL FEATURES OF THE COMPLEX SENTENCES
FORMED WITH THE SUBORDINATING CONJUNCTIONS..... 1

Меджидова Хаяла Миралам гызы

СИНТАКСИЧЕСКАЯ ПОЗИЦИЯ И СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ
ГЛАВНЫХ ЧЛЕНОВ ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ.....7

Taghiyeva K. A.

PRECEDENT ERGONOMY OF GANJA AS A CARRIER OF CULTURAL INFORMATION.....13

РОСІЙСЬКА ЛІТЕРАТУРА

Исламова Самира Ильхам гызы

ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЖАНРОВЫХ ФОРМ РОМАНОВ И. ОДОЕВЦЕВОЙ.....18

Shcherbina V. V.

LEXICO-SEMANTIC EXPRESSIVE MEANS AS A FEATURE OF YURGIS BALTRUSHAITIS'
POETIC WORLD IN THE CONTEXT OF RUSSIAN SYMBOLIST POETRY..... 25

ЛІТЕРАТУРА СЛОВ'ЯНСЬКИХ НАРОДІВ

Nanivskyy R. S., Khatsevych D. I.

KREACJA OBRAZU BOHATERA Z MARGINESU SPOŁECZNEGO W TWÓRCZOŚCI
ANDRZEJA STASIUKA NA WYBRANYCH PRZYKŁADACH..... 33

ЛІТЕРАТУРА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

Gulnar Agig

AZERBAIJANI TURKISH LANGUAGE DURING THE QAJAR EPOCH..... 39

Dyndarenko O. A.

R. KIPLING: A COSMOPOLITAN OR AN "IMPERIAL BARD"
IN POETRY AND PROSE?.....46

Калашнікова О. Л.

«НОВИЙ ГУМАНІЗМ»: ПРОВОКАЦІЯ, АНАЛІЗ ЧИ ЛІТЕРАТУРА?.....52

Керимли Туран Ариф гызы

ВОСТОЧНЫЙ (КИММЕРСКИЙ) ЭЛЕМЕНТ В КЕЛЬТСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ И КУЛЬТУРЕ.....62

Морозова Л. І.

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ЕЛЕКТРОННИХ
КОРОТКИХ ОПОВІДАННЯХ ГЕРТРАУД ВІДМАНН.....67

Обручнікова Н. Д., Русакова О. О.

РОЛЬ «ПРИМАРНОГО ПИСЬМЕНИЦТВА» У СТВОРЕННІ АВТОБІОГРАФІЧНОГО
ХУДОЖНЬОГО ТВОРУ НА ПРИКЛАДІ РОМАНУ ДАНИЕЛЯ ПЕЙСНЕРА
«ДІВЧИНКА У ЗЕЛЕНОМУ СВЕТІ: ЖИТТЯ У МОРОЦІ ГОЛОКОСТУ»..... 73

Прокопєць М. С.

ПЕРЕЛОМ У СВІДОМОСТІ ЗАХОДУ І СХОДУ
В БЕРЛІНСЬКІЙ ТРИЛОГІЇ УВЕ ТІММА..... 80

Shahbazova Shahane Mugaddas THEME OF AL-ANDALUS IN MODERN ARABIC LITERATURE: AL-MU'TAMID IBN ABBAD.....	84
Эфендиева А. В. ПРОБЛЕМА ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В ХУДОЖЕСТВЕННО-ФИЛОСОФСКОЙ ПРОЗЕ АХМЕДА АГАОГЛУ.....	89
Яковлева О. М., Семенець О. С. ІНТЕРМЕДІАЛЬНИЙ ВИМІР РОМАНУ ДЖ. ЛІТТЕЛЛА «БЛАГОВОЛИТЕЛЬКИ»: ФОРМОТВІРНІ ПРИНЦИПИ БАРОКОВОЇ СЮЇТИ.....	95
ПОРІВНЯЛЬНЕ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО	
Гурдуз А. І. «НЕ ЛЮДИ, ЛЮДИ, НЕЛЮДИ» НАТАЛКИ ЛЩИНСЬКОЇ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ФЕНТЕЗІЙНОЇ РЕЦЕПЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ РЕАЛІЙ.....	104
Маркова М. В. ЕДМУНД СПЕНСЕР ЯК ПЕТРАРКІСТ.....	110
Смаровоз І. С. ОСОБЛИВОСТІ ХУДОЖНЬОГО МОДЕЛЮВАННЯ ПРОСТОРУ ПОВСЯКДЕННОСТІ В РОМАНАХ ІРЕН РОЗДОБУДЬКО ТА МАНУЕЛИ ГРЕТКОВСЬКОЇ.....	115
ФОЛЬКЛОРИСТИКА	
Завадська В. В., Бобко А. М. ПОХОДЖЕННЯ ТА ФУНКЦІЇ ОБРАЗУ ПОТОЙБІЧНОГО НАРЕЧЕНОГО (НА ОСНОВІ МАТЕРІАЛУ КАЗОК ПРО РОЗБІЙНИКІВ, ЗІБРАНИХ П. ІВАНОВИМ).....	121
Левчук О. І. ОКРЕМІ АСПЕКТИ «СОЦІАЛЬНОГО СТАТУСУ» КОНЯ В УКРАЇНСЬКІЙ УСНОСЛОВЕСНІЙ ТРАДИЦІЇ.....	127
КРИМСЬКОТАТАРСЬКА ЛІТЕРАТУРА	
Сеітяг'яєва Т. Р. ГУМАНІСТИЧНИЙ ПАФОС ТВОРУ ІСМЕТІЯ «КЕФЕ ДЕСТАНИ».....	133
МОВИ НАРОДІВ АЗІЇ, АФРИКИ, АБОРИГЕННИХ НАРОДІВ АМЕРИКИ ТА АВСТРАЛІЇ	
Костанда І. О. СТИЛІСТИЧНА КОДИФІКАЦІЯ ТРАДИЦІЙНИХ ФОРМ ТЕКСТУ ДЛЯ МОВ ВЕНЬЯНЬ ТА БАЙХУА В ПЕРІОД ПРАВЛІННЯ ДИНАСТІЇ МІН.....	137
Щербань Н. І. ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ АЙМАЙ 曖昧 (НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ) НА ПРИКЛАДІ НЕОДНОЗНАЧНИХ ФРАЗ 曖昧な表現 ТА ІДІОМИ 曖昧模糊 У ЯПОНСЬКІЙ МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ.....	142
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ	
Дрешпак В. М., Антонова В. Ю. ОБРАЗ ВЕДУЧОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ РОЗВАЖАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ У СВІТЛІ АРХЕТИПКИ Й ЕТИКИ.....	147
Коваль А. С. ЦІННОСТІ, СТЕРЕОТИПИ ТА МАНІПУЛЯЦІЇ У ВІЗУАЛЬНІЙ КОМУНІКАЦІЇ.....	155

Писаренко Л. М. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	162
Полумисна О. О. ПРОСВІТНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ МАСМЕДІА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ У ВИКОНАННІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ВИМОГ ЩОДО ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ В УКРАЇНІ.....	167
Супрун В. М. ПРОДАКТ ПЛЕЙСМЕНТ В ЕФІРІ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ.....	174
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ	
Байлема Т. М. ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ НА СХОДІ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ СТАТЕЙ ЖУРНАЛІСТІВ ІЗ ГАЗЕТИ «ДЕНЬ»).....	180
Георгієвська В. В., Сидоренко Н. М. ГАЗЕТА «ВІСТИ ВУЦВК» (1921–1925): СТРУКТУРА, ТЕМАТИКА, АВТУРА.....	186
Іванова І. Б., Зима О. Г., Афанасьєва О. М. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ТА МЕДІАОСВІТИ В КОНТЕКСТІ ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОЇ ПЕДАГОГІКИ.....	193
Косюк О. М. ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ НОН-ФІКШН У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ.....	199
Плукчи Л. В. РОЛЬ РЕКЛАМИ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ МІСТА.....	205
Синчак Б. А. СВОБОДА СЛОВА ТА ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ В КОНТЕКСТІ БЛОКУВАННЯ «ТЕЛЕКАНАЛІВ МЕДВЕДЧУКА».....	211
Сірінюк-Долгарьова К. Г. МОВА НЕНАВИСТІ В СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ ОНЛАЙН-МЕДІА.....	219
Скалацька О. В. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ LIFESTYLE-ЖУРНАЛІСТИКИ.....	225
Супрун Л. В. СУГЕСТОГЕННІСТЬ СЕМАНТИКИ АКЦІОНАЗВ У ДИСКУРСІ ЖУРНАЛІСТИКИ І ПОЛОВИНИ ХХ СТОЛІТТЯ.....	231
Теребус О. Л., Рожило М. А. ПРОБЛЕМА САМОРЕГУЛЯЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА.....	239
Фенько Н. М. КОМПОНЕНТИ СТОРИТЕЛІНГУ В ТРЕВЕЛ-ПРОГРАМАХ РЕГІОНАЛЬНИХ ФІЛІЙ СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ.....	245
Шульська Н. М., Костусяк Н. М., Римар Н. Ю. КОМУНІКАТИВНО-ЛОГІЧНІ СТРАТЕГІЇ ТВОРЕННЯ ЗАГОЛОВКІВ У СУЧАСНИХ ОНЛАЙНОВИХ ЗМІ (НА ПРИКЛАДІ РЕГІОНАЛЬНИХ ВИДАНЬ).....	250
Юксель Г. З. ПРО ФОРМУВАННЯ КРИМСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-МЕДІЙНОЇ ПАРАДИГМИ В КОНТЕКСТІ ОКУПАЦІЇ 2014 РОКУ (2014–2021).....	257

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

Кошелюк О. В., Благовірна Н. Б., Рожило М. А.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ДЛЯ ЧИТАЧІВ: ВИКЛИКИ, РЕКОНСТРУКЦІЇ,
СВІТОВИЙ ВИДАВНИЧИЙ ДОСВІД..... 262

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Ковпик С. І.

СТОРИТЕЛІНГ ТА ЙОГО СПЕЦИФІЧНІ ПЕРЛОКУЦІЇ В РІЗНИХ ТИПАХ ПРОМОВ..... 268

Кодацька Н. О., Шевченко Т. С., Жихарева-Толстик Г. О.

ПРИКЛАДНІ РЕКЛАМНІ ТЕХНОЛОГІЇ: ВИКОРИСТАННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ..... 273

Колесник Г. О.

«МОВА ВОРОЖНЕЧІ» ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ТА ЛІНГВІСТИЧНИЙ ФЕНОМЕН..... 278

Чекштуріна В. М.

СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ ФЕНОМЕНА МОВИ ВОРОЖНЕЧІ
В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ..... 284

Богуш Л. А.

РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ВИСВІТЛЕННІ ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ
У СВІТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ ПІДХІД..... 291

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ..... 296

CONTENTS

TURKIC LANGUAGES

Jafarova Sabina Abulfat gizi

STRUCTURAL AND SEMANTICAL FEATURES OF THE COMPLEX SENTENCES
FORMED WITH THE SUBORDINATING CONJUNCTIONS..... 1

Majidova Khayala Miralam

SYNTAXIC POSITION AND MEANS OF EXPRESSING THE MAIN MEMBERS
OF THE PROPOSAL IN TURKISH LANGUAGE.....7

Taghiyeva K. A.

PRECEDENT ERGONYMS OF GANJA AS A CARRIER OF CULTURAL INFORMATION.....13

RUSSIAN LITERATURE

Islamova Samira Ilham

THE CHARACTERISTIC FEATURES OF THE GENRE FORMS
OF THE NOVELS OF I. ODOEVTSOVA..... 18

Shcherbina V. V.

LEXICO-SEMANTIC EXPRESSIVE MEANS AS A FEATURE OF YURGIS BALTRUSHAITIS'
POETIC WORLD IN THE CONTEXT OF RUSSIAN SYMBOLIST POETRY..... 25

SLAVIC LITERATURE

Nanivskyy R. S., Khatsevych D. I.

THE CREATION OF THE IMAGE OF A HERO FROM THE MARGIN OF SOCIETY
IN THE WORK OF ANDRZEJ STASIUK FROM SELECT EXAMPLES..... 33

LITERATURE OF FOREIGN COUNTRIES

Gulnar Agig

AZERBAIJANI TURKISH LANGUAGE DURING THE QAJAR EPOCH..... 39

Dyndarenko O. A.

R. KIPLING: A COSMOPOLITAN OR AN "IMPERIAL BARD"
IN POETRY AND PROSE?..... 46

Karimli Turan Arif

ORIENTAL (KIMMERIAN) ELEMENT IN CELTIC LITERATURE AND CULTURE..... 52

Kalashnikova O. L.

"NEW HUMANISM": PROVOCATION, ANALYSIS OR LITERATURE? 62

Morozova L. I.

THE REPRESENTATION OF GENDER STEREOTYPES IN THE DIGITAL
SHORT STORIES OF GERTRAUD WIDMANN..... 67

Obruchnikova N. D., Rusakova O. O.

THE ROLE OF "GHOSTLY WRITING" IN AN AUTOBIOGRAPHICAL WORK
ON THE EXAMPLE OF DANIEL PAISNER'S NOVEL "THE GIRL IN THE GREEN
SWEATER: A LIFE IN HOLOCAUST'S SHADOW" 73

Prokopets M. S.

A BREAK IN THE CONSCIOUSNESS OF THE WEST AND THE EAST
IN THE BERLIN'S TRILOGUE OF UWE TIMM..... 80

Shahbazova Shahane Mugaddas THEME OF AL-ANDALUS IN MODERN ARABIC LITERATURE: AL-MU'TAMID IBN ABBAD.....	84
Efendiyeva A. R. THE PROBLEM OF CIVIL SOCIETY IN THE ARTISTIC AND PHILOSOPHICAL PROSE OF AHMED AGAOGLU.....	89
Yakovleva O. M., Semenets O. S. INTERMEDIATE DIMENSIONS OF J. LITTELL'S "THE KINDLY ONES": FORM-BUILDING PRINCIPLES OF BAROQUE SUITE.....	95
COMPARATIVE LITERATURE STUDIES	
Gurduz A. I. "NOT PEOPLE, PEOPLE, NOT-HUMANS" BY NATALKA LISHCHYNSKA IN THE CONTEXT OF THE MODERN FANTASY RECEPTION OF NATIONAL SOCIAL-POLITICAL REALITIES.....	104
Markova M. V. EDMUND SPENSER AS A PETRARCHIST.....	110
Smarovoz I. S. FEATURES OF ARTISTIK SIMULATION OF THE SPACE OF EVERYDAY LIFE IN THE NOVELS OF IREN ROZDOBUDKO AND MANUELA GRETKOVSKA.....	115
FOLKLORISTICS	
Zavadskaya V. V., Bobko A. N. ORIGIN AND FUNCTIONS OF THE OTHERWORLDLY GROOM (BASED ON MATERIALS FROM THE TALES OF ROBBERS COLLECTED BY P. IVANOV).....	121
Levchuk O. I. SOME ASPECTS OF THE «SOCIAL STATUS» OF A HORSE IN THE UKRAINIAN ORAL FOLK TRADITION.....	127
CRIMEAN TATAR LITERATURE	
Seitiahiaieva T. R. KEFE DESTANY BY ISMETIYA HUMANISTIC PATHOS.....	133
LANGUAGES OF THE PEOPLES OF ASIA, AFRICA, INDIGENOUS PEOPLES OF AMERICA AND AUSTRALIA	
Kostanda I. O. STYLISTIC CODIFICATION OF TRADITIONAL TEXT FORMS FOR THE WENYAN AND BAYHUA LANGUAGES DURING THE MING DYNASTY.....	137
Shcherban N. I. VERBALIZATION OF THE CONCEPT AMBIGUITY 曖昧: CHARACTERISTICS OF AMBIGUOUS PHRASES 曖昧な表現 AND THE IDIOMATIC CONCEPT OF 曖昧 模糊 IN THE JAPANESE LANGUAGE MAP.....	142
SOCIAL COMMUNICATIONS: THEORY AND HISTORY OF SOCIAL COMMUNICATIONS	
Dreshpak V. M., Antonova V. Yu. THE IMAGE OF THE TELEVISION ENTERTAINMENT PROGRAM HOST IN THE LIGHT OF ARCHETYPICS AND ETHICS.....	147

Koval A. S. VALUES, STEREOTYPES AND MANIPULATIONS IN VISUAL COMMUNICATION.....	155
Pysarenko L. M. MEDIA LITERACY AS A TOOL OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES.....	162
Polumysna O. O. MASS MEDIA EDUCATIONAL ACTIVITY AS AN EFFECTIVE TOOL IN FULFILLING EUROPEAN INTEGRATION REQUIREMENTS FOR PEOPLE WITH DISABILITIES IN UKRAINE.....	167
Suprun V. M. PRODUCT PLACEMENT ON MODERN UKRAINIAN TELEVISION.....	174
THEORY AND HISTORY OF JOURNALISM	
Bailema T. M. PECULIARITIES OF MEDIA COVERAGE OF THE ARMED CONFLICT IN THE EAST OF UKRAINE (ON THE BASIS OF JOURNALISTS' ARTICLES FROM THE NEWSPAPER "DEN").....	180
Georgiievskia V. V., Sydorenko N. M. NEWSPAPER "VISTY VUTSVK": STRUCTURE, THEMES AND AUTHORS.....	186
Ivanova I. B., Zyma O. G., Afanasieva O. M. PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF JOURNALISM AND MEDIA EDUCATION IN THE CONTEXT OF POSTMODERN PEDAGOGY.....	193
Kosiuk O. M. SPECIAL ASPECTS IN RESEARCH OF NON-FICTION IN MODERN INFO SPACE.....	199
Plukchi L. V. THE ROLE OF ADVERTISING IN THE FORMATION OF THE TOURIST IMAGE OF THE CITY.....	205
Synchak B. A. FREEDOM OF SPEECH, JOURNALISTIC STANDARDS, AND BLOCKING OF MEDVEDCHUK TV CHANNELS.....	211
Sirinyok-Dolgaryova K. G. HATE SPEECH IN MODERN ENGLISH-LANGUAGE ONLINE MEDIA.....	219
Skalatska O. V. TRENDS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF LIFESTYLE JOURNALISM.....	225
Suprun L. V. SUGESTOGENICITY OF AXIONASE SEMANTICS IN THE DISCOURSE OF JOURNALISM AND THE MIDDLE OF THE XX CENTURY.....	231
Terebus O. L., Rozhylo M. A. THE PROBLEM OF SELF-REGULATION OF THE UKRAINIAN MEDIA.....	239
Fenko N. M. STORYTELLING COMPONENTS IN TRAVEL PROGRAMS OF REGIONAL BRANCHES OF PUBLIC BROADCASTER.....	245
Shulska N. M., Kostusyak N. M., Rymar N. Yu. COMMUNICATIVE-LOGICAL STRATEGIES OF TITLE CREATION IN MODERN ONLINE MEDIA (ON THE EXAMPLE OF REGIONAL).....	250

Iuksel G. Z. THE FORMATION OF THE CRIMEAN INFORMATIONAL AND MEDIA PARADIGM IN THE CONTEXT OF THE OCCUPATION OF CRIMEA (2014–2021).....	257
THEORY AND HISTORY OF PUBLISHING AND EDITING APPLIED SOCIAL AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES	
Kosheliuk O. V., Blahovirna N. B., Rozhylo M. A. SOCIAL NETWORKS FOR READERS: CHALLENGES, RECONSTRUCTIONS, WORLD PUBLISHERS’ EXPERIENCE.....	262
APPLIED SOCIAL AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES	
Kovpik S. I. STORYTELLING AND ITS PERLOCUTION SPECIFICS IN DIFFERENT TYPES OF SPEECHES.....	268
Kodatska N. O., Shevchenko T. S. ZHYKHAREVA-TOLSTIK H. A. APPLIED ADVERTISING TECHNOLOGIES: USE AND EFFECTIVENESS.....	273
Kolesnyk H. O. HATE SPEECH AS SOCIAL AND LINGUISTIC PHENOMENON.....	278
Chekshturina V. M. SOCIO-COMMUNICATIVE ANALYSIS OF THE PHENOMENON OF HATE SPEECH IN THE INTERNET ENVIRONMENT.....	284
Bohush L. A. ROLE OF THE MEDIA IN COVERAGE OF ARMED CONFLICTS IN THE WORLD: THEORETICAL APPROACH.....	291
INFORMATION ABOUT THE AUTHORS.....	296

ТЮРКСЬКІ МОВИ

UDC 380

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/01>**Jafarova Sabina Abulfat gizi**

orcid.org/0000-0002-9071-8715

Ganja State University

STRUCTURAL AND SEMANTICAL FEATURES OF THE COMPLEX SENTENCES FORMED WITH THE SUBORDINATING CONJUNCTIONS

The purpose of the article is to study the subordinate complex sentence structures of the Azerbaijani language in a more comprehensive way – both in terms of structure and meaning, to reveal the role of components in communication process from the structural-semantic point of view.

Methodology and methods used. In the article, the formation of of the complex sentences formed with the subordinating conditional conjunctions is carried out on the basis of the descriptive method. Simultaneous review of the subordinate complex sentence system of the Azerbaijani language is carried out; the comparative-historical method is also used. The methodological bases of the research are the methods, principles, techniques and scientific-theoretical provisions applied in order to study, understand and change the facts and events.

The main scientific innovation. In Azerbaijani linguistics different types of complex sentences formed with the subordinating conjunctions are listed and given in examples so far. There is a serious need to study the rich semantic-structural features of the complex sentences formed with the subordinating conjunctions.

The results of the study. Despite the fact that many monographs, textbooks and teaching aids have been written on complex sentences, and Ph.D. and doctoral dissertations have been defended, there are still issues to be investigated in this area. There is an opinion in the scientific literature: “For many years the complex sentences have been investigated from a grammatical-functional point of view. Quite often their content has either been ignored or the functional basis has been identified”. However, disregarding the structural and semantic aspects of this language unit and their interrelationship does not lead to accurate results. This is the source of some controversies over relevant constructions in our linguistics nowadays”.

Key words: connection rules of components, subordinating conjunctions “-sa, -sə”, Adverbial clause of Condition, morphological features of conditionals.

Problem formulation and search for solutions. Subordinating conjunctions “-sa, -sə”, the main feature of the Adverbial clauses of Condition, have a long historical path. Their preform “-sar, -ser” were used in ancient Turkic written monuments. Talking about the usage of particles “-sa, -sə” as suffixes in complex sentences, turkologists often use the expression “conditional suffix” or conditional period”. Speaking about the role of particles within complex sentences, Prof. A. Z. Abdullayev writes: “In ancient Turkish written monuments, the conditional suffixes “-sar, -ser” were used and as a result of historical development they have changed into “-sa, -sə” [1, p. 118]. As we have noted, this is due to the reduction of the sound

“r”, which is a widespread process in the Azerbaijani language. In this issue there are quite different approaches. For example, N.Z. Hajiyeva made observations on ancient Turkish written monuments and found that “-sar, -ser” and “-sa, -sə” were used in parallel on the monuments. She underlines that in this case, “-sa, -sə” signify modality, but “-sar, -ser” act as predicate suffixes [2, p. 131].

Examining a number of linguists’ researches in recent years, it can be concluded that there are still topics to be explored regarding the complex sentences formed with the subordinating conjunctions.

The suffix “-sa, -sə”, which is widely used in a number of types of subordinate sentences

(condition, time, concession, conjunction, etc.), mainly express modality. However, N. Z. Hajiyeva thinks that, the usage of the suffixes “-sar, -ser” in the early days is a very interesting event in the historical development of the subordinating conjunctions, and their use as predicate in complex sentences. Nowadays, in predicate category most verbs have the consonant “r” at the end just like the suffixes “-sar, -ser” sometime had the similar consonant distinguishing them from “-sa, -sə”. eg: -ır, -ir, -ur, -ür; -ar, -ər; -dir, -dir, -dur, -dur and so on. The consonant “r” in the end tends to be reduced in pronunciation. For example: *gəlmişdi* (r), *olmuşdu* (r), *vətəndi* (r), and etc.

Let’s look at the other side of the issue. The complex sentences connected with the suffixes “-sar, -ser”, “-sa, -sə” have historically had an independent predicate. All of the complex sentences having the suffixes “-sa, -sə” are two-component sentences. The use of “-sa, -sə”, the initial version of “-sar, -ser”, as a verb ending leads to this conclusion. The fact that, on the monuments the suffixes “-sar, -ser” were used together with the present time endings (ersar, erser) confirms the above-mentioned idea. The study of language materials shows that in complex sentences connected with the suffix “-sa, -sə” both the suffixes “-sar, -ser” and the verb’s conditional ending are omitted. In this case, it does not matter whether the predicate is a verb or a predicative. Simply, it should be based on the criterion that if “-sa, -sə” are added to the lexical units, they denote the conditional form of the verb, but if they are added to the grammatical units they can be omitted. Let’s look at a few examples:

– *Görsələr yanır insan* - *If they saw a burning man*

– *Yanana od verdilər* - *They would give him flames* (Ə. Kərim – A. Karim);

– *Bütün aləm qoşunçəksə, alınmazdır sözün yurdu* (S. Vurğun) – *If the whole world draws troops, the land of the word is invincible* (S. Vurgun);

– *Hünərin varsa, get atanla haqq-hesab çək* (İ. Şıxlı) – *If you have the courage, go and settle accounts with your father* (I. Shikhli);

– *Müəllim ona bir sual verərsə, qıpqırmızı olardı* (M. İbrahimov) – *If the teacher asked him a question, he would go red* (M. Ibrahimov).

In the first and second examples, the suffixes of the conditional form of the verbs are omitted, while in the third and fourth examples the particles are reduced. In the third example, the predicate is preceded by the predicative suffix (“Hünərin var (dır) sa ... – “If you have the courage ...”). All of the conjunctions in the examples create

conditional content between the components, so those sentences are compound sentences with a conditional clause.

All of the conjunctions in the examples create conditional content between the components, so those sentences are complex sentences with conditional clauses. In the last two examples, suffixes “-sa, -sə” can be easily reduced, because in these sentences the conditional content seems to go into the background, and “-sa, -sə” lose their semantics in the sentence as it moves away from the lexical unit:

– *If you have the courage, go and settle accounts with your father* (I. Shikhli);

In fact, in this example “-sa, -sə” don’t create conditional content in the same way as “isə”. In our opinion, the same situation occurs when other conjunctions are added to the suffix “-sa, -sə”; Different shades of meaning are added to the sentences as the “-sa, -sə” suffix components leave the conjunctive functions to other conjunctive means. That is why the connection between the components in the analytical-syndetic type of sentences is out of the control of “-sa, -sə”. This process occurs mainly in complex sentences, the components of which are connected by “-sa, -sə”, but not in the adverbial clauses of condition.

Prof. G. Sh. Kazimov, speaking about conjunctive components in complex sentences with conditionals, emphasizes the role of intonation as a means of connection and defines four types of subordinate clauses: asyndetic, syndetic, analytical and analytical-syndetic [3, p. 308]. In the scientific literature, this division belongs to M. Shiraliyev. In these examples, the linguist emphasizes that in asyndetic sentences the principal clauses are joined to subordinate clauses only by intonation, and the possibility of adding the suffix “-sa, -sə” to the boundary of the components at any time. He classifies sentences with the suffixes “-sa, -sə”, the auxiliary word “isə”, and its reduction (-sa, -sə) as a syndetic type, while the subordinate clauses with “if”, “hərgah” and the suffixes “-sa, -sə” are the analytic-syndetic type of subordinate clauses.

Syndetic type of subordinate clauses are formed by so called “-sa, -sə” or its “-sa da, -sə də” variants, as well as “-mi, -mi, -mu, -mu”. In morphology, “-sa, -sə” is taught as a sign of a conditional form, and “isə” is taught as a conjunction or particle that forms a condition of verb forms. Particles are the most used auxiliary parts of speech in our language. His role in speech is remarkable for its breadth and versatility. The term “ədat” (a particle) used in modern grammar books is very different from previous periods. In the past, the word “ədat” and “ədavat” included all auxiliary parts of speech (conjunctions,

conjunctions, exclamations, adats, and all suffixes). But the interesting fact is that “ədat” (particles) given in modern grammars are words and morphemes that are different from auxiliary parts of speech, which either disappeared in them at the time, or were not taken into account at all” [4, p. 102].

Thus, it is not accidental that the reduced form of the particles “-sa, -sə” and “isə” are called “ədat” (particles). In fact, the situation is completely different. The role of the particles “-sa, -sə” or “isə” don't correspond to the function of “ədat” as a part of speech. “Ədat” (particles) are presented as auxiliary means of strengthening, clarifying, questioning, limiting, commanding, affirming and denying, expressing desires and reservations. As can be seen from the division, there is no special group that states a condition; “kaş”, “kaş ki”, “təki”, “barı”, “barı”, “bir”, “bircə”, “nə ola”, “nola” are included. From what has been said, it follows that what is called “ədat” (particles) as a means of connection are in fact suffixes. In the scientific literature on complex sentences, these are called “ədat” (particles). It is noted that not only conditionals, but also other types of subordinate sentences are connected by these means. When we look at the examples, we see that these suffixes, which are called “ədat” (particles), are nothing more than morphological means that form the conditionals of the verb or the verb forms.

For example,

Azadlıq uğrunda candan da keçsən, – If you die for freedom,

Yanğınlar içində alov da içsən, – If you drink fire,

Bu qanlı, qırğınlı döyüşlərdə sən, – In these bloody, battles,

Ancaq zəncirini itirəcəksən (S. Vurğun) – You will lose the chain (S. Vurğun);

Bu saat onun saçını biləyinə dolayıb sürüməsən, kişi deyilsən; Qayıqdakılar nə qədər çalışsalar da, istiqaməti düz götürə bilmir, su qayığı əyirdi; O gəlməsə idi, bizim evdə bu dava-dalaş da olmazdı; Anası ilə göz yaşı axıdan Salatın nə qədər yalvardısa da, arvad inadından dönmədi (İ. Şıxlı). – You are not a man if you do not drag her by her hair right now; no matter how hard did the people on the boat try, they couldn't get in the right direction, the boat was bending; If he hadn't come, there would have been no quarrel in our house; Salatın shed tears and begged, but the woman did not change her mind (I. Shikhli).

As can be seen from the examples, whether “-sa, -sə”, or “-sa da, -sə də” create conditional content in all sentences, connect any action with general conditional semantics, “ədat” (the particle) does not play a key role (strengthening speech). It

means that the naming of these connective particles as “ədat” (particles) is only conditional-stylistic and is connected with a certain tradition. The first and second complex sentences have conditional and comparative clauses, while the third one contains the adverbial clause of time. Preliminary observations on literary and artistic language, as well as colloquial language shows that the structural-semantic relations created in complex sentences are in the forefront. The characteristic feature of these particles is that the “-sa, -sə” is a condition, and the “-sa da, -sə də” particles are the main connecting means between the components of the complex sentences [5, p. 21].

When we look at the components of the complex sentence in which these “ədat” (particles) are used, it is clear that both “-sa da, -sə də”, the suffixes forming the conditional form of the verbs, and “-sa, -sə”, which are reduces forms of the particle “isə”, are parallel grammatical means. For example:

Bir az sən tələssən, – if You had hurried a little bit,

Mən geciksəydim, – If I had been late,

Bəlkə ayırmazdı sahillər bizi (N. Xəzri); – the shores might not have separated us (N. Khazri);

Vallah, od dəryasını yar, keç, desələr, keçərəm (M. İbrahimov) – Swear God, if I am said to cross the open sea of flames, I will cross (M. İbrahimov);

Güləsərinəlacı olsa, onu heç yana buraxmazdı (İ. Şıxlı) – If Gulesar had a cure, he would not let her go anywhere (I. Shikhli);

Vədəm tamamdısa, gəl al canımı (A. Ələsgər) – If my life ends and come and take my life (A. Alasgar);

Dünyada düşdünsə min dərdə, qəmə – Qaranlıq çəkmədi gözüne pərdə (S. Vurğun).

Even if you had fallen into the world's sorrows, grief – You hadn't have drawn the veil of darkness over your eyes (S. Vurğun)

In the first three examples, the components are connected by the suffixes of the conditional forms of the verbs, but in the fourth and fifth examples, they are connected by the reduced forms of the particle “isə”. As we see in first two examples “-sa, -sə” were added to the lexical unit, while in the latter examples the particles were used before the predicative endings [6, p. 403].

The semantic features created by “-sa, -sə” in the sentences are also related to their position of adding to the verb roots. In this point, they differ from the reduced forms of the particle “isə” significantly. As a rule, the suffixes of the conditional form “-sa, -sə” are either added directly to the root of the verbs, or to the initial forms, or after the negation suffixes. On the other hand, like other endings, the verb with the suffix “-sa, -sə” cannot accept any time suffixes.

The “isə” element, on the other hand, cannot be attached directly to the root of the verb, but is used only after the tense suffixes, in the imperative sentences, and even after the personal suffixes. “isə” is used not only with verbs but also with nouns [7, p. 78].

For example:

I. İçəri getsəm, danışmağa söz də tapmaram; Bəlkə də o qabağıma keçməsə,

gedib bir xata çıxardacaqdım (İ. Şıxlı); – If I go in, I can't find a word to say; Maybe if he hadn't passed me, I would have gone and made a mistake (I. Shikhli);

Fəxrəddin bəy ortalıqdan götürülsə, bəlkə, iş rast yoluna düşsə (N. Vəzirov);

– If Fakhrəddin Bey were taken out, the problem would be solved (N. Vazirov);

Başını qırxdırıb on beş sutka yatırmasalar səni, mənheç nə bilmirəm (M. Süleymanlı);

I bet they will shave your head and put into prison for fifteen days (M. Suleymanli);

II. Onda taqsır yoxdur, öldürürsənsə, məni öldür (İ. Şıxlı) – He is not guilty. If you want to kill somebody, please kill me.

İnsan baş əyirsə, – If a person bows,

Qanun da sükut etməli! (B. Vahabzadə) – The law must be silent! (B. Vahabzade);

Sözün keçməzsə bir yerdə – If your words are not heard somewhere

Böyüklük sadə susmaqdır (S. Vurğun) – Simple silence is your greatness (S. Vurgun);

Arzuyla ucalan bir xəyalamsa, Ömrüm, həyatımdır şeirimlə sevgim (N. Xəzri) – If I am a dream rising with imagination, my love, my poems are my life, (N. Khazri);

Dirisənsə, bir diriliyini bildir, ay rəhmətlik oğlu! (M. İbrahimov) – If you are alive, give a sign! (M. Ibrahimov);

Dərdin elə busa, lap arxayın gəz (S. Vurğun) – If your only problem is this, then you may relax.

The suffixes of the conditional forms of the verbs “-sa, -sə” in group I sentences create the conditional content. In the first sentence they are added to the root of the verb, in the second sentence after the negative suffix, and in the third and fourth sentences after the suffix of type. If to have a closer look, we can see that the last sentences clearly shows the object's interference in the fulfillment of the condition, i.e. the fulfillment of the condition is carried out by the object, not the subject.

In-group II sentences, the element “-sa, -sə” can be explained by their grammatical positions; in the first sentence, the meaning of the condition occurs after the predicative and the personal endings, and in

the second sentence “-sa” used after the predicative ending denotes judgment; the second component is imperative, which in itself expresses the semantics of direct command. In other sentences included in the group, the words denoting the noun allow for both informative and conditional content.

One of the interesting features of the conditional suffix, as well as the conditional form of the verb, is that it does not have the interrogative content. “Because the interrogative forms contradict the semantics of the conditionals. Even if the second sentence after the conditional verb is pronounced with the question intonation, the question does not belong to the conditional form, but determines the effect of the conditionally connected action on the next action” [8, p. 21]. This is quite true in this case. Question intonation usually occurs at the end of a sentence, and conditional suffixes are usually the first components. It is true that in poetry there is a case when the conditional sentence takes the second position during inversion, but this is a violation of the grammatical norm, not the dimension of literary language.

M. Rahimov writes: “... the expression of the meaning of “-sa, -sə” was a partial phenomenon for some Turkic languages and should be considered relatively ancient because it is common feature. So, in written monuments of the Azerbaijani language before the XVIII century the usage of “-sa, -sa” as subjunctive mood is a historically legitimate linguistic phenomenon. Due to the nature of the development of “-sa ... -sə” as subjunctive mood, the Azerbaijani language differs significantly from other Turkic languages: in contrast to the Turkish, Turkmen, Uzbek languages, in the modern Azerbaijani language—whether literary, colloquial or dialect languages, “-sa ...-sə” forms can neither be used as predicate in the sentences and nor be used as subjunctive mood” [9, p. 176].

In different dissertations on complex sentences formed with the subordinating conjunctions there is a lot of information about the preforms and derivatives of these suffixes, as well as the morphological and stylistic features of the suffix “-sa, -sə” and compared materials of the Azerbaijani language with examples from other Turkic languages. In general, the research is not aimed at researching specific language material, but simply listing it. Rather than the role of “-sa, -sa” in the sentences, the presentation of types of sentence of complex sentences in Turkic languages are drawn to the fore with the schemes and in comparison. In our opinion, the role of this suffixes “-sa, -sə” in compound sentences should be paid more

attention, and their effect in the context of the general sentence should be studied on the basis of separate examples. Particularly, this issue is not only met in subject, object, and predicative clauses, based on the correlative principles, but also in adverbial clauses of condition and comparison.

On the other hand, prof. M. Musayev thinks that, the adverbial clauses of concession connected by analytical-syndetic method, is more widespread in the Oghuz group languages. Here, he writes: "Here, as an initial sign of syndetic, the suffix "-sa, -sə" are added to the predicate of the subordinate clauses, and the use of the particles "-da, -də" is a characteristic of each of the languages studied. In the Turkic languages, the particles "-da, -də" can be used both before and after the predicative of the sentence [10, p. 172].

Summarizing the facts above, it can be concluded that the particles "-da, -də" used after the suffix "-sa,

-sə" acts not only as a formal sign in the connection of the components within complex sentences, but also creates a rich semantic-content.

The results of the study. Despite the fact that many monographs, textbooks and teaching aids have been written on complex sentences, doctoral dissertations have been defended, there are still issues to be investigated in this area. There is an opinion in the scientific literature: "For many years the complex sentences have been investigated from a grammatical-functional point of view. Quite often their content has either been ignored or the functional basis has been identified." However, disregarding the structural and semantic aspects of this language unit and their interrelationship does not lead to accurate results. This is the source of some controversies over relevant constructions in our linguistics nowadays".

References:

1. Hacıyeva N. Z., Serebrennikov B. A. (2002) [Comparative Historical Grammar of Turkish Languages. Baku: Sade], Türk dillərinin müqayisəli tarixi qrammatikası. Bakı : Səda, 381 s.
2. Abdullayev A. Z. (1974) [Subordinate Compound Sentences in Modern Azerbaijani Language. Baku: Maarif], Müasir Azərbaycan dilində tabeli mürəkkəb cümlələr. Bakı: Maarif, 418 s.
3. Kazımov Q. Ş. (2009a) [Selected Works (Vol. VII). Baku : Nurlan], Seçilmiş əsərləri (VII cild), Bakı: Nurlan, 576 s.
4. Rüstəmov R. (2009) [Syntax of the Turkish Language (Textbook). Baku : Nurlan], Türk dilinin sintaksisi (dərslük). Bakı: Nurlan, 202 s.
5. Yunusov A. R. (2017) [The Problem of Complex Sentences in Modern Turkish Linguistics. Baku: Science and Education], Müasir türk dilçiliyində mürəkkəb cümlə problemi. Bakı : Elm və təhsil, 120 s.
6. Kazımov Q. Ş. (2009b) [Selected Works (vol. VIII). Baku : Nurlan], Seçilmiş əsərləri (VIII cild), Bakı: Nurlan, 544 s.
7. Seyidov Y. M., Mərdanova S. M. (2008) [Grammar Problems in Azerbaijani Linguistics (Textbook). Baku: Baku University Publishing House], Azərbaycan dilçiliyində qrammatika problemləri (dərslük). Bakı : Bakı Universiteti, 312 s.
8. Yusibova G. (2006) [On the Means of Connecting the Components of Subordinate Compound Sentences in the Language of Nasimi – Research of the Institute of Linguistics Named After Nasimi. Part I, Baku], Nəsiminin dilində tabeli mürəkkəb cümlələrin tərkib hissələrini əlaqələndirən vasitələr haqqında. AMEA-nın Nəsimi adına Dilçilik İnstitutunun tədqiqləri, I hissə, Bakı, s. 17–21.
9. Rəhimov M. (2014) [History of the Formation of Verb Forms in the Azerbaijani Language. Baku : AMEA Publication], Azərbaycan dilində feil şəkillərinin formalaşması tarixi. Bakı: AMEA, 318 s.
10. Musayev M. M. (2011) [Syntax of Complex Sentences in Turkic Literary Languages. Baku : BSU Publication], Türk ədəbi dillərində mürəkkəb cümlə sintaksisi. Bakı : BSU, 404 s.

Джафарова Сабіна Абульфат кизи. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДНИХ РЕЧЕНЬ, СФОРМОВАНИХ ІЗ ПІДРЯДНИМИ ПОДІЇ

Метою статті є комплексне вивчення структур підлеглих складних речень азербайджанської мови як за структурою, так і за значенням, виявлення ролі компонентів у комунікативному процесі зі структурно-семантичного погляду.

Використовувана методологія і методи. У статті на основі описового методу розглядався освіту складних речень, утворених із підрядними умовними сполучниками. Одночасно розглядалося огляд системи підлеглих складних речень азербайджанської мови, де був використаний порівняльно-історичний метод. Методологічною основою дослідження є методи, принципи, способи і науково-теоретичні положення, що застосовуються для вивчення, розуміння і зміни фактів і подій.

Основне наукове нововведення. Вперше в азербайджанській лінгвістиці перераховані і наведені в прикладах різні типи складних речень, утворених із підрядними сполучниками. Зазначається, що

є серйозна потреба у вивченні багатства семантико-структурних особливостей складних речень, утворених за допомогою підрядних сполучників.

Результати дослідження. *Незважаючи на те, що про складні речення написано безліч монографій, підручників та навчальних посібників, захищені кандидатські та докторські дисертації, є ще питання, які належить вивчити в цій галузі. У науковій літературі є така думка: «Протягом багатьох років складні речення досліджувалися з граматико-функціональної позиції. Досить часто їх зміст або ігнорувався, або визначався як функціональна основа». Однак ігнорування структурних і семантичних аспектів цієї мовної одиниці і їх взаємозв'язку не приводить до бажаних результатів. І це виступає джерелом розбіжностей із приводу відповідних конструкцій у сучасній лінгвістиці».*

Ключові слова: *правила з'єднання компонентів, підрядні сполучники «-sa, -sə», прислівник умови, морфологічні особливості умовних виразів.*

Меджидова Хаяла Миралам гызы

Бакинский славянский университет

СИНТАКСИЧЕСКАЯ ПОЗИЦИЯ И СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ГЛАВНЫХ ЧЛЕНОВ ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

У сучасній турецькій мові спостерігається самостійний статус підмета як головного члена пропозиції. Підмет може виражатися особовим займенником, означенням, інфінітивним складом, іншими субстантивованими частинами мови, а також питальними займенниками. Питання про синтаксичний статус турецької мови, який включає особливості членів речення, способи вираження, відтінки значення, був представлений різними лінгвістами як однаковими, так і різними способами. Хоча правило вживання головних членів речення в сучасній турецькій лінгвістиці вивчалось мовознавцями з різних сторін, є багато проблем, які чекають свого вирішення. Пропозиція, яку представляє собою семантично і граматично правильно сформований вираз слів, що відрізняється від інших граматичних одиниць тим, що виражає закінчену думку і діє як основна одиниця мови, зазвичай являє собою будь-яке слово або фразу з лексичним значенням і граматичною формою в мові. Поєднання слів може бути членом пропозиції. Деякі з цих членів називаються головними, тому що вони є найбільш необхідними і вирішальними під час побудови пропозиції і вираження закінченої думки, тоді як інші називаються другорядними членами, тому що вони служать для пояснення, з'ясування та завершення своїх значень. Відомо, що морфологія тісно пов'язана з синтаксисом. Члени пропозиції належать до частин мови в такий спосіб. Іменники для підмета (в називному відмінку), займенники, інфінітивні форми дієслова для дієслівного присудка, іменники для іменного дієслова (в називному відмінку), прикметники, займенники, числівник, прикметники для визначень, деякі займенники, дієприкметники, іменники для доповнення, займенники; прислівники для обставин, дієприслівники, деякі загальні і власні іменники, що позначають місця, виступають як засіб вираження. В арабській мові головні члени речення є компонентами предикативних спілок і утворюють основу пропозицій з двох частин. Ці члени взаємозалежні і доповнюють один одного.

Ключові слова: підмет і присудок, турецька мова, однина, множина, категорія особи, узгодження.

В турецком языке сказуемое, которое считается основной частью предложения, состоящего из двух частей, служит для завершения мысли и грамматически зависит только от подлежащего, обозначает признак предмета, выражаемого подлежащим. Сказуемое обычно выражается вариантивными формами глагола, а также существительными и их сочетаниями. Сказуемое имеет тесную синтаксическую связь с подлежащим, образующим в предложении отдельное целое, и эта связь определяется формальными особенностями сказуемого, то есть сказуемое с подлежащим согласуется по принципу лица и количества. В связи с этим с личными и количественными суффиксами в турецком языке только сказуемое подвергается формальному изменению, а в синтаксических отношениях между сказуемым и подлежащим второе всегда является независимой, не подчиняющейся стороной. Сказуемое, будучи подчиненным, принимает и согласуется с грамматическими

особенностями подлежащего. В предложениях с одним или двумя частями, а также в типах предложений по цели и интонации (повествовательное предложение, вопросительное предложение, побудительное предложение, восклицательное предложение), полные и неполные предложения, простые и сложные предложения, то есть для всех типов предложений важен порядок членов предложения. Слова в предложении связаны друг с другом по значению и грамматике, что является одной стороной вопроса. Однако порядок слов в предложении также является одним из ключевых вопросов. Помимо семантических и грамматических связей между словами, важно учитывать правильный порядок членов предложения. Прежде всего, давайте посмотрим на синтаксический статус подлежащего в турецкой лингвистике.

В турецком языке некоторые исследователи отмечают, что существует два или даже больше двух типов подлежащего (gerçek özne, sözde özne,

örtülü özne, seslenmeli özne, açıklanmalı özne), в которых были допущены большие ошибки. Например:

Gerçek özne – это член в глагольных предложениях, который обращен к сказуемому или подлежащему, а в назывных предложениях – это бытие или предмет; sözde özne – неопределенные дополнения, seslenmeli özne – междометие, örtülü özne – дополнения, açıklanmalı (ortak) özne – общий предмет и так далее.

Большинство турецких лингвистов делят подлежащее на две части: «реальное подлежащее» (gerçek özne) и формальное (sözde özne). Они определили сказуемое как предложение, состоящее из определенных типов глаголов, а подлежащее – как формальное подлежащее. Х. Дыздароглу согласен с мнением В. Хатибоглу. Турецкие лингвисты описали субъективные и несубъективные подлежащие как два отдельных типа подлежащих. Кроме того, турецкие лингвисты пытались объяснить проблему, определяемую в лингвистике, как «средства выражения подлежащих» как «типы подлежащих» и, к сожалению, иногда допускали серьезные грамматические ошибки. Так, междометия и обращения иногда интерпретировались как «звучащие подлежащие» [2, с. 42].

Несмотря на столь незначительные ошибки турецких лингвистов, они попытались подробно объяснить главные части предложения.

Среди турецких лингвистов взгляды Х. Эдиску, В. Хатибоглу, Х. Дыздароглу, Т. Банкуоглу и других на подлежащее несколько иные.

Один из турецких лингвистов Дыздароглу дал следующее определение подлежащего: «Подлежащим называется член предложения, в котором сказуемое выражает событие или движение». Дыздароглу показал девять типов подлежащего. Но большинство из этих видов ошибочно. Например: такие подлежащие как *seslenmeli özne*, *örtülü özne* и так далее [2, с. 41].

В. Хатибоглу дал следующее определение подлежащему: «Лицо, которое выражает формы глагола или компоненты глагола, называется подлежащим». Он привел 11 типов подлежащего, и имеются некоторые ошибки в классификации этих типов – столько же, сколько у Дыздароглу.

Т. Банкуоглу писал, что подлежащее может иметь простой смысл, так как означает лицо или предмет (3, 121). Мнение Т. Банкуоглу по этому принципу несколько спорно. В отличие от других турецких лингвистов, он назвал подлежащее на турецком языке термином “kimse”. Однако другие лингвисты называли подлежащее “özne”, назва-

ние “kimse” не соответствует истинному смыслу и характеру подлежащего. Потому что, когда мы говорим “kimse”, мы имеем в виду только живое существо, но, как мы знаем, в подлежащем мы имеем в виду не только живое существо, но и неодушевленный предмет.

В отличие от турецких лингвистов, азербайджанские и русские лингвисты правильно изучили синтаксический статус подлежащего. Например, А.Н. Баскаков говорил о подлежащем, о способах его выражения. Он показал, что подлежащее может быть образовано из разных частей речи и способов их образования (4, 41).

Короче говоря, основные признаки подлежащего в современном турецком языке заключаются в следующем:

а) Хотя подлежащее предложения указывается с одним из личных местоимений, а суффикс, обозначающий лицо, в конце сказуемого указывает на подлежащее, которое можно указать отдельно: *Ben her gün Paşayı doya doya görüyorum* (А.Расим)

б) Из-за личных глаголов в турецком языке почти все глаголы, а также все существительные из-за наличия категории сказуемого создают образ субъекта через грамматический признак, который они несут, когда являются сказуемыми, часто субъекту не нужно выражать независимыми словами – подлежащим, и оно отбрасывается. Такая ситуация чаще всего возникает, когда подлежащее выражается личными местоимениями: *Dizilin, ellerinizi yıkayın, burnunuzu karıştırmayın* (Томрис Уяр).

в) Если подлежащее дано в предложении как личное местоимение, то подлежащее, которое может использоваться вместо личного местоимения, может быть указано отдельно: *Bir yıl, ailenin bütün çocukları, Yengenin kurusuna aşk derecesinde bağlandık* (Р. Н. Гюнтекин)

г) Если подлежащее выражено личным местоимением в предложении, как местоимение, так и подлежащее, используемое вместо него, могут быть даны вместе. Этот тип подлежащего играет роль определительного подлежащего. *O, kocam geldi. Siz hastalar, her zaman böylesiniz.* (М. Есари)

д) Подлежащее может использоваться более одного раза в одном предложении. Оно встречается более одного раза в общих предложениях со сказуемым. Такие общие предложения со сказуемым встречаются в основном в сложных предложениях. *Yani ömür biter, bir uzun sonbahar olur.Yaprak, çiçek ve kuş dağılır, tarumar olur* (Й.К. Бятылы).

В турецком языке подлежащее выражается личным местоимением, определительным словосочетанием, инфинитивом, а также другими субстантивированными частями речи и фразами, а также вопросительными местоимениями, которые могут их заменить.

Как мы видим, в некоторых предложениях на турецком языке подлежащее не используется, но оно состоит из суффиксов, приведенных в сказуемых. Употребление подлежащих, образованных от личных местоимений, обязательно в следующих случаях. Когда есть логическое ударение на подлежащее: *Bunların hepsini bana o söyledi*; при употреблении после себя частиц *ki, ya da*: *Bu ne ki, soze bir şey söylemedim*; при наличии однородных членов предложения: *Sayın arkadaşlar, yurttaşlar, şimdi biz, bizim çocuklarımız belki sizlerde II Cihan Savaşı tehlikesi karşısındayız*; в неполных предложениях: *Ulusal bağımsızlık savaşında memleketi yabancılardan koruyan kim?* Когда подлежащее простых предложений в сложносочиненных предложениях образовано противоречивой связью: *Niçin o gitmesin de ben gideyim*.

Предложение употребляется в определенном тексте. Текст завершает и объясняет содержание предложения. Следовательно, содержание предложения связано не только с лексико-грамматическими средствами слов в нем, но и с текстом. С этой точки зрения отсутствие подлежащего или сказуемого на нашем языке не указывает на неполноту мысли, другими словами, это не формирует неполную мысль. Предложение, в котором опущено подлежащее или сказуемое, является неполным только из-за отсутствия члена, структуры существующего предложения, и общий текст легко заполняет этот пробел. Следовательно, члены предложения не следует рассматривать изолированно в неполных предложениях. Их следует рассматривать по отношению к членам, в которых они используются, или в других предложениях.

Неполное предложение используется, чтобы выделить логически важную часть предложения, придать речи легкость, беглость, лаконичность и предотвратить ненужное повторение. В таких предложениях не повторяются слова или фразы, которые уже были упомянуты или известны из контекста, в результате чего речь становится яснее и конкретнее.

Лингвисты показывают способы выражения подлежащего разными количествами. В. Хатибоглу из турецких лингвистов показал шесть частей

речи, Диздароглу – шестнадцать частей речи, азербайджанские лингвисты – шесть и т.д. Основным средством выражения подлежащего в современной турецкой лингвистике является существительное.

Давайте посмотрим на факты:

Подлежащие, образованные из звуков.

Bugün keyfiyette dem ü devranda
Meclisten meclise cim cime düştü.

Okuduk elifin satırların

Geldik hecesine mim mime düştü (Эмра Эрзурмулу)

Подлежащие, образованные из слогов. Эта ситуация чаще всего встречается в грамматически связанных предложениях. *A* и *T* в слове Ата-тюрка – турецкие значимые слоги.

Подлежающие, выраженные суффиксами.

– *Ip ulaç ekidir.*

В принципе все типы существительных выражаются как особо, конкретно, абстрактно, в единственном и множественном числах и так далее.

Pehlivan Al sırtını bodur bir incir ağacına dayamıştı. Şamdin esrarlı cigarayı uzattı (Орхан Кемаль).

Подлежащие, выраженные прилагательными:

Прилагательные могут употребляться как определения при выполнении основных синтаксических задач, но после субстантивации они также могут быть подлежащими:

Güzeller seyrana çıkmış

Birisi Aslıma benzer (Ашык Керем)

Подлежащие, выраженные местоимениями.

Хотя местоимения широко используются с подлежащими, первые имеют разное значение в зависимости от типа значения. *Ancak pusuya düşürülen Muzaffer Bey köylüler tarafından öldürülür. Habib suçlu gibi görünse de kanıtlanamadığı için yakalanmaz. Çiftliğin hanımı Güllüdür artık ve kendisi Serap Hanım olarak tanınır. Daha sonra köylülerle birlikte, Habib çiftliği ateşe verir. Sen gel de beni inşaatta, iskelenin üstündü gör* (Орхан Кемаль).

Наречия, частицы, междометия, союзы, звуковые имитации могут быть субстантивированы в повторах и иметь статус подлежащего и так далее.

Подлежащие, выраженные глаголами в турецком языке: формы глагола могут быть субстантивированы. *Çalışacaksın, gelecek zaman kavramıyla birlikte emir de bildirmektedir* (Ахмет Джеват Эмре).

Даже неопределенные формы глагола могут иметь статус подлежащего.

Инфинитивы, которые носят признаки существительного из-за их суффиксов и глагола из-за их корней, образуют составы, подчиняя ряд слов через непредикативные комбинации глаголов, которые также являются сложными подлежащими и требуют вопроса *что?*

Hulyâsı kalmayınca hayâtın ne zevki var?

Bitsin, hayırlısıyla, bu beyhûde sonbahar!

Ölmek değildir, ömrümüzün en feci işi

Müşkül budur ki, ölmeden evvel ölür kişi (Яхья Кемаль Бятли).

Подлежащие, выраженные в словосочетаниях, в турецком языке в основном часто используются. *Vatan toprağı, bizde de ecnebi memleketlerde de her hisseden bu vehmi verer topraktır* (Яхья Кемаль Бятли).

Причастия, как и инфинитивы, образуют композицию за счет своих корней, но, в отличие от инфинитивов, у них есть признаки прилагательных из-за суффиксов, которые они образуют, и после субстантивации они используются как подлежащее, отвечая на вопрос «кто» или «что». *Hatta korktuğum, bir dakida sonra başıma geldi* (Ахмет Расим).

Подлежащие, образованные с помощью деепричастий: *Binip – ip ekiyle türemiş bir ulaştır* (Тахир Неджат Генкан).

Придаточное предложение без выражения сочинительной связи и сложные предложения могут быть подлежащими. Подлежащие, производные от предложения, чаще встречаются в сложных предложениях.

Придаточные предложения, употребляемые как подлежащие.

Istikbalı düşünsem karanlık, maziyi düşünsem faydasız (Орхан Ханчерлиоглу).

Посмотрим на написание подлежащего на современном турецком языке.

Обязательно стоит обратить внимание на несколько особенностей при написании подлежащего на современном турецком языке и следовать известным правилам. Если они не принимаются во внимание, то смысл предложения изменяется.

Чтобы подлежащее было понятнее, после него ставится запятая: *Halo Cafer, elinde çinkol bir kap, karısına yiyecek alabilmek için Senem bacıyla Fatmanın yanında bekliyordu* (Орхан Кемаль).

Если в предложении их несколько, между ними ставится запятая. *Kaymakam, Belediyev Başkanı bunu düşünmüyorlar, buna yanaşmıyorlar.*

Если подлежащее сравнивается с другими членами предложения, то после него ставится точка

с запятой. *Dünya: sesleri, renkleri, acılar, sevinçleriyle, çoktan bırakıp gitmişti onu* (Сельчук Баран).

Если подлежащее находится в середине предложения, то запятые используются с обеих сторон, чтобы отделить его от других членов.

Bu musikiyi, o, son kudretiyle parlattı

Ölünce, ülkede bir muhteşem güneş battı (Я.К. Бятли). Если подлежащее стоит в конце предложения, ему предшествует запятая, чтобы не путать его с другими членами. *Ne yapıyorsun, Erol?* (Яшар Кемаль).

Пояснительные подлежащие отделяются от реального подлежащего и друг от друга запятыми. *Kim gördü seni Allah aşkına? Dayak korkusu kalkınca biz, kırk çocuk, öyle azdık, öyle kudurduk.*

В общих предложениях между подлежащими ставятся запятые.

Zülmün topu var, güllesi var, kalası varsa,

Hakkın da bükülmez kolu, dönmez yüzü vardır.

Göz yumma güneşten,

ne kadar nuru kararsa,

Sönmez ebedi, her gecenin gündüzü vardır.”

(Тевфик Фикрет)

Если местоимение единственного числа или множественного числа третьего лица, или одно из указательных местоимений находится в позиции подлежащего, после него ставится запятая.

Sen şehid oğlusun, incitme, yazıktır atanı;

Verme, dünyaları alsan da, bu cennet vatani

O, benim milletimin yıldızıdır parlayacak

O, benimdir, o benim milletimindir ancak.

(М.А. Эрсой)

Между подлежащим и сказуемым, которые являются главными членами предложения, существует связь и согласование в разных направлениях. Чтобы предложение было синтаксически правильным, необходимо обращать внимание на это согласование. В некоторых предложениях подлежащее и сказуемое взаимозависимы. В таких случаях невозможно отделить подлежащее от сказуемого. Эти особенности в основном проявляются в существительных или причастиях, которые выражают категорию времени и представлены в форме словосочетаний.

Çünkü ben buradayım karanlıktayım

Belki gelmem gelemem beş dakika bekle git

Çünkü elimi kestim beni kan tutuyor

Şarabım bütün ekşi suyum soğuk (Атилла Ильхан)

В турецком языке связь между подлежащим и сказуемым имеет два направления: а) с точки зрения количества; б) с точки зрения лица.

Количественное согласование на турецком языке.

а) Согласование подлежащего и сказуемого первого лица единственного числа. Если подлежащее идет от первого лица множественного числа, тогда сказуемое тоже будет от первого лица. Если подлежащее выступает в роли личного местоимения и произносится отдельно в предложении, это используется в форме *biz* или *bizler*. *Bir gün, Karaköy'de pastanede otururken, yoldan geçen bir kıızı görerek beğenir. Günlerce onu izler. Kız merak ve beğeniyle bakar. Yolunu uzatarak, onunla konuşma imkanları yaratır. O ise heyecanlı yürüyüşleri konuşmaya yeğ tutar. Sanki onunla konuşursa tılsım bozulacaktır. Sonunda bir gün buluşmaya karar verirler. Taksim'deki bir kahvede oturur. Ama hala ikilemedir. İlk günlerdeki heyecanı sönmüştür. Biz yarın gidiyoruz artık, bugün yolu tutuldu* (Мехмет Раут).

Чтобы придать этому слову значение уважения и вежливости, местоимение *siz* используется во множественном числе, если подлежащее используется в роли местоимения во множественном числе второго лица, то сказуемое тоже будет употребляться во множественном числе второго лица. *Safa geldiniz, cariyeler nerede?* (Самипагазаде Сезай).

Если речь идет об уважаемых людях, сказуемое употребляется во множественном числе третьего лица.

Beş efendi Hazretleri beni neden çağırmışlar anlamadım (Фикрет Ариф).

б) когда беседа ведется во множественном числе, если подлежащее в единственном числе, то сказуемое может быть и в единственном числе, и во множественном числе. *Yarın sabah çocuklar bir günlük yemekleriyle beraber mektebe geleceklerdi* (Омер Сейфеттин). *Yalnız zengin milletler, yalnız paralı fertler kuvvetlidir., zengindir* (Х.Е.Адивар). *Bak yolcular hep seni geçtiler* (Н.У.Р. Гюрпынар).

в) Если глаголы во множественном числе находятся в роли подлежащего, сказуемое будет в единственном числе. *Yalnız kısa konuşmalar, can sıkacak kadar uzamıştı* (Юсуф Зия Ортач).

г) Если животные и растения занимают положение подлежащего и во множественном числе, сказуемое, как правило, в единственном числе. *Yol kenarında, sürülemeyen taşlıklarda kadın tuzlukları, karaçalılar ve bodur ardiçlar var* (Хикмет Бирант).

д) когда необходимо придать смысл лица растениям и животным во множественном числе, то

сказуемое может быть во множественном числе. *Deniz kuşları ötüşüyorlardı* (Шахап Ситки)

Если неодушевленные существа во множественном числе и в роли подлежащего, сказуемое будет в единственном числе. Когда неодушевленному подлежащему необходимо придать личное значение, сказуемое должно быть во множественном числе. *Bulutlar, rahat acelesiz batıya doğru ilerlediler* (Селахаттин Бату).

Demin yeri değişen yağmur damlaları, toprağı doyurduktan sonra önündeyi küçük çukurlarda ilkile birkaç gölcük yarmışlar (Хикмет Бирант).

е) Когда времена указаны во множественном числе, сказуемое будет в единственном числе. *Sevinc günleri, bu acılıklar bir daha tattara tattıra geçer* (Ахмет Расим).

ж) если в предложении несколько подлежащих, то сказуемое будет во множественном числе. *Gencler, ihtiyarlar, düşünenlerin hepsi muayyen bir hedefe beraber gidebilmek için çalışıyorlardı* (Х.Е.Адивар).

Личное согласование в современном турецком языке.

а) Если подлежащего от лица единственного числа, сказуемое тоже будет в единственном числе. *Köşkte Gafur'un yerini alan Memed, ailesini de buraya getirir. Sanem bulaşık karavanların yanına geldi* (Орхан Кемаль).

б) если подлежащее используется больше одного в предложении, если одно из подлежащих находится в единственном или множественном числе местоимения первого лица, сказуемое будет во множественном числе первого лица. *Komiser, ben, Baba gülmeye başladık* (Ахмет Расим).

в) если подлежащее используется больше одного в предложении, если одно из подлежащих находится в единственном или множественном числе местоимения второго лица, сказуемое будет во множественном числе второго лица. *Lakin o vesen daha mesutsunuz* (Ю. Р. Караосманоглу).

г) если подлежащее используется больше одного в предложении, если одно из подлежащих находится в единственном или множественном числе местоимения третьего лица, сказуемое будет во множественном числе третьего лица. *Bütün kadınlar, çocuklar ve o, cami meydanındaki büyük çınarın etrafına toplanmış, ellerinde yaylıklar ağlıyorlardı* (Ю. Р. Караосманоглу).

д) если два или три подлежащих находятся в единственном числе или во множественном числе первого, второго, третьего лиц, сказуемое будет во множественном числе первого лица. *Ben, sen, o, biz, siz, onlar gedeceyiz* (Октай Акбал).

Как мы видим в турецком языке, один из главных членов предложения – подлежащее, имеет полностью независимую синтаксическую позицию и имеет свои особенности в речевом выражении и построении предложений. Подлежащее, которое служит для формирования сказуемого на турецком языке и грамматически не зависит от других участников, подчиняется основному закону, который определяет порядок слов в про-

стых предложениях, стоит перед сказуемым или, скорее, перед остальной частью предложения и выражается существительными в именительном падеже, местоимениями, а также другими субстантивированными языковыми единицами. Подлежащее наглядно выражает признак (в самом широком смысле слова), определенный в сказуемом, и отвечает на один из вопросов: кто, что, где.

Список литературы:

1. Hatiboğlu V. *Tümçenin Sözdüzümü*, Ankara, 1988
2. Dizdaroglu H. *Tümçe bilgisi*. Ankara, 2001.
3. Banguoglu T. *Türk genin Cameri*. Istanbul, 1999.
4. Baskakov A.N. Предложение в современном турецком языке. Москва, 1984.
5. Məcıdova X. M. *İxtisas ölkəsinin dili (Türk dili)*. Dərs vəsaiti. Bakı, 2020
6. Məcıdova X. M. *İxtisas ölkəsinin dilində ünsiyyətdə nitq mədəniyyəti (türk dili)*. Dərs proqramı. Bakı, 2020
7. Mirələm X., Həsənova V. *Türkçe oku metinleri*. Bakı, 2005

Majidova Khayala Miralam. SYNTAXIC POSITION AND MEANS OF EXPRESSING THE MAIN MEMBERS OF THE PROPOSAL IN TURKISH LANGUAGE

In modern Turkish, there is an independent status of the subject as the main member of the sentence. The subject can be expressed by a personal pronoun, definition, infinitive composition, other substantivized parts of speech, as well as interrogative pronouns. The question of the syntactic status of the Turkish language, which includes the characteristics of the members of the sentence, means of expression, shades of meaning, was presented by different linguists in both the same and different ways. Although the rule of using the main members of a sentence in modern Turkish linguistics has been studied by linguists from different angles, there are many problems that await their solution. A sentence, which is a semantically and grammatically well-formed expression of words that differs from other grammatical units in that it expresses a complete thought and acts as the basic unit of the language, usually represents any word or phrase with lexical meaning and grammatical form in the language. A combination of words can be a member of a sentence. Some of these members are called major because they are most necessary and decisive in constructing a sentence and expressing a complete thought, while others are called minor members because they serve to explain, clarify, and complete their meanings. It is known that morphology is closely related to syntax. Sentence members refer to parts of speech as follows. Nouns for the subject (in the nominative case), pronouns, infinitive forms of the verb for the verb predicate, nouns for the nominal verb (in the nominative case), adjectives, pronouns, numerals, adjectives for definitions, some pronouns, participles, nouns for the addition, pronouns; adverbs for circumstances, gerunds, some common nouns and proper nouns denoting places, act as a means of expression. In Turkish, the principal members of a sentence are components of predicative conjunctions and form the basis of two-part sentences. These members are interdependent and complementary.

Key words: subject, predicate, Turkish, singular, plural, category of person, agreement.

Taghiyeva K. A.

Azerbaijan State Agrarian University

PRECEDENT ERGONYMS OF GANJA AS A CARRIER OF CULTURAL INFORMATION

The article examines ergonyms of Ganja city as precedent names. It analyzes the development of precedent ergonomics and their role as a carrier of cultural information. The article emphasizes that ergonyms have become a part of the culture of the people in the modern world, an indicator of the functional capabilities of its language and are conditioned by the national and cultural traditions of the people.

Precedent names are units that reflect the national cultural heritage and history of each nation. The precedent name, which is closely related to its denotation, is able to present the image formed in the mind of a certain linguist. Different onomastic categories can be precedent names. Special names have a special place in the culture of the people, they reflect the specifics of national consciousness. The broad lexical background of specific names is defined as the totality of associations with national culture. The sociocultural background surrounding the names is very important in understanding these units. Precedent names are also units common to all members of a particular linguoculture.

The urgency of the study is due to insufficient study of precedent names, especially precedent ergonyms. Although precedent names have been studied by a number of scholars, this topic is still overlooked by linguists in Azerbaijani onomastics.

The article discusses ergonyms as precedent names. The ergonyms in question are also related to precedent toponyms (specifically the Ganja toponym in the article). The city of Ganja, the cradle of ancient culture, has played an irreplaceable role in the development of socio-economic, political and cultural life of Azerbaijan. Ganja ergonomics consists mainly of associative-figurative units reflecting the culture and background information of the nominee. Among these names are onyms given in connection with a person and location.

The main purpose of the study is to characterize the development potential of precedent ergonyms. The object of research is the national cultural specifics of precedent ergonyms, the subject is the features of their development. Descriptive, observational and semantic analysis methods were used in the research. The research allows to reveal the peculiarities of the development of precedent names in ergonyms. As a result of the research, it becomes clear that the study of the design features of precedent ergonyms is relevant and interesting, as well as that they can provide clear and meaningful information.

Key words: linguoculturology, precedent, special name, precedent name, ergonym.

Precedent names are units that reflect the national cultural heritage and history of each nation. The issue of precedent in linguistics has been analyzed in the works of D.B. Gudkov, A.V. Superanskaya, Y.N. Karaulov, Y.M. Lotman, Y.A. Sorokin, V.V. Krasnykh, D.I. Yermolovich and others. "Precedent name is the name of a personal, representative precedent text or precedent situation and the status of the component of the cognitive base that corresponds to the linguistic and cultural context (D.I. Yermolovich, A.V. Superanskaya, D.B. Gudkov)" [10, c.4]. According to researchers (for example, Y.N. Karaulov, A.V. Zavadvorova, G.G. Slisshkin) who consider the precedent to be a feature of linguistic phenomena (precedent text, situation, name), these phenomena arise through the cultural fund of world or national history and are

recognized by members of society at the national or international level. In the theory of precedent "A summary definition of the term "precedent phenomenon" (text / quotation, situation, name, statement) is given, which is significant for a particular person in cognitive and emotional relations, which has a supra-personal character, i.e. well known to the wider environment of this person" [4, p. 216].

Language reflects the national landscape of the world, it contains a system of values, the main function of which is the transmission of culture and traditions from generation to generation.

Linguoculturology, which is the relationship between language and culture, can be considered an independent direction in modern linguistics. Linguoculturology, which studies the "worldview formed through the national language", has its

own subject and language and culture, which are in dialogue, interaction [8, p. 9]. It referred to the “learning of language as a cultural phenomenon” [11, p. 19], “studying the interrelationships and interactions of cultures and languages in its functioning and reflecting this process as a whole structure in the unity of linguistic and non-linguistic content with the help of systematic methods and cultural methods”, “it is aimed at the study of linguistic and non-linguistic (cultural) content in a unified manner by systematic methods and in terms of modern priorities, as well as a system of norms and universal cultural instructions” [3, p. 37].

In addition, linguoculturology as “discipline, studying the manifestation, reflection and fixation of cultures in language and discourse [5, p. 12], at the same time, “has a brightly expressed interdisciplinary character, integrates different knowledge of the humanities. For modern linguistics interdisciplinary researches are the most characteristic and demanding” [2]. The development of linguocultural orientation is conditioned by the attempt to understand the phenomenon of culture as a specific form of human and social existence in the world. This field studies the manifestations of the culture of the people, which are reflected and identified in the language.

“Culturally significant information is stored and transmitted by means of proverbs, sayings, phraseological expressions, winged expressions, and common and precedent phenomena” [7].

Precedent phenomena, especially precedent names, are signs of national and world culture.

Special names have a special place in the culture of the people, they reflect the specifics of national self-consciousness. The broad lexical background of special names is defined as a set of associations with national culture. The sociocultural background surrounding the names is very important in understanding these units. Precedent names are also units common to all members of a particular linguoculture. As you know, a proper name has 3 types of information: speech, language, and encyclopedic. Precedent names are distinguished from other onyms by the richness of encyclopedic information. This allows precedent names to provide cultural, historical and social information.

The precedent name, which is closely related to its denotation, is able to present the image formed in the mind of a certain linguist. Different onomastic categories can be precedent names. Some studies even suggest that precedent onyms be identified as a separate group when classifying proper names.

“At the present stage, researchers distinguish the following groups of onyms, which serve as sources of precedence: 1) anthroponyms; 2) place names; 3) the names of artistic or other works created by the intellectual labor of a person; 4) chrononyms; 5) the names of business objects; 6) the names of the ships; 7) animal nicknames [9, p. 85–99]. Ergonyms have a special place in this classification as a type of special names.

Ergonyms – “special names of people’s business associations” [1, p. 146] – has already become part of the culture of the people in the modern world, an indicator of the language situation and the functional capabilities of the language of a particular country. Ergonyms differ from other onyms by their specific features, characterized by special onomastic regularities. The national-cultural specificity of ergonyms is reflected in the fact that, although they have an international character, they reflect the national culture, as it is conditioned by the national-cultural traditions of the people. This is fully clarified when harmonizing ergonomics with national cultural concepts.

Ergonyms are traditionally considered to be part of a system of onyms of one or another linguocultural aspects. It is known that the sum of ergonyms and typical contexts in which they are used forms an ergonomic space. This space, in our opinion, has some universal parameters, which is due to the similar characteristics of the objects referred to. In this case, each ergonym as an element of ergonomic space, and the space itself has the characteristics defined by a specific linguoculture. In addition, the system of ergonomics is determined by the regional descriptions of one or another linguoculture.

The city of Ganja, the cradle of ancient culture, has played an irreplaceable role in the development of socio-economic, political and cultural life of Azerbaijan. The city is the center of the historical region of Arran. The name of this region of Azerbaijan has changed several times. So, in the period from 1804 to 1918 it was called Elizavetpol, from 1918 to 1935 it was again called Ganja, in 1935 it was renamed Kirovabad (in honor of S. Kirov), and in 1989 its historical name was returned again. Speaking about the history of the city, it can be briefly mentioned that it is a socio-economic and cultural center. Ganja, like other cities of Azerbaijan (Gabala, Nakhchivan, Sheki, Shamakhi, etc.), was a settlement with a beautiful geographical landscape and was gradually formed as a city. After Barda, the center of the Aran khanate, Ganja played an important role in international trade and was one of the places where caravans often

passed and stayed. In the IX–X centuries it was the capital of the Shaddadids. At the beginning of the XII–XIII centuries, as the capital of the Atabey state, Ganja gained great fame not only within the country, but also abroad with its products. In the 20th century, Ganja was the temporary capital of independent Azerbaijan, established in 1918 for a short time. The city of Ganja was selected as the “European Youth Capital” in 2016, and the “Capital of Culture” of the Commonwealth of Independent States in 2017. Currently, Ganja is the second largest city in Azerbaijan.

Ganja ergonomics consists mainly of associative-figurative units reflecting the culture and background information of the nominee. Among these names are onyms given in connection with a person and location.

Ganja oikonym is found as an integral part of many ergonyms in the city: “Ganja Mall”, “Ganja Telecom”, “Ganja Cosmetics”, Ganja Medical-Diagnostic Center, “Yeni Ganja” Medical Center, Ganja Humanitarian College, Ganja State Puppet Theater, etc.

It is very important to choose a name responsibly. Traditionally, the protection of cultural monuments affects the process of choosing ergonomics. The great Azerbaijani poet and thinker Nizami Ganjavi laid the foundation of a series of poems called “Khamisa” (“Five”) in Eastern literature, in the Turkic-Muslim world. After the great master, the creation of “Khamisa” became a tradition in Eastern literature, and poets of many nations created the poems “Five”. The whole life and rich literary activity of the artist is connected not only with one of the largest cities of Azerbaijan and the Caucasus, but also with Ganja, which is known as an important cultural center of the Middle East. “Khamisa” is one of the rare pearls of the world literature, which is reflected in the names of objects in the city, for example: “Khamisa Mall”, “Khamisa Park” (trade objects) and so on.

Local toponyms are also reflected in ergonyms. “Mahsati Garden” in Ganja is connected with two ergonomics: 1) Mahsati Ganjavi Center (cultural center); 2) “Mahsati Baghi” cafe. These onomastic units are associated with the name of the first famous Azerbaijani poet, the first female chess player, the first prominent female musician and, most likely, the first female composer Mahsati Ganjavi, who lived in the late eleventh and early twelfth centuries. In front of the Mahsati Ganjavi Center there is a garden named after him, and in the garden there is a cafe “Mahsati Baghi”.

We can give an example of the localization of the object, i.e. the street where they are located,

their position in relation to the nominee, as well as the ergonomic “Shah Ismail Khatai Shop 95” to the names referring to other toponyms. There are many objects in Azerbaijan named after Shah Ismail Khatai, the founder of the Safavid state, who translated Azerbaijani Turkish into the state language and did great work for the political, social, economic and cultural development of the country. This ergonym in Ganja is also located on the street named after him and has an unusual structure.

According to S.L. Kushneruk, precedent names, on the one hand, are closely related to their carrier and contain information about him, on the other hand, have relative independence and are able to attribute certain features to objects. The researcher notes that the precedent name has a certain meaning and shows that the meaning consists of the following components: “Nominative value – names the object indicated by the name; denotative meaning – includes typical features reflecting cultural and historical information associated with the primary referent and often recorded in the dictionaries of culture (M.A. Solovyov); and the significative meaning associated with the presence of a conceptual component in the name” [6, p. 32].

Based on this classification, we can give relevant examples: the name of the restaurant “Goygol” corresponds to the nominative meaning. This ergonym is connected with my toponym – Goygol. From the day of its creation, the name of Goygol is mentioned in poems and songs as a symbol of beauty. This hydronym is also used in various onomastic fields, including ergonomics, by transonymization.

We can attribute the ergonym “Khan’s garden” / “Khan Baghi” to denotative names. The most famous and largest park in Ganja is Khan Baghi. Khan’s garden was built in 1700. The total area is 6 hectares. One of the oldest parks in the Caucasus, Khan Baghi, which historically existed as a resting place for khans, is named after the ruler of Ganja Ziyad khan. “Khan Baghi” is famous throughout the country for its rich flora. The name of this garden is reflected in the name of “Khan Baghi” cafe.

Ganja is distinguished by its unique sweets and dishes, for example: *Gəncə dovğası*, *Gəncə kətəsi*, *Gəncə paxlavası* and etc. In addition, other blessings of Ganja are popular (for example, greens, cheese, fruits, etc.). Commercial facilities selling these goods exist in many cities of Azerbaijan and are known as “*Gəncə nemətləri*”, “*Gəncə mətbəxi*”, “*Gəncə təndiri*”. In our opinion, it would be correct to attribute these ergonyms to names with significant meaning.

Let's get acquainted with some of the other precedent ergonomies given to commercial objects of Ganja city. Usually, precedent ergonomies are given in connection with the nature of the operation of objects. For example, the children's clothing store "Buratino" – a woodcutter who has an unusual adventure in search of a golden key, everyone is familiar with the story of Buratino and his friends. The transfer of Buratino, the favorite hero of children's fairy tales, to such an object is a successful step. Titanic Fish Restaurant – The name of this famous ship, which still resonates around the world, is usually given to seafood in many places. It can be considered as a name that creates an emotional relationship in the addressee. The fact that the pharmacy "Aybolit" – the hero of Korney Chukovsky – the name of the healing institution of the benevolent doctor Aybolit – has a positive association. Simurg Company – Simurg is a legendary bird mentioned

in the mythology of the peoples of the East. In Azerbaijani folklore, the Simurg bird is usually described as a kind bird that helps people and fights against evil forces together with the hero. The Simurg bird usually plays a supporting role. It is also noteworthy that the company engaged in passenger transportation was given this name.

The study allowed discovering specific features of the use of precedent names in ergonomics; to discover that precedent ergonomies allow the transmission of information in a bright, concise and accessible form. The study revealed: 1) the study of the properties, functioning of precedent ergonomics is relevant and interesting; 2) active use in ergonomic space Ganja precedent names, rising to the names of heroes, fairy tales, myths, movies, cartoons; 3) they attract the attention of city residents, potential customers, offered and advertised topics or in the form of a city service facility.

References:

1. Adilov M., Verdiyeva Z., Ağayeva F. *İzahlı dilçilik terminləri lüğəti*. B.: Elm və Təhsil, 2020. 656 s.
2. Белозерова А. В. Лингвокультурология как лингвистическая дисциплина. *Современные проблемы науки и образования*. 2013. № 1. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=7681>.
3. Воробьев В. В. Лингвокультурология: теория и методы. Москва : Российский ун-т дружбы народов, 1997. 332 с URL: <https://www.twirpx.com/file/1377206/>.
4. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Москва : Наука, 1987. 264 с.
5. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Лекционный курс. Москва : Гнозис, 2002. 284 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/213813/>.
6. Кушнерук С. Л. Сопоставительное исследование прецедентных имён в российской и американской рекламе : дисс. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2006. URL: <https://www.twirpx.com/file/2830776/>.
7. Лобан Т. В. Прецедентный феномен как объект исследования. *Вестник Мазырського державного педагогічного університету імя І.П. Шамякіна*. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pretsedentnyu-fenomen-kak-obekt-issledovaniya>.
8. Маслова В. А. Лингвокультурология : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. Москва : Академия, 2001. 183 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/2211117/>.
9. Нахимова Е. А. Прецедентные онимы в современной российской массовой коммуникации: теория и методика когнитивно-дискурсивного исследования: монография. Екатеринбург : ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2011. 313 с.
10. Поветьева Е. В. Прецедентное имя как феномен интертекстуальности в англоязычном художественном дискурсе. АКД. Волгоград, 2014. URL: https://vspu.ru/sites/default/files/disfiles/avtoreferat_povetevoy_e.v..pdf.
11. Rəhimov M. N. Müasir Azərbaycan dilinə tərcümədə linqvokulturoloji fərqlilik faktoru (amerikanizm-frazеologizmlərin dilimizdəki semantik adekvatlıq probleminə dair). *Bakı Universitetinin Xəbərləri, Humanitar elmlər seriyası*. 2015. № 1. S. 19–24.

Тарієва К. А. ПОПЕРЕДНІ ЕРГОНІМИ ГЯНДЖИ ЯК НОСІЯ КУЛЬТУРНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

У статті розглядаються ергоніми міста Гянджа як прецедентні назви. Він аналізує розвиток попередньої ергономіки та їх роль як носія культурної інформації. У статті підкреслюється, що ергоніми стали частиною культури людей у сучасному світі, показником функціональних можливостей його мови та зумовлені національними та культурними традиціями народу.

Прецедентні імена – це одиниці, що відображають національну культурну спадщину та історію кожного народу. Назва прецеденту, яка тісно пов'язана з його позначенням, здатна представити образ, сформований у свідомості певного лінгвіста. Імена прецедентів можуть бути різні ономастичні категорії. Спеціальні імена посідають особливе місце в культурі народу, вони відображають специфіку національної свідомості. Широкий лексичний фон конкретних назв визначається

як сукупність асоціацій з національною культурою. Соціокультурне походження навколо назв є дуже важливим для розуміння цих одиниць. Прецедентні імена – це також одиниці, загальні для всіх представників певної лінгвокультури.

Актуальність дослідження зумовлена недостатнім вивченням назв прецедентів, особливо прецедентних ергонімів. Незважаючи на те, що імена прецедентів вивчали низка вчених, ця тема все ще залишається поза увагою лінгвістів в азербайджанській ономастиці.

У статті розглядаються ергоніми як прецедентні назви. Розглянуті ергоніми також пов'язані з прецедентними топонімами (зокрема, топонім Гянджі в статті). Місто Гянджа, колись давньої культури, зіграло незамінну роль у розвитку соціально-економічного, політичного та культурного життя Азербайджану. Ергономіка Гянджі складається в основному з асоціативно-образних одиниць, що відображають культуру та вихідну інформацію кандидата. Серед цих назв є оніми, подані у зв'язку з особою та місцезнаходженням.

Основною метою дослідження є характеристика потенціалу розвитку попередніх ергонімів. Об'єктом дослідження є національна культурна специфіка попередніх ергонімів, предметом – особливості їхнього розвитку. У дослідженні використовувались описові, спостережливі та семантичні методи аналізу. Дослідження дозволяє виявити особливості розвитку прецедентних імен в ергонімах. У результаті дослідження стає зрозумілим, що вивчення конструктивних особливостей попередніх ергонімів є актуальним та цікавим, а також що вони можуть надати чітку та змістовну інформацію.

Ключові слова: лінгвокультурологія, прецедент, спеціальна назва, прецедентна назва, ергонім.

РОСІЙСЬКА ЛІТЕРАТУРА

УДК 82

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/04>

Исламова Самира Ильхам гызы

Бакинский славянский университет

ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЖАНРОВЫХ ФОРМ РОМАНОВ И. ОДОЕВЦЕВОЙ

У статті проаналізовано твори відомої російської письменниці І. Одоєвцевої «На берегах Невы» і «На берегах Сени». За жанровими особливостями ці романи належать до мемуарних. Однак у літературознавстві досі немає єдиних критеріїв жанрового визначення мемуарів. У першій половині 1990-х років виходить величезна кількість робіт, у яких з аналітичним підходом піддалися аналізу романи-мемуари в російському зарубіжжі. У цих роботах ставилося завдання опису цікавих, але майже завжди складних і трагічних доль художників слова. На рубежі століть особливо поглибилася робота з бібліографією й архівними матеріалами. Поступово з'явилися праці історичного і документального характеру. Публікуються окремі цитати зі щоденників, статті про маловідомі біографічні факти видатних особистостей. Однак серед них особливо виокремлюються, на наш погляд, два названих романи-мемуари І. Одоєвцевої. По-перше, на відміну від перерахованого автора майже не цікавлять різні соціально-економічні показники. По-друге, вона позначає іншу концепцію людини і світу. Її романи властива суб'єктивність і специфічний погляд на навколишній світ. Усі ці особливості перетворюють її романи в цікаву спогад-сагу. «На берегах Невы» і «На берегах Сени» І. Одоєвцевої слід зарахувати до особливого жанру «пошуку» роману-мемуара. Водночас деякі критики (Ар'єв) визначають його як «щоденник-спогад про Гумільова». Т. Колядіч уважає його лише «імітацією щоденника, в основі схожого на літературний портрет» тощо. У романах І. Одоєвцевої можна виокремити такі важливі жанроутворювальні риси, як Час і Пам'ять. Вони тісно взаємопов'язані і становлять конгломерат декількох ознак, як-от мозаїчність структури, асоціативність розповіді, взаємопроникнення тимчасових і просторових пластів. Двоплановість образу автора залишає за собою право трактувати особи і події в ретроспективі, але не забувати при цьому про майбутнє. У зображенні героїв присутня деяка частка вимислу і водночас максимальна наближеність до історичної правди. Взяті для аналізу твори, на наш погляд, яскраво ілюстрували таку модифікацію мемуаристики, як літературний портрет. Предмет оповіді в ньому відсторонений від самого автора, він «інший», тобто становить опис сучасників мемуариста. Тому в теорії сучасного літературознавства прийнято вважати, що літературний портрет синтетично узагальнює знання про конкретну людину, а також ставлення до нього сучасників і самого автора.

Ключові слова: проза, мемуари, література, особливості, жанр, І. Одоєвцева.

Постановка проблеми. Известная русская писательница И. Одоевцева прославилась мемуарным циклом «На берегах Невы» и «На берегах Сены». Эти произведения объединены единой тематической линией, искренней любовью к избранному кругу выдающихся русских поэтов Серебряного века. Искренность повествования, предельная честность и строгость по отношению к самой себе принесли автору заслуженный успех. Для И. Одоевцевой «воспоминания были, как острый нож» («Ушедшие годы для меня не миль») [10, с. 3].

Необходимо отметить, что мемуары практически всегда пишутся автором о самом себе. Это чаще всего его личностные воспоминания, результат субъективных переживаний. Но уже с первых строк «На берегах Невы» мы видим различие. Одоевцева отмечает: «Я пишу не мою автобиографию, это не рассказ о том, какой я была» [10, с. 3]. По той же причине Одоевцева уточняет предмет своего повествования: «не собственно личные переживания, а поколения моих предков» [10, с. 11]. И «я безмерно счастлива, что доношу

чувства и дыхание тех из них, кто долго жил без своей исторической родины» [11, с. 5]. В. Шкловский утверждал: «Мемуары Ирины Одоевцевой «На берегах Невы» получились талантливыми и увлекательными, полными новых фактов, метких и острых характеристик. Они отличаются «лёгкостью, молодостью и беззлобностью» [14, с. 95].

Часть учёных в конце XX столетия высказывала мнение, что первая книга более всего напоминает дневник. А.Арьев пишет: «Сочинение И.Одоевцевой – своего рода первоначально утраченный, а затем обретенный вновь дневник, причём набело переписанный» [1, с. 231–255]. Т. Колядич полагает, что «в этом романе-мемуаре налицо свободное волеизъявление автора, которое одновременно спрессовано в нескольких видах пространств, что в максимальной степени сближает повествование с дневниковыми записями. «Дневник же дополнен воспоминаниями, уточняющими предшествующие события» [8, с. 67].

Такого же мнения придерживается и Лидия Гинзбург. «В дневниках записи о сегодняшнем дне – это всегда записи о самих себе. Причём в дневниках чаще всего наблюдается преобладание синхронного способа отражения основных событий, этим определяется то, что перед критиками и читателями дневник – «ещё нерешенный процесс с не до конца прояснённой развязкой» [6, с. 10]. Более того это совпадает и с хрестоматийным теоретическим определением, данным в Литературном энциклопедическом словаре. В последнем издании сказано, что дневник – это «строгая фиксация повседневных случившихся событий или действий, проекция реальности на пережитое в формах прерывистых жанровых микроструктур» [9, с. 98].

Интересно отметить, что в отличие от выше-названных нами учёных, которые сопоставляют или противопоставляют дневник с мемуарами, Н. Бердяев в работе «Самопознание» пытается отыскать единый стержень, на который они опираются. Перечисляя различные жанры «о себе самом и о собственной жизни», он в единое целое объединил дневник, воспоминания, исповедь и автобиографию. Все они, по его мнению, подчинены такому признаку, как «желание писателей-мемуаристов в максимальной степени запечатлеть прошлое» [4, с. 9]. Этот жанровый признак весьма характерен для диалогии Одоевцевой; она в действительности при создании двух романов обратилась к тому, что реально и живо сохранилось в её памяти. Память спустя полстолетия –

основа любых мемуарных текстов, интересующих нас произведений в том числе.

Значительно позднее современные литературоведы (В. Пискунов, А. Тартаковский, Л. Гаранин и другие) фактически солидаризовались с русским философом Бердяевым. К примеру, Тартаковский подчёркивал: «Дневники и воспоминания, как функционально и генетически родственные классы произведений, надо полагать, можно правомерно объединять под общим единым понятием – «мемуаристика» [12, с. 42]. Причём названные критики включали сюда автобиографическую повесть, роман-хронику, документальные повествования и т.д.

Большинство критиков, которые пытаются отождествлять мемуары «На берегах Невы» с дневником, придерживаются того мнения, что и другие русские писатели-мемуаристы, воспринимая документальный факт так, как строительный материал, то есть фундамент. Им вполне возможно оперировать в целях достижения необходимого для автора художественного эффекта. В одной из своих статей М.М. Бахтин, подчёркивая разнородность, разнообразие и богатство различных жанров в русской литературе XX столетия, выделил их несколько типов, то есть разделил на первичные и вторичные. К первым он отнёс «жанры бытовые, сложившиеся в условиях бытового общения, а ко вторым (и по его представлениям, осложнённым) – жанры научные, художественной литературы, мемуары и публицистические» [3, с. 274]. Причём границы отдельных компонентов жанровых систем, по Бахтину, подвижны и взаимопроницаемы. Например, главный жанр может и быть периферийным, и стать центральным. Последнее критик В.Б. Шкловский именовал канонизацией жанров [14, с. 66].

Хотелось бы отметить, что мемуары относятся именно к таким канонизированным жанрам, так как они словно оплетены сетью разных дифференциальных признаков, которые в целом не свойственны другим жанровым образованиям. То есть перед нами вольная трактовка фактов, нечёткость изображения, некоторая размытость жанровых границ. Как результат – смещение ракурса событий. Как подчёркивал И. Шайтанов, писатели-мемуаристы в таких случаях начинают воспринимать факты с эмоциональной точки зрения сквозь призму индивидуального видения, что, конечно же, не может не сказываться на его художественном отражении» [13, с. 55]. Происходит не просто апелляция к прошлому, но именно «переживание прошлого», то есть господствует определённый

суб'єктивизм. Но дневник как жанровая форма первой книги, по мысли ряда учёных, противоречит субъективизму, Одоевцева по мере сил и возможности придерживается хроникальных фактов. Это больше подходит к определению жанровых особенностей, приведённых нами выше по статье в Литературном энциклопедическом словаре. Связь с дневником, по мнению некоторых критиков, просматривается и в том, что на протяжении всего хода повествования Одоевцева постоянно и чётко датирует происходящие события, например: «Октябрь 1918 года», «Январь 1919 года», «Зима и весна 1919–1920 годов» и т.д. За границы 20-х годов, как выясняется, в первой книги диалогии она не выходит, но это радикально не меняет существа дела в отношении определения жанровых признаков.

Выясняется, что эта мозаичная структура добавляет важные штрихи к установлению жанровых особенностей диалогии, балансирующей на грани романа и хроники (или синтеза мемуаристики с эссеистикой). Здесь, по нашему предположению, особо продуманный подбор деталей, которые сцепляются в авторской памяти, с одной стороны, посредством ассоциаций, с другой – неосознанно (на интуитивном уровне). Переход же от одних деталей к другим обозначается словесно, например: «Вот, одно, почти наугад взятое мною воспоминание» [10, с. 143]. Или графическим путём: пропуск строки, фиксация хронотопа времени, дома или пространства, например: («Декабрь 1919 года. Я нахожусь в «Доме литераторов»; здесь, как всегда, тепло, светло, по-домашнему уютно» [10, с. 208], «Это было в пятницу 29 апреля» [10, с. 92], «Как-то вечером зашёл ко мне Гумилев...» [10, с. 210] и т.д.).

Такой подбор мозаичных элементов имеет свои причины. Во-первых, он благоприятствует элементарной выразительности языка. Раскроем этот момент. Одоевцева пишет простым доступным языком. Диалоги сменяются монологами, очень мало научного изложения, почти нет усложнённых конструкций. Во-вторых, логика причинно-следственных отношений, буквально пронизывающих текст, спаянных отдельными и яркими художественными деталями, позволяет автору достичь целостности в обрисовке героев. В-третьих, Одоевцева в двух книгах избирает путь от частного – к общему. Приём известный, в художественных произведениях не новаторский, но в данном случае именно через детали вырисовывается у Одоевцевой законченный и неповторимый характер человека.

Но показательно, что динамика событий и приёмов во второй книге, по сравнению с первой, постепенно изменяется. Теоретики отмечают, что диалоги, которые словно перетекают друг в друга, создают в повествовании контуры сценичности. Такой сценичности очень много в первой книге. Но для следующей более специфичными оказываются обстоятельные описания событий или характеров. В «...Сене» более спокойный и размеренный темп повествования. В новом романе-мемуаре больше отрывков воспоминаний от других лиц, освещены некоторые биографии или малоизвестные страницы писателей. Например, вкратце приводится не до конца написанный рассказ И. Бунина «По Гоголю», очень подробно даны биографии Г. Иванова, И. Бунина, Г. Адамовича и других. Вместе с тем эти жанровые различия сохраняют, на наш взгляд, единый композиционный принцип. Так, в «...Сене» рассказ об одной встрече автора с Северяниным плавно переходит во встречу с Есениным, а затем с Мережковским, Гиппиус, Б. Зайцевым, Тэффи. И все они перекрещиваются друг с другом с помощью разнообразных сцен, разговоров на бульварах, в гостях, кафе и т.д. Одновременно в двух книгах Одоевцева вспоминает прошлое, объёмное и реальное до крайних мелочей. И воскрешение отдельных деталей, словно по цепочке, воссоздаёт картину её живого и богатого воображения. И эта яркая и пёстрая картина воспоминаний оформляется в твёрдом убеждении: «Воскресите и тогда подарите людям бессмертие» [10, с. 13].

Вместе с тем мы считаем, что неправомерно абсолютизировать все эти приведённые и аналогичные по форме и содержанию языковые и жанровые тенденции. Возвращаясь к мысли о связи мемуаров с дневниками надо отметить, что, искусственно отождествляя эти жанровые формы, мы сталкиваемся, на наш взгляд, с нестыковкой по времени. Ведь Одоевцева обращается к своим воспоминаниям о талантливых поэтах Серебряного века спустя полстолетия. У неё практически нет опоры на научные данные, она не обращается к монографической литературе и нигде не ссылается на архивные источники.

Поэтому при более внимательном прочтении становится заметным, как автор иногда нарушает хронологию в целях сохранения целостности жанровой структуры и общей картины от увиденного, услышанного, зафиксированного... Дневник – сиюминутные записи как отражения событий сегодняшнего и последующего дней. А главным источником рождения настоящей книги здесь

становится память автора. Причём память стойкая, долговременная, которая цепко и навсегда удерживает наиболее значимые события из жизни самого автора вплоть до мелочей. Одоевцева вообще очень редко ссылается на чужие мемуарные свидетельства. Если такое в отдельных эпизодах этой объёмной книги и присутствует, то неизменно проецируется через авторское творческое «Я». Все рассказы о будничных встречах с поэтами от имени действующих лиц проходят как бы стадию «личностного сопереживания» с будущим героем её мемуаров. Так что память – это тот феномен, который в этих мемуарах отмечают по ходу и её поэты-современники.

В то же время, по нашему убеждению, и память сигнализирует писателю обратиться к собственному отдалённому прошлому по разным причинам. В нашем случае дилогию начинали писать спустя длительное время, то есть по следам жизненных треволнений, впечатлений, коллизий и событий, когда появилось желание многое вспомнить, затем обдумать, пересмотреть и воссоздать. Вероятно, на примере менее известных романов-мемуаров следует говорить об утилитарном авторском стремлении элементарно «опытом поделиться», «след хоть какой-то оставить после себя». Но в этапных, исторически поворотных произведениях, к которым объективно надо отнести два романа Одоевцевой, сталкиваешься, скорее, с желанием понять себя, переосмыслить прошлое и смысл собственного существования. Это тенденция накладывает свой отпечаток и на жанровую специфику романов-мемуаров. У Одоевцевой сквозь призму долговременной памяти воплощаются художественные образы, которые как бы переводят эти мемуары в разряд не только документально-публицистических, но и литературных произведений.

В принципе эта мысль не нова. В своё время В. Белинский впервые в русской критической мысли сближал мемуаристику с художественной прозой. Он писал о том, насколько важно для писателя-прозаика мастерство в подаче материала, что незамедлительно приобщает историографическую прозу к литературе художественной. При этом критик не отождествляет их. Тем самым автор в мемуарах активно самораскрывается. Активизированное собственное «Я» пропускает в этом жанре через себя многое: общая картина мироздания, которую писатель выстраивает, закономерно дополняется индивидуальным отношением к ней (У Одоевцевой – строгой самокритикой). Но память о прошлом всегда оста-

ётся панацеей желанного успеха. Следовательно, и саму ретроспективность в повествовании можно считать одной из характерных жанровых особенностей двух книг.

Однако ретроспективность – это общее и объёмное понятие, которое вмещает в себе ряд других дифференциальных признаков мемуарного жанра. Э. Бобровой, автору монографии «Ирина Одоевцева: Поэт, прозаик, мемуарист», на примере заявленных книг удалось разграничить это понятие, разбив его на отдельные части. В дилогии она выделила «литературный портрет». Это любопытное жанровое образование. Многие художники, как известно, пишут автопортреты, но поэты или писатели к такой форме декламации, как правило, обращаются редко. Они создают портреты окружающих, с которыми непосредственно сталкивались по жизни. И Боброва фиксирует: «Одоевцева оказалась блестящим новатором в мемуарной области, открыв в «Неве...» и «Сене...» жанр воспоминаний не о самой себе, а о других. Так создаётся групповой литературный портрет» [5, с. 95].

Попытаемся продолжить мысль учёного. Итак, примем за ключевую синтагму жанровое ответвление – «Литературный портрет». Теперь разобьём его на отдельные формулы. Л. Гинзбург в упомянутой монографии писала, что в мировой литературе Сен-Симон впервые предположил, что «литературный портрет в первую очередь должен отражать мощный поток морально-социальных портретов, характеров современников» [6, с. 119].

Для нас очевидно, что Сен-Симон вынес это определение в духе не столько собственно литературной, сколько родной для себя экономической стихии. Но нам также понятно и другое: если Боброва делает главные акценты на новаторствах жанровых форм, то надо бы заострить внимание и на индивидуальном своеобразии тех портретов, которые представил нам автор. И если такое индивидуальное своеобразие с критической точки зрения просматривается достаточно ясно, то можно с полным основанием говорить о жанровых модификациях литературного портрета.

Отношение Одоевцевой к своим героям-современникам как бы растворено в создаваемом ею тексте дилогии. Как пишет К. Кедров, «между автобиографической прозой и мемуарами нередко складываются отношения «притяжения и отталкивания». Между собой эти жанры часто сходны, однако, не тождественны» [7, с. 7].

Следовательно, в нашем случае, речь должна идти о том, какому из этих двух жанров Одоевцева

отдаёт предпочтение. Вероятно, всё же мемуарной прозе. Это несложно доказать, если по факту прочтения диалогии в целом перечислить и определить функции использования художественных деталей, языковых средств, с помощью которых автор своим субъективным волеизъявлением нарисовала портреты любимых поэтов-современников. И, напротив, она строга, критична, предельно лаконична по отношению к самой себе. Собственный портрет автор набрасывает скупыми красками. Даже реплики, которые К.С. Станиславский когда-то именовал «театральными разворотами к самому себе», здесь носят криво зеркальный характер. То есть реплики Гумилёва, Мандельштама, Кузмина, Пяста, Лозинского и других о ней самой даны только с той целью, чтобы нагляднее охарактеризовать поэтов и критиков.

К примеру, едва автор намекнул читателю на роль Г. Иванова в её собственной жизни («...очень хорошо, прекрасно, что Иванов в тот вечер не смог остаться у Башкирова»), как последовало опровержение: «Он это не столько сделал для Гумилева, сколько для меня...») [10, с. 88]. И тут же после многоточия Одоевцева завершает начавшуюся фразу сослагательным наклонением, которого, как известно, не терпит историческая проза, смежная с мемуарной. («Но вовсе не стоит гадать, что было б, если б не было вовсе...») [10, с. 88]. Многоточия из сугубо лингвистического знака переходят в категорию художественную: они словно замещают авторские намеки, когда прямо и непосредственно не желаешь говорить о себе много, не считаешь, что собственная персона достаточно интересна читателям. В то же время о современниках она с неподдельной добротой и отзывчивостью пишет до бесконечности.

О чём это нам говорит? Думается, о расширении границ мемуарного повествования. Барахов в одной из своих работ предложил на рассмотрение четыре типа литературных портретов: «мемуарно-автобиографический, документально-биографический, научно-монографический и критический» [2, с. 312]. Небезынтересно отметить, что ни один из них, по нашему предположению, не подходит к диалогии Одоевцевой. Даже первый, наиболее приближённый к этим разновидностям тип литературного портрета в обязательном порядке предполагает хорошо развитую автобиографическую линию. Но её, как мы уже убедились, нет. Следующий тип, то есть документально-биографический жанровый, так же ясно и чётко не характеризует эту диалогию. По мнению Барахова, он ориентирует на использование документа, точнее неформально подтверждённых данных. То есть в этом типе литературного

портрета документ должен быть непосредственно использован («вложен») в художественном произведении. Но таких мы не встретили в двух романах Одоевцевой.

И это объяснимо: её цель совершенно другая. В настоящем случае он относительно ориентирует автора на использование документа. Интерпретации автором своих героев-поэтов вовсе не ограничиваются документальной основой мемуарной прозы. Она пишет об однозначных, конкретных и достоверных фактах, причём нередко в них входят чувства и её самой, что противоположно выделенному Бараховым документально-биографическому жанровому типу до минимума уменьшает долю и значение авторской интерпретации. Это значит, что в двух романах преобладает не критический, но описательный аспект.

Третий – срединный (научно-монографический) – тем более абсолютно не свойствен жанровым модификациям диалогии. Тексты книг написаны художественным, а не научным языком. Временами мы можем отметить разговорно-обиходный стиль, что вполне естественно, так как подавляющее большинство романских эпизодов связано с беседами поэтов между собой наедине или в присутствии автора. Одоевцева вообще не использует терминологическую лексику, которая всегда заполняет монографические тексты. С учётом того, что четвёртым типом, по классификации Барахова, является критический, он, как видим, также полностью выпадает из схемы, по которой созданы два романа-мемуара Одоевцевой.

Интересно, что приведя эту классификацию, Барахов сам же себе противоречит. Определяя общие признаки жанровых ядер, он, с одной стороны, пишет о системных связях индивидуального и типологического начал, тем самым заверяя учёных в правильности и чёткости своей квалификационной системы с четырьмя приведёнными типами, с другой – дополняет эту схему следующим заявлением: «что касается мемуарно-автобиографических произведений, то в них чувствуется некоторая условность в настоящей типологической классификации. Любого рода мемуарные сочинения, вследствие прямого и непосредственного художественно-документального отражения в них основ реальной жизни, как правило, оказываются синкретичными» [2, с.139].

Выводы и предложения. Итак, сделаем следующий вывод из отмеченного. Настоящая диалогия существенно расширяет границы наших представлений о жанровых особенностях романах-мемуаров. Возможно, деление Барахова, на которое

мы опирались, подтверждая расхождения в композиционных принципах романов Одоевцевой, отчасти, действительно, условно и потому не означает отсутствия в науке иных классификационных жанровых схем. Но в качестве рабочей гипотезы она, на наш взгляд, вполне действенная, потому что в каждой из выделенных исследователем типов присутствуют ключевое слово «мемуары». А большинство других учёных также признают «На берегах Невы» и «... Сены» романами-мемуарами. Но расширенное понимание жанровых особенностей этих книг позволяет нам говорить о выходе за пределы строгого терминологического названия. Под пером Одоевцевой они обретают статус «другой», или «новой», мемуарной литературы, с последующей легализацией разных художественно-эстетических средств, форм и приёмов документально-автобиографического письма.

В итоге мы видим, что романы-мемуары Одоевцевой обладают очень сложной жанровой структурой, вбирающей в себя богатство различных

модификаций. Их диапазон очень широк, простирается от дневниковых заметок до конструирования очерковых зарисовок, силуэтов, портретов, лирических исповедей, разнообразных встреч, состоящих из монологов и диалогов.

Диалогия Одоевцевой ставит своей главной целью описание исторической обстановки Петербурга и частично Москвы начала 1920-х годов на примере литературных кружков и обществ. Перед нами не столько предмет специального научного и художественно-документального анализа, сколько область, к которой вполне возможно прикладывать некие обобщённые идеи. Недаром горячие и непрекращающиеся дебаты на темы литературы, культуры, искусства, истории, эстетики и философии становятся в двух книгах стержнем их идейного содержания. А мировоззренческие позиции видных русских поэтов и критиков позволяют автору представить широкую галерею самых разных образов, обобщить их теории, вкратце высказывать собственные мнения.

Список литературы:

1. Арьев А. «В Петербурге мы сойдемся снова...»: (О стихах и автобиографической прозе Ирины Одоевцевой, о Георгии Иванове и Николае Гумилеве). *Перечитывая заново*. Ленинград, 1989. С. 231–255.
2. Барахов В. Литературный портрет: (Истоки, поэтика, жанр). Ленинград : Наука, 1985. 312 с.
3. Бахтин М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. Москва : Худож. лит., 1975, 504 с.
4. Бердяев Н.А. Самопознание (Опыт философской автобиографии). Москва : Книга, 1991, 448 с.
5. Боброва Э. Ирина Одоевцева: поэт, прозаик, мемуарист: Лит. портрет. Москва : Наследие, 1995, 156 с.
6. Гинзбург Л. О психологической прозе. Москва : INTRADA, 1999.
7. Кедров К. Возвращение Ирины Одоевцевой. На берегах Невы. Москва Худож. лит., 1988. С. 3–8.
8. Колядич Т. Мгновенья, полные как годы... (Двадцатые годы в воспоминаниях писателей) : уч. пособие. Москва : Прометей, 1993. 90 с.
9. Литературный энциклопедический словарь / Под общ. ред. В.М. Кожевникова, П.А. Николаева. Редкол.: Л.Г. Андреев, Н.И. Балашов, А.Г. Бочаров и др. Москва : Сов. энциклопедия, 1987. 752 с.
10. Одоевцева И.В. На берегах Невы: Литературные мемуары. Москва : Худож. лит., 1988. 334 с.
11. Одоевцева И.В. На берегах Сены. Москва : Худож. лит., 1989. 333 с.
12. Тартаковский А. Русская мемуаристика XVIII – первой половины XIX века: От рукописи к книге / АН СССР, Ин-т истории СССР. Москва : Наука, 1991. 286 с.
13. Шайтанов И. Жанровое слово у Бахтина и формалистов. *Вопр. лит. Москва*, 1996. Вып. 3. С. 89–114.
14. Шкловский В.Б. О теории прозы. Москва : Художественная литература, 1983, 312 с.

Islamova Samira Ilham. THE CHARACTERISTIC FEATURES OF THE GENRE FORMS OF THE NOVELS OF I. ODOEVTSEVA

In this article, the works of the famous Russian writer are involved in the analysis I. Odoevtseva "On the banks of the Neva" and "On the banks of the Seine". According to genre features, these novels belong to memoir novels. However, there are still no clear and uniform criteria for the genre definition of memoirs in literary studies. In the first half of the 1990s, a huge number of works were published in which memoir novels in the Russian abroad were analyzed with an analytical approach. In these works, first of all, the task was set to describe the interesting, but almost always complex and tragic destinies of the artists of the word. At the turn of the century, the work with bibliography and archival materials was particularly deepened. Gradually, works of a historical and documentary nature appeared. Individual quotes from diaries, articles about little-known biographical facts of outstanding personalities are published. However, among them, in our opinion, the two named novels-memoirs of I. Odoevtseva. Firstly, in contrast to the above, the author is practically not interested

in various socio-economic indicators. Secondly, it means a different concept of man and the world. Her novels are characterized by subjectivity and a specific view of the environment. All these features turn her novels into an entertaining memory-saga. "On the banks of the Neva" and "On the banks of the Seine" by I. Odoevtseva should be attributed to a special genre of "search" for a memoir novel. At the same time, some critics (Aryev) define it as "a diary-a memory of Gumilev". T. Kolyadich considers it only "an imitation of a diary, basically similar to a literary portrait", etc. In the novels of I. Odoevtseva, first of all, such important genre-forming features as Time and Memory can be distinguished. They are closely interrelated and represent a conglomerate of several features. For example, the mosaic structure, the associativity of the story, the interpenetration of temporal and spatial layers. The ambiguity of the author's image reserves the right to interpret persons and events in retrospect, but not to forget about the future. In the image of the heroes there is a certain amount of fiction and at the same time the maximum approximation to the historical truth. The works involved in the analysis, in our opinion, vividly illustrated such a modification of memoiristics as a literary portrait. The subject of the narrative in it is removed from the author himself, he is "different", that is, he is a description of the memoirist's contemporaries. Therefore, in the theory of modern literary criticism, it is considered that a literary portrait synthetically summarizes knowledge about a particular person, but also the attitude of contemporaries and the author himself to him.

Key words: *prose, memoir, literature, features, genre, I. Odoevtseva.*

Shcherbina V. V.

orcid.org/0000-0002-2717-3855

National Academy of the National Guard of Ukraine

LEXICO-SEMANTIC EXPRESSIVE MEANS AS A FEATURE OF YURGIS BALTRUSHAITIS' POETIC WORLD IN THE CONTEXT OF RUSSIAN SYMBOLIST POETRY

The article is devoted to the analysis of the lexico-semantic expressive means in Yurgis Baltrushaitis' artistic world. The features of symbolist artistic thinking contributed to the creation of specific image system. The development of the lyrical plot, in which concrete notions were replaced by abstract images and ideas, required the use of expressive means aimed at symbolic transformation of the world.

The purpose of the article is to reveal the features of lexico-semantic expressive means and stylistic devices in Baltrushaitis' artistic world, to outline the similarity and difference in their use in early poet's works and in the lyrics belonging to later periods of Baltrushaitis' creative activity. Baltrushaitis' artistic world consists of images, based on the parallel with nature, cosmos and the universe. Most of images and motifs are frequently repeated and seem to be constant in poet's works.

It is proved in the article that simile, connected with the motif of the continuous motion, appears to be one of the most productive and frequent expressive means in poet's artistic world. Semantically similes can be divided into several groups. The similes, denoting time and time attributes are especially numerous. They reveal the poet's perception of the time concept. Time in Baltrushaitis' lyrics is developed in a circular way: day – hour – instant – day. All periods of time in the poetry are related to the image of eternity. The motifs of ascent and descent reflect the most significant periods in the lyrical character's life. These motifs are connected with the problem of true being and the necessity of inner development and spiritual seeking.

It is shown that the similes connected with the ascent are aimed at emphasizing the emotional and spiritual completeness of the lyrical character's life. The similes, describing the lyrical character's descent, have opposite meaning and are aimed at reflecting man's feeling of dismay and fatality. In late Baltrushaitis' lyrics the similes, summarizing the lyrical character's spiritual seeking, are based on the comparison of time and time attributes with the words denoting concrete notions.

In Baltrushaitis' lyrics words belonging to opposite semantic sphere are easily united revealing man's intensive inner life and controversial feelings and emotions. Antithesis uniting contrasting concepts appears to be the important expressive means as well as the compositional centre of many Baltrushaitis' poems.

Key words: simile, antithesis, image, lyrics, artistic world.

Formulation of the problem. The Russian symbolists are known to create a new type of artistic thinking, based on worshipping poetic word and new, in some way iconic, attitude to the poetic language, capable of mythopoetic transformation of reality. The creators of new literary trend worked out the manner of writing that differed a lot from those existing before. The new manner gave the opportunity to depict the *world of dream* as well as to show the slightest movements and changes of life in order to create the mood necessary for the artist. As a result the readers' imagination could perceive the author's message. In their eagerness to show the mysterious world of ideas, the symbolists were looking for universal regularities. The expressive

means and stylistic devices became in the Russian symbolists' lyrics the method of transforming the ordinary life and showing the way to the ideal world of harmony.

Philosophic and aesthetic views of the Russian symbolists determine both the originality of their poetics and specific features of the verse systems. The new literary movement, created at the turn of the centuries, reflected the main moods and worries of the epoch. The apprehension of deep public crisis as well as the expectation for something new was reflected in literature. The picture of literary development at the end of the 19-th – beginning of the 20-th century seems to be rather complicated and controversial. Each poet was looking for unique

way of realization. It was the time when new, both realistic and unrealistic artistic movements appeared. They were different by nature and were based on various and often opposite ideological and artistic principles. Different character of literary phenomena, unlikeness of aesthetic programs proved to be the signs of transition era in the world literary process. The Russian symbolists created both the new art and the new literary school with the original vision of poetic language aimed at recreating its original *magic* destiny. The symbolists worked out the new manner of writing which allowed them to depict the world of dream and spiritual concentration. The concept of the poetic image was changed and it caused the use of specific expressive means suitable to express both intensified emotions and abstract ideas. The expressive means of the language and all kinds of stylistic devices became for the Russian symbolists the way of symbolic transformation of the world.

The researcher N. Kozhevnikova points out: “The masterly use of tropes allowed the representatives of the *new art* to show the specific movement of artistic images without mixing with reflected reality. Each word got additional meaning and became a symbol and each symbol became a trope itself” [4, p. 25]. The original language consisting of words-symbols appeared to be the only reality their philosophic views based on. The words-symbols embodied the essence of the world, the mysterious unity of its sensual manifestations and supersensible revelations. The Russian symbolists contributed to the world literature original themes, new ideas, motifs and images which required specific means of embodiment. The stylistic devices helped symbolists to express the slightest shades of emotions and approach the unearthly world of harmony. Based on combination of incompatible notions, the tropes in the symbolist artistic world were aimed at transforming ordinary things into something ideal and harmonious.

Literature review. Russian symbolism is an international phenomenon. Yurgis Baltrushaitis seems to be some kind of iconic figure in the history of Russian-Lithuanian relations at the end of the XIX-beginning of the XX century. His creative output isn't very significant in volume but seems to be integral and original and is based on the assimilation of two cultures. The poet joined the symbolist movement when it had already become the powerful literary trend. For his contemporaries Baltrushaitis was the brilliant expert on Scandinavian literature and active promoter of Modernist literature. Poet's lyrics and critical reviews occupy modest place in the symbolist art but in many aspects reproduce

the evolution of this literary movement. Baltrushaitis' poems and articles remained beyond the critics' attention until the 1980-s. The only book, devoted to the poet's life and creative activities, belongs to Lithuanian researcher V. Dauyetite [3], who takes into consideration Baltrushaitis' personality, his relations with Russian symbolists of older and younger generations, cooperation in symbolist editions “Vesy” and “Scorpion”. V. Dauyetite emphasizes the dual character of Baltrushaitis as a poet, his belonging to the Lithuanian and the Russian imperial cultures, whose features can be observed in two artistic worlds, which seem quite different.

B. Merzhvinskite [7], another Lithuanian researcher, paid special attention to the connection of poet's critical reviews and his lyrics. In her opinion, Baltrushaitis' critical works give the opportunity to determine his literary orientation in a more proper way. The reviews and articles create the certain unity with Baltrushaitis' poetry. The researcher points out, that “the main poetic themes, images and lyrical tone often coincide” [7, p. 130].

The studies of the Lithuanian researchers contributed to the further analysis of Baltrushaitis' artistic world in the articles of O. Cramar [5], T. Shekhovtsova [9], O. Kushlina [6]. The scholar L. Sproge [8] takes into consideration the features of chronotope and its connection with the means of creating poetic images.

S. Gardzano [2] gives the detailed characteristic of the expressive means and stylistic devices of several Baltrushaitis' poems, devoted to Italian history, culture and traditions.

In spite of increasing interest to Baltrushaitis' poetry and his personality, the researches, devoted to his creative activity, are not numerous and are connected with the limited number of issues. The modern state of the science shows that the heritage of artists who, didn't define the leading symbolist tendencies but played significant role in that movement, isn't properly analyzed. In many aspects it concerns Yurgis Baltrushaitis, whose poetry is seen as the integral part of the literary context of the time. The problem of his poetry correlation with the Russian symbolism isn't studied enough. The analysis of existing works prove that the complete studies of Baltrushaitis' artistic world, in general, and expressive means of his poetry, in particular, haven't been done.

The purpose of the article is to reveal the features of lexico-semantic expressive means and stylistic devices in Baltrushaitis' artistic world, to outline the similarity and difference in their use in early poet's works and in the lyrics belonging to later

periods of Baltrushaitis' creative activity. The analysis of lexico-semantic and syntactic stylistic devices in Y. Baltrushaitis' poems will give the opportunity to reveal the structure and features of his poetics in its interconnection with other symbolists' seeking. The results of the research will help to define the nature and features of Baltrushaitis' artistic method and his position in the history of the Russian Symbolism and in the 20-th Century Literature.

Outline of the basic material. Characterizing the poetic mood and impressions, made by Baltrushaitis' poems V. Dauyete points out that "his lyrics is filled with the atmosphere of quietness, concentration, spiritual dismay, noble and genuine sadness" [3, p. 166]. Philosophic wisdom, genuineness of feelings and severe veracity of Baltrushaitis' works contributed to his choice of expressive means, suitable for creating specific thoughtfulness and constant emotional strain of the poetic context. In poet's artistic world the concept of love doesn't have absolute poetic value and isn't regarded as the source of lyrical experiences. Baltrushaitis never wrote about intimate sufferings or deeply personal feelings. The spiritual seeking or psychological state, controlled by philosophic idea, became the basis of poet's artistic world. The poet turned philosophic ideas into some kind of belief and inner necessity. In many Baltrushaitis' works feelings and emotions can be seen from aside from the point of view of a thinker, a philosopher of nature. Avoiding speaking about love, the poet came to the certain idealization of nature and cosmos. In V. Dauyete opinion, "Baltrushaitis' poetry is based on subjective relations between the personality and the universe but the components of the outer world are merged into poet's mood, experience and turned into the new artistic reality. The transformation of reality into artistic one occurs by means of lyrical perception" [3, p. 168].

The context of the whole Baltrushaitis' lyrics appears to be especially significant as it creates the certain emotional strain at each separate poem. As a result the abstract philosophic idea is combined with the specific lyrical mood. The poet seems to look for correspondence between human feelings and the universe itself. Baltrushaitis' artistic world consists of images based on the parallel with cosmos and the universe. Most of poetic images are frequently repeated and seem to be constant ones. The number of major images is not big but combinations they form with each other are numerous and original. The most typical images of *space, time, Eternity, sea, drop, light, steps, dream, prayer, shade, circle, corn, sickle,*

stick, heart are used for creating expressive means and stylistic devices in Baltrushaitis' lyrics.

Simile appears to be one of the most frequent stylistic devices in poet's artistic world. The researcher V. Dauyete points out: "The basis of similes is nature and universe. Baltrushaitis' similes look like the true search of connections between man and the earth, like bridges which help the poet to overcome the abyss, separating them" [3, p. 190].

The similes are not steady structures. They are movable and dynamic. Let's consider the way the similes develop in Baltrushaitis' artistic world. It is known that symbolists were likely to perceive all their works as the entire indivisible text. Baltrushaitis' two books of poems seem to be the story of the same lyrical character. In the mystery of being man is viewed to be the pilgrim and his life resembles the journey.

The idea of constant movement forms the basis of the lyrical plot of books of poems as well as of most verses. This idea is expressed with the help of expressive means and stylistic devices. The way of the lyrical character starts on bright spring morning. He admires the world around him. In early poems the similes are used to show the man delightfully worshipping nature. Nevertheless, the poet emphasizes, that man is enthusiastic but passive observer who hasn't faced the discord with the nature.

"Piruyu, kruzhus na piru svetovom, / *Kak iskra v pozhare zhyvom...* / Pred chudom sverkania bessmertnykh zarnits / Ya, smertnyy ne padayu nits" ("Rassvetnyye volny kachayut ladyu") [1, p. 33].

The lyrical character believes that he'll be able to cognize the universe and to reach the world of harmony. He perceives himself as the integral part of world circulation. The first group of similes in early poems are based on comparison of two gigantic images: "Raskrylis *dali* znoynyey, / *Kak bezdny siney tmy...* / Ya slyshu vikhri stroynnyey / Poyushchiye psalmy" ("V gorakh") [1, p. 38].

"*Bozhiy mir dlya nas – kak more...* / My na tyomnom beregu" ("Na otmeli") [1, p. 59].

The lyrical character feels the connection with the nature but perceives it not as the reality but as some unattainable ideal. The similes appear to emphasize the sovereignty and immutability of space, which seems boundless and powerful. The lyrical character is impressed by the immensity of the world. Man enthusiastically observes the life of nature which is perceived as the part of the universe. The atmosphere of newness as well as visual impression is created with the help of similes.

The second group of similes contains comparison of the world and the outer space with other nature

images or abstract concepts. Let's have a look at some examples of similes belonging to this group. "V rosiyuy krug zemli, raskryvsheysya, kak chasha" ("Utrenniye pesni") [1, p. 32].

"V tishi nebes raskrylos mirovoye, / Gde bleshchet yarche plama bytiya, / Gde ves prostor – kak prazdnestvo zhivoye!" ("Na poroge nochi") [1, p. 77].

"Sladko serdtsu byt na svete! / Vse zhe mir – kak vechnyy lug" ("Grokhot miga") [1, p. 83].

"I snova dukh, kak piligrim opalnyy, / Voskhodit v khram prorocheskoy Molvy, / Gde shir zemli – kak zhertvennik venchalnyy / Pod zvezdnyy krovom Boga sinevy" (Voskhozhdeniye") [1, p. 105].

The lyrical plot is based on the idea of continuous movement. The lyrical character is regarded as the integral part of this global motion. The image of space develops in parallel with the spiritual development of lyrical character. At the beginning of his way the world looks friendly and comprehensible.

"S bezmernym likovaniyem / Smenyayutsya chasy, / Ves mir obyay siyaniyem, / Chto kapelka rosy!" ("V gorakh") [1, p. 38]. The simile is aimed at expressing hero's admiration and delight he feels worshipping nature and enjoying its beauty and power.

The way of the lyrical character goes from serene happiness towards the tragedy of understanding the impossibility to reach the heavenly world as well as to acquire harmony and spiritual comfort. The moment of happiness, short and unreliable, is followed by a new period in the life of the lyrical character. Man is in dismay and is in vain trying to look for the unity with nature. Man's suffering is deep, severe and restrained. We can notice that similes change semantically. They are aimed at emphasizing indifference and hostility of the space as well as the inner drama of the lyrical character: "Nash bozhiy mir – kak chuzhdaya obitel, / Ugryumyy khram iz drevnikh mshistykh plit" ("Vecher") [1, p. 76].

In nature everything is repeated, all phenomena are cyclical. The author underlines the impersonal greatness of nature, its invincible steadiness which makes the lyrical character, realizing the fragility of his own life, look for eternity and durability in nature. "I v mertvom prostore, / Nad seroy dorogoy, / Gde glukho sedeyet trava, / Bezmolvno i strogo, / Kak sonnoye more, / Raskryla svoyy mir sineva" (Put k sineve") [1, p. 139].

In V. Dauyete's opinion, "the similes in Baltrushaitis' artistic world have metaphoric character. At the same time similes are viewed as the way of seeking the connections between man, nature and the universe. Metaphor appears to be the formula and confirmation of the found connection" [3, p. 190].

The similes denoting time, its attributes and characteristics of different time periods of human life are numerous both in Baltrushaitis' early poems and in his late lyrics. This feature of poet's artistic world can be also explained by the symbolist tendency to cycle creating. As a result each poem looks structurally completed as well as open and ready to get new semantic connections. In Baltrushaitis' lyrics poems seem to be components of the whole text community reflecting the certain episode in the development of the lyrical plot. The similes are connected with the motif of the eternal motion which is regarded as the organizing center of the book of poems. The symbols of four seasons are related to the poetic cycles in each collection of poems. The plot of each poetic cycle develops according to its inner laws, creating the movement of poetic thought from one period of the lyrical character's life to another one. The similes, characterizing the beginning of the hero's way, have positive meaning. *Day* seems to be the most important time period and corresponds to the youth of the lyrical character.

"V rosiyuy krug zemli, raskryvsheysya, kak chasha, / Chto pennoye vino, struitsya znoyny den" ("Utrenniye pesni") [1, p. 32].

"Lyetsya, kak plama, v vody / Siniy, radostnyy den – / Kholit zemnyye vskhody" ("Krug Vekovechnyy") [1, p. 106].

The world seems to be waiting for being explored and discovered. All the phenomena are subordinated to the universal aspiration. The similes are aimed at creating the special emotional atmosphere. In the poetic context time gets colouring and becomes tangible.

Hour corresponds to the next period in lyrical character's spiritual growth. At first, *hour* seems to be light, movable and less tangible. The comparison of hour with airy and water elements is aimed at revealing the hero's specific emotional state. Such similes help to create the general atmosphere of flight. The man views himself as integral part of the earthly world. All the phenomena of nature are connected and subordinated in their common aspiration to the far heavenly world of harmony. The lyrical character shares the feeling of global unity and admires it. The true artist's duty is to comprehend and appreciate the slightest movements and manifestations of nature. Art and nature are inseparable as only together they can give man the opportunity to experience the mysteries of all creation. "Moy chas, kak oblako plyvyot" ("Bespechnost") [1, p. 39]. "Skvoz lyogkiy son dushi, / Plyvyot-struitsya chas obyknovennyy, / Kak dym v tyshi" ("Chas Obyknovennyy") [1, p. 191].

Gradually *hour* acquires some fluidity and materiality. “*Chas cheloveka podobno volne / Znayesh li, smertnyy v nochnoy glubinye, / Vstretiv molitvoy zvezdnuyu tish, / Chimi ustami ty govorish?*” (“More i kaplya”) [1, p. 199]. We can notice that *time* doesn't seem to be as kind, generous and carefree as it was at the beginning of the lyrical character's pilgrimage. In the poem “The Sea and the Drop” (“More i kaplya”) the picture of night looks vast and dignified. Night is mysterious, serene and full of harmony. The lyrical character can't help thinking about God, the creator of the world harmony, the power, uniting people and nature. The time of human life is given and determined by God. The Biblical motifs can be heard in the poem. The lyrical character's pray is spiritual comprehension of eternity. Man is longing to reach the world of harmony and only God may lead him through the prehistoric chaos to the beginning of creation.

“To yav gremit, to, osenenny snami, / Kak dymnyy fakel, tleyet tikhiy chas... / Ikh chereda raschislennaya ne name, / Ikh tayny sled v dushe reshen bez nas!” (“Razdumye”) [1, p. 156].

The simile based on the comparison with *smoky torch* gives the opportunity to see the way the time of human life moves and passes by. The torch is burning and the lyrical character is approaching the merciless death. In Baltrushaitis' artistic world the *hour* materializes and acquires more physical characteristics, such as volume, shape, direction.

“*Chas – kak legkaya strela... / Mig v nyom – budto vzmakh kryla... / Vspykhnul svet, I snova mгла!*” (“Bystrotechnost”) [1, p. 123].

The *hour* is personified, drifts away from the lyrical character and turns into mysterious creature which can rule and direct human life. The poet emphasizes the tragic position of man in the earthly world. The lyrical character's life may seem happy and light but it is always full of suffering and anxiety due to the transience of time and being.

“Dalshe, vse dalshe, vse glushe poyet / Skorbnyy i mernyy, otryvistyy zvon – / Shestviye Chasa v pustyne vremen” (“Mayatnik”) [1, p. 98].

The continuous motion of time is the compositional center of the poem. The lyrical character is trying to reconsider his life and to enter into the dialogue with *time* which is embodied in the images of gloomy Captain of mysterious galley and symbolic Pendulum, which leads man to the dark abyss beyond time and space which seems to be man's only reality. The task of the true artist is to enlighten the chaos and to start a new living cycle. The motifs of *ascent* and *descent* as the most significant periods

in the human life can be heard in the poem. These motifs are connected with the problem of true being and the necessity of inner development and spiritual seeking.

The similes, denoting time and time attributes, reveal the poet's perception of the time concept. In Baltrushaitis' lyrics time is not the form of objective reality or matter existence. The introduction to the eternity, which can be found in the present, appears to be the important guideline in poet's artistic world. The time perspective is getting narrower. The image of *instant* is seen to be the most significant as in the poet's opinion, the instant can help man to cognize the eternity and approach it.

“*Mgnoveniya – kak molnii... / V ikh smene Nemeyet vzdokh ot delnosti vo mne... / I v smertnoy dole vyshe net stupeni*” (“Voskhozhdeniye”) [1, p. 104].

Hours are alternated by *instants* which are inweaved into the eternity. The concept of instant in Baltrushaitis' artistic world is connected with the image of *steps*, which appear to be the attribute of lyrical character's *ascent* and *descent*, two main periods of his spiritual development. The *steps* and *instants* are seen as the measure of countdown. Similes, describing the image of *instant*, are used to work out the certain semantic benchmarks which contain either positive or negative characteristics of the lyrical character's surrounding.

“Vot lyutsya solnechnyye volny, – / Bayukaya zabvenno nas, / I kazdyy mig – kak kubok polnyy” (“Lish tot sred zvezd venchayet zemlyu”) [1, p. 205].

“I mig, chto shumnyaya volna, / U skal morskich, ne znaya sna, / Poyet molitvennyye ody” (“Pismo”) [1, p. 218].

In these poetic contexts the similes are used to emphasize the emotional and spiritual completeness of the lyrical character's life. The man's *ascent* is the way of creation and gaining supreme values.

The similes, characterizing the lyrical character's *descent*, have opposite meaning and are aimed at reflecting man's feeling of dismay and fatality: “Prokhorit zhizn v tomlenii i strakhe... / Bezmeren put... / I kazdyy mig, kak shag k ugryumoy plakhe, / Szhimayet grud” (“Chernoye solntse”) [1, p. 90]. “Zabvennyy mig i srok trevogi, / Stol chasto ostroy, kak igla” (“Chas izmeni tsvety solgali”) [1, p. 202].

In Baltrushaitis' artistic world the tragedy of outer being is opposed to the richness and light of the human soul. The lyrical character can find charm in his longing.

“Chut vnyatno dyshit vecher pozdnyy / Poslednyy mig iz chasa rozni / Otstaloy iskroy dogorel”

(“Chudom teni”) [1, p. 188]. The creative activity belongs to the heavenly world and is always directed up into the sky. The picture of night determines the tone of the narration which sounds like serene and majestic.

“Speshi zh rastorgnut Chudom Teni / Vsyu bol i gorech dolnikh slyez, / Kto v veshchiy chas nochnoy stupeni / Svoy zhrebiy k vechnosti voznes!” (“Chudom teni”) [1, p. 189]. Great emotional strain awakens new forces and abilities in the human soul. Each emotional impression is considered, developed and turned into the regularity. The lyrical character’s enriched by the experience of *ascent* and *descent*, is ready to start a new cycle of his spiritual seeking.

In late Baltrushaitis’ lyrics the similes, summarizing the lyrical character’s spiritual seeking, are based on the comparison of *time* and *time attributes* with the words denoting concrete notions.

“Tvoy kazhdyy chas – chto khleb pshenichnyy, / I s nim ty krepok, s nim ty – tsar... / A mne moy mig – krokha, sukhar, / Ne v meru zhestkiy, slishkom cherstvyy!” (“Vyacheslavu Ivanovu”) [1, p. 266].

Time materializes and becomes the main necessity of the lyrical character. The comparison with the stale crumb of bread emphasizes the value of time and shows how little time of human life is left. In the poem “Premonition” (“Predchuvstviye”) the lyrical character perceives his time not as impersonal regular cycle but as the way of a personality. “Amin! Tsvetyot venets ternovyy / Vselennoskoy Vechere otsel, / Blagoslavi svoi okovy / I budet vremya – kolybel...” (“Predchuvstviye”) [1, p. 271]. Man is trying to comprehend wisdom of God, of Higher forces, to realize the life of nature and approach the ideal world of harmony. Wisdom of God appears to be majestic and magnificent. Wisdom of man is in understanding his dramatic lot and accepting it. The Biblical allusions are used to express the idea of soul immortality and eternity of life.

We can notice that the image of time develops in a circular way: *day – hour – instant – day*. All periods of time in Baltrushaitis’ poetry are related to the image of eternity. The lyrical character is seen as a pilgrim travelling about the vast endless space. The expressive means in poet’s artistic world are aimed at showing and characterizing the periods of man’s way corresponding to the stages of his spiritual growth.

Another stylistic device, important for understanding Baltrushaitis’ artistic world, is antithesis. In N.Kozhevnikova opinion, “antithesis in the poetry of early XX century turns into one of the central principles of word usage, connected

with features of perception of the world” [4, p. 38]. Antithesis and oxymoron are used to describe man’s inner world as well as the whole universe presented as the unity of opposing forces.

In Baltrushaitis’ artistic world most of images have own opposition pairs: *life – death, light – shadow, day – night, high tide – low tide, heat – cold, midday – midnight, rumble – silence*. Such pairs of antonyms form the basis of antithesis. The oppositions don’t necessarily include antonyms proper. The feature of Baltrushaitis’ artistic world is in grouping words which are not considered to be antonyms: *sea – drop, blossom – ash, beggar – prince, spring – snowstorm, wings – chains, sigh – grown, whirl – dream*. Such oppositions are not unambiguous as they are frequently repeated and are used for creating a number of images. The oppositions occupy the whole poet’s artistic system and can be explained and understood completely only in its context.

The feature of Baltrushaitis’ poetic philosophy is desire for integrity which can be obtained by uniting extremes. The world for Baltrushaitis doesn’t seem to have final outlines. All the objects and phenomena are born, die and reborn anew every day. According to the philosophic tradition originated from Neoplatonism, the universe is represented as the mutual transition of two realities the overturned cone of divine light and the cone of darkness directed upwards. Two significant images of *day* and *night* are connected with this philosophic tradition.

“Sluchayny sny i pyl uma ... / Obmanchiv mig i podvig let ... / Ne znayet den, chto budet tma, / Ne verit noch, chto budet svet!” (“Elegiya”) [1, p. 173]. The images of day and night are rather productive in Baltrushaitis’ artistic world. They are presented as two multidirectional essential forces. As it can be seen in the poem “Elegy” (“Elegiya”) they are not opposed in time. *Day* disappears when *night* comes and *night* goes away as *day* sets in. The world is seen as the unity of opposing notions. Contrasting phenomena are alternated according to the period of lyrical character’s life story. Such alternation, expressed by bright antitheses, is reflected in the lyrical plot of many Baltrushaitis’ poems.

“Ya svetloy doli znal nemalo, / I trudnoy skorbi vedal mnogo ... / Ne raz, ne raz vesna pylala – / Ne raz metel dymilas strogo” (“Cheredoyu”) [1, p. 157]. The antitheses in this poetic context are used to show various episodes of man’s life, his negative and positive experiences. “Chas gordoy sily vel istomy... / Smenyal nevolyu chas svobodnyy... / I zhdal ya schastya po-pustomu, / I chakh i tsvel poochedno” (“Cheredoyu”) [1, p. 157]. The

necessity of both happy and unhappy moments is emphasized in the poem. The presence of opposing states makes the lyrical character's life exciting and complete.

In Baltrushaitis' artistic world the antithesis is often based on time images, which can be coded in the combination *beginning-end*. "S molitvoy Solntsa *vstretil ya zaryu / S molitvoy svetu provozhayu den – / Po mere chasa bytiya goryu, / Po mere roka pogruzhayus v ten*" ("Osennaya pesnya") [1, p. 239]. Time in this poetic context is seen in its vastness and fluidity. Every day is followed by the endless number of days.

Time antitheses embody the flow of time itself. "*Polden ranit, polnoch lechit... / Polnoch – polden – chet i nehet... / Chas dobychi, chas poteri, / Vse po prikhoti i mere... / Bylo laskoy, stanet bolyu*" ("Pesnya") [1, p. 235]. The lyrical plot of the poem includes a number of vivid pictures, expressed by the antitheses. They make the narration dynamic and logical. Short completed phrases are used to emphasize rhythm. The antitheses, expressed by short word combinations or phrases, seem to count days, hours and instants, which are repeated and combined in one tissue.

"Grokhot miga... tish stoletiy... Veshniy chas, voskresshiy vdruk" ("Grokhot miga") [1, p. 238]. "*I pylnyy dol, i vysy gor, / I chas vesny, i chas sedoy / Spletayutsya v odin uzor / Nepostizhimoy cheredoy*" ("Elegiya") [1, p. 173]. In the poem "Elegy" all barriers between time periods disappear and *time* is united with *space*. The lyrical character perceives time as one flow, in which instant is equal to eternity. Time is not segmented any longer and turns into space category. The larger the *space* becomes the shorter the human life gets. The antithesis *dusty valley – mountain peaks* contains the opposition of *top* and *bottom*. In Baltrushaitis' artistic world these images symbolize rise and fall.

In L. Sproge's opinion, "antithesis in Baltrushaitis' artistic world is not just the expressive means and the stylistic device, it is also the way of compositional formation of the poem" [8, p. 32]. The lyrical plot in Baltrushaitis' poems is often developed by means of combining contrasting notions. The lines of thoughts and emotions move in parallel way and create the common poetic situation.

"*Ot udela skudosti k izbytku, / Ot rasstsveta v prakh i snova k tsvetu – / Ty vlechesh na pirshestvo i pytku/Poukladuzhizni i obetu*" ("Chasy kukushkoy") [1, p. 244]. The antithesis in Baltrushaitis' lyrics accords to poems' specific symmetry and rhythmic

balance. The images of continuous motion, repetition and alternation are dominating in poet's artistic world.

"*To opyanyonny sinevoy / Pletus stezyoyu kochevoy... / To vnov, v dokuchnoy polumgle, / Vlachu svoy zhrebiy na zemle... / Iz sveta v ten, iz teni v svet, / Idu, svershaya svoy zavet*" ("Iz teni v svet") [1, p. 159]. The antitheses, based on the images fixing motion acquire philosophic meaning. The lyrical character is aware of his weakness and fragility of earthly being, he isn't trying to win time. Man in Baltrushaitis' lyrics engages in the endless dialogue with time and goes on walking. Antithesis denoting time in poet's artistic world is used to express the opposition of *instant* to *eternity*. This opposition is connected with the theme of true artist's *severe duty*. The value of human life is determined by man's spiritual seeking and moral choice.

Conclusions and prospects of further investigation. The features of symbolist artistic thinking contributed to the creation of specific image system. The development of the lyrical plot from concrete notions to ideal concept required the use of expressive means aimed at symbolic transformation of the world. Baltrushaitis' artistic world consists of constantly repeated images, based on the parallel of human life with nature, cosmos and the universe.

Simile, connected with the motif of the continuous motion, appears to be one of the most productive and frequent expressive means in poet's artistic world. Time similes are especially bright and numerous. The motifs of *ascent* and *descent* reflect the most significant periods in the lyrical character's life. The similes connected with the *ascent* are aimed at emphasizing the emotional and spiritual completeness of the lyrical character's life. The similes, characterizing the lyrical character's *descent*, have opposite meaning and are aimed at reflecting man's feeling of dismay and fatality. In late Baltrushaitis' lyrics the similes, summarizing the lyrical character's spiritual seeking, are based on the comparison of *time* and *time attributes* with the words denoting concrete notions.

In Baltrushaitis' poetry words belonging to opposite semantic sphere are easily united revealing man's intensive inner life and controversial feelings and emotions. Antithesis uniting contrasting concepts appears to be the important expressive means as well as the compositional centre of many Baltrushaitis' poems.

The further research in this area is to be devoted to the analysis of archetypes in Yurgis Baltrushaitis' artistic world in the context of the Russian Symbolist poetry.

References:

1. Балтрушайтис Ю. Дерево в огне. Вильнюс : Vaga, 1983. 319 с.
2. Гадзано С. Стихотворение Ю.Балтрушайтиса «Привет Италии». *Литературное обозрение*. 1999. № 4. С. 59–69.
3. Дауетите В. Юргис Балтрушайтис. Вильнюс : Vega, 1983. 326 с.
4. Кожевникова Н. А. Словоупотребление в русской поэзии начала XX века. Москва : Наука, 1986. 253 с.
5. Крамарь О. Философско-эстетическая функция эпитафия в поэтике русского символизма. *Русская литература и философия: Постижение человека*. Липецк : ЛПГУ, 2002. С. 179–189.
6. Кушлина О. Юргис Балтрушайтис. *Русская поэзия «Серебряного века». 1890–1917. Антология*. Москва : Наука, 1993. С. 228–238.
7. Мержвенските Б. А. Балтрушайтис и Блок. Тема художника в эстетической концепции младосимволистов. Из истории реализма конца XIX – начала XX вв. Москва : Изд-во МГУ, 1986. С. 123–138.
8. Спроге Л. Юргис Балтрушайтис: от «книги стихов» к «диалогии». *Серебряный век русской литературы: проблемы, документы*. Москва : Изд-во МГУ, 1996. С. 24–34.
9. Шеховцова Т. Колокольная переключка (Ю. Балтрушайтис и Б.Чичибабин). Материалы Чичибабинских чтений 2000–2002. Харьков, 2002. С. 101–109.

**Щербина В. В. ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ВИРАЗНІ ЗАСОБИ
ЯК ОСОБЛИВІСТЬ ПОЕТИЧНОГО СВІТУ ЮРГІСА БАЛТРУШАЙТІСА
В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКОЇ СИМВОЛІСТСЬКОЇ ПОЕЗІЇ**

Статтю присвячено аналізу лексико-семантичних виразних засобів у поетичному світі Юргіса Балтрушайтиса. Особливості художнього мислення символістів сприяли створенню своєрідної системи поетичних образів. Розвиток художнього сюжету, у якому конкретні поняття замінялися на абстрактні образи та ідеї, потребував використання виразних засобів, націлених на символічне перетворення світу.

Мета статті – визначити особливості лексико-семантичних виразних засобів та стилістичних прийомів у художньому світі Юргіса Балтрушайтиса та окреслити схожість та відмінність у їх використанні у ранніх віршах поета та у ліриці, яка належить до більш пізнього періоду творчості Балтрушайтиса. Художній світ Балтрушайтиса містить образи, які утворюються на основі паралелі з природою, космосом та всесвітом. Більшість образів та мотивів часто повторюються та є стійкими у творчості поета.

Доведено, що порівняння, пов'язане із мотивом постійного руху є найбільш продуктивним та частотним виразним засобом у художньому світі поета. За семантичною структурою порівняння можуть бути розподілені на кілька груп. Порівняння на позначення часу та його атрибутів є особливо чисельними. Вони розкривають специфіку сприйняття ідеї часу поетом. Час у ліриці Балтрушайтиса розвивається по колу: день – час – миттєвість – день. Усі часові періоди вбачаються спорідненими образу вічності.

Мотиви підйому та спуску віддзеркалюють найбільш значущі періоди у житті ліричного героя. Ці мотиви пов'язані із проблемою істинного буття та необхідності внутрішнього розвитку та духовних шукань.

Показано, що порівняння пов'язані із мотивом підйому мають за мету висвітлювати ідею емоційної та духовної цілісності життя людини. Порівняння, які описують спуск ліричного героя, мають протилежне значення та є націленими на відтворення почуття збентеження та приреченості. У пізніх віршах Балтрушайтиса підсумовуються результати духовних пошуків ліричного героя, і час та його атрибути порівнюються із конкретними поняттями.

У ліриці Балтрушайтиса слова, які належать до протилежних семантичних сфер, легко об'єднуються та використовуються для відтворення інтенсивного внутрішнього життя людини та суперечливих почуттів та емоцій. Антитеза, яка об'єднує контрастні поняття, є не тільки важливим виразним засобом, але й композиційним центром багатьох віршів Балтрушайтиса.

Ключові слова: порівняння, антитеза, образ, лірика, художній світ.

ЛІТЕРАТУРА СЛОВ'ЯНСЬКИХ НАРОДІВ

UDC 821.162.1

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/06>**Nanivskyy R. S.**

Narodowy Uniwersytet „Politechnika Lwowska”

Khatsevych D. I.

Narodowy Uniwersytet „Politechnika Lwowska”

KREACJA OBRAZU BOHATERA Z MARGINESU SPOŁECZNEGO W TWÓRCZOŚCI ANDRZEJA STASIUKA NA WYBRANYCH PRZYKŁADACH

Статтю присвячено творчості відомого сучасного польського письменника Анджея Стасюка (Andrzeja Stasiuka). Широкому загалу митець відомий численними подорожами, переважно Центральною і Східною Європою, хоча за його плечима були мандрівки далеко за її межі. Забуті периферійні краєвиди зазвичай служать джерелом натхнення та інспірації, надихають до філософських роздумів про сутність буття, а в подальшому – до літературної творчості. У творах автор розкриває різноманітні соціокультурні явища й оригінальність складних і суперечливих тем.

В огляді наведено погляди таких відомих польських критиків і публіцистів, як: Кінга Дунін (Kinga Dunin), Павел Дунін-Вонсович (Paweł Dunin-Wąsowicz), Артур Грабовський (Artur Grabowski), Даріуш Новацький (Dariusz Nowacki), Міхал Навроцький (Michał Nawrocki), Мечислав Орський (Mieczysław Orski), Дарія Ружицька (Daria Różycka) тощо.

Стаття має на меті розглянути способи креації героїв з соціального маргінесу на обраних прикладах, а також охарактеризувати причини становлення їхньої сутності. Художній світ заповнений як зрілими чоловіками, так і юними хлопцями, які, розпиваючи дешевий алкоголь, зазвичай говорять на «сильні» чоловічі теми і часто живуть в протистоянні з навколишнім світом і нерідко мають проблеми із законом.

На прикладах творів «Білий крук / Biały krুক» (1995), «Дев'ять / Dziewięć» (1999), «Мури Геброну / Mury Hebronu» (1992), автор в характерному для нього стилі на розсуд читачеві яскраво представляє образи таких персонажів.

Ключові слова: Анджей Стасюк, герой, креація, кримінал, людські цінності, сімейні відносини, суспільство, совість, сюжет.

Sformułowanie problemu i uzasadnienie znaczenia. Specyfika bohaterów powieści Andrzeja Stasiuka polega na tym, że u większości z nich można wskazać podobne, powtarzające się cechy. Po lekturze utworów pisarza trudno jest powiedzieć o większości bohaterów coś pozytywnego. Nie znaczy to oczywiście, że wszyscy oni są postaciami jednoznacznie negatywnymi, lecz bardzo trudno wskazać u nich dodatnie cechy charakteru. Nie wydaje się, by narrator ich oceniał, nie przedstawia swojego stosunku do nich, podaje tylko fakty, dając czytelnikowi prawo do wyrażenia własnej opinii.

Analiza badań i publikacji. Badania nad twórczością A. Stasiuka można spotkać u takich znanych

polskich krytyków jak: K. Dunin, P. Dunin-Wąsowicz, A. Grabowski, D. Nowacki, M. Nawrocki, M. Orski, D. Różycka i in.

Jednak zarówno przeciwnicy jak i zwolennicy jego twórczości nie mogą zaprzeczyć, że „oryginalności bodaj nikt nie odważył się przepisać” [4, s. 90]. Dla Dariusza Nowackiego pomysły pisarza przypominają rozwiązania prozatorsko-stylistyczne Marka Hłaski albo Jana Rybowicza, którego twórczość odczytywana jest jako „krzyk samotności” człowieka „nie-dostosowanego”, pełnego kompleksów, targanego sprzecznościami wewnętrznymi, które dodatkowo pogłębiała choroba alkoholowa i w skutku doprowadzają do czynów antyspołecznych.

Do przeciwników takiej opinii należy krytyk, Mieczysław Orski, który uważa, że A. Stasiukowi „nie po drodze” z Janem Rybowiczem czy Andrzejem Pastuszkiem albo Markiem Harnym [5, s. 52]. Zdaniem Artura Grabowskiego, twórczość A. Stasiuka jest godna uznania, a samego pisarza stawia krytyk w jednym rzędzie z Lwem Tołstojem i Fiodorem Dostojewskim, Joycem i Beckettem, Musilem i Brochem, Stendhalem i Prostem. Ponadto, chcąc doszukać się artystycznego pokrewieństwa z mistrzami prozy, nazywa Stasiuka „<...> Kafką-miniaturzystą, Schulzem-analitikiem, Płatonowem-wizjonerem” [1, s. 191] a zbiór opowiadań „Przez rzekę” nazywa „prawdziwie wybitnym dziełem” [1, s.191]. Michał Nawrocki zalicza natomiast prozę autora „Dukli” do „intelektualnej ewolucji” [3, s.14], którą zajmuje się pisarz.

Wśród krytyków są jednak i tacy, którzy „Przez rzekę” w ogóle odrzucają jako książkę banalną i pustą, ale zgodnie twierdzą, że prawdziwie dojrzałą, książką wysokiej próby jest „Dukla” [2, s. 297]. Dariusz Nowacki do pochwał odnoszących się do „Dukli” dodaje jednak zarzut „stosowania anachronicznych chwytów i młodopolszczyznę” [2, s. 297].

Sformułowanie celu artykułu. Artykuł ma na celu zbadanie sposobów kreacji bohaterów z marginesu społecznego na wybranych przykładach w twórczości A. Stasiuka, a także scharakteryzowanie podstaw kształtowania się ich aktualnej istoty. Przestrzeń świata przedstawionych bohaterów w twórczości pisarza wypełniają zarówno mężczyźni dojrzały jak i młodzi chłopcy, którzy przy tanim alkoholu przeważnie prowadzą rozmowy na „mocne” tematy i często żyjący w konfrontacji z otaczającym światem lub mających problemy z prawem.

Tacy bohaterowie tworzą swoistą kontrkulturę. Termin ten określa względnie spójną grupę społeczną, która wyraża sprzeciw wobec zastanej kultury, ale i tworzą nową. Jest to również poziomowa formacja ideologiczna, która według nich obiera sobie za zadanie prawo do „wybawienia” człowieka z represyjnych sideł kultury, dążąca do totalnego wyzwolenia wewnętrznego i społecznego jednostki.

Prezentacja głównego materiału badawczego. Wyrazistym obrazem takich bohaterów w twórczości A. Stasiuka stały osoby pochodzące z tak zwanych nizin społecznych. Rodzina, z której się wywodzą nie jest szczególnie zamożna, mieszka gdzieś w warszawskim bloku, czy w kamienicy. Zwykle jest to rodzina rozbita, niepełna. Te uwarunkowania środowiskowe mają ogromny wpływ na życie bohaterów, ich poglądy i dokonywane wybory.

Tak jest w przypadku bohatera-narratora powieści „Mury Hebronu”, który mieszkał sam z matką,

a ich stosunki nie układały się dobrze. Ona zarabiała na siebie prostytutką, on zaś kradzieżami. Gdy matka doniosła policji na własnego syna, ten komentuje to wydarzenie następująco: „<...> Jej przeszkadzałem, chciała mieć chałupę tylko dla siebie i swoich amanatów” [8, s. 23].

Środowisko rodzinne ma o wiele większy wpływ na postępowanie bohaterów niż trudna często sytuacja ekonomiczna. Jako przykład posłużyć może Wasyl Bandurko, jeden z bohaterów powieści „Biały kruk”, który mieszka w małym dworku, przypominającym muzeum i pozornie nie brakuje mu niczego, a jednak i w tym domu trudno doszukać się miłości, rodzinnego ciepła i pozytywnych wzorców. Bandurko wychowuje się w niepełnej rodzinie, mieszka sam z matką, którą narrator tak określa: „<...> Obdarzała nas paroma słowami jakimi zgredzi obdarzają małałatów – skrywana wyższość i podrabiane kumpelstwo, dla którego mieliśmy jedynie politowanie, ale też niechęć, bo chcieliśmy, żeby ta siwiejąca, zwalista kobieta pozostała po prostu matką, taką trochę lepszą matką” [6, s. 53].

Widać więc, że bohaterowie potrzebowali moralnego wzorca do naśladowania, stąd tęsknota do tradycyjnie pojętego modelu rodziny, w którym rodzice stanowią autorytet dla własnych dzieci. Pani Bandurko nie spełnia marzeń syna o matce idealnej. Wasyl był lepiej ubrany, lepiej wychowany i miał większe możliwości rozwoju niż jego rówieśnicy, ale różnice te powodowały, że nie pasował do swoich kolegów. Początkowo jego odmienność stanowiła nawet przedmiot kpin, a chłopak był z tego powodu odrzucony, a nawet bity. Dopiero z czasem sytuacja się zmieniła, głównie od momentu, gdy koledzy zaczęli odwiedzać go w domu. Zazdrościli mu prawie wszystkiego, więc aby ukryć zmieszanie i zazdrość, kpili z niego.

Jedynie Paker z „Murów Hebronu” miał inny stosunek do swojej matki: „<...> Że kocha tę swoją mateńkę jak nikogo na świecie. Mamuśka to, Mamuśka tamto, złego słowa na nią nie dał powiedzieć. A Mamuśka rzeczywiście złota kobiecina była. Jak skasowaliśmy w nocy jakiś sikor, obrączkę czy jakieś drobne fanty, to bez słowa brała w komis albo od razu kopsała gotówkę” [8, s. 63]. Takie pozytywne relacje z matką wynikają głównie z tego, że dobrze traktowała syna, przymykała oko na jego wybryki, a nawet pomagała mu w ich ukrywaniu, bo sama czerpała z nich korzyść. W rodzinie Pakera panował wzajemny szacunek. Matka troszczyła się o syna, przestrzegała go przed nadmiernym spożywaniem alkoholu, który może doprowadzić go do nieszczęścia, tak jak jej dwóch poprzednich mężów.

Podobne relacje panowały w rodzinie Kryski, która mieszkała sama z matką w ładnie urządzonej mieszkaniu. Chociaż matka prowadziła podejrzone interesy, to jednak starała się chronić córkę przed tym środowiskiem. Jak się później okazało – bezskutecznie.

W powieściach pisarza na próżno szukać wzorunku przykładowej rodziny, a każda z nich naznaczona jest swego rodzaju „skazą”. Często ukazany jest brak wzajemnego szacunku i zaufania względem siebie. Jak się okazuje, patologia wynika głównie z tego, że dzieci zwykle powielają błędy swoich rodziców, często nieświadomie uczą się od nich. Wpływ na charakter i postępowanie bohaterów ma nie tylko najbliższe środowisko rodzinne, ale także otaczający ich rówieśnicy. Można powiedzieć, że dla nich drugim domem jest podwórko. To tam spotykają swoich pierwszych kolegów, z którymi związani są potem na długo.

Miejsce zamieszkania zmusza bohaterów utworów A. Stasiuka do pozostania w kręgu tych samych ludzi. Wydostanie się poza tę grupę jest trudne, a czasem wręcz – niemożliwe. Literackie postaci często nie mogą, a nawet nie chcą wyrwać się z tego świata, którym stają się właśnie podwórko. To tu wychowują się, obserwują swoich starszych sąsiadów, stając się później do nich podobnymi. Bohaterowie już jako ludzie dorośli opuszczają tę dobrze znaną przestrzeń, by po jakimś czasie znów powrócić: „Jak mnie zdudziło przedmieście, to bujałem się trochę cynkami, w centrum, przy hotelach. Ale krótko <...> Wycofałem się <...> Wolałem ferajnę ze swojej dzielnicy. Chłopaczyny obdarte i obdziergane, ale przynajmniej honorne” [8, s. 30]. Tylko tu bohater mógł się czuć się zadomowiony. To tutaj on posiadał swoich sprawdzonych znajomych, kolegów i przyjaciół, którym mógł ufać.

Typ wyżej wymienionego bohatera świata przedstawionego w powieściach pisarza buntuje się przeciwko biedzie i niesprawiedliwości, którą pojmuje w kategoriach ekonomicznego niedostatku i własnych życiowych porażek. Nie chce być biedny – próbuje zmienić swoją sytuację, kierując się zazwyczaj wypaczonymi moralnie przesłankami. Mimo wszystko nie ma jednak najmniejszego zamiaru znaleźć uczciwej pracy, czy pójść na studia. Wole szybciej zdobyć pieniądze, najczęściej przez udział w kradzieżach i włamaniach. Buntuje się również przeciwko policji, żyje z nią w odwiecznym konflikcie. Kto był karany, już nigdy nie będzie „czysty”, a każda kolejna nieudana „akcja” przynosi tylko gorsze skutki. Co gorzej, bohater, który raz wkracza na przestępczą drogę już nigdy z niej nie schodzi. Po odbyciu kary wychodzi na wolność tylko po to, by popełnić te same przestępstwa i znów wrócić do więzienia. Zakład karny ani trochę nie zmienia myślenia takiego człowieka,

a wręcz odwrotnie – utwierdza w jego dotychczasowym sposobie myślenia. W więzieniu uczy się od starszych, doświadczonych, by wykorzystać potem te nowo nabyte „umiejętności” na wolności.

Na podobnej zasadzie działa zakład poprawczy dla młodzieży, ponieważ wychodzący z niego młodzi ludzie stają się gorsi niż przed odbyciem kary. Fakt ten ilustruje wypowiedź narratora: „<...> Dostali poprawczak do pełnoletniości. Zakład im dobrze zrobił. Myślę, że wyrosli na dobrych złodziei <...> Tak, zakład wyleczy ich ze złudzeń. Mnie też wyleczył. Jak wyszedłem, to wiedziałem, że będę kradł <...> Zakład to podstawówka dla złodziei” [8, s. 31].

Zbuntowany młody człowiek, obracający się w tak zwanym nieodpowiednim towarzystwie, bardzo szybko staje się gangsterem. Drobne kradzieże, napady rozpoczęte jeszcze niemal w dzieciństwie powodują, że w późniejszym wieku takie działania stają się właściwie normalną częścią ich życia. Prawie nie zauważają, jak stopniowo wzrasta u nich agresja, a każdy kolejny kryminalny „wyczyn” jest coraz bardziej okrutny.

Bunt przeciwko policji najlepiej został przedstawiony w środowisku zakładu karnego. Niektórzy młodzi ludzie tam opisani, robią wszystko aby nie dać się „złamać”. Przez cały pobyt w więzieniu próbują stawiać opór, nie przyznają się do winy i robią w zasadzie wszystko, by pokazać jak bardzo nienawidzą policjantów i jak nie szanują ich pracy.

Bohaterowie utworów A. Stasiuka nie wierzą w sprawiedliwość ani w uczciwość funkcjonariuszy. Czasami bunt wobec aparatu śledczego a nawet i całego wymiaru sprawiedliwości jest uzasadniony: „Nikt mi nie wciśnie kitu o jakiejś tam sprawiedliwości. W tych wszystkich sądach, więzieniach, komandach wcale nie chodzi o sprawiedliwość. Chodzi o święty spokój i pełne koryto <...> nic nie ryzykują. Słyszałeś, żeby glinę skazali za pobicie, wymuszenie zeznań? Słyszałeś?” [8, s. 40].

Okazuje się, że sami policjanci zachowują się nieraz gorzej od przestępców. Podczas przesłuchań są bezlitośni, bo wiedzą, że nie grozi im za to żadna kara. Wykorzystują tę przewagę i mszczą się bezlitośnie na podejrzanych. Aby wyciągnąć z nich prawdę, uciekają się do wymyślnych okrutnych tortur, które zwykle i tak nie przynoszą większego rezultatu. Między policjantami a więźniami toczy się wciąż ta sama gra, jedni nienawidzą drugich i chcieliby się nawzajem zniszczyć.

Bohater „Murów Hebronu” po wyjściu z zakładu poprawczego pracował w kotłowni jako palacz. Skromna pensja nie pozwoliła mu żyć tak, jakby tego chciał. Postanowił więc okraść mieszkanie swojej

kochanki. Niestety, jego wspólnicy nie dopracowali wszystkich szczegółów i napad został szybko odkryty przez policję, a on sam stał się głównym podejrzanym. Po odsiedzeniu wyroku zrobił znów dokładnie to samo, będąc jednak tym razem bardziej przezorny, wybrał się na drugi koniec Polski, gdzie dokonywał włamań.

Życie tych postaci mija na poszukiwaniu pieniędzy oraz wykorzystywaniu ich na rozrywki: alkohol oraz spotkania towarzyskie. Bohaterowie spotykają się głównie w mieszkaniach, w których nigdy nie brakuje zarówno trunków jak i wyuzdanych kobiet. W takim otoczeniu spędzają czas, obmyślając coraz to nowe plany nielegalnego zdobycia pieniędzy. Dobrze przemyślana i dokładnie zrealizowana akcja rabunkowa jest również sama w sobie formą rozrywki i powodem do satysfakcji. Alkohol, narkotyki, przypadkowy seks, oszustwa, bijatyki i kradzieże stanowią dla bohaterów tło ich codziennego życia.

Dla bohaterów „kumpli z piaskownicy” nie istnieje inny sposób na życie, ponieważ nie potrafią i już nie chcą przystosowywać się do narzuconych przez otaczający świat regułom. W pewnych momentach można zaobserwować, że doskonale o tym wiedzą: „Dopóki <...> razem, nie wygrzebiecie się z tego piachu” [6, s. 41]. Powieściowe postacie Stasiuka, mimo iż nie mają zamiaru żyć inaczej, to czasami analizują swoje życie. Dzieje się tak najczęściej, gdy dopada ich samotność lub wspominają z kolegami dawne czasy. Czasami pojawiają się u nich nawet refleksje filozoficzne, jednak zazwyczaj rozmyślania te kończą się jeszcze większą depresją połączoną z upojeniem alkoholowym albo też oryginalnymi pomysłami, mającymi rzekomo odmienić ich życie: „Chcesz rozmawiać.... Możemy rozmawiać <...> a ja sprawiedliwie rozlałem następną buteleczkę” [6, s. 43].

Niektórzy z nich źle żyją, jednakże nie próbują wcale tego zmienić. Jedni nie wiedzą, jak tego dokonać, inni uważają, że jakakolwiek zmiana na lepsze jest niemożliwa. Dodatkowo chęć dokonania zmian w swoim postępowaniu zderza się z pokutującym w tym środowisku przekonaniem, że uczciwie żyjący człowiek jest mało zaradnym „frajerem”. Często zdarza się jednak, że bohaterowie nie mają świadomości, że źle czynią. Ich sumienie dawno zostało zagłuszone, a brak właściwego wychowania sprawił, że po prostu nie wiedzą o tym, że powinni żyć inaczej. Ci przekonani są, że zmiana sposobu życia wyszłaby im na gorsze. Dobitnie potwierdza to wypowiedź Pakera: „I co? Do fabryki pójde? <...> Nie, to nie dla mnie. <...> Przyzwyczaiłem się” [7, s. 86].

Słowa te świadczą o tym, że bohater jest tak bardzo przyzwyczajony do swego życia, robienia

nielegalnych interesów, że nie chce tego zmieniać. Mężczyzna jest przekonany, że należy utrzymywać się z przestępczego procederu, nawet jeśli nie przynosi on wielkich zysków. Wierzy, że możliwa jest zmiana na lepsze, ale dokona się bez jego udziału – los sam się odmieni, a wówczas on będzie mógł bogacić się bez przeszkód.

Bohaterowie omawianych utworów nie potrafią myśleć o przyszłości, ponieważ jest niepewna i zazwyczaj nie rysuje się w jasnych barwach. Z tego powodu żyją głównie teraźniejszością oraz przeszłością. Wspomnienia zajmują ważne miejsce w powieściach: „Mury Hebronu”, „Biały kruk” i „Dziewięć”.

Czas miniony jest antidotum na bolesną teraźniejszość, stanowi zazwyczaj kontrast między idealizowanym przez bohaterów dzieciństwem i wczesną młodością a szarą, beznadziejną rzeczywistością dnia dzisiejszego. Przeszłość pozwala zapomnieć również o niechcianej przyszłości, jest ucieczką w świat wydarzeń już dokonanych i sytuacji zaistniałych i rozstrzygniętych. Wspomnieniom często towarzyszy stan rozmarzenia i tęsknoty za tym, co minęło bezpowrotnie.

Twórczość A. Stasiuka ukazuje również ludzi, których system wartości jest wypaczony, a podstawowe pojęcia, jak: prawda, dobro, piękno, czy miłość właściwie nie istnieją lub są rozumiane zupełnie inaczej niż powinny. Dobro pojmowane jest przede wszystkim, jako dobro własne i najwięcej trzeba zrobić go dla siebie, bo jest to najbardziej opłacalne. Piękne powinny być przede wszystkim kobiety, które wiążą się z bohaterami (choć nie jest to wymóg bezwzględny) oraz przedmioty, które mają zamiar zdobyć. Piękno estetyczne w innym wymiarze nie spełnia dla bohaterów żadnej roli. Uczucie miłości ma znaczenie tylko w sensie zmysłowym. Miłość do rodziców właściwie nie istnieje, może tylko w nielicznych przypadkach i jest ona rozumiana dość specyficznie. Najważniejsza okazuje się zatem miłość własna.

Ze wszystkich wartości najwyżej cenione przez bohaterów są prawda i przyjaźń. Ważne jest, żeby przyjaciele mówili prawdę, ponieważ to ona staje się fundamentem zaufania. Wydaje się, że w tym okrutnym świecie wartość przyjaźni odgrywa szczególnie ważną rolę. Przyjaciele są nie tylko towarzyszami alkoholowych zabaw i rozrywek, ale także partnerami, z którymi planuje się napady i realizuje się je. W razie nieudanej „akcji” miarą przyjaźni staje się „dyskrecja” aresztowanego przestępcy, który wie, że nie ma prawa wydać swoich współtowarzyszy podczas najbardziej nawet brutalnego przesłuchania.

Do obowiązków przyjaciela należy również troska o towarzyszy, którzy znaleźli się w opałach

i udzielanie im pomocy. Przykładem, ilustrującym nakreśloną wyżej sytuację, może być utwór „Biały kruk”. To właśnie przyjaciele opiekują się rannym Małym i chorym Gąsiorem i pomagają im przetrwać w górach podczas ucieczki, gdzie „<...> Rany i bandaże to było coś, co jeszcze poruszało ludzi [6, s. 86].

Jako lojalne zachowanie wobec kolegów można zaliczyć postępowanie Wasyla, który we wczesnej młodości był przez nich bity, ale nie chciał ich wydać, ponieważ zależało mu na przyjaźni z nimi, a ponadto zdawał sobie sprawę z faktu, że chłopcy mieliby przez to kłopoty w szkole. Przyjaźń stanowi istotną wartość, której autentyczność poddawana jest próbie w trudnych sytuacjach życiowych, ma więc także wymiar praktyczny. Relacje zaprzyjaźnionych bohaterów nie odznaczają się na ogół ciepłymi gestami czy przejawami zewnętrznej życzliwości. Na co dzień bohaterowie nie okazują swym przyjaciołom uczuć, cechuje ich ostentacyjne eksponowanie szorstkiego sposobu bycia, wulgarnie zachowanie względem siebie. Na porządku dziennym jest obrażanie swoich towarzyszy, nawet tych, których najbardziej się lubi.

Nie wszystkim jest dane mieć prawdziwego przyjaciela. Przykładem jest Zosia, jedna z bohaterek powieści „Dziewięć”, której jedynym towarzyszem jest kot. Dziewczyna nie ma nawet z kim porozmawiać, jest zbyt nieśmiała, żeby zawierać znajomości. Jedynym powiernikiem jej zwierzeń staje się więc kot, pomimo bolesnej świadomości, że ten i tak jej nie słucha.

Wniosek. Najważniejsze role w powieściach A. Stasiuka pełnią mężczyźni, którzy zajęci są wyłącznie sobą i swoim prymitywnym życiem. To właśnie wokół ich wszystko się obraca w twórczości pisarza. Zastanawiające jest, dlaczego autor przedstawia w swoich powieściach głównie takich zdegenerowanych mafiosów. Wartościowi ludzie ukazani są rzadko i zazwyczaj cierpią na skutek tego, jacy są. Człowiek dobry, uczciwy i nieśmiały jest pogardzany i wykorzystywany przez przedstawicieli środowisk patologicznych, z których zazwyczaj wywodzą się powieściowi bohaterowie. Sporadycznie jedynie taki

typ bohatera budzi u czytelnika współczucie, ponieważ większość z nich zasłużyła na swój los poprzez nieuczciwe życie, naiwność, ciekawość czy nierozsądek.

Autor – na przykładzie wszystkich tych buntowników, gangsterów i moralnych wykolejeńców – chciał pokazać ogrom zła panującego na świecie. Zdarza się często, że bohaterowie nie są źli z natury, lecz zły i okrutny jest świat, w którym przyszło im żyć. Niestety, adaptując się do zewnętrznych warunków sami stają się częścią tego mechanizmu zła.

Powieściowe postacie sprawiają wrażenie, jakby nie miały swojego miejsca na ziemi. Bohaterowie ci często pochodzą z rozbitych rodzin, a bywa, że to oni sami porzucają swój dom rodzinny. Kiedy dochodzą do wniosku, że „wyrośli” już ze swego podwórka, które staje się dla nich za ciasne, wyprowadzają się ze swej dzielnicy, a niejednokrotnie i ze swego miasta. Wówczas wiodą tułaczę życie w poszukiwaniu własnego miejsca w świecie. Wspólną przypadłością takich bohaterów jest brak życiowych pasji, a każdy z nich zajmuje się na ogół zdobywaniem pieniędzy oraz poszukiwaniem uciech cielesnych.

Współcześni buntownicy utworów omawianego artysty nie przypominają ani trochę buntowników z epoki romantyzmu. Zmienił się przedmiot buntu, który skierowany jest przeciwko policji i ludziom zamożnym. Inna też jest realizacja tego buntu – poprzez przemoc, oszustwa, kradzieże. Bohaterowie tych utworów nie są indywidualistami, ani idealistami. Działają w grupie, bo tak jest łatwiej, a cokolwiek czynią, robią to dla własnej korzyści.

Bohaterowie A. Stasiuka walczą ze światem, z zastanym porządkiem, gdyż nie akceptują go. Stają się jednak gorsi niż świat, z którym walczą, wydaje się zatem, że cała walka i bunt nie mają większego sensu. Autor pokazuje również, że tak ukształtowani bohaterowie nie biorą się znikąd, tak jak ich realne odpowiedniki. Wpływ na ten ostateczny kształt ma wiele czynników: zewnętrzne, które zostały omówione powyżej oraz wewnętrzne uwarunkowania charakterologiczne, od których zależą ich osobiste decyzje.

Literatura:

1. Grabowski Ar. Spowiedź, „Studium” 1998, nr. 10
2. Literatura polska 1990-2000 / Red., T. Cieślaka, K. Piętrych. T.2. Kraków: Universitas, 2002. 460 s.
3. Nawrocki M. No więc „Dukla” „O prozatorskiej twórczości Andrzeja Stasiuka, „Debata literacka” 1998, nr 4.
4. Nowacki D. Zawód czytelnik: notatki o prozie polskiej lat 90., Kraków 1999. 192 s.
5. Orski M. Autokreacje i mitologie. (Zwięzły opis spraw literatury lat 90). Wrocław : Okis, 1997. 245 s.
6. Stasiuk A. Biały kruk. Poznań : Obserwator, 1995. 254 s.
7. Stasiuk A. Dziewięć. Wołowiec : Czarne, 1999. 248 s.
8. Stasiuk A. Mury Hebronu. Warszawa : PIW. 1992. 180 s.

Nanivskyy R. S., Khatsevych D. I. THE CREATION OF THE IMAGE OF A HERO FROM THE MARGIN OF SOCIETY IN THE WORK OF ANDRZEJ STASIUK FROM SELECT EXAMPLES

The article is devoted to the works of the famous modern Polish writer Andrzej Stasiuk. The artist is widely known for his numerous travels, mainly in Central and Eastern Europe, although he has traveled far beyond its borders. Forgotten, peripheral landscapes usually serve as a source Source of encouragement and inspiration, motivate philosophical reflections on the essence of existence, and further to literary work. In the works the author reveals various socio-cultural phenomena and originality of complex and contradictory topics.

The review presents the views of well-known Polish critics and publicists such as: Kinga Dunin, Paweł Dunin-Źasowicz, Artur Grabowski, Dariusz Nowacki, Michał Nawrocki, Mieczysław Orski, Daria Różycka, etc.

The article aims to consider ways to create characters from the social margins on selected examples, as well as to describe the reasons for the formation of their essence. The art world is filled with both mature men and young men who, while drinking cheap alcohol, usually speak on “strong” male topics and often live in opposition to the outside world and often have problems with the law.

The aim of the article is to characterize negative literary characters in the early works of the writer, where examples of works “White Raven” (1995), “Nine” (1999), “Walls of Hebron” (1992), the author in his characteristic style presents the reader images creations of heroes.

Key words: *Andrzej Stasiuk, hero, creation, human values, crime, family relationships, the plot, conscience, society.*

ЛІТЕРАТУРА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

UDC 82

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/07>**Gulnar Agig**

orcid.org/0000-0003-3907-8027

National Museum of Azerbaijan Literature named after Nizami Ganjavi
of Azerbaijan National Academy of Science

AZERBAIJANI TURKISH LANGUAGE DURING THE QAJAR EPOCH

After the conquest of Iran by the Arab Caliphate, a large area outside the present-day Islamic Republic of Iran was ruled by Turkish dynasties for thousands of years. The Samanids (819–999) were the last Persian rulers, and from the Qaznavids (963–1186) to the Qajars (1795–1925), the Turks had a long-lasting authority, including powerful Turkic dynasties such as the Ravidis, Seljuks, Qaraqoyunlus, Aghqoyunlus, Safavids, and Afshars.

Merchants and travelers, diplomats and historians, traveling to South Azerbaijan, which entered into the territory of present-day Iran in the 19th century, note that the spoken language by the population and the official language used in the palace in Tabriz was Azerbaijani Turkish. Although literature in South Azerbaijan developed mainly in Persian during this era, many poets wrote and created in native Azerbaijani Turkish. The prominent literary figures of this period are reported by M.A. Asrar, M. Dayhim, M. Tarbiyet, A. Dovletbadi, A. Nazmi, and others in the historical-chronological and biographical-memorial works.

One of the sources providing information about Azerbaijani poets of the Qajar period, Aziz Dovlatabadi's book "Sokhenvaran-e Azerbaijan" (Masters of words of Azerbaijan), are mentioned a total of one hundred and fifty-nine Azerbaijani poets living in this period, approximately eighty of them wrote poems in Azerbaijani Turkish.

In the reviewed sources had met hundreds of Turkish poets who wrote poems in Azerbaijani Turkish, such as Dakhil Maraghayi, Andalib Qarajadaghi, Mirza Mahammadrazi Tabrizi Banda, Abulfat Khan Javanshir Tuti, Seyyid Abulgasim Nabati, Zikri Ardabili, Mirza Abulhasan Raji, Mahammadbaghir Khalkhali, Mirza Hasan Afshar Mail, Haji Rza Sarraf, Mirza Ali Khan Lali, Mohammadamin Dilsuz, Mirza Mohammadtaghi, Haji Mehdi Shukuhi, Nail Mujrim Ali Ardabili, Attar Ardabili, Chavosh Mir Mahmud, Shuri Bakhshaishi, Abdurrashid Adibushshuara, Mirza Lutfali Andalibi and others.

According to the considered sources and researches in this area allows us to come to such a conclusion that Azerbaijani Turkish, which gained the status of an official state language during the Safavids, was also one of the two main languages used both in writing and orally in the palace during the Qajar period.

Key words: Qajars, Azerbaijani Turkish language, poetry, literary environment, poets, writers.

Introduction. Due to political reasons, for centuries, the written language was Persian in Southern Azerbaijan (in present-day includes three Iranian provinces: West Azerbaijan, East Azerbaijan, and Ardabil) [7; 8] and in the Turkic neighborhoods of Hamadan, Qazvin, Mashhad, Shiraz, and Tehran in Iran, but oral folk literature was spread in the mother tongue, and examples of folklore have survived to these days. In addition to actively participating in the creation of Persian-language literature, Azerbaijani Turks living in Iran were also engaged in art in their native languages. The sources contain hundreds of Azerbaijani

poets and writers who served to enrich the literature of the Qajar period [12, 37; 1, 24]

If we take a brief look at the history of political domination of the Qajars tribe, we can see that they still had a significant influence during the Safavid period (1501–1736). Qajars' ancestor Qara Piri beg Qajar (d. 1512) was one of the most powerful military leaders of Shah Ismail Safavi (r. 1501–1524), and Fatali Khan Qajar was the prime minister of the Safavids. The Qajars, the rulers of Astarabad district and surrounding areas, became an independent khanate in the first half of the eighteenth century,

and in 1747–1759 it was ruled by Mahammadhasan Khan Qajar as an independent state. After the assassination of Mahammadhasan Khan in 1759, his son Huseyngulu Khan rebelled against the Zands in 1770, re-established an independent government in Astarabad, and ruled until 1777 name “Jahansuz Shah”. After the death of Karim khan Zand in 1779, Agha Mohammad Khan, Mahammadhasan Khan’s elder son, returned to Astarabad and restored the independence of the Qajars’ dynasty and as a result of his military campaigns ongoing until 1786, he managed to establish a powerful state. He declared Tehran the official capital of the Qajar state in 1786 and installed the Royal crown in 1796. The reign of Agha Mohammad Khan did not last long, after his assassination in Shusha fortress of Karabakh in the summer of 1797, his nephew Fatali Shah (Baba khan) (r. 1797–1834) came to power. After him, the Qajar throne was succeeded by Mohammad Shah (r. 1834–1848), Nasiraddin Shah (r. 1848–1896), Muzaffaraddin Shah (r. 1896–1907), Mohammadali Shah (r. 1907–1909), and Ahmad Shah Qajar (r. 1909–1925) [27]. Four of the Qajar rulers, Fatali Shah, Nasiraddin Shah, Mohammad Shah, and Ahmad Shah, were the owners of pens and paid attention and care to the development of literature in the palace. During the reign of the Qajar dynasty lasted for more than 130 years, there was a hot literary atmosphere inside the palace, and well-known literary figures turned to the palace. This prosperity in the palace also influenced the literary environment of the time and gave rise to many poets and writers [4, 46–71].

Literature of Iranian Turks

The Qajars dynasty (1795–1925), the last link in the chain of the dominion of the Turkic dynasties in Iran for a thousand years, were faithful to the ancient Turkic traditions as their ancestors. During the Qajar period, as we know, the literary language inside the palace was Persian, but since the ruling dynasty and most of the key government officials were Turks, the spoken language was Azerbaijani Turkish in both the palace and the army. The Qajars, who were themselves of Turkish descent, did not impose any restrictions and prohibitions on the written language in which poets and writers could use. Mehmet Fuad Koprulu (1890–1966), a prominent researcher of the history of Turkish literature, confirms that there are many facts in historical sources and the memoirs of diplomats, merchants, and travelers who are travelers who traveled to Iran at that time [18, 58].

As for the literature of Iranian Turks, as noted in the five-volume book “Anthology of Iranian Turkish Literature” by the Turkish literary critic Ali

Kafkasyaly, the author of valuable research in this area: “The literature of the Turks, comes to mind who live in large geography from Tehran, Mashhad, Khorasan to Turkmenistan, and most of whom speak Azerbaijani Turkish” [16, 11].

Well-known Turkish historian Farook Sumer called the Qajars “the last Turkic dynasty” and wrote: “The Qajars, who ruled until 1925, was a Turkic dynasty; they always considered themselves Turks and spoke Turkish” [25, 159]. As for the Qajars, they prevented the transfer of power in Iran to a people other than the Turkish. The Qajars were a Turkish dynasty with a national consciousness. Like the old Turkmen dynasties, they were interested in the Oghuz people and the Oghuz tribes [25, 269].

The fact that the Qajars originally belonged to the Turkic tribes [8, 707] shows that their palace officials were fluently speaking in Persian and Arabic and Azerbaijani Turkish. Especially the princes living in the palace of the Crown Prince of Tabriz learned to speak Turkish. “Apart from patronizing Iranian literature, the Qajar rulers, who were of Turkish origin, also encouraged writing works in Turkish” [11, 101].

For this reason, in the nineteenth century, we see plenty of poets writing in Azerbaijani Turkish in the literary environment in which Persian had a prominent role. Muhammadkazim Asrar Alishah (1848-) from Tabriz, one of the 19th century Azerbaijani authors, arranged a biographical book under the title “Behjat ush-shuara” devoted to Azerbaijani poets during the Qajar period. Alishah himself also wrote poems under the pen name “Asrar.” M. Tarbiyat notes that his poem is a divan of poems consisting of five thousand verses [26, 132]. In this book, the author gives brief information about their life and examples of their work of eighty-six Azerbaijani poets, as well as seven poets who wrote in Persian: Firdovsi, Khagani, Nizami, Anvari, Jami, Saadi, and Hafiz compared with seven Azerbaijani poets: Mevlana Dilrishi, Mevlana Purgham, Mevlana Khadim, Mevlana Ashkriz, Mevlana Sabiri, Mevlana Latif and Mevlana Dilsuz [23, 56].

Azerbaijani poets of the Qajar period

One of the essential sources about the literature of Iranian Turks is the two-volume work “Tazkire-yi shoara-yi Azerbaijan” (Memorial-biographical book about Azerbaijani poets) written by Mohammad Deyhim Tabrizi (1907–2008). The first volume of this work is dedicated to poets from Ardabil, Arasbaran, and other Azerbaijani cities, and the second volume is dedicated to poets from Tabriz.

A precious source on Azerbaijani literature and culture can be found in the work of the Tabriz scholar Mohammadali Tarbiyat (1877–1940) “Danismandani-Azerbaijan” (The scholars of Azerbaijan) about the prominent personalities of Azerbaijan. In this work, along with the Persian language of the Qajar period, the poets who wrote in Azerbaijani Turkish are also mentioned. Among them, there is Mirza Mahammadrazi (1745–1808), known by the pseudonym “Banda”, and his work “Zinat ut-tavarikh” (Adornment of history) written by order of Fatali Shah. Tarbiyat describes him as a talented poet, that wrote Arabic, Persian and Turkish languages. He was a professional secretary (monshi) and a beautiful calligrapher [26, 48–49]. In the same source, the author mentions Huseyngulu Khan Afshar, who was a very educated and intelligent person who served as a government official in the palace of the Crown Prince in Tabriz and wrote poems in Turkish and Persian under the pseudonym “Chakar” [26, 399]. Ateshi Maraghayi is one of the poets who wrote in Azerbaijani Turkish, whose name we met in “Danismandani-Azerbaijan”. During the reign of Fatali Shah, he was the Sheikh-ul-Islam (religious leader) of the Maragha, and along with socio-political activities, he was also engaged in literary creativity. According to Tarbiyat, most of the poems collected in his divan (collection of poems) were written in Azerbaijani Turkish [26, 28].

One of the writers who gave information about the Azerbaijani poets of the Qajar period was Ziyai Ardabili, a famous poet. His historical- biographical work “Tazkire-yi Ziyai” is about poets living in the last two hundred years.

Among the significant sources providing information about the Azerbaijani poets of the Qajar period, Aziz Dowletabadi’s tazkira “Sokhenvaran-e Azerbaijan” (Masters of words of Azerbaijan) can be mentioned. Compiling the book based on geographical principles, the author describes biographical sketches of both ancient and modern poets. Among them are eight contemporary poets from Ardabil, 14 from Urmia, 13 from Khoy, and 92 from Tabriz. A. Dowletabadi talks about 159 Azerbaijani poets living in modern times, about 80 who wrote poems in Azerbaijani Turkish [26, 309].

Ali Nazmi Tabrizi’s work “Devist sokhanvar: Tazkirat ul-Shoara-ye manzum va mansur” (Two Hundred Poets: Memorial-biographical book devoted to poets and writers), written in Persian, is one of the sources that illuminate the literary activity of southern Azerbaijanis. He also spoke about the poets whose names were not mentioned in the previous commentaries.

One of the valuable sources of Iranian Turks’ literature of the Qajar era is Mahmud Kamal Inal’s (1871–1935) “Kamal ush-shoara”. Among the Azerbaijani poets mentioned in this work is Ahmad Bahai from Tabriz (1874–1925), Ahmad Feyzi Efendi (1842–1910) born in Sarab, Ramzi Baba from Tabriz (d. 1889), and other Azerbaijani poets [22, 131–171].

In modern times, the “Anthology of South Azerbaijan Literature” (1981–1994) compiled and published by the Institute of Literature named after Nizami of ANAS under the editorship of M. Ibrahimov is also an important source for studying the biography and creativity of southern Azerbaijani poets [3, 71–149].

The sources we have looked through had met hundreds of Turkish poets who wrote poems in Azerbaijani Turkish, such as Dakhil Maraghayi, Andalib Qarajadaghi, Mirza Mahammadrazi Tabrizi Banda, Abulfat Khan Javanshir Tuti, Seyyid Abulgasim Nabati, Zikri Ardabili, Mirza Abulhasan Raji, Mahammadbaghir Khalkhali, Mirza Hasan Afshar Mail, Haji Rza Sarraf, Mirza Ali Khan Lali, Mohammadamin Dilsuz, Mirza Mohammadtaghi, Haji Mehdi Shukuhi, Nail Mujrim Ali Ardabili, Attar Ardabili, Chavosh Mir Mahmud, Shuri Bakhshaishi, Abdurrashid Adibushshuara, Mirza Lutfali Andalibi and others [6].

Mirza Abulhasan Raji (1831–1876), Mirza Mohammadtaghi Qumri Derbendi (1819–1891) were the well-known marsiye (elegy) poets of the Qajar period. “The language of Raji from Tabriz, who is the most famous of lament poets, is a rich source for South Azerbaijani Turkish” [24, 37].

Khavar Tabrizi Kuzakonani, a descendant of Shams Tabrizi, Nasrullah Sadrulmemalik Ardabili, Sarhang Tabrizi, who was the prime minister of Abbas Mirza and wrote both Turkish and Persian poems under the pseudonym “Nusrati”. Mirza Mohammad Shafi Tabrizi (monshialmamalek all of Iran in the period of Fatali Shah), Mirza Valiullah Azerbaijani, Mirza Mehdi Nisar Azerbaijani, Mirza Hasan Govhar Azerbaijani, Togrul Tabrizi, Khurram Qarajadaghi, Khavari Tabrizi, Shuri Bakshayeshi, Tabriz poetess Parvin Etisami’s grandfather, Mirza Ali Lali Tabrizi, who was the court doctor of the Crown Prince Muzaffarddin Mirza Qajar and received the title “Shamsul-hukama” (The sun of doctors) in Tabriz and others, whose name is had not included in the history of Azerbaijani literature [20, 142, 150, 157].

It can be mentioned the names of poets of Qajar era who were Mohammad Fuzuli’s successors, such as Seyid Abulgasim Nabati (1812–1874), Heyran

Khanum Dunbuli (1790–1848), and Mirza Nasrullah Bahar Shirvani (1834–1883), one of the most famous poets of Iran and Azerbaijan, who was popular in the Turkic-speaking literary environment and then came to the palace of Nasiraddin Shah Qajar and was awarded the title of “Malekashshoara” (leader of poets). One of the notable poets of the Qajar epoch was Mohammadbagir Khalkhali (1829–1901), who wrote beautiful examples of public satire.

Hakim Hidaji, a philosopher-poet of the Qajar epoch

One of the most outstanding representatives of Azerbaijani literature during the Qajar period, Hakim Molla Mohammad Ali Hidaji, was a theologian, scientist, and poet. Unfortunately, there is no information about the date of birth of the poet in his works. According to available sources, he was born in 1853 or 1856 in the village of Hidaj, 60 kilometers from the southern Azerbaijani city of Zanjan. Hidaji began to compose poems in the Azerbaijani language when he was a child and took the word Hidaji as a pen-name. He was expelled from Hidaj at about twenty and continued to write poetry for several years, including full-time and part-time education, and eventually isolated himself in the madrasa (Muslim religious school) of the Seyid Nasiraddin Mausoleum in Tehran. There he began to compose some valuable poems. The interpretation written in the poem of Hakim Sabzavari, one of the famous sages of his time, indicates his extraordinary talent. Hakim Hidaji spent his life with honor, ignoring material blessings and wealth. He died in Tehran in 1928 and was buried there.

His works were first published in Zanjan in 1908 by Ali Hashtrudi under the title “Kollyiat-e Divan-e Hidaji”. An extensive introduction by Mahammadrza Karimi, a Turkish poetry divan called “Divane-torki”, was published in 2003, and a Turkish divan was republished in 2008 by Mohammadali Siddiq (Duzgun) [13].

Along with the author’s socio-philosophical poems, lyrical fragments reflecting the occupation of Azerbaijani lands by the Russian Empire are found in his poems in Persian and Turkish. The poet’s divan includes poems written in Azerbaijani Turkish, ghazal, qita, murabba, tarjiband, Persian masnavi (12), and a Turkish-Arabic mulamma (12). He was a prominent scientist of the Qajar period, and he expressed his socio-philosophical and literary-artistic thoughts in three languages: Azerbaijani, Persian, and Arabic. His scientific treatises on wisdom and philosophy show that he benefited from the philosophical views of such thinkers as Bahmanyar

and Sohrawardi and the great theologians of the Safavid period, Molla Sadra and Ilahi Ardabili [12].

The main period of Hidaji’s creativity coincided with Nasiraddin Shah’s (1848–1896) and Muzaffaraddin Shah Qajar’s (1896–1907). Motives for complaining about contemporary life are often found in his poems:

*For me, Iran has turned into a cage in this space,
For me, Tehran turned into a prison in this
pleasure* [13, 12].

The poet’s collection of poems “Divan-e Torki” includes twelve of his poems. His poetic work also included philosophical thoughts. One of the masterpieces of such a philosophical spirit is written in Turkish and Arabic languages, which requires great talent and mastery from the author is his fifteen distiches “Tazmin-e mokhammes az Sheikh Ishraq” written based on the poem of Shahabaddin Suhreverdi. His poems are dominated by deep philosophical thought and are distinguished by their eloquence and fluency. “In a number of his poems, the poet writes about vital love and secular relations, in which he acts as a real mystic, and the phrases and terms frequently appeared like suluk (truth seeker), ayine (mirror), nafs (passion), etc. reflecting his mystical outlooks confirms that Hidaji was a philosopher-poet deeply acquainted with the philosophical theory of vahdati-vujud (unity of being)” [15, 107].

Dissatisfaction, rebellion, and pessimism in Hidaji’s poems are connected with several social issues. Well-known researcher in South Azerbaijani literature Z. Asgarli writes about it: “Hidaji sees all the weight and brutal nature of the Iranian social environment and understands its true nature. He is rebuked by those around him for not being able to reconcile with them. He is forced to live alone among people, and he experiences the tragedy of realizing” [2, 657]. Injustice in society, social problems are reflected in some of his poems, as well as in this verses:

*It was a bad time, this time,
See who became the Shariatmadar (religious leader).
Far from the God, unaware of religious rules,
Says I am the leader of religious truth* [12, 245].

Mohammad Hidaji spoke about many processes taking place in the public life of the country, imperialism, violence, and boldly criticized the troubles.

Azerbaijani writers of the Qajar period

During the reign of the Qajar dynasty, not only in the world of poetry but also in prose, prominent representatives from Southern Azerbaijan grew up and laid the foundation of a turning point in the

literary environment of the twentieth century with their works. Under the influence of enlightened intellectuals such as Abbasgulu aga Bakikhanov (1794–1847), Mirza Shafi Vazeh (1794–1852), Mirza Fatali Akhundzade (1812–1878), Hasan bey Zardabi (1837–1907) of Northern Azerbaijan, Mirza Abdurrahim Talibov (1834–1911), Zeynalabidin Maraghayi (1837–1910), Mirza Aga Tabrizi (1831–1915) in Southern Azerbaijan had encouraged the spiritual development of society with his progressive ideas.

Haji Zeynalabdin Shirvani (1780–1838), born in the ancient city of Azerbaijan, Shamakhi, was one of the prominent figures of the Qajar period, who played a unique role in the development of Eastern socio-philosophical thought in the nineteenth century. This great thinker, geographer, historian and philosopher, scientist, traveler, and poet is the most famous traveler in the whole Eastern world and stayed on history as Mastali Shah. As a result of these travels, he became famous for his four books: “Riyaz us-siyaha” (The gardens of travel), “Hadaiq us-siyaha” (The gardens of travel), “Bustan us-siyaha” (“The gardens of travel”), and “Kashf ul-maaref” (Disclosure of knowledge).

Seyid Jamaladdin Asadabadi (1838–1897) was born in Asadabad settlement of Hamadan city. Sayyid Jamaladdin, who spent most of his life traveling from India to England, from Egypt to Turkestan, from Baghdad to Istanbul, carried out an enlightenment mission to liberate Muslim countries from the shackles of Western imperialist states by spreading Islamic philosophy and humanistic values.

Mirza Mohammad Razi Tabrizi, one of the intelligent people living in South Azerbaijan at this time, wrote a book called “Zinatul-tavarikh” (Adornment of history) about saints and prophets, rulers and officials, sages and poets [5, 65]. The valuable books such as “Jahanara” (Adorning the world) by Mohammadsadiq Marvazi, “Maasiri-Sultaniye” (“The deeds of the Sultan”) by Abdurrazzaq bey Dunbuli also influenced the progress of the science of history.

At that time, the literary language of the Iranian Turks was also close to the Jigatay Turkic language, so several works appeared for a deeper and more grammatical-scientific study of the language. As a result, there were significant advances in this field “Behcätul-lghat ya lughati-atrakiiyya” (Jigatay-Persian dictionary) by Fatali Qajar Qazvini, which was dedicated to Nasiraddin Shah, “Xulase-yi Abbasi” (Resume of Abbasi) by Mohammad Khoylu, etc. [21, 158].

Even though the primary language used of the palace was Persian during the Qajar period, many intellectuals served the progress of Azerbaijani culture. During this period, dozens of brilliant people grew up in Tabriz, Ardabil, Maragha, Khoy, Urmia, Zanjan, and other Azerbaijani cities, making significant contributions to the development of science, education, culture, military, and economy. For example, Mirza Hasan Rushdiyya (1851–1940) from Tabriz, who received the title of “father of enlightenment” for his enlightenment activities, established the first new methodical school in Tabriz in 1887, opened a school in Azerbaijani Turkish in Yerevan (Irean), compiled a textbook called “Vatan dili” (The language of the homeland) [10, 147–149].

Several textbooks were written in the Azerbaijani native language during the Qajar period. In addition to the above-mentioned Mirza Hasan Rushdia’s textbook “Vatan Dili”, there are several books on the grammatical rules of Azerbaijani Turkish. Among them, “Gavaid-e zaban-e torki” (“Rules of the Turkish language”), written by Mirza Baba Tabib Ashtiani in the time of Mohammad Shah Qajar (1834–1848), “Al-bahs innal-lughatin” (Discussion about languages) by Mirza Lutfali Nasiri Tabrizi is most popular.

The establishment of such scientific institutions as “Dar ul-Tarjuma” (Department of Translation) and “Dar ul-Taba” (Department of Press), opened in 1871 on the initiative of Nasiraddin Shah Qajar, played an essential role in the development of newspaper, magazine and book printing in Iran. [19] Mirza Mahammadhasan khan Etimadussaltana headed these departments from Maragha. More than a dozen newspapers were published under his editorship. The Madrasa-yi Nasiri was opened in Tabriz in 1869, the Tabriz State Madrasa in 1877, and the Higher Medical School in Urmia in 1878. All these were necessary steps towards the development of secular education in South Azerbaijan. Mirza Hasan Rushdiya (1851–1944), who founded the first modern school in Tabriz in 1888 and was called the “father of Iranian education”, Jabbar Asgarzadeh Baghchaban (1885–1966), who opened the first school for children with disabilities in Iran, Haji Mohammad Nakhchivani (1880–1962) and Mohammadali Tarbiyat (1877–1940), had a great effort at the opening of the Tabriz National Library. South Azerbaijanis have made significant contributions to the history of enlightenment in both Iran and Azerbaijan.

Conclusions. Persian as a literary language in the whole East in the early Middle Ages caused many poets to write in this language in Azerbaijan. Classical Azerbaijani literature, both in form and content, has

been associated with Arabic and Persian-language Oriental literature for many centuries. In later times, genius masters of words from Azerbaijan and their mother tongue created valuable literary examples in these languages.

The historical-chronological and memorial books that illuminate the literary environment of the Qajar period contain many Azerbaijani poets living in South Azerbaijan, most of whom were engaged in creative work in their native languages and Persian. The sources include the names of hundreds of poets who wrote poems in Azerbaijani Turkish, such as Dakhil Maraghayi, Andalib Qarajadaghi, Mirza Mahammadrazi Tabrizi Banda, Abulfat Khan Javanshir Tuti, Seyyid Abulgasim Nabati, Zikri Ardabili, Mirza Abulhasan Raji, Mahammadbaghir Khalkhali, Mirza Hasan Afshar Mail, Haji Rza Sarraf, Mirza Ali Khan Lali,

Mohammadamin Dilsuz, Mirza Mohammadtaghi, Haji Mehdi Shukuhi, Nail Mujrim Ali Ardabili, Attar Ardabili, Chavosh Mir Mahmud, Shuri Bakhshaishi, Abdurrashid Adibushshuara, Mirza Lutfali Andalibi, and others.

One of the brightest representatives of the Azerbaijani literature of the Qajar era was Hakim Molla Muhammad Ali Hidaji (1856–1928), who wrote both artistic and religious-philosophical works. Hidaji was fluent in Arabic, Persian, and Turkish and wrote poems in all three languages. Along with his Persian, his poetry divan (collection of poems) was also published in Azerbaijani Turkish.

One of the factors proving the loyalty of the Qajars to their ancestry is that their native language literature did not lag in its development during this period, and southern Azerbaijanis wrote poems in Azerbaijani Turkish along with Persian.

References:

1. Akpınar, Y. *Researches of Azeri Literature*. Istanbul: Dergah Publications, 1994, 389 p.
2. *Anthology of Azerbaijani poetry of the XIX century*. Compiled by Z. Asgarli, ed. B. Nabiyeu. Baku, East-West Publication. 2005, 424 p.
3. *Anthology of South Azerbaijani literature*. [In four volumes] / Compilers: M. Manafi, Z. Akbarov, R. Qasimova; Ed. M. Ibrahimov / Institute of Literature named after Nizami of the Academy of Sciences of Azerbaijan. Baku, Elm. 1981, 384 p.
4. Chingizoghlu, A. *Qajars and Qajar village*. Baku, Shusha Publishing house. 2008, 336 p.
5. Danbali, A. M. *Nigaristani-Dara (Dara Gallery)*. Compiler, author of introduction, explanation and notes: A. Khayyampour. Tabriz, Azerbaijan Book Publishing. 1343 (in Persian).
6. *Divan Beigi Shirazi, S. A. Hadiqa al-Shoaara (The garden of poets): in the biography of poets, mystics, sages and scientists of the Qajar period from 1200 to 1300 AH*. [in three volumes]. Author of introduction, correction and annotation: A. Navai. Tehran. Zarrin Publications. 1364 (in Persian).
7. *Encyclopedia of the Islamic World*. Islamic Encyclopedia Foundation. I Vol. URL: <https://rch.ac.ir/06.06.2021>
8. *Encyclopedia Britannica*. Azerbaijan: region Iran. URL: <https://www.britannica.com/place/Azerbaijan-region-Iran> 11.06.2021
9. *Encyclopedia of the peoples of Africa and the Middle East*. Ed. by Jamie Stokes. [In two volumes.] Published 2009. 880 p. Vol. 2.
10. Hasanzadeh T. *Prominent socio-political figures lived in Azerbaijan in the XVIII–XIX centuries (based on Mehdi Bamdad's "History of Iranian political figures")*. Baku, Nurlan. 2007, 320 p.
11. Heyat, J. *A review of Azerbaijani literature*. Baku, Yazichi Publication House. 1993, 176 p.
12. *History of Azerbaijan literature*. [In six volumes]. Institute of Literature named after Nizami Ganjavi of ANAS. Baku, Elm. 2009. Vol. 3.
13. Hidaji, Hakim Muhammad. *Divan-i Türki*. Introduction and publication by M. Karimi. Tehran, Intisharat-e Andishe-ye now. 1382. 160 p.
14. Hidaji, Hakim M. M. *Divan of Turkish Poetry*. Introduction, correction and annotation by Hassan Mohammadzadeh Siddiq. Tehran, Karaj. 1388. 177 p.
15. Ismayilova, A. *Masnavi of Molla Mohammad Hidaji*. Manuscripts do not burn. Institute of Manuscripts named after Mohammad Fuzuli of ANAS. 2018, № 2 (7), pp. 103–109.
16. Kafkasyali, A. *Anthology of Iranian Turkish Literature*. [In three volumes.] Erzurum, Ataturk University Press House. 2002. Vol. 3, 477 p.
17. Kocharli, F. *Azerbaijani literature*. [In two volumes.] / Compiler, author of introduction, explanation and notes: Ruqiyya Qanbargizi / Baku, Eurasia-Press. 2005. I Vol. 560 p., Vol. II. 464 p.
18. Koprulu, F. *Literary Studies*, TTK. Publications, Ankara. 1986, 680 p.
19. Mammadli, P. *History of the South Azerbaijan press in nineteenth, twentieth, and twenty-first centuries*. Baku, Elm. 2009, 230 p.

20. Modarres Tabrizi, M. Reyhaneh Al-Adab in the biography of the famous with names and titles. By the efforts of Mir Mahmoud Mousavi. [in nine volumes]. Vol. I. Tehran : Khayyam Bookstore. 1369.
21. Musali, N. On the issues of Turkish identity and the position of Turkish in the period of Kajars. *Amasya University Journal of Social Sciences*. Volume 2, Issue 4, 2018, p. 131–171.
22. Musali, V. Azerbaijani poets in Mahmud Kamal Inal's tazkira. *Proceedings of the International Symposium "Azerbaijan in World Literature"* May 27-29, 2011. Baku, Khazar University Publishing House, 2012. p. 568–575.
23. Omid, M. A review at the poetic style of Azerbaijani poets of the Qajar period, relying on the memoirs of "Behjat al-Shoara". *Quarterly Journal of Literary and Rhetorical Research*. Volume 1, Number 1, 2012. pp. 56–43 (in Persian)
24. Rasulzadeh, MA Iranian Turks. Works.. The collector, the translator from the Arabic alphabet to the Latin alphabet, the author of the introduction Sh. Huseynov. Baku, 2001, II Vol.
25. Sumer, F. Oghuzs (Turkmens): History. Head organization. Stories. /Tr. from Turkish, author of introduction, notes and comments R. Asker / Baku, MBM Publications. 2013, 448 p.
26. Tarbiyet, M. Danismandan-i Azerbaijan. (Tr. From Persian by I. Shams, Q. Kandli). Baku, Azerneshr. 1987. 433 p.
27. *The Cambridge History of Iran*. Vol. 7, W. B. Fisher, P. Avery, G. R. Hambly, C. Melville. Cambridge : Cambridge University Press, 1991.

Гульнар Агіг. АЗЕРБАЙДЖАНСЬКА ТУРЕЦЬКА МОВА ПІД ЧАС QAJAR ЕРОСН

Після завоювання Ірану Арабським халіфатом великою територією за межами сучасної Ісламської Республіки Іран тисячі років керували турецькі династії. Саманіди (819–999) були останніми перськими правителями, і від Казнавідів (963–1186) до Каджарів (1795–1925) турки мали тривалий авторитет, включаючи потужні тюркські династії, такі як Равваді, Сельджуки, Qaraqoyunlus, Aghqoyunlus, Safavids і Afshars.

Купці та мандрівники, дипломати та історики, подорожуючи до Південного Азербайджану, який увійшов на територію нинішнього Ірану в 19 столітті, зазначали, що розмовною мовою населення та офіційною мовою, що використовувалася в палаці в Тебрізі, була азербайджанська турецька. Хоча література в Південному Азербайджані в цю епоху розвивалася переважно перською мовою, багато поетів писали та творили рідною азербайджанською турецькою мовою. Про видатних діячів літератури цього періоду повідомляють М. А. Асрар, М. Дайхім, М. Тарбіет, А. Довлетабаді, А. Назмі та інші в історико-хронологічних та біографічно-меморіальних працях.

В одному з джерел, що містять інформацію про азербайджанських поетів періоду Каджара, у книзі Азіза Довлатабаді «Сохенваран-е Азербайджан» («Майстри слів Азербайджану») згадується загальною сто п'ятдесят дев'ять азербайджанських поетів, які жили в цей період, приблизно вісімдесят із них писали вірші азербайджанською турецькою мовою.

У рецензованих джерелах зустрічалися сотні турецьких поетів, які писали вірші азербайджанською турецькою мовою, такі як Дахіл Марагаї, Андаліб Караджадагі, Мірза Махаммадразі Тебрізі Банда, Абульфат Хан Джаваншир Туті, Сейїд Абулгасім Набаті, Зікрі Ардабілі, Мірза Абулхасбан Раджіхар Махамахабан Афганхасхан Пошта, Хаджі Рза Сарраф, Мірза Алі Хан Лалі, Мохаммадамін Ділсуз, Мірза Мохаммадтагі, Хаджі Мехді Шукухі, Нейл Муджрім Алі Ардабілі, Аттар Ардабілі, Чавош Мір Махмуд, Шурі Бахшайші, Абдурашид Адібущуфара, Андалі Лудутафа.

Згідно з розглянутими джерелами та дослідженнями в цій галузі, ми можемо дійти такого висновку, що азербайджанська турецька, яка отримала статус офіційної державної мови за часів Сефевідів, також була однією з двох основних мов, що використовуються як на письмі, так і усно в палаці в період Каджара.

Ключові слова: каджари, азербайджанська турецька мова, поезія, літературне середовище, поети, письменники.

Dyndarenko O. A.

Petro Mohyla Black Sea National University

R. KIPLING: A COSMOPOLITAN OR AN “IMPERIAL BARD” IN POETRY AND PROSE?

The article deals with the investigation of the role of the Eastern and Western philosophic ideas in both the writer's career and the heritage of the English postcolonial literature. For the first time in the history of the modern Ukrainian Literary Studies the link between the novel “Kim” and a number of short stories in creating the image of India has been made to reach translation objectives. As R. Kipling's narratives often involve the journalist-narrator as the narrative correspondent: the man-on-the-spot with information for a reading audience, whose narrative persona is not always objective or distanced from the events that unfold, so, could we relate it to the writer himself, as the figures are akin in journalistic mediation and interpretation of news. In “The Return of Imray” and “The Mark of the Beast” his presence serves to verify the authenticity of strange affairs and to mediate their experience for readers. In “The Strange Ride” and “The Man Who Would Be King” he comes across unusual incidents, which he (re)stages for readers' benefit. In “The City of Dreadful Night” and “To be Filed For Reference” his nightly exploration of parts of the native city yield tableaux of native and colonial lives. In this respect, his narrator is often a petty pilferer or loafer, either stealing bits of other people's lives or stories of their lives to fashion a novel story which gives new perspectives for the development of the reading-translation strategies in studying R. Kipling's narratives.

The advanced ideas in culture-related issues about India, gender questions and tendencies of cross- and multi-culturalism provide changing the perception of R. Kipling's literary heritage as orientalist into a cosmopolitan one. In our attempt to compare the main issues of Russian and Ukrainian translation, we try to propose possible perspectives of further study of the writer's literary works in the content of the post-colonial studies with the gradual change of the traditional points of view on the author; imposed by Edward Said and Sara Suleri to the mode While it is dangerous to equate the frame-narrator with Kipling, there are passages in “The Man Who Would Be King” which are lifted directly from Kipling's record of his own travel experiences in the Princely States. On assignment for the Pioneer in Rajasthan (which resulted in “Letters of Marque”), he describes himself in a letter to his cousin Margaret Burne-Jones in similar terms as his frame-narrator. He describes himself as “having railed and rode and drove and, tramped and slept in King's palaces or under the stars with natives in desolate wayside stations”. Diverse experiences contribute to the narrator's authority; “wonderful and awful things” experienced during the journey become fodder for his writing., unbiased and impartial one, – all this gives new objectives to understanding and translating the content of the writer's literary works of this period.

Key words: a cosmopolitan, “iron Rudyard”, “Bard of Impire”, Indian and Anglo-Indian society, orientalism, gender problem, cross- and multi-cultural tendencies, the British Empire, postcolonial literature.

Stating the problem. Through centuries we have got used to describing Kipling as the imperial storyteller or the preeminent bard of the British Empire, but we also have a goal of our investigation to show an alternative portrait of a cosmopolitan R. Kipling, the one indebted more to journalism and its quest for novelty, gender equality and adventure, as the man-on-the-spot. Involving the up-to-date research of the translation objectives in studying R. Kipling's literary heritage both by the Ukrainian and Russian experts, we'll try to enforce the unbiased perception of the author as the one with cross- and multi-cultural

ideas of relation between Indian and Anglo-Indian society and creating the image of India as eternal in its philosophy and changing in its everyday life.

Analysis of the latest researches and publications. The numerous renowned researchers of the postcolonial critics, such as: Homi Bhabha, Sara Suleri, H. Tiffin, Edward Said, M. Pratt, A. Lawson, P. Brantlinger, B. Ashcroft, G. Griffiths, W. Harris, J. Clifford, Gobind, J. Rignall and others studied the heritage of R. Kipling, but there are still no profound works on the topic of our research, particularly from the point of view of comparing

and studying the genesis of the ideas of the English writer of the first part of the twentieth century R. Kipling as for the role of the East and the West in portraying the image of India. There are only random critical comments, proposed by M. Strikha, L. Herasymchuk as representatives of Ukrainian Literary Studies School.

Outlining the aspects of the problem which haven't been solved. The scientific novelty of our research implies the restoration of R. Kipling's reputation of the cosmopolitan author through the impartial, objective and unbiased study of his literary heritage, especially of the novel "Kim" in the context of the postcolonial discourse, oriental studies, gender problem, and the tendencies of cross- and multi-culturalism. The theoretical importance of our research is that it gives opportunity to the deeper further study of the literary heritage of R. Kipling changing the orientalist view upon him. We also simultaneously research and compare the image of India in the novel Kim and other literary works by R. Kipling.

The aim of the article. The main goal of the article is to reach the new translation objectives and perspectives in studying the restored heritage of R. Kipling's novels and short stories by the Ukrainian and Russian experts and critics and in the first place thanks to the reconsideration of the imperial story-teller's image, transformed into the journalist-reporter – a cosmopolitan one.

Representation of the main points of the research. Once E. Said mentioned that "every work of culture represents a certain perception of the momentum, and we have to correlate it with the different points of view it caused later" [1, p. 47]. So, we'll try to prove that R. Kipling managed to create the image of India with its national cultural peculiarities of language, nature, history, religion and philosophy, which are eternal, independent from the British rule.

When dealing with the novel "Kim", we associate it with Kim, involved in "the Great Game" or the British Intelligence Service, and Teshu Lama, who inspires Kim to seek for "the Healing or the Arrow River". Kim is "the little friend for the whole world", trying to get free from "the Great Wheel" in the East or the life burden in the West. Connection between Kim, who turned into "chela", the lama's apprentice, following "the Way, the Gates of Learning, is, for sure, the central, allegorically conveying the dialogue between the East and the West. Kim is indowed with the art of reincarnation on the level of "dasa" (a saint in the transcendental buddhist philosophy) and feels

at ease in any environ. He easily changes systems of values, religions, speaking and understanding any local languages and dialects (Bengali, Hindu, Urdu, Pathan, Saddhu). Numerous dialects and styles of speaking are given in the novel, phrases, understood to everyone: "Om mane pud me hum!" "Hai mai!" "Allah kerim!" – "as the God's prayer is universal and appeals to the world", as lama thought [2, p. 145].

The legend about "the Healing or the Arrow River" is central in the novel. Lama's mission, as a guru, is to become a saint, having gone through the trials and ordeals to the Healing River together with his "chela", Kim, to reach the healing source of the spiritual life of every lama. To get rid of the Great Wheel, with its main symbols and man's weakest sides and the gravest sins in Buddhism: Wild Boar (Ignorance), Snake (Anger) and Dove (Lust) and to free his own soul and the chela's one.

The holy Ganges river helps to get rid of the Great Wheel, so during the most popular religious holidays, the clay statues of the God after the prayer are ceremonially carried to the river and thrown into it! Indians also believe that the healing Ganges waters can help them get rid of the diseases and sins during the ritual bathing on the Holy Krishna's birthday. There is certain analogy between the Bible legend of Christ's childhood in Nazareth, a Palestinian city, and Gokul, a secure place, where Krishna was brought by the shepherd Nanda, living there among the shepherds, similar to Jesus, who lived in Nazareth in a carpenter's family. There is even the legend in the text about the flood myth, based on the Indian parable, with the same origin, that the Christian one. The myth of Noah's Ark reminds the myth of the Ark of the Lord Manu.

Nature is essential in the content of Indian philosophy and namely through the constant meditation with Nature one can reach the spirit of excellence. The Indian proverb says: "Who goes to the hills, goes to his mother" and the saying follows: "one chooses the hills, and the other is native to the sea" [2, p. 159].

The author can't help admiring the the unprecedented beauty of the Indian nature on every page of the novel. Using all possible types of "tropes" of fiction style, R. Kipling describes the plains, hills, forests, valleys of the rare beauty – mystical and arcane, "worshipped by the people as devils", and the plains "treated as holy men" with the "eternal snow" of Thibeth, where Nature is so fascinating, that it could only be a temple for the holy gods, but not for the sinful people: "Suerly, the Gods live here! This is no place for men!" [2, p. 170]. For Teshu Lama India is the place of the endless sea, emerald green

forests and “diamond air”, the place where, according to the proverb, “...plains-bred and plains-fed...”; along which he endlessly wanders as a lonely loafer, confessing that “the knife-edged breezes which had cut the years off my shoulders” remembering that “forests and valleys took to their bosom” numerous homeless Sakhibs [2, p. 182].

Concluding on the topic of studying the use of literary tropes in creating the image of *rel India* with its natural colouring and culture and religious peculiarities in the novel “*Kim*”, we can state that with the help of language realia, tropes, numerous substantial names of folklore, philosophical and mythological knowledge of the writer, R. Kipling managed to create the image of India with its eternal pre-British past, which has been preserved and valued up to now. Thus, we have to change our traditional view of the author and his literary heritage, from the typical orientalist one of the postcolonial critics into the avanguard cosmopolitan perception.

The phenomenon of R. Kipling is still disputable and involves a number of experts, according to Maksym Strikha, a well-known Ukrainian literary critic. Endless attempts to explain his popularity with his renowned notorious past, love of exotics, and political engagement, won't in the least help us approach the level of understanding the literary phenomenon called “*Rudyard Kipling*” (or “*the Iron Rudyard*” – as he was called by the friends and the enemies and opponents, putting quite different pretext into the term. R. Kipling embodies one of the greatest men of letters, with his unique style or writing an d unprecedent talent, though being quite an ordinary person from the first sight, whose literary career and heritage can be judged from their unique, personal laws and rules, peculiarities and atmosphere. T. S. Eliot was the first to do this in his foreword to the *Collection of Kipling's Poetry*, he has arranged and selected. T. S. Eliot mentions that there were many poets aspired to create poetry, but all of them could be easily forgotten, with the exception of the satirical ones. Whilst R. Kipling created real poetry, though not aspired to compose it at the beginning. So, what T. S. Eliot stresses as peculiar, is this desire to become “the author of ballads ... T. S. Eliot is simultaneously broadening and expanding the meaning of the word “ballad”. Events are focused more in the narrative ballads, the aim of which is to cause certain emotions. Poetry, lyrics is a secondary matter in them, usually subconscious, and the shape of such ballads – short rhymed stanzas. The reader's attention is concentrated on the events and characters, the content of the ballad must be simple to be easily

understood by the audience. When the ballad is dramatized, the next presentation enforces the effect of the previous one, but the complete understanding ought to be reached directly after the first one. The metric shape must be simple, the one not attracting much attention, though repetition and refrain could add the effect of a spell to the ballad... Ballads are prevalently read out-loud to reach the best effect. But still this simple form and shape is combined with the fabulous talent of the man of letters, eloquence, a unique use of phrases and rhythm. Ballad stanzas must be shorter, the scheme of rhythm should be rather simplified in order to be quickly apprehended, the refrain promotes repetition, where the possible number of rhythmical variations is restricted.

M. Strikha considers, that “the phenomenon of R. Kipling is that he manages to create a great number of forms and shapes for his ballads: each of which is so perfect and best suits the content and the atmosphere of the literary work. At the same time rhyming is not so regular: monotonous rhythm is present, where it is required, though there is a number of deviations from the classical metric shape and form” [3, c. 6].

Unfortunately, these positive remarks about the talent of the writer were made posthumously. The reputation of R. Kipling as a writer had started to decline long before this. If the first books by R. Kipling were criticized from the aesthetical critical point of view, at the beginning of the twentieth century more important reasons for criticizing and blaming the author appeared. Humanity entered the new epoch of radical social, political and religious transformations, on the background of which R. Kipling, with his strong belief in the unique historical mission of Great Britain looked like an anachronism. The intellectual elite of society avoided him, and for the young post-war avantgard poets, T.S. Eliot and Ezra Pound, with their complicated refined symbolism, Kipling, who spoke the common language for the millions, was perceived more as a “bard of imperialism” and the builder of Empire, similar to Cecil Rhodes.

This odious label was attached to R. Kipling, though one of its initiators, T.S. Eliot, contributed much to reviving the good literary reputation of the writer as a talented one. So we have to state clearly that R. Kipling, who lost his young son in 1915 in the battle of Loos, the one of Anglo-Boer war, during the WW I, and his little daughter, who died of grave illness, had never praised the suppression of the colonized countries and their people. For him “the white man's burden” first and foremost meant

the honest, hard, painstaking work, sacrificing one's own life for the sake of other civilizations' and their people's well-being and educating. Sure, it was a naïve and mistaken point of view, but it doesn't justify the tendency of vulgarisation and persecuting the author's ideas in the time of cult and post-cult literary critics development.

The more these biased ideas about R. Kipling are opposed by the author in his famous "Ballad of East and West" with the first opening lines, which are translated as follows: "Захід є Захід, а Схід є Схід, і їм не зійтися вдвох, допоки Землю і Небеса на Суд не покличе Бог" – are usually wrongfully interpreted and drawn away from the context as if the proof of the writer's idea of the eternal antagonism of the two civilizations and their systems of values, views, mentality and laws and customs. In fact, the whole ballad is a consequent refute of this thesis, the ardent hymn to the power of the human spirit, giving opportunity to people to overcome any prejudices and give each other a helping hand. Taking into consideration that after these two most frequently cited stanzas follow the two completely the opposite, equivalent in translation: "Та Сходу і Заходу вже нема, границь нема поготів, як сильні стають лицем у лице, хоч вони з різних світів!" [3, с. 6].

R. Kipling met the WW I with the chauvinistic poem-call "If". Later he would become aware of this useless blood-shed and would create the tragic, full of deep sarcasm "Epitaphs of war" and "Gethsemane". The idea of the ruthless, bloody, atrocious war and its role in the history of mankind at first was conveyed in the poem "On the March" – a poem, unexpectedly, against the author's plan, became one of the most powerful anti-war European poems.

After the WW I and the death of his beloved son in it, the writer had been living an isolated life, separated himself from the rest of the world and minimized his social environ. Until his last day of life he had been writing, but "the iron curtain" or "a stud wall of misunderstanding", which he had built himself, appeared between him and his readers and audience. Three years before his death he wrote in his short poem "The Appeal", addressing the future generations: "If I have given you delight by aught that I have done, let me lie quiet in that night which shall be yours anon: and for the little, little, span the dead are borne in mind, seek not to question other than the books I have behind." [6, p. 827] У вітчизняному перекладі звучить: "Наразі ж воскресять на мить мене чийсь думки, то прошу не мене судить, а лиш мої книжки" [4, с. 2].

This appeal was left in vain, no one would listen to it. In 1936 England gave the last highest honour to R. Kipling, but not a single famous writer or a literary artist of the time attended the funeral at the Westminster Abbey. R. Kipling had died much earlier for them... And only 3 years before the death of "the Iron Rudyard" his younger successor, a political antagonist, the ardent supporter of "the left-wing", Vistan Hugh Auden had to agree: "За стрункі простять рядки Кіплінгу його думки..." [4, с. 2].

Years passed and "the Great British Impire" somehow faded away, as if so much praised by R. Kipling, and time, having hidden the shades of so much vivid political tendencies of the author's literary heritage, leaving to us the beautiful novels and poetry with their clear belief in the strong will and courage of a man, the ability to overcome any hardships on the way to achieve the highest life goal. The ideal of Kipling is the victory of the active creative spirit of man over stagnation and pessimism, which is mainly praised in the writer's poetry with a rare vigour and strength, is still valued and understood by every generation and in every epoch, with the writer's strong innate desire, moving us and touching our emotions so deeply with the author's poetry. No wonder that such famous translators of fiction as M. Lozynskiy, M. Humilyov, S. Marshak, K. Symonov popularized R. Kipling's talent, presenting more and more of his works in astonishing and fascinating interpretations.

Ukrainian interpretations of Kipling were less successful, unfortunately. There are only few attempts to translate his poetry by D. Palamarchuk, L. Solonko, Y. Svesrtiuk, V. Korotych, – but even mostly not officially published. There were reasons for this. The notoriety of the "Imperial Bard" was so strong, that it interfered with and excluded the author's literary works from the Ukrainian field of study and the audience of readers. Even the fairy tales from "the Jungle Book" were treated as "apology of imperialist hunt, about the human society, turned into the animal pack, where the single existing law is the right of a predator to a prey, with overall prevailing chaos, anarchy and disintegration, thirst for murder and fear of death, replace all the social norms of behaviour" [4, с.2].

Whilst in Moscow and Leningrad you could freely enjoy R. Kipling's literary works, giving the indisputable argument for this: "The literary heritage of Kipling is of a growing interest for our society as a perfect implementation of the unprecedented work of fiction, produced by our ideological enemy, the highest achievement

of the western imperialist poetry”, whereas in Kyiv, through the known conditions of publishing, such a preamble of Moscow and Leningrad origin completely excluded the possibility of printing and publishing Kipling’s works in Ukraine [4, c. 2].

Only six decades later the first Kipling’s works for children and a small collection for the adults appeared in Ukraine. And nowadays thanks to the radical transformations in our society, thus including into the literary circle dozens of literary names, previously condemned, we’ll try to ruin one more myth – the myth about R. Kipling as “a misanthrope”, “the Imperial Bard”, which has always been only a myth, a prejudiced point of view, according to M. Strikha, whose point of view we support, as any educated person does. L. Herasymchuk, for example, stresses in his article “Непричесані думки”, that there are permanent discussions about the interpretations of different authors, which burst out, who sell their talent to serve the degenerative or totalitarian government, justifies the crimes of his own state against other alien civilizations. He reminds us about Ezra Pound, who actively collaborated with the Italian fascist regime, and was tried and further convicted after the war by the American court of justice. And though his works are rather popular and talented, he is always blamed for his notorious Nazi loyalty. L. Herasymchuk remarks that a number of articles have been written in the Central Europe about the talented writers who were, like “double agents” and deceived their readers, trading their own talent to the repressive regimes in exchange for different privileges, career of money. Though sometimes this question is avoided in the Central Europe, either is it in Ukraine, as L. Herasymchuk thinks, considering both native and foreign authors, mentioning R. Kipling as a betrayer either! He blames M. Strikha for praising the notoriously known writer, so popular in Russia only for his imperialist tendencies, characteristic of it as well, even the pronunciation of the name is in a Russian manner. L. Herasymchuk emphasizes that Kipling “was constantly praising British Imperialism, and convicting him by the former USSR and foreign critics could only be without irony. His literary talent was still widely popularized but it didn’t deal with his political preferences... L. Herasymchuk also advises, remembering about the “postcolonial critics” to cite some of the Indian experts as for the values praised by the Nobel prize laureate” [4, c. 2].

We can’t agree with L. Herasymchuk’s point of view, as R. Kipling never collaborated with the evil government in favour of privileges and even was avoided by it and lived in isolation,

abandoned and forgot by the intellectual elite. He couldn’t have praised any war, as he had lost his only son in the war! R. Kipling was a rare author with an unprecedented talent, sincere belief in the universal truth and justice, – which was treacherously used by the leaders of the Empire for their own profit and then blaming the author for all deadly sins and discrediting him in public, having understood that he was independent from their influence and would never betray his principles.

Volodymyr Chernyshenko successfully shared the idea of O. Zverev, expressed in the periodical edition of “Inostrannaya Literatura” («Иностранная литература»), № 1, 1992, and presented eleven Ukrainian translations of the poem “If”, produced by the representatives of different Ukrainian literary schools of different epochs. They are worth comparing for an expert translator with five Russian translations, represented in O. Zverev’s collection, produced by Lozinskiy, Kornilov, Gribanov, Sharapova and Marshak. The accuracy and value of translation is only growing more, when the translator shares the achievements of other experts in translation. For example, an outstanding Ukrainian translator Iryna Steshenko, whose literary works are neglected by our experts in the theory of translation, used German translations, working on her brilliant translations of Shakespeare; Palamarchuk used the heritage of Mykhaylov to interpret Byron’s verses. For us, readers, the rich resulting translation is most valuable, while theoreticians and critics go into numerous details of the literary process of creating the work of art.

Conclusions and propositions. So, we can conclude that R. Kipling gave an objective glimpse of the British colonial rule in India as a real historical story-teller and a writer. His novel “Mother Maturin” wasn’t lost but was further on restored in such narratives as: “Life’s Handicap”, “Plain Tales”, “The House of Suddhoo”, “The Gate of Hundred Sorrows”, “The City of Dreadful Night”, “Kim” and “To Be Filed For Reference”, – to be contributed to the English literary heritage of this period. Kipling’s acknowledgement of his occupation as journalist-writer is an acknowledgement of the market forces and commodity relations which characterise the literary scene in the late nineteenth century, so his strong desire to vividly show the pros and cons of the Indian and Anglo-Indian urban life in all its “unutterable horrors” was quite natural, dictated by the urgent issues of the time he portrayed. His mastership of the writer-journalist enables us to lead the further research into the reading-translation

perspectives of R. Kipling's literary heritage unlike the colonial one. The postcolonial study could reveal the author's deep knowledge of the new gender relations, the position of women in society, of the human nature and traditions of Indian and Anglo-Indian society.

Concluding about the research on the translations and the role of the author in R. Kipling's prose and poetry, we can definitely state that with the help of tropes, language realias, deep historical, religious and philosophical insight, the acute knowledge of folklore and mythology, the writer, as a real

cosmopolitan, managed to create the image of India with its vast and rich past and present, striving to get free from the British rule and its influence on the past and future of the growing new country. All this gives us grounds to change the traditional view of the writer as an orientalist one in the postcolonial critics to the cosmopolitan view. We can also follow the genesis of the interpretations of R. Kipling both among Ukrainian and Russian literary experts of translation and studies in literary theory, especially his major role in the dialogue between the two cultures of the East and West.

References:

1. Said E.W. Culture and Imperialism. L. : Vintage, 1994. 444 p.
2. Kipling R. Kim. London: Penguin Books, 1994. 287 p.
3. Стріха М. Кіплінг реальний і вигадани. *Зарубіжна література*. 1998. Ч. 41. С. 1–6
4. Герасимчук Л. Непричесані роздуми. *Українська літературна газета*. 2010. № 2(8). С. 2.
5. Suleri, Sara. The Rhetoric of English India. Chicago, 2012. 230 p.
6. R. Kipling's Verse Definite Edition. London : Hodder&Stoughton, 1987. -845 p

Диндаренко О. А. Р. КІПЛІНГ: КОСМОПОЛИТ ЧИ «БАРД ІМПЕРІАЛІЗМУ» В ПРОЗІ ТА ПОЕЗІЇ?

Статтю присвячено темі розгляду повернених та всесвітньо відомих літературних творів Р. Кіплінга, їх перегляду з точки зору літературознавства та ефективності впровадження нових варіантів їх перекладу та ідейно-філософського сприйняття. Зроблена спроба переглянути стереотипні погляди на творчість Р. Кіплінга як барда колоніальної епохи, на постколоніальні характеристики його як письменника-журналіста, який повідомляє про події в «гарячих точках планети», віщує нам про майбутнє. Автор представлений як журналіст, оповідач, який сміливо досліджує реалії місцевого життя з усіма його негараздами і недоліками, висміюючи і критикуючи при цьому «англо-індійський бомонд» із його міщанськими чеснотами і неповагою до місцевих, життя яких представлено у найреалістичніших кольорах, без прикрашання, у самих його нетрях. Образ автора та оповідача максимально наближені одне до одного, що особливо відчувається у їх спорідненості у переказі подій тих часів, фактів, культурних, філософських та релігійних особливостей Індійців, передані з майстерністю письменника-журналіста, спостерігача та мандрівця за вічними цінностями такого близького йому за духом Індійського народу. У таких творах, як «Повернення Імрея», «Тавро звіра», образ оповідача допомагає виявити походження дивних речей, що трапляються, щоб представити їх читачькому загалу. У «Дивній подорожі» та «Людині, якій судилося стати королем» автор із великою майстерністю відтворює надзвичайні події, віддаючи перевагу думці читача, залишає остаточну думку за ним. У «Місті ста печалей» та «До вимоги» дослідження Р. Кіплінгом нічного життя близьких до нього кварталів може дати яскраві заголовки для жовтої преси про як життя місцевих, так і колонізаторів. Виявляється, автор, як мозаїку, складає картину низки подій, що складається з найважливіших його вражень почутого, побаченого, відчутого з першоджерела, що приваблює і повертає увагу читача, дає можливість створювати свою картину світу. Оповідач-мандрівець Кіплінга з чужих картин життя складає свою правдиву історію, що надає можливість подальших перспектив дослідження творчості письменника з точки зору літературознавства і перекладу, відходячи від традиційних поглядів постколоніальної критики, представлених Е. Саїдом, С. Сулері та ін.

Для вдосконалення навичок перекладу з англійської мови, інтерпретації текстів, для знавців зарубіжної літератури, а також для всіх охочих ознайомитися з особливостями новітніх поглядів на твори Р. Кіплінга пропонується дослідити відмінності та можливі перспективи розвитку філософських ідей письменника, які відображені в оригінальних текстах і перекладах робіт автора.

Ключові слова: космополіт, «залізний Рад'ярд», «бард імперіалізму», індійське та англо-індійське суспільство, орієнталізм, гендерна проблема, тенденції крос- і мультикультуралізму, Британська імперія, постколоніальна література.

Калашнікова О. Л.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

«НОВИЙ ГУМАНІЗМ»: ПРОВОКАЦІЯ, АНАЛІЗ ЧИ ЛІТЕРАТУРА?

У статті на матеріалі творчості сучасної французької письменниці, члена Гонкурівської академії В. Депант досліджується зміна характеру французької літератури третього тисячоліття, яка втручається у сферу соціології, філософії, психології і навіть політики. Об'єктом аналізу є роман-дослідження «Teen Spirit» (2002 р.), де виявлено витоки і причини «випадіння з реалу» сучасної молоді і, як наслідок, формування соціофобії і девіантної поведінки молодих. Вивчення нарративної стратегії авторки роману дало змогу показати зумовленість сучасних форм письма соціальними конфігураціями в суспільстві і переглянути установлені у французькому і англо-американському літературознавстві стереотипи сприйняття романів Депант як тільки явищ поп-фемінізму, панк-рок фемінізму, що втілюють авторську стратегію свідомої провокації. «Teen Spirit» позначив вихід Депант за рамки просто «жіночої літератури», дозволив авторці заявити про себе як про письменницю-аналітика, що досліджує політичні, соціальні механізми існування сучасного суспільства, їх вплив на суспільну психологію і мораль. Виносячи в назву роману ключовий об'єкт свого аналізу, Депант вивчає феномен протестної підліткової свідомості як середовища, благодатного для формування і вербування потенційних терористів, здійснюючи художніми засобами лабораторне препарування, виявляючи причини, форми, соціальні варіанти і наслідки протестної психології, вводячи читача до «зони занепокоєння», формуючи новий вид гуманізму, характерний для сучасної французької літератури. Але новаторство поетики письменниці визначають не стільки табуїзовані теми як засіб шокотерапії суспільства, скільки вибір нарративної стратегії, я-нарації, «сповіді себе» (*confession de soi*), і в той же час «сповіді для себе» (*confession pour toi-même*), «егописання» моральних недоростків, їх *autofiction*, що підключають твір Депант до французької літературної традиції «*l'écriture de soi*». Невтішні прогнози авторки щодо перспектив розвитку феномена протестної свідомості структурує паратекст роману: назва, заголовки трьох частин прокреслюють «дорожню карту» руху від підліткової протестної поведінки до участі в терактах, керованих політиками. Роман позначив початок процесу створення Депант сучасної «Людської комедії», що вилився у грандіозну сагу «*Vernon Subutex*» (2015–2017).

Ключові слова: новий гуманізм, новітній французький роман, Депант, роман-дослідження, я-нарація, егописання, *autofiction*, паратекст, підліткова свідомість (*teen spirit*).

...il y a place, à l'Université, pour une étude de la création la plus récente. Il ne s'agit pas seulement de signaler ni d'évaluer une oeuvre, mais de montrer comment elle s'insère dans un ensemble de questions qui lui sont – ou non – contemporaines, comment elle est conçue, par quel travail d'écriture sont obtenus les effets auxquels elle pretend...

Dominique Viart

Постановка проблеми. Питання про зміну парадигми літератури третього тисячоліття, що набуває рис суміжних областей людської думки: соціології, психології, філософії, – сьогодні цікавить багатьох літературознавців. У французькій літературній критиці, де, починаючи з епохи «нового роману» та ери «*Tel Quel*», проблема взаємодії літературного дискурсу з філософським і лінгвістичним мала загальне місце, позначи-

лося прагнення окреслити якісь нові підходи до аналізу літератури в тому її вигляді, в якому вона постала в новому тисячолітті. Зазначаючи зміну «культурного статусу» письменника в останні десятиліття, Домінік Віар, один із відомих дослідників сучасного літературного процесу Франції, окреслює феномен переміщення письменника з табору інтелектуалів, яким приписано говорити істину і повчати, до табору одного «з близьких»,

одного з нас. «І якщо він втручається в соціальні і політичні маніфестації, то робить це частіше як громадянин, а не як письменник, незалежно від того, яку додаткову ауру «професія» письменника може надати його втручанню» [40]. Зміна статусу письменника пов'язана і з феноменом активного приходу в літературу людей, які не отримали філологічної освіти (як Ф. Бегбедер, М. Уельбек, К. Анго, М. Барбері) і пройшли часто сувору школу в непрестижних для пристойного буржуазного суспільства професіях (як В. Депант). З цим новим поколінням письменників у французьку літературу третього тисячоліття увійшли інші теми і проблеми, не відомі інтелектуалам або витіснені офіційною нормою за межі пристойного. З іншого боку, незвичайна творча активність сучасних письменників, які прагнуть, дотримуючись певної моди, випускати, мінімум, роман кожного року, при цьому бути медійними особистостями, працювати в кіно і на ТБ, виступати в ролі репортерів і літературних критиків у журналах і на різних Інтернет-платформах, робить сам предмет дослідження безмежним і різноприродним, що ускладнює виділення літератури як специфічного об'єкта аналізу.

Застерігаючи дослідників літератури, що народжується у нас на очах, від підміни вивчення художнього явища аналізом злободенних проблем, порушених у творі, Д. Віар, однак, підкреслює, що література не може не цікавитися саме такими проблемами, «реаліями часу» (*des realia du temps*), що зближують красне письменство із соціологією та іншими науками про соціум: «Тому що література теж живиться темами, які вона на свій манер невинно знову представляє, питаннями, які вона реактивує, відкидає або відновлює. І ці питання, свідомо винесені на обговорення, є фоном, що народжує шедеври» [40]. Розмірковуючи над причинами нерішучості літературних критиків у вивченні художніх явищ нового тисячоліття і прекрасно усвідомлюючи ризики, провідні дослідники сучасної французької літератури М. Гонтар, Б. Бланкман, Д. Віар підкреслюють особливу роль серйозного літературознавства (університетської критики), яке тільки і дозволить виявити значення сучасного твору, або продовживши, або перервавши його життя, до того ж такі ризиковані наукові розвідки, на думку вчених, мають також формуючу функцію, допомагаючи переглянути оцінки попередніх епох.

Що ж живить сучасний французький роман та як це визначає його естетику? Чи залишається література красним письменством або втруча-

ється у сферу соціологічного аналізу? Чи є епатажна відмова від будь-яких табу, характерна для нинішнього французького роману, простою провокацією, способом привернути увагу читачів або стає засобом лікувальної шокотерапії? Всі ці питання аж ніяк не риторичні, а передбачають аналіз конкретних художніх явищ жанру в єдності змістовної і естетичної складових частин його парадигми. Це тим більш актуально, що у вітчизняному літературознавстві тільки починається процес серйозного наукового аналізу французької літератури третього тисячоліття (роботи В. І. Фесенко, Т. В. Бовсунівської, С. К. Криворучко, В. Чуб). Спробуємо окреслити можливі ракурси дослідження лише однієї з численних конфігурацій розвитку французького роману третього тисячоліття – «жіночої літератури», зосередивши увагу на творчості Віржині Депант, чия літературна репутація та популярність замішані на скандалі і послідовному русі від провокації й епатажу до визнання і чий шлях до серйозного наукового вивчення відображає загальні тенденції дослідження новітнього роману в сучасній французькій літературній критиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Відомо, що перші романи В. Депант «*Baise-moi*» («Трахни мене», 1994 р.) «*Les Chiennes savantes*» («Вчені сучки», 1996 р.), «*Les Jolies choses*» («Милі штучки», 1998 р.), у центрі сюжетів яких опинилися «непристойні», з погляду моралі добропорядного суспільства, теми, закономірно стали спочатку ласим шматочком для ЗМІ, а потім через їхню популярність, особливо в молодіжного читача, увійшли (тобто були легітимізовані) до університетських курсів лекцій із сучасної літератури і поступово стали об'єктом наукового осмислення.

Б. Бланкман, який почав розмову про творчість В. Депант в одній із перших монографій про французький роман початку нового тисячоліття (що само по собі значиме) «Французький роман на межі XXI століття», виявляє широкий діапазон думок критиків про романи В. Депант: від позитивної оцінки («*A corps perdu*» К. Шаррьєра, «*Le style rock*» Ф. Бегбедера) до різко негативних реакцій на твори письменниці («*Au boulot, les filles!*» П. Марселя, «*Despentes à sang pour sang*» О. Ланселен) [9. с. 443]. Марк Гонтар, який одним із перших включив ім'я Депант до глосарію університетської критики, спочатку сфокусував увагу на наративній стратегії письменниці, поставив її перші романи поряд із творами К. Остера, М. Уельбека, Клер Лежандр, Марі Дарієсек як

прояв ренарративізації, релінеаризації постмодерністського французького роману, що тематизує хаос [18]. А в дослідженні 2013 року з симптоматичною назвою «Écrire la crise – L'Esthétique postmoderne» той самий М. Гонтар стверджує, що описувати кризу не означає розповідати про неї, а показувати, як вона модифікувала наші форми оповіді (розповіді) (*comment elle modifie nos manières de raconter*), як постмодерністська естетика виявляє зумовленість сучасних форм письма соціальними конфігураціями в суспільстві [17]. Про особливий інноваційний тон провокаційного і цинічного розчарування, що дає часом дивовижні результати, «короткі замикання» письма (*les «courts-circuits» de l'écriture*), як особливості стилю В. Депант говорить у 2011 р. в бесіді з Б. Блакманом і Д. Віар [10].

У той же час скандальна проблематика перших романів В. Депант, які і нині опиняються у фокусі уваги літературознавців, ще в 1990-ті рр. визначила один з основних векторів літературознавчого вивчення творчості письменниці, яку або хвалили, або критикували за сміливі теми і стиль її творів та називали «феміністським Пол Потом», як Од Ланселен [24, с. 50–51].

Як феміністку, яка провокаційно вип'ячує гендерні аспекти соціальної дисгармонії, В. Депант сприймає більшість французьких і американських дослідників, починаючи з моменту виходу її першого роману, коли в ній побачили не тільки представницю нової генерації письменників, а й одну з головних фігур «жіночої літератури нової орієнтації» [13; 16; 19; 20; 21; 25; 26–30; 32–35]. Ця позиція характерна і для західних робіт, написаних уже наприкінці другого десятиліття ХХІ ст.: «Писати жінку, за Віржині Депант» Б. Вельтман-Арон [42], «Виродкам: списи феміністського гніву Віржині Депант» Л. Елкін [16], «Вчені сучки» Віржині Депант або тріумф гетеропатріархату» М. Шаал [35], «Фемінізм, тема моралі і насильства: архітектоніка насильства в творчості Віржині Депант» Е. Муньїс Майран [28], статті у присвяченому В. Депант випуску «Rocky Mountain Review» [31]. В українському літературознавстві, де тільки починається процес включення імені і творчості В. Депант до кола досліджуваних художніх явищ ХХІ ст., феміністський вектор у творах письменниці також поки виділено як основний [8, с. 202–206].

Однак сьогодні вже неможливо говорити про В. Депант тільки як про «дівчинку-скандал» або тільки розмірковувати про свідому провокацію як творчу стратегію письменниці-феміністки, хоча

б тому, що і стиль Депант не відповідає звичним уявленням про парадигму «жіночого письма», і проблематика її романів теж йде врозріз із класикою «жіночого письма» і «жіночого читання». А завойовані нею престижні літературні нагороди: *Prix de Flore* за роман «Les Jolies Choses» (1998), друга у Франції за значенням після Гонкурівської *Prix Renaudot* за роман «Apocalypse bébé» (2010), численні премії за трилогію «Vernon Subutex» (2015–2017), нарешті премія *BnF* (Національної бібліотеки Франції) за весь корпус її творів (2019), а також заслужене членство В. Депант у Гонкурівській академії з січня 2016 р. дозволяють однозначно оцінювати творчість письменниці як помітне явище французької літератури нового тисячоліття.

Постановка завдання. Важливо вийти за межі окреслених стереотипів сприйняття романів В. Депант, перш за все, як явищ поп-фемінізму [30], панк-рок фемінізму, «третьої хвилі фемінізму» у Франції [33; 36]. Спробуємо зробити це, помістивши у фокус аналізу роман «Teen Spirit» (2002 р.), де проявився новий характер французької літератури третього тисячоліття, що втручається у сферу соціології, філософії, психології і навіть політики. Саме в цьому романі позначився поворот Депант від замішаних на гендерних питаннях провокаціях (що підштовхує критиків до зарахування письменниці в затяті феміністки) до серйозного дослідження психології сучасного західного суспільства. Тут романістка спробувала проаналізувати важливий не тільки для жінок, але для соціуму загалом соціокультурний і психологічний феномен, уперше зазначений у «Ловці у житі» («The Catcher in the Rye») Джерома Селінджера, який сформулював нову психологію «вічної молодості» як бажаної мети, де визначено тип героя з «підлітковою свідомістю» як «героя часу».

Виклад основного матеріалу. Вивчаючи позитивні і негативні наслідки прагнення зберегти і в зрілому віці «підлітковий дух» як форму внутрішньої свободи і прояву протесту проти буржуазної системи, письменниця виносить у назву роману цей важливий соціокультурний і психологічний феномен, практично здійснюючи вівісекцію *teen spirit*, позначаючи соціальні верстви суспільства, де процвітає «підліткова свідомість», причини її живучості, згубні наслідки прихильності їй.

З перших сторінок роману-дослідження авторка намагається позначити весь спектр культурних знаків, що визначили світогляд тінейджерів: від політичних подій до різноманітних уподобань, що формують особливу молодіжну субкультуру.

«Мы часто спорили о том, когда именно все показилось под откос: после падения Стены, после появления CD, смерти Курта Кобейна или после Второй мировой войны... Наши мнения об истоках великого бардака не совпадали» [2, с. 130]. Згадка «голосу покоління Х» Курта Кобейна, вокаліста і гітариста легендарної американської рок-групи «Нірвана», слова з пісні «Smells Like Teen Spirit» якого дали назву роману, поряд із найважливішими політичними подіями ХХ ст. маркує приналежність героя роману до панк-рок культури, що стала для кількох поколінь її адептів способом життя, який визначив мову, аутфіт, авторитети і вподобання фанів панк-року як своєрідної форми протистояння буржуазному суспільству і його моралі.

У романі докладно описані «фішки» різних поколінь шанувальників цієї субкультури і створено збірний соціально-психологічний портрет панк-рокерів, який тим більш достовірний, що сама В. Депант, як відомо, пройшла через захоплення панк-культурою, назвавши її «своїми університетами» і отримавши різноманітний, часто драматичний досвід у сферах життя добропорядного буржуазного суспільства, що зневажаються ним, але мають місце бути (порно, наркотики, проституція, алкоголь, послуги у сфері інтимних розваг і обслуговуючих її ЗМІ). У потік рок-культури залучено і багатих, пересичених мажорів і мажорок, які виявляють своє прагнення до незалежності в девіантній поведінці (як Аліс), і обдаровану, але зломлену обставинами молодь із робітничого середовища (як Брюно), і «продукт панківської аристократії», як Брюно називає свою подружку Сандру, яка так і не сформувала чітких смаків і захоплюється дуже різним¹, і, зрештою, зовсім незрілих підлітків, для яких, як стверджують психологи, типовим є прагнення звільнитися від опіки батьків, знайти те середовище, де їх будуть сприймати як дорослих [4, с. 47], але які залишаються дітьми, що потребують саме в цьому тійджерському віці тісних емоційних контактів із батьками [6], їхньої любові і підтримки (як донька «дорослих тійджерів» Нансі, яка пишається тим, що її батько панк і прагне у всьому наслідувати його).

Поділяючи ідеї З. Фрейда, В. Депант показує, що одним із найважливіших джерел страхів і фобій, що живлять «teen spirit», є отримані

в дитинстві психологічні травми, що змушують підлітка відчувати власну непотрібність, самотність, дефіцит важливої для нього любові батьків. Відсутність нормальної сім'ї позбавляє дітей коріння, необхідного для того, щоб жити: цей діагноз позначено в символічній назві першої частини роману «SANS RACINE FIXE» (Без коріння) (у російському перекладі І. Радченко «Дерево без корней»). Усі головні герої твору не мають сімейного дерева: Брюно, котрий з 12 років ріс без батька, який кинув родину, і без любові матері, яка народила сина у 18 років і не думала про нього; Аліс, яка мала в своїй буржуазній сім'ї зовнішні ознаки благополуччя (будинок, гроші, дорогий одяг, престижну освіту і роботу), але не знала любові батьків, байдужих одне до одного і до неї; донька Брюно і Аліс – Нансі, яка до 13 років не знала батька і не має повноцінної сім'ї, а тому неадаптована, і задля мети роздобути любов батьків із відчаєм вдається до крайніх заходів, допомагаючи приятелеві викрасти чужу машину.

Виклик, бунт проти суспільства, яке зневажає їх, не пов'язаний ані з віком, ані зі статтю людини, що показує В. Депант, ставлячи знак рівності між батьком і дочкою, (що позначено в назві другої частини роману – «Батько і донька»), виявляючи в дочці такі самі, що й у батька, фобії та механізми, що спускають пружину бунту. Ідея абсолютної тотожності поколінь, основою якої є спільна для них «підліткова свідомість», підкреслена в назві здійсненої в 2007 р. Олів'є Робіне де Пля екранізації роману Депант, *Tel père, telle fille* («Який батько, така й донька»). Навіть лексика різностатевих персонажів Депант гендерно практично не маркована, що переконливо показано З. Брейховою, яка справедливо вбачає в цьому наслідок еволюційних процесів у сучасному унісекс-суспільстві [12, с. 19–26]. Однак у вимові персонажів фіксуються емоційно-психологічні особливості їхньої манери висловлювання, підкреслюються очевидні гендерні та соціальні відмінності: уривчаста зі спрощеним синтаксисом, із великою кількістю скорочених звуків і слів мова Брюно, вихідця з робітничого середовища, явно контрастує з правильною вимовою Аліс, яка прагне будувати фрази відповідно до прийнятих у пристойному суспільстві синтаксичних та орфографічних норм.

Феномен протестної поведінки тійджерського типу досліджується авторкою в різних соціальних варіантах. У Брюно протест підживлюється соціальним приниженням, яке він відчуває з боку благополучного ситого суспільства,

¹ «У Сандри повсюду включені радіоприймачі і все на різних частотах. В гостиній я слышал, как пацаны базарят насчет хип-хопа, на кухне звучал Лоран Вульзи, в ванной какие-то интеллектуалы умничали по поводу дерьмовой книжонки» [2, с. 128].

породжуючи явну агресію («Хотелось кого-нибудь убить, защитить поруганную честь, а жизнь свою послать к такой-то матери» [2, с. 34]) й інфантильні фантазії про власну «показову» смерть, що змусить страждати кривдників («Я вообразил, как она возвращается и обнаруживает меня в ванне с перерезанными венами или лучше – повесившимся на простыне и болтающимся за окном гостиной» [2, с. 34]). Класово забарвлений протест виливається в епатажну зовнішність: «зелений ірокез і ошийник із шипами». Протест зумовлює підкреслено грубу манеру спілкування і мову Брюно, побудовану на обценній лексиці і блатному підлітковому сленгу: «connasse», «sale putain de folle», «une sale pute de merde», (сука пришепкувата, брудна блядина), un prénom de chiotte, putain» (гидотне ім'я, бля), «ta sale gueule de pute» (твоя блядська морда) [15]. Ця мова вулиці, молодіжний сленг, що пролунав у романі, позначив новий для французького роману стиль і виділив шокуючі твори В. Депант у потоці французької романної продукції початку нового тисячоліття.

Захоплення панк-роком, який для покоління В. Депант був знаком приналежності до особливої спільноти «своїх», формою соціальної ідентифікації, маркує світовідчуття Брюно: «Сам факт, что я играл в панк-группе, посредственной, но с репутацией в определенных кругах, открывал мне десять лет беспроцентного кредита» [2, с. 25]. Ототожнення себе з певною групою, важливе для героя роману, є формою соціальної ідентифікації і основним, на думку багатьох психологів, предиктором готовності приєднатися до протестного руху, причому в жорстких і ненормативних його видах [38; 39]. Формою протесту для Брюно стає і вживання «косяків» (*gros joints*), про які він нескінченно розповідає як про головні ліки для людини з *teen spirit*. У Аліс – «потомственной буржуйки» з тих, кого «на протяжении тридцати поколений натаскивают на то, чтобы стать лучшими б... для элитных самцов» [2, с. 20], протестна поведінка проявляється в інших формах, теж характерних для підлітків: вона мріє, «коли виросте, стати наркоманкою», вдається до сексуальних розваг із сином залізничника, вчепившись у нього «аккурат в протестный период» [2, с. 20]. Підліткова свідомість залишається долею і більш підготовлених до життя і, здавалося б, успішних Сандри і Катрін – подружок Брюно. Вона тим більше мотивована в єдиного в романі підлітка Нансі – 13-річної доньки Аліс і Брюно. Відповідальність за втечу особистості у «*teen spirit*» авторка покладає на державу, яка створює

соціальні структури, що інфантилізують індивідуумів [21, с. 227].

Головні персонажі роману кожен по-своєму просуваються до «випадіння з реалу», проходячи різні визначені психологами стадії соціально-психологічної дезадаптації, яка завершується самоізоляцією [7, с. 12]: через виснажливу і спустошуючу роботу (як Аліс), або буквально фізично ізолюючи себе від світу (як Брюно, який не виходив з дому протягом двох років), або роблячи крок до виходу за рамки закону, прирікаючи себе на подальшу тюремну ізоляцію (як маленька Нансі, що через своє бажання кинути виклик батькам, які не змогли побудувати сім'ю, стала учасницею викрадення автомобіля). Герої Депант – це маргінали, лузери: не тільки соціальні, а й емоційні, психологічні, це жертви процесу десоціалізації і дезадаптації особистості в сучасному світі, де високі почуття поступилися місцем задоволенню примітивних тілесних потреб, де ненаситність супроводжується некоммунікабельністю і абсолютною самотністю, що не залежать від соціального статусу людини.

У світі, який описує романістка, навіть любов не стає порятунком, вона «звільнена від сентиментальної аури, коли не залишається нічого, крім задоволення фізіологічних інстинктів, насильницьких і руйнівних». Дені Лабуре справедливо зараховує Віржині Депант до письменників, «яких переслідує насильство», які зображують світи, «де жах став звичайним явищем, де мораль більше не існує, а апокаліпсис вже настав» [23, с. 255]. Розмірковуючи про сплав страху, насильства і бажання, що керують почуттями і відчуттями персонажів В. Депант, Ф. Бегбедера і Ф. Джіана, М. Бушуша визначає його як своєрідний двобій-союз Ероса і Танатоса в душі героїв, одномоментну присутність лібідо і мортідо одне в одному [11, с. 5]. Кохання заподіює нестерпний біль і Брюно, якого насильно розлучили з Аліс, і Аліс, яка до 30 років так і не оговталася від розлуки із своїм першим коханням, і Катрін, яка любила Брюно, але не змогла про це сказати, і Сандрі, яка безуспішно шукає любовні радощі на стороні, тому що Брюно її ігнорує.

Опанування «незручних» для літератури тем у «*Teen Spirit*» сама авторка оцінює як колосальний прорив, яким французька словесність початку XXI ст. має завдячувати і їй, і М. Уельбеку, і В. Равалеку [5], які руйнують кордони між масовою і серйозною літературою. Роман В. Депант розширює естетичні горизонти читача з різним

рівнем інтелекту і художніх смаків² за рахунок виходу у табуїзовані, відкинуті мистецтвом зони, що, однак, становлять важливу частину життя сучасного соціуму і вже тому потребують уваги, серйозного вивчення і художнього означування. Саме це як специфічну відмінність романної естетики ХХІ ст. виділяє Д. Віар: «...мені здається, що найкраща література – це та, що засмучує, спантеличує свого читача, а не та, яка гладить його по голові. Неприємно, коли зневажають ваші уподобання, вибір або впевненість. Все, що розхитує наші переконання, піддає нас небезпеці і дратує нас. Сьогоднішня література переналаштовується. Кращі твори наважуються піти по невідомих доріжках. Потрібно погодитися увійти до цієї зони занепокоєння»³. Пояснюючи появу в сучасному романі незручних тем і інтересу до незначного, до дрібниць, дослідник констатує народження «нової форми гуманізму», що виявляється не у сліпій вірі у велич людини і її майбутнє, але в увазі до її слабостей, помилок, до начебто «незначущого», а насправді дуже значимого» [40].

Однією з перших у французькій літературі кінця 1990-х – початку 2000-х рр. В. Депант у романі «Teen Spirit» намагається проаналізувати соціальні, політичні, психологічні причини різних фобій, які підштовхують людину до бажання сховатися від світу в мушлі за допомогою наркотиків, алкоголю, асоціальної поведінки, що приводять часто до агресії, яка виливається у протестні акції молодих і людей із законсервованою «підлітковою свідомістю», у тероризм як відповідь на правила виживання в сучасному буржуазному «благополучному» соціумі. Теми моральної незрілості людей із підлітковою свідомістю, алкогольної, наркотичної та ідеологічної залежностей молоді, яка народжена, щоб мучитися в цьому суспільстві, пораненої молоді, що доводить до відчаю своїх батьків і вводить у вени суспільства ту отруту саморуйнування, якою це суспільство їх інфікувало, стають провідними у творчості В. Депант.

Але неординарну поетику авторки «Teen Spirit» характеризують не лише табуїзовані теми,

що виводять читача з зони комфорту і стають засобом шокотерапії суспільства, до якої вдаються, до речі, й інші сучасні французькі романісти: А. Володін, Ф. Бегбедер, М. Уельбек, Г. Мюссо. Не менш, а, можливо, і більш важливим стає вибір наративної стратегії «сповіді себе» (*confession de soi*), і в той же час «сповіді для себе» (*confession pour moi-même*), яка підключає твір В. Депант до французької літературної традиції самописання, що сходить до «*La Confession d'un enfant du siècle*» (1836) («Сповіді сина століття») Альфреда де Мюссе, ремінісцентно зазначеної в назві бегбедерівських «*Conversations d'un enfant du siècle*» (2015) («Бесіди сина століття»).

Роман «Teen Spirit» написаний від першої особи і являє собою я-нарацію головного героя Брюно, який не відбувся як письменник і перекладач, у характері якого критики виявляють риси самої Депант і її побратима по перу письменника-провокатора М. Уельбека. Це перетворює сповідь романного персонажа на своєрідну сповідь письменників, які переживають кризу сучасної західної цивілізації, надаючи розповіді рис *autofiction*, однієї з популярних романних форм сьогодишньої французької літератури [3]. Безкомпромісна сповідь самому собі 30-річного інфантильного недоростка Брюно, який живе за рахунок своїх подруг і бавиться дур'ю, встановлює особливий, граничний рівень відвертості, заданий першою ж фразою роману, що визначає три вади сучасної незрілої особистості: наркоманія, примітивізація сексуальних смаків, ТВ-залежність: «Я курил здоровий косяк, уставившись на задницю Джей Ло по MTV» [2, с. 13]. Сам герой-оповідач одразу ставить собі точний діагноз власного соціопсихологічного стану, характерного для таких самих, як він, одвічних тінейджерів: «В тот период своей жизни – а к нему я медленно, но верно шел много лет – я начисто выпал из реала, почти два года не вылезал из квартиры и, не считая Катрин, моей подруги, не видел никого, ну разве что по телевизору. Люди сделались для меня некоей абстрактной сущностью, враждебной, но легко устранимой: я отвечал на звонки выборочно или хамил в трубку – и меня оставляли в покое» [2, с. 14]. Так Депант відразу ж дає зрозуміти читачеві, що від подібного стану лише один крок до знищення людей як цієї «абстрактної сутності».

Важливу роль у поетиці роману відіграє паратекст, що дозволяє структурувати невтішну концепцію автора щодо перспектив розвитку феномена протестної свідомості. Визначаючи в назві роману «teen spirit» як діагноз суспільства, члени якого не готові взяти на себе відповідальність

² Сама Депант, яка в інтерв'ю з приводу своїх скандальних перших романів неодноразово говорила, що спочатку писала твори для «своїх» і не думала, що їх читатимуть літні дами і серйозні вчені, а тепер дивиться на свою творчість як на важливу роботу в ім'я зміни світу

³ «...il me semble que la meilleure littérature est celle qui déconcerte son lecteur, plutôt que celle qui le caresse dans le sens du poil. Il n'est pas agréable d'être bousculé dans ses préférences, ses choix ou ses certitudes. Tout ce qui ébranle nos convictions nous met en péril et nous inquiète. Or la littérature actuelle se reconfigure. Les meilleures œuvres se risquent sur des chemins non balisés. Il faut accepter d'entrer dans cette inquiétude» [41].

не тільки за інших, але і за самих себе, авторка позначає в назвах трьох частин роману своє розуміння витоків («Дерево без корней» – Ч. 1), природи («Отец и дочь» – Ч. 2) і логічного втілення наслідків дезадаптації людей із «підлітковою свідомістю» («На ковре-бомбомете» – Ч. 3) [2], завершуючи роман описом теракту 11 вересня 2001 р. у Всесвітньому торговому центрі, першого теракту в новому тисячолітті і знакового для всього ХХІ ст. Таким чином позначено «дорожню карту» руху від підліткової протестної поведінки до участі в терактах і керованих політиками протестах. Однак епіграф до третьої частини «Чрезмерно ли требовать от этой странной разновидности выброшенных на берег рыб, каковой является род людской, чтобы они предусматривали немислимое – для блага эволюции» Уильям Берроуз» [2, с. 150] і фінальна фраза роману залишають надію на те, що за розвалом старого світу в житті з'явиться «что-то стоящее» [2, с. 191].

Спроба В. Депант, яка сама пройшла шлях нелегких мандрів по «заборонених зонах», зрозуміти механізми деконструкції моралі в сучасному суспільстві, дослідити феномен протестної свідомості, виявити витoki агресивної енергії бунту проти соціуму, яка накопичується, хвилями виникає, починаючи з другої половини ХХ століття і регулярно відновлюється із зростаючим градусом агресії, зумовлює вихід у «світі», які буржуазне суспільство ігнорує, не помічає і які у дедалі більш страшливих формах нагадують про себе у вигляді актів вандалізму, терору, криміналізації суспільства. Трагізм ситуації полягає в тому, що жертвами ігнорування феномена законсервованої «підліткової свідомості» є всі члени суспільства, а не тільки самі десоціалізовані люди з інфантильним світосприйняттям – вчорашні панки, рокери, сьгоднішні терористи, ультраправі. Показовим є факт вбивства під час терактів у листопаді 2015 р. в Парижі на концерті *Eagles of Death Metal* в Батаклане музичного критика і журналіста, адепта рок-культури Гійома Б. Декерфа, співробітника щотижневого журналу «Les Inrockuptibles», що був створений у 1986 р. як трибуна рок-культури, але поступово (і це теж знаково!) розширив тематику журналу та визначив вже ліве забарвлення у своїй *Новій формулі* на сторінці журналу в Facebook: «L'actu politique, société, média, culture vue par les inRocKs» («Політичні, соціальні, медіа та культурні новини крізь призму року»).

Вся творчість В. Депант стає спробою написання сучасної «Людської комедії», героями якої є знедолені, десоціалізовані люди, з психологією teen spirit. Остання трилогія письменниці

«Vernon Subutex» (2015–2017) – сага на 1200 сторінок – є масштабним полотном, що досліджує можливі шляхи соціалізації або остаточної десоціалізації колишніх рокерів, а нині п'ятдесятирічних підлітків, для яких у 1980–90-і рр. рок був способом життя – небезпечним і деструктивним («dangereux et subversif»), від якого, за словами самої В. Депант, тепер не залишилося нічого, крім звуків і одягу [22]. Про актуальність теми трилогії для сучасних і вчорашніх тінеджерів, над продовженням якої працює сьогодні Депант, безумовно, свідчить і те, що 1,3 млн примірників книги розійшлися дуже швидко, а у квітні 2019 р. на Canal + почався показ телесеріалу з 9 епізодів по першій частині трилогії письменниці, яка, за висновком *Franceinfo: culture*, «підсадила» ціле покоління на «Вернон Сюбютекс» [14]. *Le Monde* навіть охрестив трилогію «Rougou-Macquart trash» (трешем «Ругон-Макарів») [37]. Шлях до цієї епопеї, яку сьогодні визначають як «головний твір 2010-х» [22], почався саме з «Teen spirit».

У вже згаданому інтерв'ю Д. Вожуа, присвяченому характеристиці відносин між французькою університетською літературною критикою і романом нинішнього тисячоліття, Д. Віар зазначає особливий соціологічний вимір у сучасній літературі, який визначає нинішній статус у ній письменника. У ролі такого соціолога виступає і Депант, скануючи відчай і дезорієнтацію нинішнього «благополучного суспільства», пропонуючи читачеві своє соціопсихологічне дослідження витоків і перспектив розвитку феномена протестної свідомості, втілене в художній романній формі, поданій через я-наррацію як «самописання» моральних недоростків, їх autofiction.

Висновки і пропозиції. В умовах нинішньої соціально-політичної кризи, пов'язаної з процесами глобалізації та руйнуванням усталеної карти розселення народів, кризи, яка, за прогнозами С. Ф. Гантінгтона, може завершитися «зіткненням цивілізацій», пильна увага до причин і витоків агресивного стану суспільної психології стає закономірною, підключаючи літературу до процесів активного відображення, вивчення, прогнозування подальших шляхів розвитку цього феномена. Роман-дослідження В. Депант «Teen Spirit» стає яскравим явищем нової літератури третього тисячоліття, яка формує «новий гуманізм», що має на меті не заспокоїти, а вилікувати хвору свідомість сучасного цивілізованого суспільства, показавши йому самого себе, літератури, що пропонує читачеві серйозний аналіз процесів, які відбуваються в соціумі, але залишається при цьому формою художнього осягнення світу.

Список літератури:

1. Агадуллина Е. Р. Коллективные действия: Предикторы и модели. *Социальная психология и общество*. 2013. № 3. С. 42–51.
2. Депант В. Teen Spirit / Пер. И. Радченко. Москва : Иностранка, 2005. 191 с.
3. Калашникова О. Л. «Я» и литература: бегбедеровская редакция autofiction / Modern directions of theoretical and applied researches '2019. SWorld. February 2019. Issue № 54. Т. 1. С. 76–88.
4. Психология подростка / Под ред. А. А. Реана. Санкт-Петербург : «Прайм-еврознак», 2003. 480 с.
5. Строганова А. Виржини Депант, девочка-скандал. URL: ru.rfi.fr/kultura/20100926-virzhini-depant-devochka-skandal
6. Тышкова М. Исследование устойчивости личности детей и подростков в трудных ситуациях. *Вопросы психологии*. 1987. № 1. С. 24–30.
7. Усова Е. Б. Психология девиантного поведения. Минск : Изд-во МИУ, 2010. 180 с.
8. Фесенко В. І. Новітня французька література. Навчальний посібник для студентів філологічних факультетів вищих навчальних закладів. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2015. 273 с.
9. Blanckeman B., Mura-Brunel A., Dambre M. Le roman français au tournant du XXIe siècle. P. : Presses Sorbonne Nouvelle, 2004. 589 с.
10. Blanckman B. Littératures au pluriel: entretien avec Dominique Viart. Raison publique. fr. – lundi 24 janvier 2011. URL: <https://www.raison-publique.fr/article400.html>
11. Bouchoucha M. La représentation de la violence dans le roman français de la dernière décennie: cas de P. Djian, V. Despentes, F. Beigbeder / Multilinguales. 2018. № 9. URL: <http://journals.openedition.org/multilinguales/1036>
12. Brejchová Z. Teen spirit de Virginie Despentes: traduction et analyse stylistique et sociolinguistique. Brno: Masarykova univerzita, 2009. 45 p.
13. Chevillot F. Les Délires solidaires de Despentes, de Baise-moi à King Kong théorie. Solitaires, Solidaires. Conflict and Confluence in Women's Writings in French. Newcastle upon Tyne: Cambridge scholars publishing, 2015. P. 229–244.
14. Comment Virginie Despentes a rendu toute une génération accro à son «Vernon Subutex». Franceinfo: culture. URL: <https://www.francetvinfo.fr/culture/livres/comment-virginie-despentes-a-rendu-toute-une-generation-accro-a-son-vernon-subutex>
15. Despentes V. Teen spirit. Paris: J'ai lu, 2004. 157 p.
16. Elkin Lauren. For the Ugly Ones: The Spiky Feminist Anger of Virginie Despentes. *Paris review*. September 5, 2018. URL: <https://www.theparisreview.org/blog/2018/09/05/for-the-ugly-ones-the-spiky-feminist-anger-of-virginie-despentes/>
17. Gontard M. Écrire la crise – L'Esthétique postmoderne. Rennes: Presses Universitaires de Rennes, coll. "Interférences", 2013. 150 p.
18. Gontard M. Le roman français postmoderne. Une écriture turbulente, 2003. URL: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00003870>
19. Fayard N. The Rebellious Body as Parody: Baise-moi by Virginie Despentes. *French Studies*. Volume LX. Issue 1. 1 January 2006. P. 63–77.
20. Jordan Shirley. "Dans le mauvais goût pour le mauvais goût"? Pornographie, violence et sexualité féminine dans la fiction de Virginie Despentes. *Nouvelles écrivaines : nouvelles voix?* / sous la dir. de Morello Nathalie, Rodgers Catherine. Amsterdam-New York : Rodopi, 2002. P. 121–141.
21. Heathcote O. Beyond Antoinette Fouque (Il y a deux sexes) and Beyond Virginie Despentes (King Kong théorie)? Anne Garréta's Sphinxes. *Women's Writing in Twenty-First Century France. Life as Literature* / Sous la dir. d'Amaleena Damlé & Gill Rye. Cardiff : University of Wales Press, 2013. P. 225–236.
22. Kapriélian N. Dans "Vernon Subutex", Virginie Despentes cartographie la société. *Les Inrockuptibles*. 2015.02.01. URL: <https://www.lesinrocks.com/2015/02/01/livres/livres/dans-vernon-subutex-virginie-despentes-cartographie-la-societe/>
23. Labouret D. La littérature française du XXè siècle. Paris : Armand Colin, 2013. 288 p.
24. Lancelin A. Despentes à sang pour sang. *Le Nouvel Observateur*. 22 June 2000. P. 50–51.
25. Lasserre A. Mauvais genre(s): Une nouvelle tendance littéraire pour une nouvelle génération de romancières (1985–2000). *André Marie-Odile, Faerber Johan. Premiers romans 1945–2003*. Paris : Presses Sorbonne Nouvelle, 2005. P. 59–70.
26. Martinek C. "Inventer jusqu'au délire la danse des anges"? La sexualité dans Baise-moi de Virginie Despentes et Femme nue, femme noire de Calixthe Beyala. *L'esprit créateur*, vol. XLV, n° 1, printemps 2005, Johns Hopkins University Press. P. 48–58.
27. Mossuz-Lavau J. De Simone de Beauvoir à Virginie Despentes: les intellectuelles et la question du genre. *Modern & Contemporary France*. Volume 17, 2009 Issue 2. P. 177–188.

28. Muñiz Mairal E. Feminismo, sujeto moral y violencia: una trayectoria por la construcción de la violencia en la obra de Virginie Despentes/ *TRANS-Revue de littérature générale et compare*. 2018. n. 23. URL: <https://journals.openedition.org/trans/2053>
29. Morello N. Le pouvoir merveilleux de la psychè féminine dans les romans de Virginie Despentes. *Nouvelles écrivaines: nouvelles voix?* P. 105–121.
30. Reyns-Chikuma Ch. Traversées des Genres avec Frictions et Fusions dans *Apocalypse Bébé* de Virginie Despentes/ *Journal Contemporary French and Francophone Studies*. Volume 17, 2013. Issue 5: Crossings, Frictions, Fusions II. P. 550–559.
31. *31 Rocky Mountain Review*. Vol. 72, No. 1, SPRING 2018. URL: <https://www.jstor.org/stable/90023690?refreqid=excelsior%3A93a9296f3efb82e9b8a876029480eaa7>
32. Sauzon V. Virginie Despentes and the Narratives of Sexual Violence: A Literary and Feminist Deconstruction of Racializing Rhetoric. *Genre, sexualité & société [En ligne]*, 7. Printemps 2012, mis en ligne le 01 juin 2012. URL: <http://journals.openedition.org/gss/2328>
33. Schaal M. A. Gendered Performances: Fatherhood and Masculinity in Virginie Despentes's *Teen Spirit*. *Masculinities in Twentieth- and Twenty-first Century French and Francophone Literature*. Ed. by Edith Biegler Vandervoort. Cambridge Scholars Publishing, 2011. P. 41–64.
34. Schaal M.A. Les Chiennes savantes de Virginie Despentes ou l'hétéropatriarcat triomphant. *Rocky Mountain Review of Language and Literature*. Volume 72, Number 1, Spring 2018. P. 77–104.
35. Schaal M. A. *Virginie Despentes or a French Third Wave of Feminism. Cherchez la femme: Women and Values in the Francophone World*. Cambridge Scholars Publishing, 2011. URL: http://works.bepress.com/michele_schaal/4/
36. 36, Schaal M. A. Un Conte de fées punk-rock féministe: Bye Bye Blondie de Virginie Despentes. *Dalhousie French Studies* 99. P., 2014. P. 49–61.
37. Telo L. Virginie Despentes, anatomie d'un phénomène. *Le Monde*. 28 juillet 2017. URL: https://www.lemonde.fr/m-gens-portrait/article/2017/07/28/le-phenomene-despentes_5166145_4497229.html
38. Thomas E. F., McGarty C., Mavor K. Aligning identities, emotions, and beliefs to create commitment to sustainable social and political action. *Personality and social psychology review*. 2009. Vol. 13, Iss. 3. P. 194–218.
39. Van Zomeren M, Postmes T, Spears R. Toward an Integrative Social Identity Model of Collective Action: A Quantitative Research Synthesis of Three Socio-Psychological Perspectives. *Psychological Bulletin*. 2008. Vol. 134, Iss. 4. P. 504–535.
40. Viart D. De la littérature contemporaine à l'université: une question critique. L'Université et l'évaluation de la littérature contemporaine. Question et commentaire de D Vaugeois. URL: http://www.fabula.org/atelier.php?De_la_litt%26acute%3B_rature_contemporaine_%26agrave%3B_l%27universit%26acute%3B%3A_une_question_critique.
41. Viart D. Résistances de la Littérature contemporaine. Entretien avec Alexandre Gefen. *Fabula-LhT*, n° 6, «Tombeaux de la littérature», mai 2009. URL: <http://www.fabula.org/lht/6/viart.html>
42. Weltman-Aron B. L'écrire femme selon Virginie Despentes. *Erudit*. Volume 9, Numéro 2, Printemps 2018. URL: <https://www.erudit.org/fr/revues/memoires/2018-v9-n2-memoires03728/1046985ar/>

Kalashnikova O. L. "NEW HUMANISM": PROVOCATION, ANALYSIS OR LITERATURE?

The article, based on the creative work of the modern French writer, a member of the Goncourt Academy, V. Despentes, examines the change in the nature of French literature of the third millennium, which invades the spheres of sociology, philosophy, psychology, and even politics. The object of analysis is the novel "Teen Spirit" (2002), where the source and one of the main reasons for the appearance of deviant behavior of young people are indicated. The study of the narrative strategy of the author of the novel made it possible to show the conditionality of the modern forms of writing by social configurations in society and to go beyond the framework of the stereotypes of perception of Despentes's novels as the only phenomena of pop feminism, punk rock feminism, embodying the author's strategy of conscious provocation, that have been established in French and Anglo-American literary criticism. «Teen Spirit» has marked Despentes's going beyond just "female literature", has allowed the author to declare herself as an analytical writer, exploring the political, social mechanisms of the existence of modern society, their impact on social psychology and morality. Putting the key object of her analysis in the title of the novel, Despentes studies the phenomenon of protesting teenage consciousness as an environment favorable for the formation and recruitment of possible terrorists, through laboratory dissection using artistic means, revealing the causes, forms, social options and consequences of protest psychology, introducing the reader into the "trouble zone", forming a new form of humanism, which is characteristic of modern French literature. But not so much taboo topics as a means of shocking society, but the choice of a narrative

strategy, I-narration, “self-confession” (confession de soi), and at the same time “confession for myself” (confession pour moi-même), “self-writing” of the moral teenagers, their autofiction, which connects Despentés’s work to the French literary tradition of the “self-writing” (“l’écriture de soi”), determine the innovation of the poetics of the writer. The author’s disappointing concept regarding the prospects for the development of the phenomenon of protesting consciousness is structured by the paratext of the novel: the title, the names of the three parts outline the “road map” of the movement from the teenage protest behavior to participation in the terrorist attacks controlled by politicians. The novel marked the beginning of the process of creating by Despentés of the modern “Human Comedy”, which resulted in the grandiose saga “Vernon Subutex” (2015–2017).

Key words: “new humanism”, newest French novel, Despentés, novel-research, I-narration, autofiction, self-writing, paratext, teen spirit.

Керимли Туран Ариф гызы

orcid.org/0000-0001-5862-8819

Западно-Каспийский университет

ВОСТОЧНЫЙ (КИММЕРСКИЙ) ЭЛЕМЕНТ В КЕЛЬТСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ И КУЛЬТУРЕ

Метью Арнольд із його дослідженнями кельтської літератури після чотирьох лекцій як провідного спеціаліста і лектора на кафедрі поезії Оксфордського університету, виходячи з високого інтересу студентів університету до історії кельтської літератури і культури, вперше став вести курс кельтського літературознавства (The Study of Celtic Literature) на науковій основі.

Ми вважали за доцільне залучити до дослідження монографію «Про критиці кельтської літератури», яка є одним із прекрасних прикладів в історії британської літератури як зразок творчості цього великого просвітителя, наукового діяча XIX століття з питань освіти, соціальної критики і поезії в історії британської літератури. Уважаємо, що цей підхід заснований на значному інтересі до галузі науки як літературно-наукової, так і навчальної аудиторії Азербайджанської Республіки в період незалежності. Найважливішим аспектом і науковою основою досліджень у цій сфері є з'ясування прихованих істин кельтських і східних (кіммерських, сакських, скіфських) відносин, які історично близькі і навіть пов'язані з древньою історією і культурою, і не гіпотетично, а реально відображають дійсність.

Щодо цього той факт, що наукові положення і результати спостережень Метью Арнольда засновані на історичних текстах і архівних матеріалах, а також на літературних прикладах, спонукає кожного читача або дослідника (незалежно від особистості) більш всебічно і повно вивчати аргументи. Безсумнівно, повинні бути враховані й інші важливі факти про кельтські мови і племена, а також має бути проведений усебічний аналіз подібних наукових досліджень. Однак необхідність аналізу великих наукових суджень про етногенез, взаємодії і відносини цих племен у різні періоди, зокрема і в сучасний період, призвела до необхідності більш докладного вивчення східних елементів кельтської культури та літератури, ставши тут одним з основних завдань дослідження.

Ключові слова: Метью Арнольд, кельтська література, кельтська культура, східні елементи.

Постановка проблеми. Алфавит *огам* (єсть два варіанта написання: «Ogam» і «Ogham») сыграл особую роль в передаче кельтской истории, культуры и литературы последующим поколениям. Буквы Огам выгравированы на камне, как и в клинописных надписях эпоса «Гильгамеш» в Древней Месопотамии. Текст с буквами Огам на камне на высоте около четырех метров. Этот текст до сих пор поражает туристов, посещающих Ирландию, и до сих пор заставляет многих задуматься о том, что означает одно предложение. То есть предполагается, что переведенное на английский предложение неадекватно, и предлагается найти новый перевод. Обратим внимание на текст на камне: «Ballikroveyn (Ballycrovani) – это высокий узкий валун высотой четыре метра на холме в верхней части гавани, поэтому каждый раз, когда вы плывете из открытой Атлантики недалеко от границ Корка и Керри (Cork и Kerry) в безопас-

ную гавань, залив всем хорошо виден. Это посвящение тем, кто выгравирован на левой стороне камня. MAGGI DECCEDDAS AVI TURANIAS («Mak Deixet u: Torna...»), то есть «Мак Дейксет и: принадлежит Торне» [10].

Однако полностью согласиться с такой трактовкой слов нельзя. Во-первых, первое слово «maggi» означает «маг». Можно предположить, что Decceddas – латинизированное личное имя. Слово «Avi» – это истикское (тюркское) слово, означающее «внук» и «племя». «Тураниас» понимается как «туранский». Таким образом, мы предполагаем, что более точный перевод этого предложения следующий: «Внук Магли Десседа – Туранский» (из Турана).

Рассмотрим некоторые из многих идей и суждений Мэтью Арнольда в исследовании кельтской литературы, которые будут способствовать, на наш взгляд, более четкому выявлению элементов

Востока (Киммер). Он пишет: «Пойдем немного дальше. Что касается двух основных кельтских языковых подразделений – Гал (gal) и Киммер (kimmer), то филологи говорят, что Гал является более молодым, более синтетическим, с группой языков санскрит, греческий, занд, латинский и тентонический языки; Киммерский язык относится к более старой, более аналитической группе туранских языков» [1, с. 48].

В сборнике лекций Мэтью Арнольда приводятся слова «Сумгру» (киммерийцы), или «Cimmerians», и ясно говорится, что слово «киммерийцы» не нуждается в повторном доказательстве. Однако на странице 11 указанной книги имена киммерийцев когда-то упоминаются как «Cimmerians», а во всех остальных случаях – как «sumgru» или «sumgris».

Особый интерес в исследовании представляет историческое изучение кельтской литературы и культуры из киммеро-валлийских (sumgru-welsh) и ирландских источников, основанных на памятниках. Мэтью Арнольд справедливо отмечает, что по какой-то причине ни один современный ему исследователь кельтской литературы не указывал точные данные использованных ими публикаций. Однако стоит вспомнить тех, кто посвятил свою жизнь воссозданию и изданию кельтской литературы, благодаря которым валлийские и ирландские рукописи не канули в лету, и послужили мостом к современному читателю. Конечно, есть те, кто говорит, что это не имеет отношения к литературе. Это очень важно для нас, потому что в этой литературе можно выявить интересные исторические и литературные факты с точки зрения раскрытия невидимых элементов литературного и культурного наследия народов Востока. Мы также пытались в некоторой степени изучить эти вопросы в нашем исследовании.

В «Энциклопедии кельтской мифологии» мы читаем краткую запись о слове киммер (Сумгру): «Киммер (Сумгру) – это валлийский термин. Жители Уэльса изначально назывались валлийцами, что на языке их британских соседей означает «чужие» (strangers). В их (валлийском) языке это слово все еще используется (kimmer, sumgru), обращаясь к людям как к «братьям» (brouthers) или «друзьям» (friends). «Сумгру» – это название страны, земли. «Сумгри» означает людей, а «Сумгрик» – их язык [3, с. 112].

Можно сказать, что древнетюркские эпические традиции продолжены в былинах огузского кагана. Акад. Низами Джафаров считает, что «Огуз-каган – божественного происхождения,

эпический творец, правитель и защитник централизованного тюркского общества (государства). У него также есть божественная типология с божественным происхождением, которая проявляется, прежде всего, в его браке с дочерью небес. Небесный (Серый) волк, который руководил Огузом (и его народом), привел его к победе над врагом и помог тюркам создать мировое государство, что также является выражением прямой защиты Огуза перед Богом» [5, с. 27].

Конечно, распространение различных религий в той или иной стране, мотивы, которые являются своего рода передатчиком мировоззрений, принадлежащих этим религиям, время от времени оказывали свое влияние в результате международных духовных и религиозных контактов. Исследователи справедливо отмечают, что «в результате всего этого древнетюркская эпическая традиция повлияла на эпическое мышление, литературу и культуру как восточных, так и западных народов, особенно в первом тысячелетии, в передаче эпико-культурных связей Востока на Запад, сыграв более важную роль; около тысячи лет Восток и Запад были основными духовными и культурными проводниками [5, с. 23].

Серия лекций Мэтью Арнольда по изучению кельтской литературы, его личные наблюдения за развитием кельтской литературы и культуры, а также его взгляды и суждения о разделении различных религий и культур, которые были переплетены в его юности, также имеют определенное значение среди его заслуг в сравнительном изучении литератур. Он писал: «Я помню, когда я был молод, меня учили, что кельты отделены от Тентона непроходимой пропастью, и мой отец, в частности, советовал мне сравнивать монов. Мой отец часто настаивал на том, что между нами и тентонами больше различий, чем между любой расой в мире; Лорд Линдхерст (Lord Lyndhurst) таким же образом говорил о чужих, называемых ирландцами» [1, с. 17].

Ряд зарубежных ученых, а также некоторые азербайджанские исследователи пришли к четким научным выводам о том, что подобное единодушное мнение или гипотеза являются более точным и правильным, предполагая, что язык Киммера больше совпадает с языком азербайджанских тюрков, или туранцев. По научному суждению Мэтью Арнольда, принадлежность киммерийцев к туранской (тюркской) языковой группе, несомненно, дает некоторое представление об этнической и языковой принадлежности киммерийцев. Покойный историк, профессор Юсиф Юсифов

написал в седьмом абзаце второй главы книги «История Азербайджана», что «... «Киммер» могло означать «люди». В древнетюркских языках понятие *кам* использовалось в значении «шаман». Средневековые византийские источники утверждают, что киммерийцы принадлежали к племенам тюркского происхождения. Согласно Прокопию, в древности гуннов называли «киммерами» и «массагетами». Племена гуннов были преимущественно тюркского происхождения» [8, с. 118].

Кто эти киммеры? Время от времени этот вопрос, озадачивая историков и исследователей разных стран мира, спровоцировал создание разных версий, идей и положений. Конечно, различные интерпретации и версии подтверждают идею о том, что киммеры в основном кавказского происхождения. В этом смысле, несмотря на единодушное мнение историков и мифологов о том, что они являются неотъемлемой частью этногенеза азербайджанских тюрков на основе киммеров, скифов, саков, гуннов, массагетов и других кавказских племен, мы считаем, что эти тюркоязычные племена будут помнить о своей важной роли в истории, культуре и литературе как о неоспоримом факте, древнем событии, которое никогда не теряло своей оригинальности, укрепляя свое место и положение во многих исследованиях.

В книге «История Азербайджана (с древнейших времен до XX века)» под редакцией ныне покойного академика, проф. Зия Буньятова и проф. Юсифа Юсифова, известных историков Азербайджана, интересно в этом отношении следующее суждение Юсифа Юсифова, которое является достаточно убедительным с научной точки зрения: «В последнее время было высказано предположение, что киммеры принадлежат к скифо-сакским племенам и говорят на ирано-язычном наречии. Однако это не означает, что они иранского происхождения. Имя Киммер отражено в топонимах Черного моря как «Киммерия», «Киммерик», «Киммер Босфор» (ныне Керченский пролив). Так что Киммер могло быть иностранным названием для этих племен. Иногда в кавказских языках *ким* // *кам* означает «голова, вершина». В этом случае «киммер», вероятно, означал «вождь». В древнетюркских языках *кам* использовался в значении «шаман». Вполне вероятно, что под словом *киммер* имелось в виду понятие «мужчина-шаман». Раннесредневековые византийские источники указывают на принадлежность киммеров к племенам тюркского происхождения. Согласно Прокопию в древности гуннов называли «киммерами» и «массагетами».

Племена гуннов были преимущественно тюркского происхождения [4, с. 118].

Следует отметить, что неоткрытые тайны или загадки истории кельтов в лекциях Мэтью Арнольда о кельтской литературе, а также киммерийская литература направляют читателя (исследователя) Востока (Азербайджана) к более глубокому слою. Даже имя Талиеса (VI век), которого считают одним из первых поэтов этой литературы, дает некоторое представление о сходстве нашей древней истории и культуры.

Следует отметить, что в начале первого тысячелетия до нашей эры в бассейне озера Урмия в Южном Азербайджане было создано государство Манна, основным языком населения был древнетюркский. Покойный историк, профессор Юсиф Юсифов писал об этом, что «Преемника Манна звали Телусуни. Не исключено, что название означало «Теле (принадлежащий к племени) человек». Теле – алтайское тюркское имя [7, с. 117].

Видимо, отголоски известных имен других племен, например племени киммеров тюркского происхождения, отколовшегося от территорий древней Манна (Азербайджан), и дрейфовавшего на древние британские земли, дает некоторое представление об истории их этнического развития и движения. Однако следует добавить, что многие стихотворения Талези тоже написаны о тюрках. Некоторые из этих стихов включены в «Кельтские мифы и легенды» Чарльза Сквайра. Кроме того, приведенные образцы из коллекции «Черная книга Кермартена» («Black book of Caermarthen») [2, с. 256–258] открывают дорогу к дополнительным исследованиям кельтско-восточных (киммерских, манна-тюркских, сарматских) отношений.

Суждение о сарматском племени Бахтияра Тунджая, основанное на научных и философских источниках, и выдвижение на этой основе собственной концепции, предполагает не идею тюркизации сарматов, а является обобщением определенной позиции киммеров-скифов и сарматов, сыгравших исключительную роль в этногенезе древнего Азербайджана.

Также интересны высказывания и комментарии автора о короле Артуре – главном герое кельтской и британской эпопеи о героизме, со ссылкой на ряд русских, английских и других источников. Он пишет: «Согласно английским источникам первый легендарный король Британии сэр Артур, основатель легендарного города-государства и королевской династии Камелот, был сарматом.

После смерти его похоронили так, как настоящего турка, а над его могилой возвели большой курган» [2, с. 156].

Бахтияр Тунджай в своем исследовании «История, язык и литература саков» пишет об этногенезе сарматского племени: «Некоторые древние авторы называли сарматов «савроматами»... Некоторые из древних авторов называли сарматов «савроматами»... По словам Диодора Сицилийского и Плиния, сарматы были вынуждены переселиться из Мидии, то есть из Южного Азербайджана, под давлением скифов. По этой причине некоторые древние писатели отождествляли сарматов с мидянами, то есть мадаями. Так, например, Плиний и Юлий Солин считали сарматов потомками мидийцев. Плиний считал тюрков ветвью сарматов, а Помпий Мела писал, что тюрки и сарматы были соседями. Дионисий Перегет, писатель II века до нашей эры, отождествлял сарматов с гуннами. Известно, что одно из казахских племен кипчакского происхождения – сарматы [9, с. 154].

Мэтью Арнольд также отмечал в своем исследовании, что Киммеры внесли свой актуальный вклад в универсальное культурное и литературное наследие страны, то есть они поселились на Британских островах в качестве хранителей и наследников древней и современной культуры и литературы. В отдельных архивных документах, а также в трактате британского литературного поэта XVI века Эдмунда Спенсера «Взгляд на современное положение Ирландии» (“Aview of the Present State of Ireland”) отмечается, что после миграции скифов с Востока на Запад, включая Шотландию, несколько других восточных племен, близких к ним, также поселились со скифами.

В литературной и научной сфере Азербайджана, особенно в энциклопедических публикациях на основе русских литературных источников, краткие обзоры начали распространяться, хотя и незначительно (через перевод). Энциклопедия, опубликованная в начале 1990-х годов, обобщает кельтские языки и истории кельтов следующим образом: Северная Италия, в верхнем и среднем течении Дуная и т.д.

были племена, проживавшие на территориях, близких по своему языку и материальной культуре. В IV и V веках до нашей эры первобытная общинная структура кельтов начала распадаться. К середине I века н.э. большинство кельтов подчинялись римлянам. Позднее кельты смешались с населением стран, в которых они жили [6, с. 317].

Хотя Мэтью Арнольд не останавливается на надписи на огаме и ирландской надписи, которые мы проанализировали и интерпретировали выше, мы считаем, что это интересно с точки зрения идентификации восточных (скифских, киммерских, салурских) элементов в кельтской культуре и литературе. В предисловии к своей книге исследований кельтской литературы Мэтью Арнольд заявляет, что он был знаком с книгами по кельтской культуре и литературе и изучал их, и даже выдает читателю тот факт, что валлийская литература представлена как литература Кимри («The Literature of Cymru»). Он пишет: «Кимрийская литература, прекрасная книга мистера Стивенса («The Literature of Cymru»), показывает, что валлийцы могут, если захотят, полностью избежать этой опасности» [1, с. 3].

Выводы и предложения. Лекции ученого-критика Мэтью Арнольда вызвали много дискуссий. Это был одним из первых шагов в направлении исследований в XX веке. Написав эссе «Исследование кельтской литературы», он, с одной стороны, раскрывает актуальность кельтской мифологии с сильным влиянием кельтских компонентов на английскую культуру, а с другой – выражает свою научную позицию по определению внутреннего символического значения английского национального характера. В исследовании Мэтью Арнольда также в определенной степени отражена значимость для читателя всех известных документов и сведений о кельтах. Однако стоит отметить, что в будущем необходимо внимательно изучить кельтские и восточные вопросы, особенно в области сравнительного литературоведения, секреты которого еще не раскрыты и представляют большой научный интерес.

Список литературы:

1. Arnold Matthew. On the Study of Celtic Literature. Published by Global Grey, 2018, 99p.
2. Squire Charles. Celtic Myths and Legends. Published in the UK: Lomond Books, 2000, 450 p.
3. Monaghan Patrica. THE Encyclopedia of Celtic Mythology and Folklore. Printed in the United States of America.:Facts on File, Inc.,2004, 512p. (PDF).
4. История Азербайджана. (с древнейших времен до XX века). Под редакцией З.М. Бунятова и Ю.Б. Юсифова. Баку: Азернешр, 1994. 680 с. (на азерб. языке)
5. Джафаров Низами. Древнетюркская литература. Баку; АзАтаМ, 2004. 322 с. (на азерб. языке)
6. Азербайджанская советская энциклопедия. В десяти томах. Том V. Общее издание Азербайджанской Советской Энциклопедии, 1981. С. 317. (на азерб. языке)

7. История Азербайджана. (с древнейших времен до XX века). Под редакцией З.М. Буньятова и Ю.Б. Юсифова. Баку : Азернешр, 1994. 680 с. II–VI главы. (на азерб. языке)
8. История Азербайджана. (с древнейших времен до XX века). Под редакцией З.М. Буньятова и Ю.Б. Юсифова. Баку : Азернешр, 1994. 680 с. Глава VII. (на азерб. языке)
9. Тунджай Бахтияр. История, язык и литература саков. Баку: Апостроф, 2009. 280 с. (на азерб. языке)
10. The Story of Ogham. The ancient rune-like writing system is carved into stones across Ireland. URL: <https://www.historytoday.com/story-ogham>

Karimli Turan Arif. ORIENTAL (KIMMERIAN) ELEMENT IN CELTIC LITERATURE AND CULTURE

Matthew Arnold with his studies of Celtic literature, after four lectures as a leading specialist and lecturer at the Department of Poetry at Oxford University, based on the high interest of university students in the history of Celtic literature and culture, for the first time began to teach the course of Celtic literary studies (The Study of Celtic Literature) on the scientific basis.

We considered it expedient to involve in the study the monograph On the Criticism of Celtic Literature, which is one of the finest examples in the history of British literature as an example of the work of this great educator, scholar of the 19th century on education, enlightenment, social criticism and poetry in the history of British literature. We believe that this approach is based on the great interest in the field of science, both in the literary-scientific and educational audiences of the Republic of Azerbaijan during the period of independence. The most important aspect and scientific basis of research in this area is to clarify the hidden truths of Celtic and Eastern (Cimmer, Saka, Scythian) relations, which are historically close and even connected with ancient history and culture, and not hypothetically, but actually reflect reality.

In this regard, the fact that Matthew Arnold's scientific positions and observations are based mainly on historical texts and archival materials, as well as on literary examples, encourages every reader or researcher, regardless of personality, to study the arguments more comprehensively and to the end. Undoubtedly, other important facts about the Celtic languages and tribes should be taken into account, and a comprehensive analysis of such scientific studies should also be carried out. However, the need to analyze extensive scientific judgments about ethnogenesis, interactions and relations of these tribes in different periods, including in the modern period, led to the need for a more detailed study of Eastern elements in Celtic culture and literature, becoming here one of the main research objectives.

Key words: *Matthew Arnold, Celtic literature, Celtic culture, oriental elements.*

УДК 82.0:[316.647.8:305-055.2(433)]“19”
 DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/11>

Морозова Л. І.

Горлівський інститут іноземних мов
 Донбаського державного педагогічного університету

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ЕЛЕКТРОННИХ КОРОТКИХ ОПОВІДАННЯХ ГЕРТРАУД ВІДМАНН

Ця стаття має на меті виявити та охарактеризувати гендерні стереотипи щодо баварських селянок, наявні в німецькому суспільстві першої половини ХХ століття. Матеріалом нашого дослідження стали електронні короткі оповідання Гертрауд Відманн «Пізня помста» (“Späte Rache”), «Дівчина на ім'я Роза» (“Mädchen, namens Rosa”), «Останнє літо» (“Der letzte Sommer”), розміщені на літературній платформі e-stories.de. Для їхнього гендерного аналізу, в основі якого лежить запропоноване С. Оксамитною розуміння гендерних стереотипів як гендерно-рольових стереотипів (прийнятність різноманітних ролей і видів діяльності для чоловіків і жінок) та як стереотипів гендерних рис (психологічні та поведінкові характеристики, притаманні чоловікам і жінкам), було обрано проблемно-тематичний рівень та рівень системи персонажів.

Здійснений нами гендерний аналіз електронних коротких оповідань Гертрауд Відманн дає підстави говорити про те, що типовими гендерно-рольовими стереотипами баварських селянок у першій половині ХХ століття були такі: жінка як слухняна донька, жінка як любляча дружина, жінка як турботлива мати, жінка як зразкова домогосподарка. Водночас за виняткових життєвих обставин баварська селянка могла взяти на себе типово чоловічу роль годувальника родини. У своїх типових соціальних ролях баварська селянка виявляла такі стереотипні «жіночі» риси: роботячість, терплячість, скромність, відданість родині, відповідальне ставлення до піклування про дітей як обов'язок жінки, смиренність і покірність долі, але й хитрість, образливість і підступність. Зовнішні обставини (смерть чоловіка або переїзд до великого міста) спричиняли зміни її способу життя та зміну її гендерно-соціальної ролі, що своєю чергою вело до появи таких стереотипних рис «чоловічого» характеру, як незалежність, активність, рішучість, прагматизм.

Ключові слова: гендерне літературознавство, гендерний стереотип, гендерно-рольовий стереотип, стереотип гендерних рис, мережева література, електронне коротке оповідання.

Постановка проблеми. Мережева література, становлення якої припадає на 90-ті роки ХХ ст., є складником сучасного літературного процесу, що засвідчують літературознавчі розвідки, присвячені теоретичному осмисленню природи мережевої літератури, форм її існування, її жанрової системи тощо, як наприклад, роботи Л. Дербеньової [1], Ю. Завадського [2], Л. Кім [3], В. Маркової [4], В. Матвєєвої [5] та інших. Однією з форм існування мережевої літератури є літературні платформи, наприклад, літературна платформа e-stories.de, заснована 14 вересня 1999 Йоргом Швабом, на якій автори з більше ніж 100 країн мають можливість оприлюднювати свої твори сімома мовами, наразі на цій літературній платформі розміщено близько 130 000 творів. Одним із її основних завдань Йорг Шваб вважає ознайом-

лення з цінностями представників різних культур, нашу увагу привернули електронні короткі оповідання Гертрауд Відманн “Späte Rache” («Пізня помста»), “Mädchen, namens Rosa” («Дівчина на ім'я Роза»), “Der letzte Sommer” («Останнє літо»), в яких висвітлюються жіночі долі трьох поколінь баварської сільської родини.

Постановка завдання. Мета статті – виявити та охарактеризувати гендерні стереотипи щодо баварських селянок, наявні в німецькому суспільстві першої половини ХХ століття.

Виклад основного матеріалу. Окремо слід вказати на те, що Гертрауд Відманн не є професійною письменницею, літературна творчість для неї, як вона зазначила на своїй авторській сторінці цієї платформи, – це, швидше, хобі. Тому її короткі оповідання не вписуються у визнані жанрові

канони літератури, з «жіночою» літературою вони пов'язані насамперед на проблемно-тематичному рівні. Все ж ми вважаємо електронні короткі оповідання Гертрауд Відманн цінними своєю автентичністю, адже про жіночі долі тут розповідає безпосередній свідок та учасник подій, що надає щирості, відвертості та безпосередності авторській оповіді.

Враховуючи такий матеріал дослідження та зважаючи на фактичну відсутність у сучасній філології розвідок щодо функціонування гендерних стереотипів у мережевій літературі, в цій статті ми маємо за мету охарактеризувати репрезентовані у вищезгаданих електронних коротких оповіданнях Г. Відманн гендерні стереотипи щодо баварських селянок, що були наявні в німецькому суспільстві першої половини ХХ століття. За вихідну тезу нам править розуміння гендерних стереотипів як гендерно-рольових стереотипів, що стосуються прийнятності різноманітних ролей і видів діяльності для чоловіків і жінок, а також як стереотипів гендерних рис, тобто психологічних та поведінкових характеристик, притаманних чоловікам і жінкам [6, с. 158]. Серед наявних рівнів художнього тексту ми обрали для гендерного аналізу згаданих вище творів проблемно-тематичний рівень та рівень системи персонажів.

Гертрауд Відманн, як зазначено на її авторській сторінці літературної платформи e-stories.de, народилася 13 листопада 1941 року в Мюнхені, з 1980 р. почала писати вірші на баварському діалекті, з 2008 року вона, крім ліричних творів, пише короткі оповідання автобіографічного характеру.

Життю баварської селянки початку ХХ ст. присвячене електронне коротке оповідання “Späte Rache“ («Пізня помста»). Його головна героїня Юлія жила у маленькому селі на кордоні Баварії, Австрії та Чехії разом з молодшим за неї на вісім років чоловіком Луї. Її життя вповні відповідало тогочасним уявленням щодо гендерно-рольового стереотипу жінки в родині, адже Юлія поралася по господарству та на городі, раз на тиждень ходила за три кілометри до сусіднього села, щоб купити необхідний крам, до того ж вона багато років з любов'ю піклувалася про 10-тирічну сироту Брігіту: “Julie versorgte Haus und Garten, mühte sich mit der kleinen Landwirtschaft ab und ging einmal die Woche ins gut drei Kilometer entfernte Dorf, um beim dortigen Kramer einzukaufen. Und nicht zuletzt kümmerte sie sich besonders liebevoll um die kleine Brigitte – eine zehnjährige Waise, die sie vor Jahren bei sich aufgenommen hatten“ [9]. Проте таке своє

життя Юлія сприймала без скиглення, мужньо, бо вважала це своїм вибором: “Julie sah schon recht verhärtet aus, aber sie ertrug alles tapfer und ohne Murren, sie hatte es sich seinerzeit ja so ausgesucht“ [9]. Вочевидь Юлії були притаманні такі стереотипні жіночі риси, як роботящість, терплячість, скромність, відданість родині, відповідальне ставлення до піклування про дітей як обов'язку жінки, смиренність і покірність долі.

Подружнє життя Юлії не було щасливим, адже її чоловік у пошуках роботи щопонеділка сідав на велосипед і їхав з дому, повертався на вихідні напідпитку, без грошей, і відразу йшов спати. У свої п'ятдесят років вона дізналася від сусідів, «доброзичливців», про численні зради свого чоловіка, пригнічена, жінка роздумувала про своє життя і про те, чого досягла за ці роки у шлюбі: “Und so kam Julie ins Grübeln: Was hatte sie denn eigentlich von ihrem Leben gehabt? Eigene Kinder waren ihr verwehrt, die „kleine“ Brigitte war groß und ging ihre eigenen Wege. Also, was war ihr geblieben? Ein Mann, der alles Geld versoff, sie nach Strich und Faden betrog und Arbeit, Arbeit, nix als Arbeit“ [9]. Це стало зламним моментом у її житті, адже Юлія усвідомила, що вихована нею Брігіт живе своїм життям, а її чоловік пропиває гроші та обманює її, фактично у її житті залишилась тільки робота. Біль від зради чоловіка кардинально змінив її ставлення до нього, вона бажала, щоб її чоловік впав з велосипеда, від чого вона б заспокоїлася: “Mehr als einmal kam ihr so beim Sinnieren der unchristliche Gedanke: Wenn's ihn doch nur mal g'scheit mit dem Radl schmeißen tät, dann wär' mal eine Weile Ruh' – auch mit den Weibern“. Aber nix war's, es blieb alles beim Alten“ [9]. Таким чином, через подружню зраду в свідомості Юлії зруйнувався стереотип щодо того, що дружина має бажати своєму чоловікові найкращого.

Через образу та бажання помститися чоловікові вона імітувала свою хворобу, тож для її чоловіка почалися важкі часи, адже він мусив взяти на себе усю хатню роботу й залишити свою роботу в інших господарствах, до того ж тепер він не мав часу на стосунки з іншими жінками: “Für ihren Mann Loisl begann jetzt ein verdammt hartes Leben. Nicht nur, dass alle Arbeiten nun an ihm hängen blieben und er keine Zeit mehr fürs Wirtshaus, geschweige denn für seine Weibergeschichten hatte“ [9]. Таким чином, у родині Юлії змінилися гендерні ролі, адже її чоловік піклувався про неї, як раніше вона це робила для нього, до того ж він мав терпіти всі її примхи, поставив її ліжко в центр кімнати, навколо нього розмістив любовні романи

та інші дрібнички, які полегшували та прикрашали її нове життя, навіть до туалету носив на руках: “er musste auch die oftmals üblen Launen seiner Frau ertragen. Die gingen sogar so weit, dass er sie nachts quer über den Hof zum Toiletten-Häusl tragen musste! Ja und damit Julie auch die Übersicht behielt, stand ihr Bett jetzt mitten in der Wohnstube. Drum herum Stapelweise Heftl mit Liebesromanen, sowie in Schachteln und Körben verteilt, all die Dinge, die sie für ihr jetziges „Leben“, wenn man es denn so nennen möchte, benötigte“ [9]. Вочевидь, така турботливість чоловіка подобалася Юлії, ця зміна гендерних ролей у родині зробила її щасливою, тільки після смерті свого чоловіка вона піднялася з ліжка і почала ходити, спираючись на паличку. Таким чином, хвороба Юлії була просто жіночими хитрощами, щоб повернути чоловіка в родину, та своєрідним покаранням за його зради та за своє нещасливе заміжжя з ним, що вповні відповідає таким стереотипним жіночим рисам, як хитрість, образливість і підступність.

Отже, в проаналізованому нами електронному короткому оповіданні Г. Відманн “Späte Rache“ («Пізня помста») баварська селянка початку ХХ століття зображена в її традиційних гендерних ролях як любляча дружина, хороша домогосподарка, турботлива мати, яка має зберегти свою родину навіть попри своє нещасливе заміжнє життя. Подружня зрада та викликана нею хвороба героїні цього оповідання змінила спосіб життя її чоловіка, який відмовився від позашлюбних стосунків і був змушений взяти на себе ведення домогосподарства, до того ж у його характері з'явилася нова риса – турботливість про хвору дружину. У цій ситуації відбулася зміна гендерних ролей у родині головної героїні, адже її чоловік став добрим господарем та турботливим чоловіком, що й зробило головну героїню щасливою.

Про жіночу долю баварської селянки, народженої у 20-ті роки ХХ ст., йдеться в електронному короткому оповіданні Г. Відманн “Das Fräulein Rosa“ («Дівчина на ім'я Роза»). Його головна героїня, дівчина Роза, народилася п'ятою з десяти дітей у баварській сільській родині, змалечку вона була змушена важко працювати у стайні та на полі, що було звичайним у ті часи. Вихованням дітей, відповідно до панівних у тогочасному патріархальному суспільстві стереотипів щодо гендерних ролей у родині, займався батько, який суворо наказував Розу навіть за обмовки на її адресу з боку її старшої сестри, він навіть змушував її стояти на колінах на полях: “Sie dachte an die schlimme Zeit, als ihr die große Schwester das Leben zur Hölle machte, sie

beim Vater anschwärzte und dieser sie dann auf einem Holzscheit knien ließ“ [7].

Таке важке дитинство закінчилося для Розі в чотирнадцять років, коли батько, не питаючи її, віддав її служницею до м'ясника, щоб Роза не була «зайвим ротом», а підтримувала родину власними заробленими грошима: “Als sie vierzehn Jahre alt geworden war, „verschacherte“ sie ihr Vater als Dienstmagd an den ortsansässigen Metzger. Denn zum einen würde sie mit ein paar Mark die Familie unterstützen können und zum anderen wäre dann daheim ein Esser weniger!“ [7]. Подібне ставлення до підлітків не було чимось поодиноким у ті часи, тобто йдеться про тогочасні стереотипи у відносинах між батьками і дітьми.

У ті часи під час визначення роботи, яку мала виконувати дитина, не враховувалася її статевая приналежність. Так, м'ясник не зважав на те, що йому допомагає дівчина-підліток, і давав їй найтяжчу роботу – виносити відходи зі скотобійні, прибиратися в м'ясній лавці тощо. Роза терпіла все це мовчки, втекла від нього лише тоді, коли той почав її домагатися: “Doch als sie eines Tages diesem ehrenwerten Herrn Metzgermeister auch noch auf andere Art und Weise „zu Diensten“ sein sollte, lief sie fort ...“ [7]. У цьому разі йдеться про стереотипне ставлення роботодавця до жінки-робітниці як до того, хто має безвідмовно надавати послуги інтимного характеру за право працювати.

Попри цю непристойну історію, батьки не підтримали Розу та не дозволили їй повернутися додому. Натомість відправили її працювати служницею до удівця з двома дітьми та двома мисливськими собаками, де вона працювала і служницею, і прибиральницею, і гувернанткою, мусила опікуватися собаками, отримуючи за все це занадто мало грошей. Вочевидь прагматизм – стереотипна риса німецького характеру – взяв гору над батьківським обов'язком захищати дитину.

Усі ці події змусили Розу змінитися, вона стала більш рішучою і в двадцять один рік, досягши повноліття, вирішила кардинально змінити своє життя, переїхавши до коханого Отто в Берлін неodrуженою. Такий її вчинок був неприпустимим з огляду на тогочасний гендерний стереотип щодо того, що дівчина має право покинути батьківський дім тільки після одруження, саме тому родина Отто прийняла її неприязно, поселила в маленькій кімнатці під сходами і дозволяла виходити звідти, лише коли вдома не було гостей. Мати Отто ставилася до Розі як до безоплатної служниці, змушувала виконувати хатню роботу, давала небагато їжі, а гроші за роботу дівчина мала випрошувати

сама: “Zu arbeiten gab’s viel, zu essen wenig und Lohn nur auf Nachfrage“ [7]. Але й коханий Отто поставився до неї зневажливо: за півроку він привів нову подружку, тому Роза була змушена піти від нього. Тож ця життєва ситуація показала зміни в характері молодої дівчини, її рішучість та прагнення будувати своє життя за своїми правилами, що є більш типовим для чоловічого характеру.

Розуміючи, що батьки та односельці не схвалюють такого її вчинку, Роза не повернулася у рідне баварське село, залишилася в місті та почала працювати на літню подружню пару. В цій родині вона мусила пристосуватися до іншого, міського, способу життя, завдяки дружелюбному ставленню з боку господині дівчина вивчила літературну німецьку мову й манери спілкування в товаристві, також вона опанувала пруське кулінарне мистецтво: “Bei ihrer nächsten “Herrschaft”, einem älteren, freundlichen Ehepaar, da fühlte sie sich gleich wohl. Gut, zuerst musste sie dort die hochdeutsche Sprache ordentlich erlernen, dann bekam sie vornehme Umgangsformen beigebracht und wies sie in die „preußische“ Kochkunst ein“ [7].

Про здатність Розі швидко адаптуватися до нового способу життя свідчить і така, досить комічна з сучасного погляду, ситуація: господиня подарувала Розі її перший бюстгальтер, який дівчина, не знаючи, надягла поверх нижньої сорочки. Господиня, здивована такою необізнаністю молодої дівчини, пояснила Розі, як правильно носити білизну: “Rosa, tragen sie eigentlich den BH, den ich ihnen geschenkt habe, überhaupt nicht?“

“Doch gnädige Frau, wenn sie mal schauen wollen ...“

“Aber Fräulein Rosa, den trägt man doch nicht über dem wollenen Unterhemd, sondern DARUNTER!“ [7].

Таким чином, зміна оточення та, відповідно, зміна способу життя зумовлюють насамперед психологічні зміни в характері баварської селянки, яка набуває типово чоловічих рис характеру, як-то: активність, рішучість, прагматизм.

Проте Роза все ж була вимушена повернутися до батьків у Баварію через еміграцію родини її роботодавців у 1937 році, її подальша доля згадується в електронному короткому оповіданні “Der letzte Sommer“ («Останнє літо»).

Отже, долю баварської селянки, народженої у 20-ті роки ХХ століття, відповідно до панівних стереотипів тогочасного патріархального суспільства вирішував її батько. У своїй гендерній ролі доньки вона мала бути слухняною та беззаперечно виконувати всі накази батька, її бажання

та таланти не враховувалися навіть під час вибору роботи для неї. З дитинства вона мала працювати, а отримані від важкої роботи гроші мала віддавати на підтримку своєї родини, для якої не мала бути «зайвим ротом». Баварські селянки, потрапляючи до великого міста, мусили долати стереотипні уявлення щодо своєї неосвіченості, «безкультурності», змінюючи не тільки свою зовнішність і спосіб життя, але й свій характер. Під впливом нового соціуму, в боротьбі за своє щасливе майбутнє, вони ставали активнішими, рішучішими, прагматичнішими, тобто набували типово чоловічих рис.

В оповіданні “Der letzte Sommer“ («Останнє літо») представлено інший тип баварської селянки – вольова, незалежна жінка Ханна, удовиця брата Розі, яка мешкала в родинному будинку в Баварії з трьома дітьми. За характером Ханна була весела, люб’язна жінка з почуттям гумору, тому односельці залюбки заходили потеревенити до неї на пошту, де вона працювала після смерті чоловіка: “Sie war erst Mitte dreißig, war eine humorvolle, äußerst liebenswerte und fleißige Person. Ich hatte sie wirklich gern. Auch in dem kleinen Dorf Maßnerschlag war sie geachtet und beliebt. Seit einigen Monaten betrieb sie in ihrem Haus, neben der kleinen Landwirtschaft, auch eine Poststelle. Wer sie dort aufsuchte, kam oftmals nur zum Ratschen vorbei“ [8]. Ця трагічна подія особистого життя змусила Ханну стати годувальницею родини замість померлого чоловіка, тож йдеться про набуття баварською селянкою нової, стереотипної чоловічої гендерної ролі – годувальника родини.

Ця зміна відобразилася і в характері Ханни та її поведінці. Так, щоб розважити свою племінницю Гертрауд, яка приїхала з великого міста, вона вирушила з нею на щорічний бал пожежників у сільське кафе «Шмід Вірт». За тогочасним звичаєм жінка не мала перебувати у товаристві без супроводу чоловіків, тому Ханна запросила двох молодих митників супроводжувати її та Гертрауд: “Weil es sich nämlich damals nicht schickte, dass zwei Frauen alleine eine Gaststätte aufsuchten, hatte meine Tante in weiser Voraussicht zwei jüngere “Grenzer” (Zollbeamte) “engagiert”“ [8].

Перешіптування серед присутніх на цьому балу жінок спричинила світла, як для удовиці, літня сукня Ханни та її чоловічий супровід: “Dass Tante Anni und ich, in unseren hellen Sommerkleidern, in dieser braun-grau-schwarz gekleideten Gesellschaft der zum großen Teil älteren, einheimischen Bäuerinnen auffallen würden, war uns sofort klar. Und sie begannen auch gleich zu tuscheln: “Ja, ja, die Anni

... Witwe is`s ... und dann des junge Deandl aus da Stadt ... ja und zwoa Manna hams aa scho dabei ... ma sagt ja nix, ma redt ja bloß“ [8]. Тож йдеться про наявний дотепер соціально значущий стереотип щодо вимоги до удовиці вдягатися в темні кольори та уникати розваг, недотримання якого викликає у інших осуд.

Обурливою видавалася присутнім і поведінка Ханни та Гертрауд на цьому балу, адже вони, загубивши свій чоловічий супровід, відкрито загравали, сміялися та танцювали з сільськими парубками: “Es wurde ein netter, feuchtfrohlicher Abend. Wir schäkerten mit den Bauernburschen, lachten und tanzten wie der „Lump am Stecken“ – grad schön war`s“ [8]. Тому наступного ранку до всіх вікон будинку Ханни притулили вісім драбин, що за місцевим звичаєм означало, що в такому будинку живуть непристойні жінки: “Schlagartig blieb ich steh`n und traute meinen Augen kaum: Nicht nur, dass sich bereits die ganzen „Ratschn“ (Manner und Weiber!) des Dorfes versammelt hatten, nein, es lehnten rund ums Haus, an allen acht Fenstern im ersten Stock, LEITERN ... Das bedeutete in diesem Ort: “Hier wohnen “Menscha” (Luder, liederliche Frauen)“ [8]. Подібна поведінка односельців свідчить про наявний в ті часи соціально значущий стереотип щодо обов’язкового покарання жінок та їхніх родин за певними ustalеними ритуалами у присутності всіх мешканців села, що гарантувало в майбутньому дотримання всіма членами сільської громади певних етичних норм через страх публічного покарання.

Невдовзі з’ясувалося, що справжньою причиною такого прояву ганьби з боку односельців стала чергова відмова Ханни одружитися з надокучливим залицяльником: “Wie sich im Nachhinein herausstellte: Weil er von meiner Tante zum X-ten Mal – so auch an dem Abend zuvor – einen Korb bekommen hatte, hatte er von den umliegenden Bauernhöfen die Leitern heran geschleppt und sie dann an die acht Fenster gelehnt“ [8]. Однак Ханна не зважала на цей випадок, а тільки розсміялася, що непрямо свідчить про порушення нею ще одного тогочасного стереотипу щодо удовиці, яка, попри власні почуття, заради щастя дітей мала знову одружитися і бути вдячною новому чоловіку за його турботу про її родину.

Отже, в короткому оповіданні “Der letzte Sommer“ («Останнє літо») показано, як смерть чоловіка, подія особистого життя баварської селянки, спричиняє зміни її характеру й поведінки через набуття нею нової гендерної ролі – годувальниці родини. Така трансформація здатна зробити баварську селянку незалежною, вільною від панівних стереотипів щодо удівства, коли жінка має сміливість одягатися у світлі кольори та відвідувати розважальні заходи у супроводі інших чоловіків, а також відмовляється від повторного шлюбу, зважаючи на свої почуття і не побоюючись осуду з боку свого оточення. Однак подібне недотримання панівних гендерних стереотипів дає підстави для публічного покарання з боку сільської громади, страх перед яким має стримувати жінку від недотримання або порушення значущих для сільської громади стереотипів.

Висновки і пропозиції. Таким чином, здійснений нами гендерний аналіз електронних коротких оповідань Гертрауд Відманн дає підстави говорити про те, що типовими гендерно-рольовими стереотипами баварських селянок у I половині ХХ століття були такі: жінка як слухняна донька, жінка як любляча дружина, жінка як турботлива мати, жінка як зразкова домогосподарка. Водночас за виняткових життєвих обставин баварська селянка могла взяти на себе типово чоловічу роль годувальника родини. У своїх типових соціальних ролях баварська селянка виявляла такі стереотипні жіночі риси: роботящість, терплячість, скромність, відданість родині, відповідальне ставлення до піклування про дітей як обов’язку жінки, смиренність і покірність долі, але й хитрість, образливість і підступність. Зовнішні обставини (смерть чоловіка або переїзд до великого міста) спричиняли зміни її способу життя та зміну її гендерної ролі, що своєю чергою вело до появи таких стереотипних рис чоловічого характеру, як незалежність, активність, рішучість, прагматизм.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в гендерному аналізі електронних коротких оповідань відповідної тематики, написаних письменниками-чоловіками, що дасть змогу зіставити «чоловічий» та «жіночий» погляди на наявні гендерні стереотипи щодо життя баварських селянок у першій половині ХХ століття.

Список літератури:

1. Дербеньова Л. В. Літературний комп’ютерний феномен у комунікативно–мережевій культурній парадигмі. *Гілея: науковий вісник*. 2013. № 76. С. 151–153.
2. Завадський Ю. Р. Типологія й поетика мережевої літератури і сучасне західне літературознавство : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.06. Тернопіль, 2006. 21 с.

3. Ким Л. Р. Сетевая литература: теоретические аспекты изучения : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.08. Москва, 2018. 24 с.
4. Маркова В. Феномен мережевої літератури: книгознавчий аспект. *Вісник Книжкової палати*. 2015. № 1. С. 42–45.
5. Матвеева В. Є. Мережева література як невідомна складова сучасного літературного процесу (на прикладі творчості запорізьких поеток І. Сажинської та О. Ольшанської). URL: http://ukrlit-2017.blogspot.com/2019/02/blog-post_97.html (дата звернення: 13.09.2020).
6. Оксамитна С. М. Гендерні ролі та стереотипи. *Основи теорії гендеру*: навч. посібник / відпов. ред. М. Скорик. Київ, 2004. С. 157–181.
7. Widmann Gertraud Das Fräulein Rosa. URL: <https://www.e-stories.de/view-kurzgeschichten.phtml?42934> (дата звернення: 15.11.2020.).
8. Widmann Gertraud Der letzte Sommer. URL: <https://www.e-stories.de/view-kurzgeschichten.phtml?43116> (дата звернення: 20.11.2020.).
9. Widmann Gertraud Späte Rache. URL: <https://www.e-stories.de/view-kurzgeschichten.phtml?45569> (дата звернення: 25.11.2020.).

Morozova L. I. THE REPRESENTATION OF GENDER STEREOTYPES IN THE DIGITAL SHORT STORIES OF GERTRAUD WIDMANN

Online literature, the formation of which dates back to the 90s of the twentieth century, is a part of the modern literary process. Literary studies, which are devoted to theoretical understanding of the nature of online literature, claim in particular that forms of its existence and its genre system can be seen in the works of L. Derbenova, Y. Zavadsky, L. Kim, V. Markova, V. Matveeva and others.

However, the question of the functioning of gender stereotypes in the online literature is still thoroughly not studied, this article aims to identify and characterize gender stereotypes about Bavarian peasant women, existing in German society in the first half of the twentieth century.

Gertraud Widmann's electronic short stories "Späte Rache", "Mädchen, namens Rosa", "Der letzte Sommer" ("The Last Summer") are the material of our research which are published on the literary platform e-stories.de. For their gender analysis, which is based on S. Velvet's understanding of gender stereotypes as gender-role stereotypes (acceptability of various roles and activities for men and women) and as stereotypes of gender traits (psychological and behavioural characteristics inherent in men and women), the problem-thematic level and the level of the character system were chosen.

Our gender analysis of electronic short stories by Gertraud Widmann suggests that the typical gender-role stereotypes of Bavarian peasant women in the first half of the twentieth century were: a woman as an obedient daughter; a woman as a loving wife, a woman as a caring mother; a woman as an exemplary housewife. However, under exceptional life circumstances, a Bavarian peasant woman could take on the typically male role of a breadwinner. In her typical social roles, the Bavarian peasant woman showed such stereotypical "feminine" traits as: diligence, patience, modesty, devotion to family, responsible attitude to child care as a woman's duty, humility and obedience to fate, but also such traits as cunning, resentment and insidiousness. External circumstances (death of a husband or moving to a big city) caused changes in her lifestyle and a change in her gender and social role, which in turn led to the emergence of such stereotypical traits of "male" nature as independence, activity, determination, pragmatism.

Key words: *gender literature, gender stereotype, gender role stereotype, stereotype of gender traits, online literature, electronic short story.*

УДК 82

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/12>**Обручнікова Н. Д.**

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

Русакова О. О.

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

РОЛЬ «ПРИМАРНОГО ПИСЬМЕНИЦТВА» У СТВОРЕННІ АВТОБІОГРАФІЧНОГО ХУДОЖНЬОГО ТВОРУ НА ПРИКЛАДІ РОМАНУ ДАНІЕЛЯ ПЕЙСНЕРА «ДІВЧИНКА У ЗЕЛЕНОМУ СВЕТРИ: ЖИТТЯ У МОРОЦІ ГОЛОКОСТУ»

У статті вивчається роман Данієля Пейснера «Дівчинка у зеленому светрі: життя у мороці Голокосту». Проаналізувавши різні літературні джерела, визначено, що на цей момент відсутня чітка жанрова ідентифікація твору.

Роман Данієля Пейснера «Дівчинка у зеленому светрі: життя у мороці Голокосту» належить до художньо-документальної літератури та поєднує в собі ознаки: художньої автобіографії, художньої біографії та мемуарного жанру. По-перше, це розповідь про приватне життя творця книги, прозова форма втілення, ретроспективність зображення, розповідь від першої особи, життя оповідача виступає протосюжетом, відкритість фіналу, незамкнутість життєпису.

По-друге, роман створений двома авторами, сюжетом якого є історія лише одного з цих авторів, а другий автор, усвідомлюючи унікальність та актуальність цієї історії, проаналізувавши розповідь першого автора та зіставляючи її з історичними фактами та документами, відтворив письмово цю історію, цитування в тексті різних документів, щоденникових записів, листів та іншого, що стосуються особистості, про яку йдеться у біографії, та відображають її справжню.

І зрештою, історичні події крізь призму спогадів безпосередньої учасниці К. Хігер зображено такими, якими вона їх пам'ятає, достовірність описуваних подій, певна суб'єктивність.

Також розглядалася роль співавторства «примарного письменника» – Данієля Пейснера у цьому творі та було визначено, що завжди існує вплив другого автора – прямий або опосередкований – на розповідь першого автора, від імені якого написаний твір – абсолютної неупередженості та об'єктивності «примарного письменника» не існує. Саме Данієль Пейснер став ініціатором створення роману, взяв участь у написанні твору не на комерційній основі, а під враженням історії Кристини Хігер, вмотивований актуальністю теми Голокосту, відчувачи моральний обов'язок ще більше наблизити людство до пізнання тих жахливих подій. «Літературний колабораціоніст» Д. Пейснер є не стільки «літературним негром», скільки співтворцем цього твору, а його присутність в оповіді відчувається протягом всього твору.

Ключові слова: автобіографічний твір, «примарне письменництво», автобіографічний жанр, автобіографія, постмодернізм, Д. Пейснер.

Постановка проблеми. Теоретичне осмислення автобіографічних жанрів сьогодні є об'єктом літературознавчих розвідок (К. Вахненко, О. Болдирева, Н. Ніколіна). До автобіографічних жанрів належать автобіографії, біографії, мемуари тощо.

Особливу увагу приділяють визначенню автобіографічної та мемуарної прози. Спроби виділити основні ознаки таких двох близьких жанрів, як літературні мемуари та художня автобіографія, закінчувались зведенням мемуарної та автобіографічної прози до єдиного цілого. Тому важли-

вим є визначити специфіку літературних мемуарів та художньої автобіографії у загальному потоці оповіді автобіографічного характеру.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Автобіографічний жанр існував у художній літературі з давніх часів, але сам термін «автобіографія» з'явився лише у другій половині XIX століття у Французькому академічному словнику (1836 р.) [1, с. 243], проте в дещо відмінному від сучасного потрактуванні цього терміну: “Autobiographie, s(substantif), f(eminin). Biographie faite a la main, ou

manuscrite (Автобіографія, ім(енник) ж(іночого) р(оду) – біографія, написана від руки або рукопис – *переклад О. Болдиревої*)). Пізніше, у 1844 році Англо-німецький Королівський словник запропонував поняття «автобіографія» уже в сучасному розумінні: “Autobiography, s. Memoires of a man’s life written by himself” (Життя людини, написане самою людиною – *переклад О. Болдиревої*) [1, с. 243].

Найбільш популярними видами біографічної прози сьогодні є художня біографія і роман (численні жанрові різновиди роману), який був створений на основі біографії (історичний, психологічний, філософський, соціальний та інші). Л. Савкова і Л. Ковальчук у своїй статті «Художня біографія у контексті жанрові модифікацій біографічної прози» зазначають: «Відмінності між цими двома видами біографічної літератури можна простежити в декількох основних аспектах: авторська установка і її ставлення до об’єктивної реальності; тип героя і критерії його вибору; принципи побудови сюжету; основні типи оповіді» [2, с. 256].

Специфіка художньої біографії полягає в тому, що біографія виходить із самоцінності життя героя. Л. Савкова і Л. Ковальчук відмічають: «Художня біографія у контексті жанрові модифікацій біографічної прози. Все зображене тут – достовірне» [2, с. 256]. Зазвичай герой художньої біографії – це унікальна і значна реальна історична особистість. Основною метою твору є воскресіння конкретної індивідуальності в її історичній і особистісній неповторності. Велику роль у створенні художньої біографії відіграє співвідношення особистості автора і його героя. Побудова особистості героя у художній біографії відбувається на основі аналізу, порівняння та розуміння письменником реальних історичних фактів, які присутні у документах або свідченнях [2].

Постановка завдання. Не менш цікавим для дослідження жанром автобіографії є автобіографія в співавторстві. Цей різновид автобіографічного жанру був відмічений Ю. Зарецьким у «Автобіографія в Середні Віки (Про авторство деяких «житій» XII–XVI ст.)»: «Мабуть, найбільш яскрава і повна картина створення подібного роду автобіографічних творів представлена в «Книзі» Маргарити Кемпійської. Тут від імені безіменного священика передається крок за кроком весь процес її написання і позначаються ролі двох «співавторів» Маргарити: писаря, якому вона диктувала свою розповідь, і пізнішого переписувача» [3, с. 84]. Як визначає Глумачний словник С. Ожегова, Н. Шведової 1949–1992: «Співавторство – спільне авторство, робота співавторів» [4, с. 214].

Але у ХХ столітті з посиленням комерціалізації літератури і медіатизації знаменитостей (А. Гребеньов «Щоденники сценариста», Р. Харріс «Примара») проблема співавторства в автобіографії вийшла на новий рівень осмислення з появою такого поняття, як «літературний негр». Літературний негр (Від фр. *Negre litteraire*, англ. *Ghostwriter*, а також *кніггер*, *літнігер*) – автор, який пише тексти, статті та книги за іншого письменника, під чийм ім’ям книга і виходить у продаж [5, с. 34].

Але в американській критиці вважають цей термін занадто грубим і тому знайшли йому заміну – “Ghostwriting” – «примарний письменник». А. Крофтс, який вважає себе «примарним письменником», у своїй книзі “Confessions of a Ghostwriter (The Confessions Series)” розповідає про особливості подібної творчості, про вимоги, яким повинен відповідати такий автор. А. Крофтс визначає недоліки та переваги «примарного письменництва»: «Однією з найбільших переваг, що надаються роботою «примари», є можливість особистого знайомства з цікавими людьми», та «Привид» не повинен очікувати слави і пошестей» [6, с. 115].

Звичайно, що такий напрям у американській літературі набув ще й комерційного значення. Інструкції, як замовити собі книгу (під своїм ім’ям), або як стати автором такої книги («примарним письменником») детально описані на американському сайті <https://scribewriting.com/business-ghostwriting-guide/>: «Hiring a ghostwriter to write your book can save you a ton of time and also be a lucrative business decision – if done properly and only if you have a strategy in place to leverage your book to take you (and your business) to the next level» (Наймання «примарного письменника» для написання книги може заощадити вам багато часу, а також бути прибутковим діловим рішенням – якщо це буде зроблено належним чином, і лише якщо у вас є стратегія, щоб використовувати вашу книгу, щоб підвистити вас (і ваш бізнес) на наступний рівень – *переклад наш Н. Обручнікова*) [7].

Виклад основного матеріалу. У ХХІ столітті таке авторство часто має комерційну основу, особливо в американській літературі. Даніель Пейснер, один з авторів роману «Дівчинка у зеленому светрі: життя у мороці Голокосту», вважає себе «літературним колабораціоністом» та «примарним письменником»¹.

¹ Інформація подана з листування між нами (Н. Обручнікова) та Даніелем Пейснером в електронному вигляді, з дозволу останнього.

Однак Ф. Морозіна у своїй книзі «Записки літературного негра» зазначає: «Не завжди взаємини між Письменником і його негром настільки механістично-фінансові – і не всім править магічне слово «проект»» [8, с. 4]. Вона розповідає про випадки, коли співпраця між автором сюжету та автором тексту існувала не на комерційній основі. До того ж коли «примарний письменник» працює над ідеєю іншої людини, його ім'я, зазвичай залишається невідомим, автором твору вказується тільки замовник. Але у випадку Даніеля Пейснера, коли він працював над текстом спогадів Кристини Хігер, його ім'я вказано на титульному аркуші книги, як співавтора. Знаючи з листування з Даніелем Пейснером про історію створення книги, Кристину Хігер не можна вважати лише замовником, а Даніеля Пейснера – тільки виконавцем роботи.

Як розповів Д. Пейснер, він випадково почув про історію Кристини від її сина Дорона, який є його сусідом, і був настільки вражений цією історією, що сам вирішив познайомитись з Кристиною. Він також був здивований, що такі приголомшливі та жахливі випробування, через які пройшла К. Хігер, були майже нікому невідомі, крім тісного кола близьких людей Кристини, були неопублікованими.

Кристина Хігер на момент знайомства з Даніелем Пейснером була звичайна, маловідома людина, яка більшу частину свого життя пропрацювала звичайним дантистом. Даніелю Пейснеру вдалося вмовити Кристину створити і опублікувати книгу її історії. Після опублікування роману «Дівчинка у зеленому светрі: життя у мороці Голокосту» Кристина Хігер почала більш відкрито говорити про переживання її родини під час війни, часто з'являючись в бібліотеці, книжному магазині та синагозі, щоб обговорити події, описані в її книзі².

Даніель Пейснер опублікував понад шістьдесят книг, в тому числі тринадцять бестселерів Нью-Йорк Таймс. До роботи з Кристиною він працював з десятками відомих спортсменів, акторів, політиків та бізнес-лідерів, яким допомагав писати їх автобіографії та мемуари. З огляду на це можна зрозуміти, що у Даніель Пейснер, працюючи як «примарний письменник», який повинен бути неупередженим та об'єктивним, має великий досвід роботи співавтором автобіографічних творів. Звичайно, виникає питання про особистість

самого «примарного письменника», про можливість писати чужу історію від імені її головного героя, заховавши далеко в собі своє особисте «я». Як пише про це Ф. Морозіна у «Записки літературного негра»: «Ні, особистість не мовчить. По-перше, вона все одно позначається – і в підборі слів, і в довжині речень, і в медичних відомостях, які я незмінно знаходжу куди приткнути <...> По-друге, відпущена на самоплив особистість милується з боку, що я там створив. Дивіться, як я органічно вживаю службовий міліцейський жаргон! Дивіться, як я здорово описую еротичну сцену від чоловічого обличчя – включаючи відчуття з боку органів, яких у мене ніколи не було ... Ех-х, шкода, ніхто з читачів цього не оцінить» [8, с. 6].

Тобто абсолютної об'єктивності та неупередженості «примарного письменника» не існує. Через текст, через вислови, через спосіб передачі інформації читачеві співавтор будь-яким чином може виразити свою особистість у автобіографічному творі іншого автору. Навіть той факт, що Д. Пейснер сам вирішив познайомитись з К. Хігер та вмовив її про публікацію цієї історії, може говорити про його суб'єктивність і присутність його «я» у романі. І знову виникає питання про те, настільки «поганим» для створення твору є «присутність» особистості другого співавтора. Як відмічено у статті «Дізнатися про Ghostwriting»: «Взагалі кажучи, відносини з ghostwriting повинні бути дуже спільними. Найефективніші ghostwriters – це ті, хто може допомогти вам створити кращу версію вашого бачення» [9].

Скоріше за все зацікавленість Д. Пейснера спогадами К. Хігер якраз і дала можливість створити такий деталізований та захоплюючий твір. На перший погляд здається, що це звичайний твір про Другу світову війну. Таких написаних тисячі, як безпосередніми свідками тих подій, так і в переказі, але саме присутність у романі безлічі тонких деталей як опису чогось або когось, детального опису почуттів, переживань, міркувань, робить його таким справжнім. «А ще я пам'ятаю, як допомогла мамі чистити картоплю на обід. Чистила я її звичайним ножом, бо різачка для чищення картоплі ми ще не мали, і тато вчив мене зрізати шкірку тонесенько-тонесенько, щоб не марнувати картоплі» [10, с. 45] – розповідає Кристина про час, коли її родина потрапила до гетто.

А. Крофтс у своїй книзі “Confessions of a Ghostwriter (The Confessions Series” зазначає: «Дуже важливо, щоб клієнт відчував себе комфортно в компанії «примари» [6, с. 151].

² Інформація подана з листування між нами (Н. Обручкікова) та Даніелем Пейснером в електронному вигляді, з дозволу останнього.

Так, тісний духовний взаємозв'язок між автором сюжету і «примарним письменником» є дуже важливим чинником їх успішної співпраці. Про це свідчить той факт, що до знайомства з Д. Пейснером Кристина Хігер майже нікому не розповідала про свої жахливі спогади і тим більше ніде не публікувалася. Скоріше за все, пережите Кристиною завдавало їй сильного болю навіть у спогадах. І той факт, що Д. Пейснеру вдалося вмотивувати К. Хігер створити і опублікувати цю книгу, говорить про його майстерність спілкуватися з людьми, перейматися їхніми стражданнями, відчувати їх і вміти переконувати у необхідності поділитися їх спогадами зі світом.

Мотивація як основне психологічне або образне зерно лежить в основі кожного художнього твору. Мотивація залежить від сюжету і існує тільки в його складнику. Прагнення створити цей твір для Даніеля Пейснера полягало в тому, щоб вшанувати сімейну боротьбу родини К. Хігер і, можливо, по-новому та переконливо висвітлити темну пору нашої нещодавньої історії через розповідь Кристини про наполегливість, силу сім'ї, віру, братерство. Даніель Пейснер пише: «...як тільки я дізнався подробиці досвіду її сім'ї під час Голокосту, я відчув якийсь моральний обов'язок допомогти їй поділитися своєю історією ...»³.

Таким чином, враховуючи, що ініціатором створення роману «Дівчинка у зеленому светрі: життя у мороці Голокосту» виступав сам Даніель Пейснер і взяв участь у написанні твору не на комерційній основі, а під враженням самої історії Кристини Хігер, вмотивований актуальністю теми Голокосту, відчуваючи моральний обов'язок ще більше наблизити людство до пізнання тих жахливих подій, можна зробити висновок, що «літературний колабораціоніст» Д. Пейснер є не стільки «літературним рабом», скільки співтворцем даного твору, а його присутність у оповіді відчувається на кожному кроці.

Під час листування з одним з авторів твору, Даніелем Пейснером, ми неодноразово позначали у листах його книгу, як роман. І в одному із своїх листів він відповів, що його твір – це не роман, це “...the book is not a novel... a novel is a work of fiction...” “The Girl in the Green Sweater” is a true story...» (... ця книга не роман ... роман – це фантастика ... «Дівчина в зеленому светрі» – правдива історія... – *переклад наш Н. Обручнікова*)⁴. У “Encyclopaedia Britannica” (Енциклопедія Бри-

таніка – *переклад наш Н. Обручнікова*) зазначено: “Fiction, literature created from the imagination, not presented as fact, though it may be based on a true story or situation. Types of literature in the fiction genre include the novel, short story, and novella” («Художня література, створена з уяви, не представлена як факт, хоча вона може ґрунтуватися на реальній історії або ситуації. Типи літератури у жанрі фантастики включають роман, розповідь і повість. Слово походить від латинського фіктивного «акту створення, формування або формування» – *переклад наш Н. Обручнікова*) [11].

У статті Мойри Аллен “What Is Literary Fiction? Literary Editors Share Their Views” зазначено наступне: “G.S. Evans, coeditor of Café Irreal, believes that “in its broadest sense, literary fiction is fiction that attempts to communicate ideas, concepts, or feelings that transcend the structural elements of the story”” («GS Evans, співредактор Café Irreal, вважає, що «в самому широкому сенсі художня література – це вигадка, яка намагається передати ідеї, концепції або почуття, які виходять за рамки структурних елементів історії» – *переклад наш Н. Обручнікова*) [12].

Стосовно терміну «роман» – “a novel” (англ.), у Oxford dictionary (Оксфордському словнику): “A novel – a fictitious prose narrative of book length, typically representing character and action with some degree of realism” («Роман – вигаданий опис прози, великий за змістом, як правило, символізує характер і дію з певною мірою реалізму» – *переклад наш Н. Обручнікова*) [13]. Визначення англійських словників та енциклопедій є схожими з визначеннями в українському словнику, але сенс цього терміну у Оксфордському словнику дещо інший. Акцент у англійських довідниках йде на слово «вигаданий», це ж слово є ключовим у визначеннях терміну «художня література» у вищевказаній статті “What Is Literary Fiction? Literary Editors Share Their Views”.

Даніель Пейснер, посилаючись на ці визначення, не вважає свій твір романом, він класифікує його як «правдиву історію, автобіографію, мемуари, документальну історію»⁵. Саме тому, що в англійській мові терміни «художня література» і «роман» несуть у собі дещо інше значення, ніж в українській мові. Ми продовжуємо називати книгу «Дівчинка у зеленому светрі: життя у мороці Голокосту» романом, по вказаним рисам:

– Твір є епосом – розповідь про події в минулому (ті, що відбулися і згадуються оповідачем).

³ Інформація подана з листування між нами (Н. Обручнікова) та Даніелем Пейснером в електронному вигляді, з дозволу останнього.

⁴ Там само.

⁵ Там само.

– Цей твір є розгорнутою розповіддю про життя і розвиток особистості головного героя (героїв) в кризовий, нестандартний період його життя, твір складений у прозовій.

– Але цей роман заснований на реальних подіях і підтверджується документальними фактами.

Отже, твір «Дівчинка у зеленому светрі: життя у мороці Голокосту» одночасно вміщує в собі багато жанрових різновидів роману. Це і документальний художній роман, що посилається на багато історичних реальних фактів, і неопубліковані щоденники батька Хігер, які згадуються у розповіді і за допомогою яких ця розповідь набуває послідовності та деталізації. Приклад цього – це згадування протягом всієї оповіді історичних дат та фактів; назви місць (вулиці, міста, історичні будівлі), де відбувалися описані у книзі події, і які насправді існують, або існували, про що свідчать історичні документи – Енциклопедія Львова, «Літопис» 2008 [14]; цитування батьківського щоденника.

Як роман-автобіографію, що посилається на те, що одним з авторів цього твору є головна героїня – Кристина Хігер, і вона веде розповідь про своє дитинство від першої особи: «Деякий час я була єдиною дитиною в родині і центром уваги: моїм батькам більше нікого було розбешувати» [10, с. 15] – згадує Кристина. І як роман-мемуари, тому що, як ми вказали у першому розділі нашої роботи, А. Тарковський ціловим призначенням мемуарів вважав «прагнення особистості відобразити для сучасників і нащадків досвід своєї участі в історичному бутті, осмислити себе і своє місце в ньому» [10, с. 48].

В кінці своєї оповіді Кристина Хігер пише наступний висновок: «Було б несправедливо припустити, що наш тягар важчий, ніж у більшості. Він просто наш, і все, і я нестиму його далі по життю з гордістю» [10, с. 48]. І як зазначає Пейснер, що: «...я відчував певну моральну відповідальність, щоб допомогти Кристині поділитися своєю історією... ми повинні використовувати кожну можливість, щоб поговорити про ці жахи, щоб переконатись, що їх знову не відбудеться...»⁶. І як роман-біографія – підставою для цього є той факт, що співавтор твору, Даніель Пейснер, не був свідком тих подій, про які йдеться у книзі, але, вважаючи себе «примарним письменником», він відтворює у творі історію-біографію іншої людини,

до того ж з власної ініціативи, намагаючись найточніше відтворити спогади Кристини Хігер.

В світлі літературного постмодернізму роман «Дівчинка у зеленому светрі: життя у мороці Голокосту» можна дійсно вважати його твором цього літературного напрямку. У творах постмодерністів змішуються часи, культури, мови, реальні факти та вигадка. При цьому втрачається ідентичність. Фактично зникає різниця «свого» і «чужого» тексту. В. Пестерьев у своїй роботі «Постмодернізм і поетика роману» відмічає: «Постмодерністський художник чи письменник перебуває в позиції філософа: текст, який він пише, твір, який він створює, в принципі, не обумовлені заздалегідь встановленими правилами; про них не можна судити, виходячи з традиційних уявлень, звичайних категорій, застосовуваних до художнього тексту або твору» [15, с. 20].

Основні риси постмодернізму, такі як інтертекстуальність, багатомірний простір, відкритий текст, багаторівнева організація тексту, змішування жанрових рис, цитатія – від прямого до умовного переосмислення елементів культури минулого – також можна віднести до даного роману. Так, наприклад, інтертекстуальність простежується в творі під час описування Кристиною, як вона співала колискову своєму дідуся, коли батьки готувалися до втечі: «*Za gorami za lasami tancowala dziewczyneczka z ulanami*» («За горами за лісами, танцювала маленька дівчина з уланами» – переклад В. Назаренко). Це відома народна польська пісня, тобто – інтертекст з народної творчості [16].

Цитатія в романі здійснюється за допомогою неопублікованих щоденників Ігнація Хігер – батька Хрисини, є як прямі цитати, так і умовні. Так, наприклад, коли батько Кристини Хігер дізнався про смерть їх рятівника Леопольда Сохи, К. Хігер так згадувала це: «У своїх мемуарах мій батько написав, що на надгробку Леопольда Сохи потрібно було б викарбувати слова: «Той, хто рятує одне життя, рятує цілий світ». *Kto ratuje jedno życie, ratuje cały świat*» [10, с. 252].

Ця відома цитата з Талмуду (Талмуд (תלמוד, «вчення»), статут правових і релігійно-етичних положень іудаїзму, що охоплює Мішну і Гемари в їх єдності) [17], яка пізніше була використана Томасом Кенілі у відомому романі про Голокост «Список Шиндлера» [18, с. 423].

Багатомірність простору твору визначається тим, що Кристина Хігер веде розповідь про свої дитячі спогади, переживання, почуття. Але розповідає про свій тяжкий дитячий досвід, будучи

⁶ Інформація подана з листування між нами (Н. Обручнікова) та Даніелем Пейснером в електронному вигляді, з дозволу останнього.

вже дорослою особистістю, яка переосмислила минуле і яка тепер усвідомлює всі події того, спираючись на свій багато життєвий досвід. Спогади маленької дівчинки, такі чіткі і реалістичні, тісно переплітаються з роздумами і світосприйняттям дорослої людини.

Послідовний опис певної події або ситуації, з деталізацією описуваної картини, раптом переривається вкрапленням дорослого аналізування і розумінням того, що Кристина бачила дитиною. Такий приклад змішування спогадів: «А ось ще один спогад-відчуття: Запах куликівського хліба. Я згадувала цей запах у пастці львівської каналізації і згадую його тепер. Коли я нарешті перебралася до Нью-Йорка, мені швидко приївся фабричний хліб, що продавався в більшості крамниць» [10, с. 122]. Або: «Довгі роки я була впевнена в тому, що найважче в ці перші дні й тижні було Павлу і що батьки божевільні від занепокоєння за його здоров'я, але вже в дорослому віці, прочитавши батьківські щоденники, зрозуміла, що насправді гірше хворіла я» [10, с. 122].

Тобто К. Хігер є дорослою жінкою, яка має великий життєвий досвід та згадує своє дитинство після переосмислення та усвідомлення всіх тих давніх подій. Спогади маленької дівчинки змішуються з роздумами дорослої людини, в які додаються деталі та уточнення з щоденників батька Кристини – Ігнація Хігера. Складно зрозуміти, хто саме веде діалог з читачем, визначити грані між дорослим усвідомленням і дитячою безпосередністю. Але саме такий «мікс», притаманний для всіх творів про своє дитинство від імені дорослих людей, робить оповідь захоплюючою і реалістичною: «В якусь мить я знесилила і майже втратила здатність рухатись. Тоді батько підняв мене і всадив собі на плечі. Тепер я уявляю, як важко йому було утримуватися на вузь-

кому карнизі» [10, с. 113]. «Тоді тунель здавався мені великим і просторим, але насправді він був усього три-чотири метри завширшки і, може, шість-сім метрів завдовжки» [10, с. 123].

Багатопросторовість в цьому творі проступає не тільки через простір спогадів дитини та простір спогадів і роздумів дорослої Кристини, а й ще через присутність другого співавтора роману, «примарного письменника» – Данієля Пейснера, який, як зазначено вище, безумовно впливає на передачу оповіді Кристини Хігер, який не може бути абсолютно об'єктивним та неупередженим, адже саме сюжет цієї історії вразив Д. Пейснера і став для нього мотивацією створити цей роман.

Висновки і пропозиції. В процесі аналізу роману «Дівчинка у зеленому светрі: життя у мороці Голокосту» можна відмітити вплив «примарного письменника» Данієля Пейснера на створення твору. Таким чином, ми усвідомлюємо, що завжди існує вплив другого автора – прямий або опосередкований – на розповідь першого автора, від імені якого написаний твір – абсолютної неупередженості та об'єктивності «примарного письменника» не існує. «Літературний колабораціоніст» Д. Пейснер є не стільки «літературним негром», скільки співтворцем цього твору, а його присутність в оповіді відчувається на кожному кроці. І це не є негативним чинником для оповідання, навпаки – іноді такий вплив допомагає донести важливість історії у потрібному читачеві формулюванні. Умовою для цього повинні бути тісні та спільні відносини між співавторами.

Тобто абсолютної об'єктивності та неупередженості «примарного письменника» не існує. Через текст, через вислови, через спосіб передачі інформації читачеві, співавтор будь-яким чином може виразити свою особистість у автобіографічному творі іншого автору.

Список літератури:

1. Болдирева О. М. Автобиографизм и автобиография: самоконструирование и семиотизация субъекта. *Ярославский педагогический вестник*. Ярослав, 2017. № 4. С. 242–251.
2. Савкова Л. С. Художественная биография в контексте жанровых модификаций биографической прозы *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. 2012. Вип. 30. С. 255–259. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkrnu_fil_2012_30_65.
3. Зарецкий Ю. П. Автобиография в средние века (Об авторстве некоторых «житий» XII–XVI вв.). *Метафизика исповеди. Пространство и время исповедального слова*. / Материалы международной конференции (Санкт-Петербург, 26-27 мая 1997 г.) Санкт-Петербург : Изд-во Института Человека РАН (СПб Отделение), 1997. 84 с.
4. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. Изд. 4-е, доп. Москва, 1997.
5. Харрис Р. Призрак. Москва : Эксмо, 2010. 307 с.
6. Crofts Andrew. Confessions of a Ghostwriter (The Confessions Series). The Friday Project. 2014. 250 p.
7. Tucker Max *Ghostwriting* URL: <https://scribewriting.com/business-ghostwriting-guide/>.
8. Морозина Ф. Записки литературного негра. СамИздат. Сайт «Литсовет», 2006. 8 с.

9. Узнать о Ghostwriting. Routes to Finance.com. URL: <https://ru.routestofinance.com/learn-about-ghost-writing>
10. Хігер К., Пейснер Д. Дівчинка у зеленому светрі: життя у мороці Голокосту / Кристина Хігер, Даніель Пейснер ; пер. з англ. Віри Назаренко. Київ: Видавнича група КМ-БУКС, 2016. 256 с.
11. Encyclopedia Britannica. URL: <https://www.britannica.com/art/fiction-literature>
12. Moira Allen. What Is Literary Fiction? Literary Editors Share Their Views. URL: <http://www.writing-world.com/fiction/literary.shtml>.
13. Oxford dictionaries. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/novel>.
14. Енциклопедія Львова : у 4 т. / за ред. А. Козицького. Львів : Літопис, 2008. Т. 2. 608 с.
15. Пестерев В. А. Постмодернизм и поэтика романа: Историко-литературные и теоретические аспекты : учебно-методическое пособие. Волгоград : Издательство Волгоградского государственного университета, 2001. 40 с.
16. Za górami, za lasami. URL: <https://www.polskatradycja.pl/piesni/ludowe/391-za-gorami-za-lasami.html>.
17. Талмуд. Электронная еврейская энциклопедия. URL: <https://eleven.co.il/talmud-rabbinics/overview/14021/>.
18. Кенилли Т. Список Шиндлера. Перевод : Илан Е. Полоцк. Москва : Эрика, 2016. 480 с.

**Obruchnikova N. D., Rusakova O. O. THE ROLE OF “GHOSTLY WRITING”
IN AN AUTOBIOGRAPHICAL WORK ON THE EXAMPLE OF DANIEL PAISNER’S NOVEL
“THE GIRL IN THE GREEN SWEATER: A LIFE IN HOLOCAUST’S SHADOW”**

The article examines Daniel Paisner’s novel “The Girl in the Green Sweater: A Life in Holocaust’s Shadow”. After analyzing various resources, it was determined that there is no clear genre identification of the work at the moment.

Daniel Paisner’s novel “The Girl in the Green Sweater: A Life in Holocaust’s Shadow” is a documentary and combines features of an artistic autobiography, an artistic biography, and a memoir genre. Firstly, it is a story about the private life of an author of the book, the prose form of personification, a retrospective of an image, the first-person narrative, the life of the narrator is a proto-plot, the openness of the ending, and the openness of the biography.

Secondly, the novel was created by two authors. The plot is the story of only one of these authors. The second author recreated this story in writing, realizing the uniqueness and relevance of this story, analyzing the story of the first author and comparing it with historical facts and following documents: the texts of various documents, diary entries, letters, etc., which are related to a person referred to in the biography, and reflect its authenticity.

And finally, this is a story about historical events through the prism of the memories of the direct participant Krystyna Chiger. She remembers them, the authenticity of the described events, and there is certain subjectivity.

The role of co-authorship of the “ghostwriter” – Daniel Paisner in this work was observed. It was determined that there is always the influence of the second author on the story of the first one on whose behalf the work was written. It happens directly or indirectly. The absolute impartiality and objectivity of the “ghostwriter” do not exist. It was Daniel Paisner, who initiated the creation of the novel, took part in writing the work not on a commercial basis, but under the influence of Krystyna Chiger’s story, motivated by the urgency of the Holocaust, feeling a moral obligation to bring humanity even closer to those horrific events. “Literary collaborator” D. Paisner is not so much a “literary Negro” as a co-creator of this work, and his presence in the story is felt throughout the work.

Key words: *autobiographical work, “ghostly writing”, autobiographical genre, autobiography, postmodernism, Daniel Paisner.*

Прокопець М. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ПЕРЕЛОМ У СВІДОМОСТІ ЗАХОДУ І СХОДУ В БЕРЛІНСЬКІЙ ТРИЛОГІЇ УВЕ ТІММА

У своїй Берлінській трилогії Уве Тімм розкриває розділення Німеччини і возз'єднання з романами *Johannisnacht* (1996), *Rot* (2001) і *Halbschatten* (2008). У перших двох романах спогади і переживання, розказані персонажами, створюють неоднорідну панораму періоду після Другої світової війни як на Сході, так і на Заході країни: *Johannisnacht* показує хаос у Берліні в 1995 р. і труднощі інтеграції східних і західних німців. У романі *Rot* невдача соціалізму є причиною розчарування членів німецького студентського руху. У романі *Halbschatten* автор звертає увагу на історію Німеччини до 1945 р., досліджуючи в мілітаристському минулому Пруссії причини декорації, які ми знаходимо в обох інших романах. Кладовище Інваліденфрідхоф, старе у Берліні, є сценою історичних подій і місцем, де пам'ять стає конкретно видимою: «Окрім об'єднання військової пруської еліти і важливих членів нацистської армії з бійцями опору, воно було розділене навпіл Берлінською стіною» [3, с. 345].

«Я-оповідач» – це також «покоління 68-х», яке не справляється з поворотними формами цього суспільства у Берліні. Німецька література після повороту втратила здатність говорити про реальність як про передбачуваний політичний і моральний авторитет, нарешті, задовольняючи передумови постмодерністського обговорення. На прикладі *Johannisnacht*, пізнього роману, написаного автором, який скоріше пов'язаний із контекстом перед поворотом, Леал намагається довести, що точка зору Брокманна у разі Уве Тімма не відповідає дійсності. Різноманіття і фрагментація, а також естетизація реальності, які з'являються в тексті, характеризували постмодерністську модель, але автор хотів показати, що існує альтернативний шлях до такої популярності.

Антиогматична позиція Тімма не робить суспільство й історію чимось зумовленим або однорідним, як це було в історичному романі з аукціонного погляду. Замість цього вони розглядаються як конструкція, результат різних життєвих балансів і відповідних дискусій. Усе це надає авторові постмодерністський статус, який у жодному разі не виключає політичне, навпаки, саме воно є ключем до прогресивного політичного відображення, оскільки без естетичних передумов політична дія неможлива.

Ключові слова: Уве Тімм, розподіл, возз'єднання, символ, спогад, місце пам'яті, «запакований» Рейхстаг.

Постановка проблеми. Сценам із натовпом перед Бранденбурзькими воротами і на Берлінській стіні, що тільки що впала, які показували на екранах усього світу, зараз майже двадцять років. Через декілька місяців правління НДР добігло кінця: Східна Німеччина була приєднана до Федеративної Республіки, і незабаром стався загальний крах соціалізму в Європі. Почався тривалий процес інтеграції, який повинен був здолати нерівність між двома колишніми германськими державами, який триває й досі. Як колись розділене місто, Берлін був і залишається місцем, де це краще всього видно; де «Оссі» і «Вессі» жили всього в декількох вулицях один від одного, але їх розділяла культурна прірва після падіння Берлінської стіни. Тоді як приблизно у кінці 1960-х деякі люди в Західній Німеччині були переконані, що треба наслідувати східну

модель, сьогодні багато громадян старої Федеративної Республіки скаржаться на податковий тягар, який їм усе ще заповдіює реконструкція Сходу. Розділення і возз'єднання – це політичні події другої половини ХХ ст., які і визначають культурний профіль Німеччини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концепція місць пам'яті (або «мнемонічних місць»), яка була запропонована на початку ХХ ст. Морісом Хальбваксом, а потім розвинута П'єром Нора, сьогодні стає все більш популярною та актуальною з погляду впливу відомих історичних місць на формування колективної ідентичності того чи іншого народу. На думку цих дослідників, саме ці мнемонічні місця зміцнюють стереотипи нашої свідомості та пробуджують спогади про історичне минуле.

Постановка завдання. Мета статті полягає у тому, щоб дослідити взаємозв'язок між Західним і Східним Берліном на прикладі берлінської трилогії Уве Тімма (*Johannisnacht* (1996), *Rot* (2001) і *Halbschatten* (2008)).

Виклад основного матеріалу. У своїй берлінській трилогії Уве Тімм, один із найважливіших оповідачів середнього покоління в Німеччині, звертається до проблеми розділення і періоду після возз'єднання Стіни, а також у романах *Johannisnacht* (1996), *Rot* (2001) і *Halbschatten* (2008), до яких він звертається, кожного разу все глибше занурюючись в минуле міста і країни. Автор, що народився в 1940 р. і перебуває під впливом покоління 1968 р., розглядає у своїх текстах національну історію, яка розповідається на основі спогадів і оповідань про особисте життя, це створює колективну картину німецького суспільства, яка складається з безлічі шматочків головоломки, з різноманітного досвіду.

Ніч Івана Купала відбувається в червні 1995 р., коли Берлін, який після падіння Стіни нагадував великий будівельний майданчик, став ще більше переповненим туристами через те, що Жан-Клод і Крісто «запакували» Рейхстаг. Оповідач, письменник із Мюнхена, не може написати начало для одного зі своїх текстів і починає писати культурно-історичну статтю про картоплю. У Берліні він шукає вченого Роглера, який усе життя досліджував картоплю, але дізнається, що він помер кілька місяців тому. Він вступає в контакт із друзями Роглера, які надають оповідачеві доступ до його заміток і «каталогу смаків», – це своєрідна спроба розробити нову термінологію смаку на основі картоплі. Проте відразу ж після цього оповідач сперечається із запальним таксистом, який від'їжджає з матеріалом, що є справою усього життя Роглера.

У пошуках інформації про дослідника картоплі і загублений каталог смаків оповідач зустрічається із самими різними людьми і чує враження й думки про возз'єднання, про поточну ситуацію в місті, про людей, їх самооцінку та їхні уявлення про себе і про інших. Він також спостерігає і переживає напружені стосунки між жителями Східного і Західного Берліна. Френк Томас Грубий відзначає у роботах «Поворот» і «Єдність» у дзеркалі німецькомовної літератури, посилаючись на *Johannisnacht*, що «ситуація союзу [...] у Тімма не здається позитивною» [1, с. 415]. Замість цього показано, що розділення все ще існує, хоча і в іншій формі. Люди, яким Уве Тімм дає змогу висловити свою думку, належать до різних соціальних

класів, так що відкривається широкий діапазон соціальних голосів: у сценарії після возз'єднання кидають школу й альпіністи, включаючи таксистів, студентів, старих продавщиць, перукарів-геїв, художників. Як характерно для авторської прози, поліфонічний дискурс відкриває перед читачем широку панораму. Грубий також указує на цю особливу роль оповідача в *Johannisnacht*: він обіцяє зображувати реальність.

Заява Кубіна дає читачеві уявлення про імідж науки в колишній НДР завдяки багатьом західним німцям. Це ґрунтовано на тому факті, що НДР сильно сприяла розвитку культури і академічних досліджень. Проте все управлялося і контролювалося, так що ніхто не міг поставити під сумнів систему. А оскільки держава гарантувала усі зарплати, дослідження не обов'язково мало бути прибутковим – головне, щоб люди були політично надійними. Таким чином, проте, деякі сфери гуманітарних наук виявилися під меншою загрозою, ніж ринкова економіка.

Оскільки Роглер уже помер, оповідач не встигає взяти у нього інтерв'ю, але він розмовляє з іншими і використовує враження цих людей, щоб отримати загальну картину. Розенов, також колишній член Академії НДР, є першим, кому ставить питання оповідач. Через нього він дізнається, що картопля не була приводом для Роглера «заглядати в майбутнє» без жодних перспектив і результатів: розширення смакового сприйняття мало викликати культурну революцію в НДР, у результаті якої повинна була змінитися свідомість, а не тільки відносини власності.

Розенов розповідає, що Роглер готував виставку про картоплю: «Картопля, ситість і задоволення» [1, с. 74]. Це було заборонено на Сході, тому що він відмовився змінити свою системно-критичну концепцію відкритості. Після падіння Стіни він знайшов спонсорів на Заході. Але проєкт провалився через те, що це була компанія, яка «виробляє миттеві кекси і картоплю у свіжих пакетах» [1, с. 37] і, за словами Роглера, яка виробляє тільки «Єдність»: «Вони були у нас в НДР, хоча і не такі хороші. Саме тому він не хотів, щоб компанія розміщувала рекламні щити, тому що це суперечить змісту справи». Таким чином, Роглер не процвітає в обох системах, оскільки і в реальному соціалізмі, і в ринковій економіці йдеться про те, щоб отримати прибуток, обігнати конкурентів. Принцип ефективності і реальна вигода важливіше естетики, яка цікава тільки тоді, коли на ній можна заробити гроші.

Більше інформації про Роглера оповідач отримує від чоловіка прекрасного культуролога Аннетт Бухер, з яким Роглер готував виставку картоплі на Заході. Хоча Бухер, фізик, назвав історію культури «м'якою наукою», він захоплювався працюючою і великою роботою Роглера. Він також оцінив тонку самовіддачу дослідника картоплі, який міг посміятися над власним зображенням «Оссі», коли розповідав про своє прибуття в Нью-Йорк із величезним комп'ютером, який американці вважали російським Штифтер. Елегантно відремонтована старовинна квартира Бюкера сповнена престижних експонатів, у тому числі, ймовірно, справжнім Лебедевим і, ймовірно, оригінальним стильовим кріслом від «Титаніка». Не дивно, що методи роботи Роглера, засновані на споживанні і техніці, виявилися застарілими: «Я хотів подарувати Роглеру ноутбук, але він відмовився, залишився з картками» [1, с. 148]. Той факт, що Роглер – противник споживання, який не може жити з правлячою системою і ходить у старому одязі, пов'язує його з безкомпромісним Ашенбергером з роману *Rot*.

Колишні сусіди Роглера, перукар Крамер і культуролог Шпранглер, допомагають збагатити східно-германський персонал у романі. Перший стверджує, що одного разу у нього навіть підстригався Ульбріхт, розповідає жарти про «Оссі» і «Вессі», розмахуючи повсякденним саботажем, робить оповідачеві безглузду стрижку і пояснює йому хід подій: «Звідки ви взялися? Я сказав, що з Мюнхена, але думаю, там його більше немає» [1, с. 45]. Сьогодні Шпранглер, який займався раніше мовою і культурою Сінті та Роми в академії НДР, працює як садівник і підробляє картини російських конструктивістів (у тому числі картини Лебедева), оскільки йому це «приносить задоволення». Шпранглер відмовляється так швидко думати, як підкреслив Розен. Він відрізняється від нього тим, що не пристосовується до нових обставин після повороту і «тримається на плаву» завдяки випадковим роботам. Друг «загадковим чином підготувався до падіння стіни» [1, с. 56]. Це нагадує читачеві попередню розмову між оповідачем і Розеновим, яка виявляється висхідною ланкою в «мобільному» західному суспільстві.

Скептичний баланс Шпранглера, який не упереджений ні жорстким соціалізмом, ні формалістичною ринковою економікою, проте, в романі має протипагу. За винятком Розенова, оповідач стикається з двома іншими, дрібнішими східнонімецькими альпіністами, яким було непогано в НДР, але які швидко «переосмислили» життя. Один

із чоловіків, що працює над «запаковуванням рейхстагу» як альпініст, став самостійно працювати після падіння Стіни, ремонтуючи димоходи і, схоже, задоволений західним робочим світом.

Незважаючи на те що багато «Оссі» пристосовуються до нової соціальної системи і навіть досягають успіху в ній, нерівність залишається помітною. У *Johannisnacht* змальовано, що Схід зазвичай позначає недолік. Наприклад, є певні міські квартали, які ще не були вестернізовані, де зосереджена велика частка іммігрантів із колишніх соціалістичних країн: румун, росіян, поляків, в'єтнамців і де це найкраще просліджується. У своєму «паломництві» по Берліну розповідач спілкується з багатьма водіями таксі. Вони висловлюють свою думку з нинішнього питання, і, оскільки вони багато що бачать і чують, їхній досвід дає їм природний авторитет. Перший водій невдоволений тим, що Західний Берлін так сильно змінився, і думає про те, щоб виїхати, що раніше місто було «точкою збору для вихідців і поперечників» [1, с. 19], тоді як сьогодні приїжджають люди, які лише зацікавлені у швидких грошах. Наступний таксист сперечається з розповідачем. Усе починається з того, що Східний Берлін негативно відноситься до процесу возз'єднання. Він невдоволений тим, що пасажир не проявляє рівного бажання погодитися, кажучи, що західнонімецькі компанії корисливо демонтували східну частину. Ситуація загострюється, поки розповідача і весь матеріал Роглера, крім коробки з каталогом смаків, не викинуто з таксі. Третій водій зізнається, що не любить їздити до Східного Берліна, тому що він погано знайомий із цим «чужим містом», де звичайно зовсім інші. «Круті» стилісти-перукарі, у яких розповідач намагається «виправити» свою стрижку, не здивовані, дізнавшись, що «нещастя» сталося у східній частині міста. «Або із-за нездатності – бідняки. Не дивно, що їм довелося побудувати нову стіну [1, с. 164], або Ви, ймовірно, стали жертвою мстивого акту». Стрижка, яка направлена проти всіх жителів Західної Німеччини, так би мовити, «символічне спотворення» [1, с. 164]. Це є вірогідним, що розповідач зробив принципову помилку: «Як Ви взагалі прийшли до думки йти там до перукаря? Якщо ніхто не йде, все ж, звідси зверху, саме більше одного дня в театр» [1, с. 168]. Унаслідок цього вислів останнього таксиста підтверджується: хоча місто більше не розділене Стіною, жителі Східного Берліна і західні жителі Берліна розділені іншими, ще сильнішими бар'єрами.

Висновки і пропозиції. Мій інтерес до Уве Тімма виходить за рамки *Johannisnacht*: берлінська трилогія, почата із цієї миті, продовжує вивчати національну історію завдяки спогадам і балансу життя, так що одна червона нитка проходить крізь три романи. Події роману *Rot* відбуваються в 1999 р., коли Берлін повинен був остаточно стати столицею Німеччини. Життя протагоніста Томаса Лінде вагається між капітуляцією 1945 р. і поверненням уряду до Берліна: Лінде є оратором похоронів, і йому потрібно зробити некролог на старого супутника 68-х років Ашенбергера, що виявляється неможливим. Протагоніст живе в постійному конфлікті між ідеалами минулого і його подальшим байдужим відношенням до споживчого суспільства. Проте безвихідь усувається тим, що на червоне світло Лінде переходить світлофор, і його збиває машина. Оповідання, що складається з його останніх думок про смерть, починається прямо зараз. Порівняно з *Johannisnacht*, де йдеться, головним чином, про

перші, мінливі п'ять років після повороту, червоний колір показує, що минулому надається більше простору.

У романі *Halbschatten*, який Уве Тімм анонсував як останню частину своєї трилогії, присутність займає лише незначну частину сюжету – її зводять до сюжетних рамок. Цього разу автор наближається до історії Німеччини 19-го і 18-го століть. «На цьому місці лежить німецька, похована пруська історія, принаймні військова» [2, с. 9].

Романи *Johannisnacht*, *Rot* і *Halbschatten* зв'язані між собою і більшістю голосів. Їх можна знайти не лише на декількох рівнях оповідання як композиційний принцип, а й як епістемологічний підхід автора до літератури. Різні голоси висловлюють різні точки зору на одні і ті ж питання: східні і західні німці, літні, молоді, жінки, чоловіки, бідні, багаті, ремісники, інтелігенція, політики, підприємці, опортуністи, вихідці, жертви, злочинці, мертві, живі забезпечують як можна більш щось широкое і всеосяжне.

Список літератури:

1. Timm Uwe. *Johannisnacht*. München, DTV, 1998. 224 s.
2. Timm Uwe. *Halbschatten*. Köln, Kiepenheuer & Witsch, 2008. 272 s.
3. Timm Uwe. *Rot*. Köln, Kiepenheuer & Witsch, 2001. 400 s.
4. Ассман Я. Культурная память. Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. Москва : Языки славянской культуры, 2004. 368 с.
5. Астафьева О. Н. Историческая память как ресурс культурной политики и формирование коллективной идентичности. *Культурная память в контексте формирования национальной идентичности России в XXI веке* : коллективная монография / Рос. ин-т культурологии. Москва : Совпадение, 2012. 168 с.
6. Хальбвакс М. Социальные рамки памяти. Москва : Новое изд-во, 2007. 348 с.

Prokopets M. S. A BREAK IN THE CONSCIOUSNESS OF THE WEST AND THE EAST IN THE BERLIN'S TRILOGE OF UWE TIMM

In his Berlin Trilogy, Uwe Timm broaches the division of Germany and the Reunification with the novels "Johannisnacht" (1996), "Rot" (2001) and "Halbschatten" (2008). In the first two novels, the memories and experiences told by the characters offer a heterogeneous panorama of the post-World War II period in both the East and the West of the country: "Johannisnacht" shows the chaos across Berlin in 1995 and the difficulties to integrate Eastern and Western Germans. In Rot, the failure of socialism accounts for the disappointment by members of the German student movement. In "Halbschatten", the author focuses on German history before 1945, searching in Prussia's militarist past the causes of the scenery we find in both other novels. The Invalidenfriedhof Cemetery, the oldest in Berlin, appears as a stage of historical events and a place where memory becomes concretely visible: besides uniting the military Prussian elite and important members of the Nazi army with resistance fighters, it was divided in half by the Berlin Wall.

The «self-narrator» is also the «generation of the '68s» who cannot cope with the turning points of this society in Berlin. After the turn, German literature lost the ability to speak of reality as a supposed political and moral authority, finally satisfying the preconditions of postmodernist discussion. Using the example of "Johannisnacht", a late novel written by the author that is more about the context before the turn, Leal tries to prove that Brockmann's point of view in the case of Uwe Timm is untrue. Diversity and fragmentation, as well as the aestheticization of reality that will appear in the text, characterized the postmodern model, but the author wanted to show that there is an alternative way to such popularity.

Timm's anti-agmatic position does not make society and history conditioned or homogeneous, as was the case in the historical novel from the auction point of view. Instead, they are seen as a construction, the result of different life balances and relevant discussions. All this gives the author a postmodernist status, which in no way excludes the political – on the contrary, it is the key to progressive political reflection, because without aesthetic preconditions, political action is impossible.

Key words: Uwe Timm, distribution, reunification, symbol, memory, place of memory, «packed» Reichstag.

Shahbazova Shahane Mugaddas

orcid.org/0000-0001-8554-2420

Institute of Oriental Studies named after Academician Ziya Bunyadov
of the Azerbaijan National Academy of Sciences

THEME OF AL-ANDALUS IN MODERN ARABIC LITERATURE: AL-MU'TAMID IBN ABBAD

The toponym “al-Andalus” is the historical name given to the area in Western Europe where the Arabs established a state in the Middle Ages (711–1492) and formed the Islamic culture. The history of Andalusia during this period is full of good lessons and useful connotations.

When the Islamic countries were a unified community in Andalusia they supported the power, helping their friends and avoiding the enemies effects. But at the beginning of the tenth century as a result of internal infighting and divisions and Muslim Spain was ruled individually by taifa rulers.

The strongest dynasty in Muslim Spain was the Abbadid dynasty and the most powerful and prominent ruler-Malik of Andalusia was al-Mu'tamid- ibn –Abbad.

On the day when the state of Bani Abbad fell and al-Mu'tamid ibn Abbad was exiled from al-Andalus, the page of al-Andalus's happy days was closed and its prosperous period was concluded and perhaps this is the reason for the hidden sense that made Andalusian historians, literarians and writers yearn for the memory of al-Mu'tamid.

The work of ibn Sa'id al-Maghribi (1214–1286) “Kitab al Mughrib” and the book ‘نصف الطيب في غصن الاندلس الرطيب’ (“A pleasant fragrance spread in the sweaty branches of al-Andalus”), written by the Algerian scholar and historian Ahmad al-Maqqari at-Tilmisani (1577–1632) in 1038–1039 AH are considered to be the primary source on al-Andalus and Maghreb. “Nafh at-tib” contains rich historical information about al-Andalus, its history and culture up to the 14th century.

In modern Arabic literature, the main theme about the history of al-Andalus and the fiction works written about Mu'tamid ibn Abbad is taken from the book of al-Maqqari.

The study examines the history of al-Andalus and fiction works in modern arabic literature dedicated to the last ruler of the Umayyad dynasty in al-Andalus – al-Mu'tamid ibn Abbad.

Key words: *al-Andalus, the Muslim conquest, Islam in Spain, al-Mu'tamid ibn Abbad, modern Arabic literature.*

The history of al-Andalus. While saying al-Andalus it is intended Iberian Peninsula (Spain and Portugal) ruled by the Arabs. When the Arabs conquered Andalusia, they occupied the whole territory from Mount Elbert to the Bay of Biscay, which the Arabs called **حائط إفرنجة** (‘Frank Wall’).

So, the word ‘al-Andalus’ came from the word ‘vandal’ (lat. ‘Vandalus’) and then arabized. After the barbarian tribe that occupied the peninsula in the 5th century AD was pushed south by the Germanic tribes, they settled for a long time in an area called Vanda Lucia. Barbarians living on the shores of the Zuqaq Sea, (Strait of Gibraltar) recognized as a peninsula and when the Arabs arrived there, they said them that it was ‘Vandalus’. The letter ‘Waw’ is a definite article in the Tanja barber dialect. And this word was arabized and become “al-Andalus” [4, 263].

Spain was invaded by the Arabs in 711–716 during the Islamic conquests after seizing North-West Africa.

After the Muslim conquest of Tunisia and Eastern Algeria in 700, barbarians became a major force in Arab conquests. These tribes, who converted to Islam, also had taken part as a major human resource in the Spanish invasion. However, disputes between Arabs and barbarians have always been a source of internal infighting in Muslim Spain.

In 756, Abdurrahman al-Dakhil, a representative of the Umayyad dynasty, conquered the whole country with an army assembled from Syrians, Yemenis and Andalusian barbers and was appointed Emir of al-Andalus in Cordoba. Thus, the Umayyad Emirate was founded in Spain [1, p. 38, 39].

The Umayyad kingdom, which had been in power in Spain for nearly two and a half centuries, collapsed at the beginning of the tenth century as a result of internal infighting and divisions and Muslim Spain was ruled individually by *taifa* rulers from 1031 to 1492.

Indigenous *taifas*, ruled by *Muluk al-Tawaif* (*maliks/kings* of the territorial divisions) were

represented in three main groups: barbers, saqalibas (الموالي أو الصقالبة), and Andalusians. The latter included all Arab and Iberian (Greek and Roman) origins [1, p. 93].

The barberians ruled the southern shores from the Guadalquivir River (الوادي الكبير) to Granada. Until the 11th century the Hammadid and Zirid dynasties ruled in those areas. Saqalibas ruled mainly in the East. However, they did not establish a dynasty like barberians.

The strongest dynasty in Muslim Spain was the Abbadid dynasty in Seville. Before the rule of Abbadid dynasty Seville (الشبيلية) was in the hands of Hammad's sons (Ali ibn Hammad, Qasim ibn Hammad and Yahya ibn Hammad) from the Fatimid dynasty. As a result of the ongoing conflict between the Fatimids and the Umayyads in 1031 the people of Seville appointed Ghazi Abu al-Qasim Muhammad ibn Ismail ibn Abbad to government because of his intelligence and foresight. Abu al-Qasim's father, Abu al-Walid Ismail was a well-known judge of Seville. Abul-Qasim, the founder of the Abbasid dynasty prevented anarchy in Seville during his reign until 1042. After his death, his son al-Mu'tamid succeeded his father. He expanded the emirate's territory by subjugating the *taifas* of Valba and Chaltesh from the west; fighting the barbers in the south, subjugated the *taifas* of Ronda, Arcos, and Algeciras. During his reign, Cordoba was also annexed to al-Andalus.

After the death of al-Mu'tamid in 1069, his son al-Mu'tamid (Abu al-Qasim Muhammad ibn Abbad) came to power and ruled it until he was dethroned by Yusuf ibn Tashfin in 1091.

In 1091 two sons of al-Mu'tamid ibn Abbad – Mamun, who succeeded his father in Cordova and Razi, who ruled in Ronda were killed. Al-Mu'tamid was captured and taken with his family to Yusuf ibn Tashfin to Morocco. Ibn Tashfin ordered to imprison the *Malik* in the fortress of "Aghmat". *Malik*, who lived in prison there until the end of his life, died in 1095.

Yusuf ibn Tashfin was the leader of the Islamic dynasty al-Murawids (دولة المرابطين) in northwestern Africa. Al-Murawids came to Spain in 1085 to help the sons of Abbad in the battle against Alfonso VI, ruler of Leon. They entered Spain again in 1090 for the same reason under the command of Yusuf ibn Tashfin, this time taking the opportunity to annex the Muslim Spain to Africa's reign.

As for the further fate of al-Andalus, the rule of al-Murawids in Andalusia lasted for half a century.

When their state in *Maghreb* collapsed, the Almohads (الموحدون) was represented in power for about a century and a half (1121–1269). In the thirteenth century, as a result of the intensified Reconquista movement all the eastern and central provinces of al-Andalus fell into the hands of Christians. At this time the Arabs were able to maintain Islamic rule in the country of *Granada* in southern Spain for two centuries. As a result of an agreement between the *malik* of Granada and the Catholic kings of Castile in November 1491 and with the fall of the Muslim Emirate of Granada in January 1492 the Muslim rule in Spain was ended [14, p. 244–258].

Al-Mu'tamid ibn Abbad: In Arabic historical sources and Arabic literature. During the time of the *taifa's* rulers, al-Mu'tamid and other *maliks* turned their palaces into a stage of entertainment and rejoicing. In this respect, Al-Mu'tamid ibn Abbad, the *malik* of Cordoba had a luxurious life.

Cordoba was the home of *fuqaha* (Islamic jurists), and it was accumulated by poets and writers. Al-Mu'tamid was also a talented poet. During his time, poetry and literature flourished in al-Andalus and Cordoba. At the same time, he appointed poets such as Abd al-Jalil ibn Wahbun, Abd al-Walid Ahmad Makhzumi Al-Andalusi and Abu Bakr ibn Ammar as his ministers (*wazir*).

We acquire information about al-Mu'tamid ibn Abbad from al-al-Maqqari's work, *Nafh al-tib min Ghusni il-Andalus ar-Ratiib* ('A pleasant fragrance spread in the sweaty branches of Andalusia').

There are poems written by al-Mu'tamid for entertainment and wine, correspondence with *maliks* and *wazirs* and lamentations (*marthiya*) for his slain sons. While in captivity he wrote poems about his lost glory, misery and sorrow.

Among Ibn Abbad's poems, his poems dedicated to his wife al-Rumaikiyya have a special place. Al-Mutamid's acquaintance with his life partner was also through poetry. They have an interesting saga:

(In 1059) Al-Mu'tamid walking on the river *al-Wadi al-Kabir* with his friend Ibn Ammar (who was *wazir* of al-Mu'tamid) the sight of a wave in the bright water with the breeze of the air admires him and the poet says:

صنع الريح من الماء زرد

The wind makes from water emerald.

Then al-Mutamid asked Ibn Ammar to continue the verse. Ibn Ammar stopped to answer and when he waited al-Mu'tamid he heard a voice of concubine:

اي درع لقتال لو جمد

Which frozen armor can be fought?

Al-Mu'tamid admires her intelligence. He takes the concubine from her owner and marries her [11, p. 714].

Al-Mu'tamid's daughter Buthaina was also one of the poets of al-Andalus. She was witty, had a bright beauty and a strong memory. At the same time, it is known that she was captured during the looting of her father's castle. A merchant from Seville bought her because she was a mysterious concubine and gave her to his son.

The life of al-Mutamid ibn Abbad, as an interesting personality is one of the most beautiful subjects in the history of al-Andalus.

The work "Al-Mu'tamid ibn Abbad" written in 1892 by Ibrahim Ramzi about Ibn Abbad is considered to be the first play in prose in Arabic literature. The author used many historical sources on the history of al-Andalus, including the work of al-Maqqari [17, p. 37].

Ibrahim Ramzi describes three main themes in the play. The first topic is the relationship between al-Mu'tamid and a *wazir*, the poet Abu Bakr ibn Ammar (trust and respect between them, then the cooling of this closeness and the betrayal that resulted in the assassination of *wazir*). The other two events are the conquest of *Ishbiliya* (Seville) by Alfonso VI and the arrival of Yusuf ibn Tashfin in Muslim land to help the rulers of the Andalusian *taifas* (*tribes*), keeping part of his army for his own purposes on his way after a joint battle against the Spanish king and coming again when the opportunity arises to capture al-Andalus. The author summarizes the subsequent events in the history of al-Andalus until the time when the Franks took these territories from al-Murawids and put an end to Muslim rule in Spain.

Among the interesting works written about Ibn Abbad is the story of the Egyptian writer and poet, author of several literary historical novels and short stories Ali Aljarem (1881–1949) – "*Shaeer Malik*" ('King poet'). The author describes al-Mu'tamid as a ruler who governs his country with his will, strength and intelligence, as a king who won the hearts of Andalusian people with his soft heart and kindness. However, this *malik*, who conquered hearts with the magic of his poetry, loses his property for a flavor of a glass of wine and died in exile as a handcuffed prisoner.

Ali Aljarem made extensive use of the al-Mu'tamid ibn Abbad's poems, as well as the poems of the Malik's *wazirs*. These poetic examples, given in accordance with the events taking place within the framework of historical events, adds a special color to this play.

Ahmad Shawqi, the '*Ameer of shu'ara*' ("Prince of poets") of modern Arabic literature also addressed this subject.

The play '*Princess of Andalusia*' ('اميرة الاندلس') was written by Ahmed Shawqi inspired by Spain. Shawqi Dayf writes that he started writing this play, which the poet completed in the last period of his life, while in exile in Andalusia [5, p. 254].

The events in the work date back to the 11th century during the reign of *taifa rulers* (ملوك الطوائف) in Andalusia. It was at this time that the *wazir* Abul-Hazm Jahwar ibn Muhammad declared the fall of the Umayyad state in 417 A.D. (1026 A.D.) laying the foundations for the first *taifa's* rule in Andalusia.

As a result, each emir created an individual state and established a ruling dynasty from his family and relatives. The emergence of such *taifa* rulers paved the way for the strengthening of the Christian Reconquista movement (the return of conquered territories).

The main conflict in the play is embodied between several parties-personalities such as al-Mu'tamid ibn Abbad, *malik* of African barber dynasty al-Murawids in *Maghrib*, Yusuf ibn Tashfin and king of France Alfonso VI. Ahmad Shawqi chose al-Mu'tamid ibn Abbad and his daughter Buthaina as the heroes of his work.

The play describes the mood of the kings of that period, how they lived in wealth and splendor, how their property was confiscated, how corruption and strife arose and increased among the *taifa* rulers. Among the tribal rulers there were those who were overthrown and those who were killed; those who took bribes and those who betrayed. Against the background of all this, the author tried to reflect the situation of ordinary people and convey it to the reader.

Although Ahmed Shawqi referred entirely to this work on the history of al-Andalus, he did not agree with the period of the fall of *taifa* rulers in Spain, so adding imaginary power to it, ended the play with the marriage of al-Mu'tamid's daughter Buthaina to an Arab young man, Hassun in the *Aghmat* fortress in northern Africa, with the consent of his parents.

Ahmad Shawqi based the facts about the lives of al-Mu'tamid, his wife Rumaikiyya and his daughter Buthaina on al-Muqarra's book and worked within the framework of historical events. Against the background of these historical events, he created the story of Buthaina and Hassun with own imagination.

In this work, it can be said that Ahmad Shawqi tried to reflect his own situation in exile through al-Mu'tamid.

Ahmed Shawqi, like Ali Aljarem and Ibrahim Ramzi, worked this play against the background

of historical events. It is true that he did not elaborate on the cause of fall of the powerful ruler such as al-Mu'tamid as much as Aljarem wrote in his work "Shaer Malik". However, unlike Ibrahim Ramzi's play 'Al-Mu'tamid ibn Abbad', the poet added new events to the subject with his imagination in the context of these historical events. The most important of these is the adventure of al-Mu'tamid's daughter Buthaina with a young man named Hassun. The author works on this love story almost from the beginning to the end of the work and at the end of the work he finishes this story with a happy ending, as if the poet was trying to give lightness to the description of the tragedy of the protagonist Ibn Abbad and the calamity which experienced al-Andalus. This is because the play 'al-Mu'tamid ibn Abbad', which was developed on this subject before him, was not so successful because it did not go beyond historical events.

Mustafa Kamil's play "فتح الأندلس" ("The conquest of al-Andalus") that he wrote in 1893, about the conquest of Spain by the Muslims, probably, was one of the works that attracted Shawqi's attention while writing this play. It is known that Ahmad Shawqi had a close acquaintance with Mustafa Kamil, who had a good relationship with Khadiv Abbas [17, p. 14].

During the four years spent in Spain, the poet was even more impressed by the Andalusian environment in which he lived. Huseyn Shawqi, the poet's son, notes:

"It was Ishbiliya (Seville) that inspired my father to write the play in prose – "Princess of Andalusia". In its castle, my father met with the spirits of favorite characters of his work – al-Mu'tamid ibn Abbad (who was more famous as a poet than a malik), his wife Rumaikiyya (who was a poet like him), his mother Abbadiyya (who had gained life experience in palaces) and his daughter Buthaina (the exemplary princess of the century)" [3, p. 63–64].

Another work written on the subject of al-Andalus is the play 'غروب الأندلس' ('The collapse of al-Andalus'), written in 1952 by Aziz Abaza, which considered the pioneer of the Poetic Drama movement after Ahmad Shawqi. Aziz Abaza wrote his work in the genre of drama and used a beautiful style of poetry.

Conclusions. The events take place in the late 15th century during the fall of the Muslim kingdoms in Granada. In this work, the poet draws a parallels between the situation in Egypt in the middle of the twentieth century and the invasion of the Arab East and Egypt by foreign exploiters, the end of Arab Islamic rule in Andalusia and the complete capture of the country by Christian domination. As Taha Hussein said: "The author describes Egypt and the current situation of the Egyptians in those years, more than Granada, its people and what happened to them" [7, ط].

References:

1. Уотт, У.М., Какиа, П. Мусульманская Испания. Москва : Наука, 1976. 199 с.
2. أحمد شوقي. أميرة الأندلس. دار مصر للطباعة. 031 ص.
3. حسين شوقي. ابي شوقي. مكتبة النهضة المصرية. القاهرة. 7491.
4. حسين مؤنس. معالم تاريخ المغرب و الأندلس. دار الرشد- القاهرة , 7991, 915 ص.
5. شوقي صيف. شوقي: شاعر العصر الحديث. القاهرة: 0102, 292 ص..
6. عبد الواحد المراكشي. المعجب في تلخيص اخبار المغرب: من لدن الأندلس الى آخر عصر الموحدين. مطبعة الاستقامة بالقاهرة, 9491, 144 ص.
7. عزيز اباطة. غروب الأندلس. المطبعة العمومية بدمشق. 251 ص.
8. على الجارم. شاعر ملك: قصة المعتمد بن عباد الأندلسي. مؤسسة هنداوي: القاهرة, 2102, 8 8 ص.
9. على أدهم. المعتمد بن عباد. الجمهورية العربية المتحدة. دار مصر للطباعة, 543 ص.
10. عمر رضا كى الله. اعلام النساء: في عالمي العرب و الاسلام. الجزء الاول. المؤسسة الرسالة-بيروت, 125 ص..
11. عمر فروخ. تاريخ الادب العربي . الجزء الرابع: الأدب في المغرب و الأندلس: منذ فتح الاسلامي حتى الى آخر عصر الملوك الطوائف.. بيروت: دار العلم للملايين, 4891. 008 ص..
12. محمد ابراهيم آيتي. أندلس يا تاريخ حكومت مسلمين در اروبا. تهران: چاپخانه دانشگاه, 063, 0431 ص..
13. محمد عبد الغنى حسن. المقرئ: صاحب نفع الطيب. الدار القومية للطباعة و النشر, 291 ص..
14. محمد عبد الله عنان. نهاية الأندلس و تاريخ العرب المنتصرين. القاهرة: 6691, 055 ص..
15. محمد مندور. محاضرات عن مسرحيات شوقي (حياته و شعره). المملكة المتحدة: 7102, 48 ص..
16. محمد مندور. المسرح النثرى. الناشر مؤسسة هنداوي: القاهرة, 7102, 08 ص..
17. المسرح النثري عند أحمد شوقي: مسرحية اميرة الأندلس. دراسة تحليلية. مروة راغب سيف النصر محمود- 7102, 212 ص..

Шахбазова Шахана Мугадас. ТЕМА АЛЬ-АНДАЛУСІЇ В СУЧАСНІЙ АРАБСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ: АЛЬ-МУ'ТАМІД ІБН АББАДО

Топонім аль-Андалусії – це історична назва області в Західній Європі, де араби заснували державу в середні століття (711–1492) і сформували ісламську культуру. Історія Андалусії того періоду сповнена цінних уроків і корисних конотацій. Коли ісламські країни були єдиною спільнотою в Андалусії, вони підтримували владу, допомагаючи своїм друзям і уникаючи наслідків ворогів. Але на початку десятого століття в результаті внутрішніх чвар і розділень мусульманська Іспанія залишилася під владою общинних правителів. Найсильнішою династією в мусульманській Іспанії була династія Аббадідов, а наймогутнішим і видатним правителем Андалусії – Маліком – був аль-Мутамід-ібн-Аббадо. Коли держава Лазні Аббадо попадало й аль-Мутамід ібн Аббадо був вигнаний з аль-Андалусії, сторінка щасливих днів аль-Андалусії була закрита, і його період процвітання закінчився, і, можливо, ця таємна причина змушувала Андалузії істориків, поетів і письменників тужити по пам'яті аль-Мутаміда. Робота ібн Саїда аль-Магриб (1214–1286) 'Кітаб аль-Мугріб' і книга 'نفح الطيب في غصن الاندلس الرطيب' («Приємний аромат розноситься в тінистих гілках Аль-Андалусії»), написана алжирським вченим і істориком Ахмад аль-Маккари ат-Тілмісані (1577–1632) в 1038–1039 роках хіджри, вважається основним джерелом по аль-Андалусії і Магрибу. «Наф ат-тиб» містить багату історичну інформацію про Аль-Андалусії, його історію та культуру аж до XIV століття. У сучасній арабській літературі основна тема історії аль-Андалусії і художніх творів, написаних про Мутамід ібн Аббадо, взята з книги аль-Маккари. У дослідженні розглядається історія аль-Андалусії і художні твори в сучасній арабській літературі, присвячені останньому правителю династії Омейядів у аль-Андалусії – аль-Мутамід ібн Аббадо.

Ключові слова: аль-Андалусії, мусульманське завоювання, іслам в Іспанії, аль-Мутамід ібн Аббадо, сучасна арабська література.

Эфендиева А. Р.

Институт Литературы имени Низами Гянджеви Национальной Академии Наук Азербайджана

ПРОБЛЕМА ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В ХУДОЖЕСТВЕННО-ФИЛОСОФСКОЙ ПРОЗЕ АХМЕДА АГАОГЛУ

Художні й філософські твори займають особливе місце у творчості Ахмеда Агаоглу, який залишив після себе цінну та велику літературну спадщину. У цих творах особлива увага приділяється найбільш насущним проблемам і питанням сучасності, які його хвилюють. У статті розглянуто твір А. Агаоглу «У країні вільних людей» (1930), написаний у роки еміграції, де докладно аналізуються основні ідеї суспільного змісту цього твору. Автор зумів простою і зрозумілою мовою викласти свої погляди на демократичну державу, особливості громадян цієї держави. Письменник із художньої та естетичної точок зору зумів переконливо відобразити те, як звільнений від гноблення індивід потрапляє у вільну, незалежну, керовану законами країну, знайомиться тут зі способом життя людей і сам приймає цей спосіб життя. Описуючи країну вільних людей, автор закликає читача ґрунтовно підготуватися до життя в такій країні. Фактично А. Агаоглу представив тут свої погляди на демократичний, світський, правовий устрій держави, створивши ідеальний образ вільної країни та її громадян. У цілому можна сказати, що робота від початку до кінця побудована на порівняннях і системному аналізі. Для цього на одному полюсі автор поміщає країну вільних людей і її святині, святі місця, тобто бенкет, а на іншому – суспільство, від якого ухиляється індивід. Він також покладає на людину обов'язок порівняти позиції. Людина, дивуючись кожній новій події, згадує при цьому своє минуле й порівнює. Іноді вона настільки вражена, що починає сильно сумніватися й коливатися, побоюючись, що не зможе жити в такому суспільстві. Наш герой теж, бажаючи позбутися гніту й духу рабства, намагається для цього з усіх сил, але з роками розуміє, що не зможе так легко позбутися вкоріненого там зла.

Ключові слова: Ахмед Агаоглу, літературно-філософська проза, суспільство, громадянин, соціальні проблеми.

Постановка проблеми. Ахмед Агаоглу – один из видных мыслителей и общественно-политических деятелей в истории азербайджанской литературы и общественной мысли. Ряд известных исследователей, в том числе Азиз Мирахмедов, Камал Талыбзаде, Шахназар Гусейнов, Айдын Балаев, Никпур Джаббарлы, Вагиф Султанлы, Шахбаз Мусаев и др., последовательно изучили этапы его жизнедеятельности, особенности его творчества и общественной деятельности.

Постановка задания. Целью статьи является изучение путей изображения гражданского общества в художественно-философской прозе Ахмеда Агаоглу.

Изложение основного материала. Публикация акад. Камалом Талыбзаде раздела о литературно-критических взглядах А. Агаоглу в книге «Азербайджанская литературная критика XX века (1905–1917)» [1], изданной в 1966 году, заслуживает поощрения как одно из первых исследований в этом направлении.

Член-корр. Национальной академии наук Азербайджана Азиз Мирахмедов опубликовал биографический очерк об А. Агаоглу в 1984 году в сборнике «Караван мысли». В монографии «Ахмед бек Агаоглу», изданной после смерти автора, также рассмотрена литературно-художественная деятельность этого выдающегося мыслителя, проанализировано его научно-теоретическое творчество, изучена плодотворная деятельность в сфере политики, социально-философской мысли, на основе чего создан образ патриота и защитника нации. С уважением к личности Ахмед-бея автор писал: «Даже когда он закрыл глаза в последний раз, он умер как благородный и бескорыстный гражданин» [2, с. 263].

Ряд ценных работ о жизни и творчестве А. Агаоглу написаны в Турции и представлены научному сообществу. Особо следует отметить исследования Юсифа Акчураоглу, Фахраддина Гульсевана, Хилми Зия Улькен, Фахри Сакала и других.

Богатое письменное наследие Агаоглу, где затрагиваются многие актуальные вопросы

современности, представлено также художественно-философским трактатом «В стране свободных людей» [3]. По словам Азиза Мирахмедова, «наивысший и наиболее совершенный этап в развитии всех идей мыслителя-писателя, включая многогранную эволюцию идей национального возрождения, связан с трактатом «В стране свободных людей» [2, с. 25].

Здесь мы хотели бы подчеркнуть небольшое разногласие по поводу определения жанра произведения. Если выдающийся ученый А. Мирахмедов называл это произведение художественно-философским трактатом, то профессор В. Султанлы считал его произведением, разработанным в стиле политико-философского эссе. Ученый-эмигрантолог Н. Джаббарлы также представляет это произведение как художественно-философский трактат, подчеркивая, что оно отражает философские и социологические взгляды автора на государственную систему, основанную на правах человека, гражданских свободах и открытом обществе [4, с. 101].

Что касается народного писателя Анара, то он отметил сложность определения жанра указанного произведения и, в отличие от тех, кто называл это утопией, сказал, что, несмотря на то что в нем говорится об утопическом обществе, моменты изображения неволи производят впечатление антиутопии. «В стране свободных людей» – это еще и политический памфлет, и именно с этой точки зрения можно почувствовать связь некоторых идей и мнений, выраженных в ней, с событиями, постигшими Свободную партию. Не только история Свободной партии, но и многие проблемы Турции во времена Ахмед Бея нашли отражение в этом политическом памфлете или трактате» [5].

Ш. Шамьюглу, исходя из того, что художественное начало в произведении выражено достаточно ярко, безо всяких колебаний определил его художественно-философскую сущность: «На самом деле автор колебался, писать ли произведение в чисто политико-философском аспекте или работать в форме художественного произведения, и, наконец, избрал второй путь, учитывая популярность тематики, и произведение «В стране свободных людей» предстало перед нами как философская повесть» [6, с. 87]. Мы также согласны, что «В стране свободных людей» – это художественно-философский трактат.

Во «Вступлении» к данному произведению А. Агаоглу знакомит читателей с проблемой гражданского общества, цитируя работу философа Шарля Монтескье «О духе законов», а затем

комментируя ее. Нас интересует его подход к проблематике угнетения и свободного общества, о которых он пишет: «Тирания, то есть авторитарность правления, опирается на внушение страха, страх – основа всего, от воспитания и образования до методов управления» [3, с. 1]. Продолжая эти мысли, автор начинает с большим энтузиазмом излагать свои взгляды на республиканскую систему правления, которую он представляет как идеальное свободное общество. Из этих строк мы можем понять, с какими картинками, какими идеями мы столкнемся в последующем, в других частях работы.

В статье «Идея и жанровая специфика произведения Ахмеда Агаоглу «В стране свободных людей» Ш. Шамьюглу цель, поставленную автором в этом произведении, объясняет следующим образом: «Что такое добродетель и в чем она проявляется? Во введении А. Агаоглу подчеркнул, что написал свою работу с намерением ответить на эти вопросы. Однако автор не переходит прямо к сути, чтобы ответить на эти вопросы. Он отмечает, что республика уже создана при поддержке великого лидера М.К. Ататюрка. По его мнению, работа не заканчивается основанием республики, поэтому, если добродетельность граждан в республике является одним условием, то другим условием является наличие у каждого человека определенных моральных качеств... В произведении автор показывает, каким он хочет видеть общество, в котором он живет, республику, гражданином которой он является, и каковы основные обязанности граждан. Автор хочет видеть Турецкую Республику страной свободных людей» [6, с. 88].

В произведении человек, желающий освободиться из плена, сверлит стены замка, выбирает между путями рабства и свободы путь свободы. Этим автор имеет в виду, что для построения свободного общества вы должны сначала захотеть этого и с уверенностью сделать этот шаг. Наш герой впервые встречает на этом пути стражей страны свободных людей и слышит от них основное условие стать свободным человеком: «Вы разорвали видимые узы рабства. А внутренние узы сумели разорвать?» [3, с. 4]. Это означает, что для свободного общества, помимо видимых связей, члены этого общества должны сначала разорвать узы рабства внутри себя. В то же время охранники уточняли следующее: «Вы контролируете свои собственные желания? Любите ли вы правду? Уважаете ли вы правду? У вас есть достоинство?» Если пленник, не задумываясь, ответил «да» только для того, чтобы въехать в страну,

то понял бы смысл всего этого лишь после знакомства со страной.

Наш герой, попавший в страну свободных людей, впервые знакомится с 14-тью статьями Основного Закона страны. Читая статьи, он сталкивается с моментами, прямо противоположными тому, что он видел, читал и слышал до сих пор. Тут у него формируется неуверенность, он задает себе вопрос: «Интересно, смогу ли я к этому привыкнуть?» Да, этот вопрос имеет большое значение и напоминает нам «Обманутый Кавакиб» М. Ф. Ахундзаде. М. Ф. Ахундзаде также обратил внимание на очень тонкий нюанс общественного сознания. Люди, привыкшие к притеснению и бюрократизму, не могут внезапно привыкнуть к тому, что Юсиф Саррадж во всех случаях поступает с точностью до наоборот. Его правосудие слишком тяжело для тех, кто привык к притеснениям, и они быстро принимают контрмеры, чтобы предотвратить все это. Это показывает, что охранники, спрашивая о том, что «разорвали ли вы видимые узы рабства, а также наряду с ними и внутренние узы?», имели в виду как раз общественное сознание и привычные стереотипы.

Следует отметить, что в стране свободных людей стоит вопрос построения более прогрессивной формы человеческого общества, и нашему герою старшие (в лице святых мест) объясняют: «Здесь говорится, что «свобода – это сущность сознания, а сознание – это сущность человека» [3, с. 15]. Таким образом, очевидно, что гражданское общество – это более сознательное общество людей, представители которого должны воспринимать свои свободы и права, уметь отстаивать их, контролировать правительство, когда это необходимо, и не прибегать к кривым путям, лжи и лицемерию для достижения своих целей.

В работе А. Агаоглу делает акцент на так называемых неправительственных организациях современности и излагает свои представления о них: «... митинги проводились в разных частях парка. Я подошел к кому-то: молодой человек что-то возбужденно говорил. Я слышал, как он критиковал правительство. Он темпераментно объяснял, что правительство не лояльно программе партии, что безработные граждане все еще бродят по улицам, что статистика по-прежнему показывает, что два процента населения страны не умеют читать и писать, и что это стыд и позор для общества» [3, с. 25–26]. Как видно из этих строк, эти неправительственные организации могут беспрепятственно вмешиваться в дела страны, напрямую контролировать

работу правительства и требовать устранения недостатков.

Из наблюдений человека, внимательно следившего за этим митингом, ясно, что люди активны не только в политических, но и в социальных вопросах. Из выступлений уважаемых и почитаемых людей также становится ясно, что происходящее в общественной жизни влияет на все общество и оказывает непосредственное влияние на его будущее.

Затем мы узнаем, что, какой бы свободной ни была страна, как бы ни были равны ее граждане, у этого общества есть недостатки. Один из них заключается в том, что женщины не имеют таких же прав, как мужчины. Говоря современной терминологией, в этом обществе до сих пор нет гендерного равенства. Мы понимаем это из выступлений женщин. Это выступление напоминает деятельность организаций, в полном смысле слова защищающих права женщин: «... в компании свободных людей женщины во всех отношениях были равны мужчинам. Они были лишены только права быть главой сельской администрации» [3, с. 26].

А. Агаоглу опубликовал в газетах и журналах много статей о праве турецких женщин голосовать и быть избранными. Как отмечает Фахри Сакал, великий мыслитель испытывал в этом отношении некоторый дискомфорт, то есть, сравнивая восточную женщину с западной женщиной, А. Агаоглу констатирует, что в то время, как европейская женщина боролась за свои права, восточная женщина получила это право от Ататюрка без всякой борьбы. Отсюда можно сделать вывод, что, если они не знают ценности того, что у них есть, они потеряют это.

По словам А. Агаоглу, гражданское общество невозможно без социальной активности граждан. Главный вопрос здесь – свобода совести. Свобода совести означает признание гражданами хороших и плохих поступков, справедливости и несправедливости в обществе, в том числе и на уровне правительства. Из языка пиров (святых мест) ясно, что в свободной стране власть доверена талантливым людям, избранным народом, но здесь контроль играет ключевую роль. В этом – главное отличие свободного правительства от гражданского общества. Здесь свобода означает контроль. Для граждан контроль – это и права, и обязанности. Лицо, не удовлетворяющее требованиям права и долга, закрывающее глаза на несправедливость и нечестность, наказывается вместе с совершившим это деяние. В этом обществе невозможно

оскорбить, придав клевете и лжи форму контроля. Человек, который так поступает, не может быть просто наказан. Его сразу лишают гражданства.

Еще одно событие, поразившее нашего героя, произошло, когда он пошел смотреть театральную постановку, то есть те серьезные люди, которых он видел на митинге, теперь играют в спектакле. Да, здесь они не ведут себя как избранные люди, которые никому не доступны, которым поручена особая миссия, напротив, они принимают активное участие во всех аспектах жизни общества, на которое они могут активно воздействовать. В этой пьесе они также раскрывают важную проблему для общества: в частности пытаются обосновать идею, что крепкие семьи являются ячейкой свободного общества. В пьесе муж и жена решают расстаться без видимой причины, просто из-за несоответствия характеров. Проблема, которую они поднимают, также связана с чувством собственного достоинства. Судья, который в суде все понимает, посчитал, что, если вопрос будет решен только по закону, он не сможет принять иное решение, кроме развода, и в итоге сюда будут вовлечены также и дети. Когда дети пришли в суд и продемонстрировали свою привязанность к родителям, свою любовь к ним, это заставляет их отказаться от своих устремлений и целей, и семья воссоединяется. Очевидно, что обществу очень важно, чтобы в высших моментах при ответственных общественных решениях, в том числе в судах, участвовали грамотные и хорошо подобранные люди, подобно судье в вышеуказанной пьесе.

Как подчеркивают исследователи, А. Агаоглу показал, что литература после религии является важнейшим фактором в формировании нравственности людей. При анализе роли театра и кино в качестве образовательных учреждений он также назвал фильмы, портящие человеческую мораль, ставшие духовным ядом для молодежи, подчеркивая необходимость защиты их от такого зла, поскольку следует воспитывать современную молодежь трудолюбивой и морально чистой. «Особенно легкомысленные фильмы, похотливые действия обнаженных женщин, аморальность неуравновешенных и нерешительных молодых людей, легкомысленность жены, которая предает своего мужа, пример мужа, который ради проститутки обманывает свою жену и тратит все свое богатство на аморальную женщину, оставляя детей голодными, влияют на сознание людей. В итоге кружит голову многим молодым людям и формирует у них желание и склонность жить как «герои» этих фильмов» [7, с. 127].

Есть еще группа людей, которых не воспринимают в этом обществе, – это боязливые люди. Одна из важнейших обязанностей гражданина перед обществом – не жить в страхе. «Подобное положение отдельных людей является катастрофой для общества. С незапамятных времен воспитание страха было задачей тирании. Фалака (телесное наказание) в школе, кулак (избиение) в семье, бюрократия в правительстве – основа подобного воспитания. Цель же – убить у человека чувство чести и достоинства, заставлять закрывать на все глаза, сломить всякую способность и стремление к мужеству» [3, с. 45]. Однако в свободном обществе не должно быть основ для страха. Здесь основа обучения и воспитания – сострадание, вдохновение, закон, справедливость. Следовательно, в такой стране не должно быть повода или оснований для трусости.

Уже пораженный увиденным и услышанным, человек, путешествующий по стране, попросил старейшин (пиров) объяснить вопросы, которые задали ему часовые во время его первого визита в страну, когда он слепо отвечал на все утвердительно, и, услышав разъяснения, он задрожал от удивления и восхищения. «Он узнает, что для того, чтобы быть свободным человеком, нужно следовать одному из самых важных вопросов, упомянутых в уставе Страны свободных людей, – это осуществлять контроль над своими желаниями. Не случайно, когда наш герой въезжал в страну, одним из первых вопросов, заданных стражей, был: «Вы контролируете свои желания?» Затем этот вопрос был подробно объяснен старейшиной. В стране этому вопросу уделяется особое внимание. Подчеркивается даже, что именно в отношении к этой проблеме и заключается дух и сердце свободы. Говорят, что, «чтобы быть свободным от других, нужно, прежде всего, освободиться от своих эгоистичных желаний. Пленник природных нафсов (желаний) не может быть свободным ... Все отрицательные качества, упомянутые в основном законе Страны свободы, связаны с нафсом. Например, ложь, оскорбления, клевета, вымогательство, равнодушие к истине и гражданам и т.д.» [3, с. 54–55].

Пир также объясняет, что природные желания, поскольку порождены человеческим естеством, не могут считаться абсолютно плохими. Они считаются нормальными, если человек выбирает правильный путь следования этим желаниям, которые им движут, то есть если он добивается того, чего хочет, честно и должным образом завоевывает доверие людей. Однако, если он достигает

своих желаний через ложь и лесть, это считается полностью противоречащим принципам, правилам этой свободной страны и возможности быть свободным человеком, разумеется, таким людям нет места в свободном обществе.

Среди других личных вопросов были и такие вопросы: «Любите ли вы правду?» «Уважаете ли вы правду?» Эти два вопроса на самом деле представляют собой одно и то же. Человек, любящий правдивость, конечно, будет уважать истину. Только те, кто хочет жить в свободе, осознают важность этого и понимают, что без терпения и уважения не будет свободы.

Следующий вопрос, который задали охранники, был таким: «Уважаете ли вы себя?» Пир (старейшина) объясняет это следующим образом: «Когда дело касается истинных чувств и эмоций, это в любом случае верность и уважение человека к его мыслям и чувствам. Бесполезно искать славы в людях, которые меняют и скрывают свои мысли и чувства. Совершенно очевидно, что такие люди не могут быть свободными ... Только те, кто остаются верными своим мыслям и чувствам в любой ситуации и положении, обладают истинными чувствами, могут выдержать любые насмешки, унижения, страдания, бедность и нужду. Удел таких людей – быть свободными» [3, с. 62–63].

В гражданском обществе, когда люди обращаются к руководителям, элите, они не делают это в форме специальных обращений, избегают модных, избитых фраз и выражений. В свободном обществе люди в правительстве знают, что они здесь, чтобы служить своим гражданам, и люди понимают, что их долг – делать то, что требуется для процветания общества. Следовательно, существует понятие просьбы и обращения, а не требования и запроса.

В этом обществе уже поняли, что право – это социальное понятие. Следовательно, в гражданском обществе «право – это обязанность защищать», неисполнение чего является преступлением.

При знакомстве с произведением также видно, что автор уделяет особое внимание вопросу права. Это естественно. Ведь закон – очень важный фактор в европейском образе жизни. «Эта область западной культуры, наиболее актуальная для Востока, уже распространилась во многих частях света в соответствии с законами цивилизации и получила распространение на основе взаимодействия и заимствования» [8, с. 42].

В вопросах права и нравственности, по мнению автора, главный критерий – это совесть. А. Агаоглу рассматривал эту проблему в книге «Вос-

стание или революция» (1928), которая впервые опубликована в газете «Национальное правительство» в Анкаре. «Единственный источник всех видов законов и морали – это совесть... И всякое правительство и власть – это сообщество, общая совесть сообщества» [9, с. 12].

Одной из последних проблем, которую объясняют пиры, является «таавун» (взаимопомощь), что есть краеугольным камнем свободного общества. Речь идет о людях, которые заботятся друг о друге и помогают друг другу. Ведь «для людей, которые называют себя свободными, или *эфенди*, отсутствие морального и материального благополучия и помощи нуждающимся гражданам является тяжелым пятном на совести. Это доказательство того, что сообщество не выполняет свою работу. Если человек, которого вы называете гражданином, невежественный и аморальный, нищий или голодный, ответственность лежит на всех людях. Такое сообщество либо не понимает своих обязанностей, либо не обращает на них внимания, что очевидно в обоих случаях» [3, с. 113].

Свободный человек не может быть голодным и нищим. Эту ситуацию, которая является пятном позора для всего общества, нужно устранять не насилием, а выполнением своего гражданского долга. В свободной стране помогают только потерявшим трудоспособность гражданам. Безработным помогают только до тех пор, пока они не найдут работу. В свободном обществе каждый трудоспособный человек находит работу, которая соответствует его потенциалу, и, если человек, заявляющий о своей свободе, не хочет этого делать, его просто сажают в тюрьму.

Автор в книге «Государство и личность» (1933) подробно останавливается на вышеупомянутых моментах, в частности на взаимоотношениях между государством и личностью, которой с незапамятных времен занимался и о которой мыслил [10, с. 3].

В работе он описывает гражданское общество таким образным языком, что в каждой строке описания этого политического устройства, которое для нас является практически утопическим, мы словно попадаем в «Страну счастливых» Низами. Возможно, реальное существование этого общества и создаст такую страну счастливых.

Создание свободного, демократического общества было одним из важнейших вопросов для А. Агаоглу особенно в тюркском мире, что означает «реализацию тюркского сознания, тюркского сердца, тюркского вопроса, то есть развитие тюркской личности» [10, с. 75].

Он писал, что причину отставания тюркских народов надо искать в отсутствии свободы и независимости [10, с. 140]. Во всех произведениях автор призывал народ душой и сердцем всегда быть готовым к борьбе за свободу и счастье.

Отметая все трудности, автор через своего героя как бы призывает весь тюркский народ не сдаваться, терпеть любые трудности, произнося на его языке обнадеживающую и мотивирующую речь. А. Агаоглу в надежде, что эта работа будет полезной, обращается к народу, желая, чтобы он хотя бы попытался избавиться от своих внутренних страхов и пессимистических мыслей: «Сейчас самое время проявить мужество и взять себя под контроль, постоянно следить за своими словами и поступками, буквально следуя каждой букве устава! Но этого недостаточно! Нет!

Надо усердно работать и обязательно добиться успеха» [3, с. 123].

Выводы и предложения. Читая работу «В стране свободных людей», читатель еще раз убеждается, что свобода столь же ответственна, как и сложен процесс приобщения к ней, ее обретения и сохранения. Все события в истории человечества доказывают, что путь к свободе лежит через тяжелую борьбу и лишения. Поэтому автор советует читателю сформировать у себя твердую веру, убеждение, желание иметь свободное общество, стремясь при этом убедить себя, что свобода – это душа общества, его движущая сила. Автор, как и в других произведениях, видит здесь, прежде всего, «установление справедливого общества через духовно-нравственное очищение и развитие».

Список литературы:

1. Талыбзаде К. Азербайджанская литературная критика XX века (1905–1917). Баку : Издательство АН Азербайджанской ССР, 1966. 540 с.
2. Мирахмедов А. Ахмед бек Агаоглу. Баку : Ергунаш, 2014. 264 с.
3. Агаоглу А. В стране свободных людей. Стамбул : Sanayii nefise matbaası, 1930. 128 с.
4. Джаббарлы Н. Азербайджанская эмигрантская проза. Баку : Наука и образование, 2011. 140 с.
5. Анар. Ахмед бек Агаоглу. Кто я? 525-я газета. 2019. № 129. С. 10–13.
6. Шамыюглу Ш. Идея и жанровая специфика произведения Ахмеда Агаоглу «В стране свободных людей». Литературный сборник (Труды Института литературы им. Низами Гянджеви). Баку : Наука и образование, 2018. № 1. С. 86–94.
7. Фахри С. Агаоглу Ахмед бек. Анкара : Турецкое историческое общество, 1999. 248 с.
8. Гусейнов Ш. Мировоззрение Ахмедбея Агаоглу. Баку : Азернешр, 1998. 128 с.
9. Агаоглу А. Мятаж или революция. Анкара : Алаеддин Кырал басымеви, 1942. 74 с.
10. Агаоглу А. Государство и личность. Стамбул : Типография Санани Нефисе, 1933. 141 с.

Efendiyeva A. R. THE PROBLEM OF CIVIL SOCIETY IN THE ARTISTIC AND PHILOSOPHICAL PROSE OF AHMED AGAOGLU

Artistic and philosophical works occupy a special place in the work of Ahmed Agaoglu, who left behind a valuable and extensive literary heritage. In these works, special attention is paid to the most pressing problems and issues of our time that concern him. The article examines the work of A. Agaoglu "In the country of free people" (1930), written during the years of emigration, where the main ideas of the social content of this work are analyzed in detail. The author was able to express his views on a democratic state, especially the citizens of this state, in a simple and understandable language. From an artistic and aesthetic point of view, the writer was able to convincingly reflect how an individual freed from oppression finds himself in a free, independent country governed by laws, gets acquainted with the way of life of people here and himself adopts this way of life. Describing the country of free people, the author urges the reader to thoroughly prepare for life in such a country. In fact, Agaoglu presented here his views on the democratic, secular, legal structure of the state, creating an ideal image of a free country and its citizens. In general, we can say that the work from start to finish is built on comparisons and systems analysis. For this, at one pole, the author places the country of free people and its shrines, holy places, that is, a feast, and at the other, a society, from which the individual shies away. It also makes it the responsibility of the individual to compare positions. A person, amazed at each new event, recalls his past and makes comparisons. Sometimes he is so overwhelmed that he begins to doubt and hesitate, fearing that he will not be able to live in such a society. Our hero, too, wishing to get rid of oppression and the spirit of slavery, tries his best for this, but over the years he realizes that he will not be able to get rid of the evil rooted there so easily.

Key words: Ahmed Agaoglu, literary and philosophical prose, society, citizen, social problems.

УДК 821

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/16>**Яковлева О. М.**

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

Семенець О. С.

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

ІНТЕРМЕДІАЛЬНИЙ ВИМІР РОМАНУ ДЖ. ЛІТТЕЛЛА «БЛАГОВОЛИТЕЛЬКИ»: ФОРМОТВІРНІ ПРИНЦИПИ БАРОКОВОЇ СЮЇТИ

Наукова стаття присвячена аналізу проявів музичної інтермедіальності в аспекті реалізації автором формальної побудови твору за принципами барокової сюїти в романі сучасного постмодерністського письменника Джонатана Літтелла «Благоволительки», стосовно творчої постаті якого в українському літературознавчому полі майже відсутні спеціальні розвідки. Використовуючи понятійний апарат інтермедіальних студій та музичну фахову термінологію, автори розглядають місце і значення інтермедіальних зв'язків з музикою в романі та доходять висновку стосовно постмодерністської стратегії вільного komponування інтертекстуальних відсилок письменником та ігрового модусу оповіді (наслідування не якогось конкретного музичного твору, а «написання» своєї власної сюїти, спираючись на типову структуру та особливості музичної мови класичних творів цього жанру). Аналіз опри-явлення у романі інтермедіальних зв'язків з музикою демонструє наявність таких характерних рис форми сюїти у «Благоволительках», як темпові контрасти, відокремленість частин роману, наявність в кожному розділі власної структури, логіки розвитку, кульмінаційного моменту та трагічної розв'язки. Однак поділ роману на частини виглядає скоріше змістовним, ніж формотвірним, роман поділений ніби не на частини форми, а на етапи розвитку подій, і така структура роману приводить до висновку, що це складна масштабна композиція, яку автор навмисно маскує під мініатюрну камерну форму барокової сюїти.

Ключові слова: інтермедіальність, музикалізація, барокова сюїта, Голокост, танцювальність, темп.

Постановка проблеми. Художні проекти сучасного постмодерністського письменника Джонатана Літтелла привертають увагу своєю різноманітністю, різножанровістю, зв'язками з різними видами мистецтва, експериментальністю та утверджують тяжіння автора до інтермедіальності в різних її проявах і, в першу чергу, його любов до музики і глибоке її знання. Роман «Благоволительки» є найбільш відомим творінням письменника. Він сповнений протиріч. Цей неймовірно великий за обсягом текст (російський переклад містить 700 сторінок, у французькому виданні їх 900), що поєднує в собі документальну точність, детальність зображення історичних подій та місць з фантазіями на межі безумства, безліч реальних історичних персонажів з цілком неможливою постаттю головного героя (гомосексуаліста-офіцера СС), епічні масштаби з жанром барокової сюїти, став справжнім викликом для критиків та дослідників. Не менш шокуючим для багатьох читачів стало і те, що автор-єврей написав книгу про Голокост не від

імені жертви, а від імені нацистського офіцера, не тільки намагаючись поставити себе на його місце і подивитись на всі події його очима, але й закликаючи до цього читачів.

Критики сприйняли цей роман неоднозначно. Ізраїльська газета «Ha-aretz» так описує пристрасті, що розгортаються навколо роману: «Les Bienveillantes», перша серйозна книга Дж. Літтелла, відразу викликала фурор. Оpubлікована у Франції літом 2006 року, вона стала нічим іншим, як соціальним явищем. Одні критики назвали її «першим шедевром ХХІ століття», інші засудили як «велику містифікацію ХХІ сторіччя». Культурні додатки та журнали задавалися питанням, чи був це незрілий твір, перевантажений штампами про гомосексуальних нацистів, або колосальний подвиг уяви, що показує, як легко ідеаліст може стати вбивцею в суспільстві, яке відмовляється від своїх моральних цінностей» [9]. В аналізованому нами романі перетинаються дві важливі для автора теми – війна та музика.

Постановка завдання. Аналіз проявів музичної інтермедіальності в романі Джонатана Літтелла «Благоволительки» в аспекті реалізації автором формальної побудови твору за принципами барокової сюїти є головною ціллю даної літературознавчої розвідки.

Наявність інтермедіального посилання помітна в романі вже з першої хвилини знайомства з книгою: сім частин роману спрямовують думки читача до барочної сюїти: «Токата», «Алеманда (I, II)», «Куранта», «Сарабанда», «Менует (в рондо)», «Наспів», «Жига». Ці назви, ніби виклик або запрошення до гри, вимагають замислитись про те, що може бути спільного у таких несумісних на перший погляд речах, як величезний за обсягом історичний роман та камерний жанр інструментальної сюїти, розповідь про нацистську Німеччину, події війни і трагедію Голокосту та музика епохи бароко. Виникає питання, чим пояснюється така несумісність масштабів самого роману та музичної форми, з якою автор її пов'язує, та яку роль грає саме сюїта в структурі роману.

Польська дослідниця Агнешка Іздебська в статті «*Suita Jonathana Littella – o konstrukcji Łaskawych*» висловлює думку, що, не дивлячись не те, що форма сюїти з її поєднанням різноманітних елементів, які узгоджуються між собою за принципом метричного та темпового контрасту, ідеально підходить для того, щоб провести аналогію з широкою епічною формою в літературі. Тим не менш, при уважному аналізі виникає більше сумнівів у подібності форми роману до барочної сюїти, ніж підтверджень цьому: «Ми, звичайно ж, не маємо справу з «класичним» використанням циклічної музичної форми як зв'язного тексту, що складається з закритих епізодів. Монолог Максиміліана Ауе по суті своїй логічний як на рівні дискурсу, так і на рівні сюжету; він також лине, він впорядкований і створений з далекою, відточеною, «мемуарістською» часовою перспективою. Отже, важко погодитись з тим, що форма сюїти грає роль метатекстового відображення структури роману: чому така погано систематизована, вільна, варіативна форма повинна визначати дуже зв'язний монолог з чітко вписаним в нього наміром оповідача?» [7, с. 37].

Інша дослідниця, Агнешка Рогуська, навпаки, не тільки погоджується з тим, що роман має спільні риси з барочною сюїтою, а й відмічає наявність головної з них – організації оповідання за принципом контрасту, і навіть робить припущення про те, що літературне посилання на музичну схему, типову для далекої епохи, підштовхує до

порівняння «Європи, спустошеної Другою світовою війною, з тією ж Європою, спустошеною в XVII–XVIII століттях різними вторгненнями і релігійними війнами» [8, с. 206].

Необхідність звернутись до пошуку інтермедіальних елементів на загальнокомпозиційному рівні доводять також слова самого автора: «Я думаю, що найважливіше – це побачити, що це не просто словесні ігри або забавні асоціації. Я думаю, що книга в якомусь сенсі дійсно побудована відповідно до принципів структурування, аналогічних принципам сюїти Баха. Вона містить складові елементи такої сюїти, починаючи з тональності. Танці змінюються, ритми змінюються, але тональність, ключ до сюїти, залишається незмінною у всьому, що надає сюїтам Баха відчуття єдності» [6, с. 10]. Частини, на думку автора, поєднуються між собою за принципом контрасту з прискоренням та уповільненням темпу: «Наприклад, «Сарабанда», що є свого роду перервою між двома великими частинами бійні, майже святом, з одужанням оповідача. Сарабанда – дуже стилізований танок, дуже повільний, дуже ритмічний» [6, с. 11].

Виходячи з проведеної автором інтермедіальної паралелі, можна окреслити такі основні питання у дослідженні структури твору:

1. У чому на структурному рівні проявляється спорідненість роману із музичною сюїтою?
2. У чому полягає інтермедіальний зв'язок кожного окремого розділу твору з музичним жанром, що поданий в назві цього розділу?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ураховуючи відсутність у вітчизняному літературознавстві спеціальних розвідок, присвячених творчому доробку Дж. Літтелла, та термінологічну розгалуженість методологічного апарату інтермедіальних студій, для досягнення поставленої мети ми використовували і спиралися на роботи зі світової літератури, розвідки, присвячені творчому доробку письменника (А. Izdebska, А. Roguska та ін.), наукові праці з теорії інтертекстуальності та інтермедіальності (W. Wolf, I. Rajewsky, A. Hansen-Löve, А. Махов), історії та теорії музики (М. Друскін, Т. Ліванова, І. Способін, В. Цуккерман, Е. Чигарева, Б. Яворський), статті та монографії історичного та культурологічного характеру (Е. Фукс та ін.).

Виклад основного матеріалу. Слово *suite* у перекладі з французької означає «послідовність», «продовження», «наслідок». Сюїта як музична форма є прикладом циклічної форми, що являє собою послідовність з чотирьох чи більше

інструментальних п'єс, які поєднані спільною тональністю. Головним структурним принципом в сюїті є принцип контрасту; частини сюїти контрастують між собою за темпом, характером та іншими особливостями музичної мови.

Музичний термін «сюїта» виник у XVI сторіччі у Франції та означав цикл з декількох різних по характеру танцювальних п'єс для лютні. У XVI–XVII сторіччях лютнева музика пройшла шлях розвитку від простого супроводження співу до появи великої кількості вишуканої сольної музичної літератури, що мала свій стиль і типові жанри [1, с. 266]. Головним жанром лютневої музики були танцювальні п'єси, об'єднані в цикли, які називали сюїтами. Прообразом старовинної сюїти вважаються серії з трьох чи більше танців для різних інструментів, що супроводжували придворні церемонії, які з часом втратили свої прикладне значення, перетворивши танцювальну сюїту на цикл інструментальних п'єс танцювального характеру [3, с. 259].

У XVII сторіччі лютня поступово втрачає своє значення, та її місце посідає клавесин, що наслідує стиль та основні жанри лютневої музики, серед яких одними з популярніших залишаються танцювальні. Описуючи видання творів французького клавесиніста Жака де Шамбоньєра, М. Друскін зазначає, що загалом зберіглося 142 клавесинні п'єси Шамбоньєра, більшість з яких з них мають танцювальні прообрази. Про характер цих танцювальних п'єс автор пише: «Зміст цих п'єс безхитрисний – він переслідує цілі розваги. Тому тоді говорили, що на клавесині слід грати перед обідом, щоб «сісти за стіл з розумом, полегшеним від серйозних занять». Один із мемуаристів згадував, що він любив «заснути під звуки алеманди та прокинутись під звуки жиги»» [1, с. 279].

У різних національних школах та у різних композиторів був різний набір та порядок п'єс сюїти. Найбільш типовою основою для танцювальної сюїти є набір з чотирьох танців, що сформувався в творчості австрійського композитора Йоганна Якоба Флобергера: **алеманда, куранта, сарабанда та жига**. Така стала схема сюїти є характерною для німецьких композиторів. У більш розширеному вигляді алеманди могла передувати нетанцювальна за характером прелюдія (Преамбула, Увертюра, Токата, Фантазія), а крім основних чотирьох частин вона могла включати в себе додаткові танці (менуєт, гавот, буре та ін.) або п'єси нетанцювального характеру (арія, рондо, скерцо та ін.), які частіше за все поміщались між сарабандою та жигу, що завершувала цикл.

Деякі танці могли мати дублі. Художньої вершини розвитку жанр старовинної сюїти досяг у творчості Й. С. Баха, а точніше в його Англійських та Французьких сюїтах.

На відміну від німецьких композиторів, французькі клавесиністи більш вільно ставляться до складу та послідовності частин сюїти. Деякі із сюїт найвідоміших французьких композиторів цієї доби Франсуа Куперена та Жана-Філіпа Рамо являють собою цикли, що складаються з різних за характером п'єс з програмними назвами, не пов'язаних із конкретними танцями.

Назви частин роман Дж. Літтелла відповідають класичній структурі старовинної німецької сюїти. Серед них є назви чотирьох основних танців (алеманда, куранта, сарабанда та жига) в їх традиційній послідовності, вступна токато да дві додаткові частини, що розташовані теж традиційно між сарабандою та жигу (менуєт та арія). Друга частина роману, що названа «Алеманда I та II», вказує на не менш традиційну присутність в сюїті варіаційного дублю одного з номерів. Тож загалом прагнення автора уподібнити роман старовинній сюїті на структурному рівні можна вважати очевидним.

Нам не вдалося знайти повністю ідентичну структуру в жодній із сюїт Й. С. Баха, Ж. Ф. Рамо чи Ф. Куперена (композиторів, що згадуються в романі), що зайвий раз ілюструє постмодерністську стратегію вільного компонування інтертекстуальних відсилок та ігрового модусу оповіді. Тож можна припустити, що автор не наслідує якійсь конкретний музичний твір, а пише свою власну сюїту, спираючись на типову структуру та особливості музичної мови класичних творів цього жанру.

Звертаючись до проблем структури роману Дж. Літтелла «Благовольтельки», необхідно в першу чергу відмітити, що проекція музичної форми на літературний твір та проекція барокових принципів будови композиції на роман, що був написаний у XXI сторіччі, не вимагає повного дотримання всіх правил та схем та залишає місце для ускладнення форми. Зв'язність розвитку та цільність і логічність дискурсу не перешкоджає присутності в композиції роману принципів будови циклічної форми. Більше того, вже в сюїтах французького композитора Франсуа Куперена можна відмітити прагнення до створення цільності циклу через єдність тематики в назвах його частин. Подальший розвиток музичної сюїти у романтиків, де єдність тональності відступає на другий план, виявив прагнення до створення

цілісності циклу за допомогою єдиної лінії драматургічного розвитку. Це було характерно, наприклад, для інструментальних сюїт Р. Шумана та вокальних циклів Ф. Шуберта. Схожу структуру ми можемо побачити в романі Дж. Літтелла, в якому прагнення до цілності сюжетного розвитку поєднується з дискретністю будови форми.

Ураховуючи, що циклічні музичні форми, до яких належить форма сюїти, являють собою поєднання декількох окремих частин, кожна з яких має свою структуру, а основа будови циклічних форм – контрастування (особливо щодо темпу) при загальній їх єдності так чи інакше оприявленій [4, с. 241], для підтвердження зв'язку структури роману з формою сюїти необхідно виявити в романі такі її основні особливості:

- 1) частини структури відокремлені одна від одної;
- 2) частини структури співставлені за принципом контрасту за темпом та характером;
- 3) кожна із частин є композиційно замкненою та має свою власну логіку будови форми;
- 4) в усій структурі в цілому існує сталий об'єднуючий фактор.

Щодо об'єднуючого фактору в структурі роману, то з ним, мабуть, найлегше, бо натяк на нього дає сам автор, хоча і порівнює його не з тональністю, а з зовсім іншим музичним явищем: «Також є *basso continuo*, про який ви згадали, ним тут являється голос Макса, що несе в собі ключ до всієї сюїти» [6, с. 11]. Це порівняння є дещо дивним, бо *basso continuo* («безперервний бас»), або «генерал-бас», справді типове явище музики бароко, – це спосіб скороченого запису акомпанементу, а не елемент музичної мови, і використовувався він в основному в ансамблевих та вокальних творах, а не в клавірних сюїтах. Але у будь-якому разі, в наведених словах автора йдеться про те, що голос Макса Ауге звучить в романі безперервним фоном, тобто виконує функцію сталого об'єднуючого елемента.

Ще одним сталим фактором, що об'єднує весь твір з усією різноманітністю його подій, можна вважати тему війни та головне питання роману – як під впливом обставин звичайна пересічна людина може перетворитись на вбивцю?

Найважливіший принцип будови сюїтного циклу – співставлення частин за принципом темпового контрасту, вимагає в першу чергу уточнити, що саме в романі Дж. Літтелла можна сприймати як темп. З одного боку, література, як і музика, це явище, яке розгортається в часі, але з іншого, вона в основному не призначена для зву-

чення, тобто в літературі можна говорити скоріше не про темп, а про відчуття темпу у написаному тексті.

Із цим питанням поєднана і ще одна проблема інтермедіальних зав'язків між романом Дж. Літтелла та барочною сюїтою – проблема відображення в літературному тексті танцювальних музичних жанрів, які є невід'ємною складовою частиною барочної сюїти та танцювальності загалом. Бо темп в музиці сюїти – це не тільки темп звучання, але й темп танцю, тобто темп руху.

Роман Дж. Літтелла в багатьох його частинах – це роман-подорож, в якому герой постійно знаходиться у русі, переїжджаючи з місця на місце. Спочатку він рухається разом з армією, потім роз'їжджає у робочі відрядження, а в кінці намагається втекти від лінії фронту. Тож рух безпосередньо проявляється в самих переїздах, а відчуття темпу подій залежить від темпу пересування героя.

Наприклад, постійний рух і безліч переїздів в «Алеманді» весь час відбуваються у досить стриманому темпі, часто з затримками через погані дороги та інші обставини: «Подорож у вантажівці до Яготина запам'яталося мені як довгий кошмар, безперервне запаморочення. Велику частину часу солдати штовхали вантажівки, а не сиділи в кабінах ...» [2, с. 124]. Далі поїздка залізницею іде в такому ж повільному темпі: «Коли я прокинувся, ми ще навіть не проїхали Лубни. Поїзд часто зупинявся по тривозі або щоб пропустити ешелони важливого призначення... Поїзд йшов поза розкладом, і я не поспішав. На зупинках довго розглядав похмурі російські станції. Нещодавно встановлене обладнання вже справляло враження зношеного.... Корови, що мирно паслися, здавалося, кожен раз дивувалися, коли ревучий гудок потяга виводив їх з задумливою мрійливістю... Мене заворожували сплетення і розгалуження шляхів, стрілки, які переставляли отупіли залізничники-алкоголіки. На товарних перегонах простоювали нескінченні ряди обшарпаних, покритих кіптявою вагонів» [2, с. 125].

На відміну від досить стриманого руху «Алеманди», «Жига» – остання частина роману – це шалено швидкий, нестримний та божевільний біг та метушня, що посилюється з наближенням до кінця роману. Майже до останніх його рядків: «У той же момент з Кохштрассе долинув сильний шум. Люди кричали і бігли, з гучним сплеском розсікаючи воду. Один чоловік на бігу крикнув нам: «Руські! Руські в тунелі!»... Чиясь рука схопила мене за комір і потягла до платформи, вода текла з мене струмками... Я виліз на платформу,

розштовхуючи руками і ліктями переляканих людей, проклав собі дорогу до сходів і помчав, перестрибуючи через три сходинки. На вулиці ні душі, крім трьох есесівців-іноземців, бігли з важким кулеметом і панцерфаустиами до Ціммерштрассе, не звертаючи уваги ні на мене, ні на інших цивільних, що тікали з метро. Я помчав у протилежний бік, вгору по Фрідріхштрассе, між палаючими будинками, трупами і покрученими машинами на північ, на Унтер-ден-Лінден. З розірваної каналізації бив фонтан, зрошуючи тіла і уламки» [2, с. 696].

Крім безпосередньої швидкості пересування, відчуття зміни темпу створюється також зміною емоційного стану героя. У «Сарабанді», що є найповільнішим з танців сюїти, герой одужує після поранення та часто відчувається досить спокійно: «Я повернувся переодягнутися в цивільний костюм і відправився в Лувр; принаймні там, серед застиглих, байдужих статуй, я заспокоювався. Я довго сидів перед «Христом, що лежить» Філіпа де Шампєня» [2, с. 374].

З іншого боку, саме «Сарабанда» описує багато внутрішніх переживань героя, які виливаються емоційним вибухом в сцені з дзеркалом і закінчуються жахливою сценою вбивства матері та вітчима. Так само «Арія», що з точки зору темпу мала б сприйматися і насправді сприймається як повільна частина, а за музичним жанром – ще й не танцювальна, сповнена дуже напружених і складних душевних мук та божевільних фантазій. Тож можна сказати, що фактор темпу в романі в першу чергу пов'язаний із зовнішнім, фізичним рухом, аніж із рухом душевним.

Ще один показник темпу в романі – це інтенсивність роботи героя, його заглибленість в активну діяльність. У «Менуеті», де він насправді захоплений своєю роботою та вкладає в неї багато часу та зусиль, темп розвитку відчувається як досить жвавий, на відміну від «Сарабанди», в якій герой знаходиться у відпустці: «Я занурився в роботу, немов в сірчане джерело П'ятигорська, що оживляє. Цілими днями просиджував на крихітному дивані в кабінеті, жадібно ковтаючи рапорти, кореспонденцію, накази, план-сітки, і час від часу нишком викурював в вікно сигарету» [2, с. 397].

До того ж темп в романі підштовхує і прискорює близькість війни. «Куранта», в якій герой знаходиться безпосередньо в місті військових дій, відповідає більш швидкому танцю сюїти, ніж «Алеманда», в якій він залишається на відстані від лінії фронту, на вже захоплених територіях, а найшвидшою по темпу стає «Жига», де фронт наздоганяє героя.

Тож загалом відчуття темпу в окремих розділах роману залежить від активності та темпу переїздів героя та його роботи і може бути пов'язано в першу чергу з образом та відчуттям війни, а не з внутрішніми переживаннями героя.

Щодо розмежувальних факторів, то окремі розділи роману не мають між собою якихось помітних перерв в часі подій, пауз, що сприймалися би як зупинка розвитку; події роману розвиваються хронологічно і досить зв'язно. Але одним із факторів відокремлення частин композиції стає фактор місця; кожен розділ роману – це інше місце розвитку подій. Навіть враховуючи те, що події більшості частин роману пов'язані з постійними переїздами героя, кожна окрема частина окреслює конкретний географічний регіон: у «Алеманда I та II» події розгортаються, відповідно, спочатку в Україні, а потім на Кавказі, «Куранта» замкнена в Сталінграді, «Сарабанда» тягнє до Франції, в «Менуеті» увагу героя привагує Польща та Угорщина, а в «Арії» місцем дії стає Померанія. Винятком в цій схемі залишається Берлін, з якого починається рух у «Сарабанді», до якого герой постійно повертається в «Менуеті» та який нарешті стає центральним та найголовнішим у фінальній частині, що називається «Жига».

Саме фактор місця дає можливість розділити частину, названу автором «Алеманда I,II», на два окремі розділи, в першому з яких події відбуваються в Україні, а в другому герой переміщається на Кавказ. Підставою для того, щоб розглядати «Алеманду I,II» як дві структурно окремі частини, може бути і той факт, що в барочних сюїтах досить частими є випадки, коли окремі танцювальні номери ідуть з дублями (наприклад, в кожній з Англійських сюїт Й. С. Баха один з номерів подвоюється – дві куранти в сюїті № 1 ля мажор, два буре в сюїті № 2 ля мінор, два гавоти в сюїті № 3 соль мінор та № 6 ре мінор; сюїта ля мінор Жана-Філіпа Рамо містить дві алеманди та дві сарабанди, а сюїта мі мінор – дві жиги та два ригодони). Тож цілком виправданою буде спроба розглядати цю частину не як одну, а як дві.

Виокремлення частин циклу відбувається також на персонажному рівні. Так, одним із факторів, що сприяють відособленості та замкнутості частин роману, є те, що, крім основного героя та ряду персонажів, що періодично з'являються протягом всього твору, є також дійові особи, що стають центральними персонажами лише одного розділу, а в інших або повністю зникають, або появляються тільки у спогадах. Наприклад, тільки в «Сарабанді» – центральній частині

твору – з'являються в реальному часі оповіді (а не в спогадах чи фантазіях) головні герої особистої драми героя: сестра Уна з її чоловіком, мати героя та вітчим.

У «Менуеті» одним із центральних персонажів стає Хелена Андерс, і історія їх знайомства з героєм, що могла би бути сюжетом для окремого, побудованого за всіма правилами драматургії твору, починається та завершується в цій частині роману. Як відлуння цієї сюжетної лінії, в останньому розділі роману залишається лише лист від Хелени: «Це виявилось коротке і недвозначне зізнання в коханні. Вона не розуміє моєї поведінки, – писала Хелена, – і не намагається її зрозуміти, вона хоче знати, чи приїду я до неї, і питає, чи збираюся я з нею одружитися. Чесність і прямота її листа потрясли мене, але було вже надто пізно, і я через опущене вікно машини викинув зім'ятий листок в калюжу» [2, с. 687].

В «Алеманді І» Макса Ауге супроводжує його ординарець, молодий хлопець Ханіка, що піклується про нього протягом довгого шляху. В останній сцені цього розділу Макс стає свідком його загибелі від вибуху і бачить, як «блакить його очей злилася з синявою неба» [2, с. 142]. А у другій «Алеманді» з'являється новий, яскравий персонаж – лейтенант доктор Фросс. Цей молодий лінгвіст, що і у військовому званні залишається в першу чергу науковцем, стає найближчим другом Макса та вносить в роман цілий пласт лінгвістичних відомостей та розповідей про мови народів Кавказу: «Набагато сильніше, ніж його пізнання, мене полонило його ставлення до цього пізнання... знання жило в ньому, було для нього такою собі живою істотою, дарувало йому чуттєву насолоду, немов коханка; Фросс занурювався в нього і завжди виявляв щось нове, вже присутнє, але ще не освоєне, – таке чисте задоволення дитини, яка вчиться відкривати і закривати двері, наповнювати відерце піском, а потім висипати його. Це задоволення, ця радість передавалися слухачеві» [2, с. 165]. Фросс, як і Ханіка, гине в самому кінці цього розділу, випадково отримавши смертельне поранення, і його загибель ніби завершує чергову частину оповіді.

У «Куранті», в пекельному колі Сталінградської облоги, в героя з'являється провідник – Іван, що знає місто як свої п'ять пальців, вмiє знайти безпечні шляхи та не втрачати рівноваги та спокою під обстрілами. Він залишиться в Сталінграді, і наступному розділі про нього згадають лише один раз, коли Макс спробує поцікавитись його подальшою долею і почує у відповідь, що вірогідніше за все він загинув або потрапив у полон.

Два розділи роману – «Токата» та «Арія» – це майже повністю сольні номери головного героя, без участі (в «Токаті») або з мінімальною участю (в «Арії») інших персонажів. Остання ж частина, «Жига», являє собою стрімкий рух до фіналу, в якому вже немає місця новим героям.

Ще один новий персонаж, історія знайомства з яким, як і історія Хелени Андерс, повністю завершена і могла б стати сюжетом для окремого оповідання, – з'являється в короткий період перебування героя у Криму між подіями в Україні та на Кавказі. У цій частині оповіді з'являється юний унтерштурмфюрер ваффен-СС Віллі Партенау, якого герой спокушає, підводячи ідеологічну базу з посиланням на античність під божевільну ідею про те, що гомосексуалізм не суперечить «ідеям третього рейху». Розвиток цієї романтичної пригоди на фоні сонячних морських пейзажів, відтінений дитячими спогадами героя про перше кохання, має цілком очікувану вершину і своє трагічне завершення; дивлячись на свого випадкового коханця, герой відчуває ледь вловиму тривогу, розуміючи, що «через місяць, тиждень або вже завтра чудова плоть в одну мить може перетворитися в м'ясо, криваву обвуглену масу, а ці зелені очі навіки згаснуть. Іноді мені не вистачало його до сліз. Але коли, остаточно видужавши, він поїхав, я ані крапельки не засмутився. Він загинув наступного року під Курськом» [2, с. 155]. Поява цього персонажа, завершеність його історії, а також зміна місця подій дають підстави звернути увагу на фрагмент тексту, що описує кримську відпустку героя як на можливу окрему складову загальної структури. Цей невеликий фрагмент оповіді ніяк структурно не виділений автором, але настільки різко контрастує з подіями війни, що його оточують, що схожий на невелику інтермедію або на повільну другу частину сонатного циклу, розташовану між масштабною першою частиною та рухливим фіналом.

Відокремленості частин роману сприяє також те, що майже в кожній з них можна відстежити свою внутрішню драматургію та завершеність структури, свою кульмінацію та свій фінал. Наприклад, в Алеманда І події починаються з жахливої картини, яку змушений побачити головний герой, – в Луцьку, в замку Любарта центральний двір завалено трупами в'язнів, яких напередодні відступу розстріляв НКВС. Цю сцену можна вважати експозицією, за якою весь подальший розвиток іде шляхом поступового занурення героя в процес знищення людей. У Львові він вже сам стає свідком знущань та вбивств, в Житомирі

та інших місцях – свідком масових організованих розстрілів, а в наймасштабнішій акції, в Бабиному Яру, він вперше змушений сам вбивати людей. Сцену в Бабиному Ярі можна вважати кульмінацією цього розділу, а її завершенням стає сцена вбивства дівчини-партизанки в Харкові, образ якої повернеться до героя в передостанньому розділі роману, коли він залишиться наодинці зі своїми спогадами та совістю.

Друга, кавказька «Алеманда» – це нова історія, не схожа на ту, що розгортається перед читачем в «Алеманді І». Після зустрічі з Отто Олендорфом героя переводять до іншого підрозділу, і подальші події розгортаються в іншому місці, на півдні – в Криму та на Кавказі. На наступних ста сторінках тексту повністю іншою, набагато світлішою, стає атмосфера дії, змінюється душевний та фізичний стан головного героя. Все це дає підстави вважати, що з цього моменту починається та сама Алеманда II, на наявність якої вказує назва розділу.

На відміну від першої «Алеманди», в якій час вимірюється картинами масових розстрілів в різних містах, тут події розвиваються між довгими бесідами, розповідями Фросса про мови та народи Кавказу, етнографічними замальовками, музеєм М. Лермонтова та місцем його поховання. Саме образ М. Лермонтова, атмосфера лермонтовських місць та роздуми про нього стають поштовхом до події, яка виростає в драматичну кульмінацію цього досить спокійного розвитку сюжету: герой, обурений образливими плітками про себе, робить дуже легковажний вчинок і викликає на дуель одного з офіцерів. Дуель не відбувається, але як покарання його переводять в Сталінград.

У «Куранті» чітко прослідковується лінія розвитку подій від абсолютно стійкої реальності поступово через змішування реальних подій з видіннями героя до повного занурення у марення (про це докладніше буде сказано в наступному розділі роботи). Останні сцени цієї частини з точки зору її загальної структури сприймаються дещо відокремленими. Завдяки поясненням, які читач разом з героєм отримує в наступній частині роману, об'єктивно зрозуміло, що поранений Макс Ауге втрачає свідомість, і все, що він бачить далі, це його видіння, і що дирижабль, на який він потрапляє, в реальності був літаком, що вивіз його з сталінградського котла. Але остання цілком фантастична сцена, в якій він опиняється в печері разом із двома братами – карликом та велетнем – що збираються одружитись з його сестрою, і грає з карликом в невідому гру (де виграш це смерть і програш це теж смерть), в той час, як його сестра

урочисто наближається до них у супроводі казково-фантастичних істот та музикантів, – все це з точки зору композиції сприймається як окрема частина, відділена від попередніх подій. У цьому фрагменті тексту змінюється все: місце дії (хоч і уявно), персонажі, стан головного героя.

Така ж складна ситуація виникає і в «Сарабанді». Події цієї частини розвиваються в основному в Берліні, хоча думками герой весь час звертається до Франції і можливості роботи там в дипломатичному представництві. Кульмінацією розвитку стає момент, коли після зустрічі з сестрою герой бачить у дзеркалі обличчя матері, а завершує цю частину загадкова та жахлива смерть батьків героя: жорстоке вбивство вочевидь скоїв сам Макс Ауге, але ні усвідомлення цього, ні навіть пам'яті про скоєне в ньому не залишилось. Останні події цієї частини, що відбуваються в домі вітчима, – це знову зміна місця події та поява нових героїв. Більше того, цей фрагмент роману можна пов'язати з фантастичною сценою в печері з «Куранти»: замкнений простір (печера та дім), двоє монстрів (якими в його дитячій уяві виглядали мати та вітчима), що намагаються відняти в героя кохану жінку, гра, в якій немає можливості виграти – все це поєднує ці два фрагменти роману. В обох цих фрагментах тексту також з'являється пара загадкових хлопчиків-близнюків, що спостерігають за подіями, і обидва рази герой не отримує відповіді на питання хто ж вони такі.

Відповідь на це питання стане зрозумілою для читача далі, в передостанній частині роману «Арії», коли серед документів Уни він знайде фотокартку маленьких близнюків (ці хлопці – діти Уні, і ймовірно самого героя). «Арія», дуже маленька за розміром частина роману, події якої теж відбуваються у замкненому просторі одного дому (цього разу – дому Уни та її чоловіка) і пов'язані з спогадами про сестру та її образом, таким чином, стає останньою ланкою ланцюгу з трьох описаних фрагментів.

Щодо структури «Менуету», то сам автор, додавши до назви цієї частини в дужках коментар «в рондо», дає натяк на те, схожість з якою музичною формою слід тут шукати. Рондо (від *rond* – коло) – це музична форма, в основі якої лежить принцип чергування повторів основної незмінної теми – рефрену (ніби рух по колу) і епізодів, що постійно оновлюються, утворюючи схему А В А С... А. В. А. Цукерман так визначає суть цієї форми: «Найбільш стисло принцип рондо може бути характеризований наступним чином: *чергування різного з незмінним*. Частини що лежать

між проведеннями теми, повинні бути щоразу іншими. Із цього випливає також, що рондо в його нормативному вигляді містить двоякий контраст: 1) тема і епізоди, 2) епізоди між собою... В рондо діють дві сили, одна з яких прагне віддалити нас від центру в будь-яких різних напрямках; інша ж сила прагне повернути нас до незмінного центру» [5, с. 5].

Рондо в його класичному вигляді, з повністю незмінним рефреном, яскраво представлене у творчості французьких клавесиністів (Ф. Куперен, Ж. Ф. Рамо та ін.). Й. С. Бах трактував цю форму дуже вільно і звертався до неї досить нечасто. Пізніше, у віденських класиків, форма рондо стає типовою для фіналів сонатно-симфонічного циклу з характерним для нього жвавим темпом та зв'язком з народними пісенно-танцювальними жанрами. Масштаби окремих частин форми збільшуються, а рефрен під час повторення варіюється.

Близькість до музичної форми рондо в «Менуеті» Дж. Літелла відчувається не тільки в тому, що герой весь час ніби ходить по колу, намагаючись зробити щось корисне і переживаючи поразку за поразкою, але й в структурі всього розділу. Сила відцентрового і доцентрового руху помітна в постійних відрядженнях Макса Ауге, заради яких він весь час залишає Берлін, і після яких завжди повертається до нього. Якщо розглядати повернення до Берліну як повторення рефрену, то епізоди, що знаходяться між ними, насправді контрастують і з ним, і між собою: Люблін та жахи Аушвіца, розкіш королівського палацу Вертегау та Краків, будівництво підземного заводу, Угорщина, ліквідація Аушвіца та перехід в'язнів до територій «старого рейху». Сам рефрен – повернення в Берлін – виконує функції стабілізуючого елементу форми, але його повтори не є і навіть не можуть бути точними, як у французьких клавесиністів. Берлін, до якого повертається герой, кожного разу змінюється, руйнується від бомбардувань, наповнюється біженцями, поступово втрачає силу та впевненість. Поступово картини, в яких автор змальовує Берлін, починають нагадувати картини зруйнованого Сталінграда, які герой бачив в одному з попередніх розділів, де в одному з розбитих будинків в чужій квартирі він слухав на платівці «Турецьке рондо» Моцарта у виконанні російського композитора Сергія Рахманінова [2, с. 298].

Ще одна особливість розвитку подій в романі, що сприяє створенню відчуття відокремленості його частин, – це трагічні розв'язки, якими завер-

шуються деякі розділи. У кінці першої «Алеманди» гине Ханіка, в кінці другої – Фросс, «Куранта» закінчується тим, що герой отримує важке поранення в голову, а в кінці «Сарабанди» вбивають його батьків. Те, що в кінці «Менуету» герой отримує лише легкий струс мозку, що стає приводом для нової відпустки, свідчить скоріше про прискорення розвитку подій в кінці роману, а в останній частині вже він сам починає вбивати, і крапкою після завершення всій подій в останніх реченнях роману стає постріл, яким Макс вбиває свого друга Томаса Хаузера.

Висновки і пропозиції. Загалом, можна зробити висновок, що композиція роману набагато складніша, ніж та структура, яку демонструє автор у назвах частин, і в деяких моментах навіть розділення тексту на окремі частини викликає деякі сумніви.

У романі можна відстежити такі характерні риси форми сюїти:

- темпові контрасти, що проявляються у прискоренні та уповільненні ритму життя героя та мірі його залученості до подій війни;
- відокремленість частин роману, що здійснюється за допомогою зміни місць дії, введення персонажів, що реально присутні тільки в одному з розділів роману,
- наявність у кожному розділі власної структури, логіки розвитку та кульмінаційного моменту та трагічної розв'язки.

За безумовної наявності ознак циклічної форми та прагнення автора вписати свій масштабний твір в схему барочної сюїти необхідно зауважити, що зв'язок структури роману зі структурою сюїти досить умовний. Звертає на себе увагу нерівність масштабів окремих частин: від 286 сторінок в «Алеманді I і II» та 236 в «Менуеті» до 18 в «Токаті»; «Сарабанда» включає 76 сторінок, «Куранта» – 64, «Жига» – 44 сторінки, «Арія» – 34.

Крім того, друга частина роману вже в самій своїй назві показана як така, що складається із двох частин, а під час детального розгляду можна виокремити між цими двома частинами ще й невелику інтермедію, завдяки якій сама «Алеманда» стає схожою на трьохчастинний цикл.

Третя частина роману – «Куранта» – закінчується фантазійним фрагментом, що повністю випадає з логіки розвитку цієї частини, до того ж в ньому змінюється місце подій. Тому цей фрагмент теж можна сприймати як інтермедію, за якою тягнеться ланцюг з ще двох споріднених з нею розділів; другий з них стає завершенням наступної частини – «Сарабанди», а третій, кульмінаційний, – окремою частиною роману, яка називається «Арія».

Загалом, поділ роману на частини виглядає скоріше змістовним, ніж формотвірним, роман поділений ніби не на частини форми, а на етапи розвитку подій. Розгляд структури роману приводить до висновку, що це складна масштабна композиція, яку автор навмисно ховає за маскою мініатюрної камерної форми барочної сюїти.

Список літератури:

1. Друскин М. С. Собрание сочинений в семи томах. Том 1. Клавирная музыка Испании, Англии, Нидерландов, Франции, Италии, Германии XVI –XVIII веков. Санкт-Петербург : Композитор, 2007.
2. Литтелл Дж. Благовоительницы. Москва : АД Маргинем-пресс, 2019. 720 с.
3. Музыкальный энциклопедический словарь. Москва : Советская энциклопедия. 1990.
4. Способин И. В. Музыкальная форма. Москва : Музыка, 1984. 400 с.
5. Цуккерман В. Анализ музыкальных произведений. Рондо в его историческом развитии. Ч. 1. Москва : Музыка, 1988. 175 с.
6. Conversation à Beyrouth / Jonathan Littell, Richard Millet. *Le Débat*. 2007/2 (№ 144). С. 4–24.
7. Izdebska A. Suita Jonathana Littella – O konstrukcji Łaskawych. *Folia litteraria Polonica*. 2(16). 2012. С. 34–42.
8. Roguska A. Suita barokowa jako schemat konstrukcyjny powiesci Jonathana Littella „Łaskawe”. *Łodz. Notes Muzyczny* 1(7). 2017. С. 197–208.
9. The Executioner’s Song. Haaretz 29.05.2008. URL: <https://www.haaretz.com/1.4985953>.

Yakovleva O. M., Semenets O. S. INTERMEDIATE DIMENSIONS OF J. LITTELL’S “THE KINDLY ONES”: FORM-BUILDING PRINCIPLES OF BAROQUE SUITE

The article is dedicated to analysis of music intermediality appearance in the aspect of postmodern writer Jonathan Littell’s realization of formal plotting of his novel ‘The Kindly Ones’ under the principles of baroque suite. There is almost no in-depth study of his creative figure in Ukrainian literary studies. Using conceptual apparatus of intermediate studios and musical terminology, the authors examine the place and role of intermediate bonds with music in the novel and reach to a conclusion regarding postmodern strategy of author’s free arrangement of intertextual references and playful principle of the novel (not following some specific piece of music, but writing his own suite with a foundation of typical structure and peculiarities of music language of this genre’s classical compositions). The analysis of discovering intermediate links with music in the novel demonstrates the existence of such characteristic traits of suite’s form in ‘The Kindly Ones’ as tempo contrasts, separation of novel’s parts, existence of every chapter’s peculiar structure, logical turn of events, culmination and tragic ending. Even though the novel is divided into parts by information rather than form-building, it’s divided not into parts of form, but into stages of turn of events. Such a structure of the novel leads us to a conclusion that it’s a complicated extensive composition, which is purposefully disguised as a miniature baroque chamber suite.

Key words: *intermediality, musicalization, baroque suite, Holocaust, dancing, tempo.*

ПОРІВНЯЛЬНЕ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

УДК 82.091

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/17>

Гурдуз А. І.

Бердянський державний педагогічний університет

«НЕ ЛЮДИ, ЛЮДИ, НЕЛЮДИ» НАТАЛКИ ЛІЩИНСЬКОЇ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ФЕНТЕЗІЙНОЇ РЕЦЕПЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ РЕАЛІЙ

Ступінь заангажованості фентезі перших десятиліть XXI ст. зростає, процеси його політизації варіативні. Інтерпретація національних суспільно-політичних реалій у сучасному фентезі досі не досліджена, її вивчення здатне сприяти розкриттю питань національної самоідентифікації. Органічні в означеному контексті «Не люди, люди, нелюди» Н. Ліщинської.

Мета нашої статті – вперше визначити спільність і специфіку рецепції в «Не людям, людям, нелюдям» національних соціально-політичних реалій у контексті жанрових тенденцій перших десятиліть XXI ст.

«Не люди, люди, нелюди» тяжіють до міського фентезі, виявляючи риси політичного фентезійного роману. Складна художня тканина твору одним зі смислових центрів має мешап-стратегію. Цілісною картиною доля України від часів Київської Русі до перших десятиліть XXI ст. постає завдяки піднесенню як частини необмежено довгого існування козака-характерника Дуборіза та як об'єкт спостереження богині Морани. Окремі етапні події в історії країни у зв'язку з політикою сусідніх Росії й Білорусі інтерпретовані як результат впливу надприродних сутностей на російських політичних очільників. Зосередженість на фентезійно аранжованих подіях Революції Гідності та використання окремих жанрових прийомів зближує роман із «Домом, у котрому заблукав час» В. Гранецької, А. Нікуліної й М. Однорог. Ставка Н. Ліщинської на техніку мешапу не випадкова: у властивих мешап-прозі умовах атак монстрами патріотичний мотив захисту країни природно актуалізований. Наскрізним у «Не людям, людям, нелюдям» є мотив дводушництва та пов'язаний із ним мотив Іншості. Закономірно до світової фентезійної практики образи Інших у Н. Ліщинської зазнають вампіризації, і це психологічна вампіризація. Описана діяльність таємного відділу з роботи з містичним у структурі державного апарату Росії співвідносна з системою Нічної Варти циклу С. Лук'яненка. З огляду на всю політичну заангажованість роману Н. Ліщинської фентезійні закони тут сприяють перенесенню відповідальності з історичної особи на надприродні сили. У виокремленні рис національної ментальності письменниця йде шляхом протиставлення, однак висока моральність є фактором зближення відмінних національних характерів.

Мешап-стратегія «Не людей, людей, нелюдів» дозволила синтезувати оригінальну й порівняно вільну інтерпретацію українських реалій кінця XX – перших десятиліть XXI ст. з актуальними прийомами фентезійного моделювання: зокрема, виокремлення рис національної ментальності, а також взаємонаближення семантики концептів добра і зла. Спосіб рецепції в романі національних суспільно-політичних реалій органічний жанровим тенденціям. Фіксуємо специфічне для мешап-матриці залучення адаптованих мотивів дводушництва та Іншого із психологічною вампіризацією останнього.

Положення статті можуть бути розвинені в типології рецепції соціально-політичної дійсності у фентезі XXI ст. Інтенсифікації студій окресленого напрямку сприятимуть уточнення термінології фентезійної сфери та дотримання під час досліджень принципів послідовності й системності вивчення художнього корпусу на широкому жанровому тлі.

Ключові слова: фентезі, гендер, інтертекст, типологія, рецепція, імператив.

Постановка проблеми. Динамічне зростання українського (передовсім, жіночого) фентезійного корпусу в перші десятиліття XXI ст. засвідчує розгортання жанру суголосно світовим тенденціям та уважність вітчизняного митця до зарубіжного художнього досвіду, а також посилення національного складника в площині рецепції сучасних суспільно-політичних подій. Прикметною рисою фентезійної прози цього часу можна вважати збільшення питомої ваги в ній ступеня заангажованості, розглядаючи цей феномен у контексті формування різновиду фентезійного політичного роману. Процеси часткової чи послідовної політизації сучасного фентезі варіативні: інтенційні (наприклад, передумови й розпад СРСР у «Домі, в якому...» М. Петросян), метафорично описові (монструозний фашизм і Голокост у «Домі дивних дітей» Р. Рігза, «Лабіринті Фавна» Г. дель Торо і К. Функе та ін.), безпосередні описи з роздумами на відповідну тематику (події Революції Гідності в Україні у «Домі, у котрому заблукав час» В. Гранецької, А. Нікуліної й М. Однорог; суспільно-політичні реалії Росії початку XXI ст. в «Amrige 'V'» і «Бетмані Аполло» В. Пелевіна, радянський ГУЛАГ у «Напівжитті» С. Грін тощо).

Інтерпретація національних суспільно-політичних реалій у фентезі третього тисячоліття становить особливе, генетично пов'язане, зокрема, з антиутопічною традицією й досі не досліджуване явище, вивчення якого здатне сприяти розкриттю комплексу важливих нині питань національної самоідентифікації, особливо в постколоніальному ключі. Органічні в означеному фентезійному контексті «Не люди, люди, нелюди» (2018) Наталки Ліщинської присвячено актуальним проблемам становлення й розвитку Української державності, і в пропонованій розвідці вперше визначаємо відповідність роману означеним жанровим закономірностям та його оригінальність на їхньому тлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фентезійна інтерпретація сучасної національної суспільно-політичної дійсності досі не досліджувалася, й аналіз окремих творів цього художнього масиву в такій площині (С. Грін і В. Пелевіна) започатковано нами [4, с. 121]. Певною мірою дотичне до вказаної проблематики студіювання ідеологічного складника фентезі О. Кринициною, К. Корольовим (російського) або Дж. Кавадло (американського), хоча в об'єктиві уваги цих дослідників перебувають національний пафос і трансльовані творами імперативи, а не історична конкретика.

Так само не досліджений поки роман письменниці й науковиці Н. Ліщинської «Не люди, люди, нелюди», складна художня тканина якого одним зі смислових центрів має мешап-стратегію. Значимо, що власне феномен мешап-прози, хоча й потрапляє часом у поле уваги вчених, окреслений мало як у вітчизняному (тут перша спроба розгляду мешап-роману і втілення його концепції в українській прозі належить А. Гурдузу [3], на положення якого в подальшому посиляються Т. Хом'як, О. Ніколова, Я. Кравченко й ін.), так і в зарубіжному літературознавстві (М. Мулві-Робертс, Б. Невський, М. Антоничева, Н. Якавенко й деякі ін.), причому трактований вельми строкато навіть у жанровому форматі (скажімо, у статтях О. Бутеніної і К. Фрумкіна).

Отже, об'єктивне й методологічно виважене вивчення вказаного роману Н. Ліщинської перебуває в руслі актуальних пошуків сучасного літературознавства.

Постановка завдання. Мета пропонованої статті – вперше визначити спільність і специфіку рецепції в романі Н. Ліщинської «Не люди, люди, нелюди» національних соціально-політичних реалій у контексті жанрових тенденцій перших десятиліть XXI ст. Ключовим при цьому є висвітлення а) жанрової специфіки роману; б) способу виокремлення в ньому рис національної ментальності на тлі сучасного фентезі, а також в) ознак розмивання в тексті письменниці полюсів традиційної опозиції добра і зла.

Виклад основного матеріалу. За художніми параметрами «Не люди, люди, нелюди» тяжіють до корпусу міського фентезі, виявляючи водночас риси політичного фентезійного роману. Цілісною панорамою доля України від часів хрещення Київської Русі до перших десятиліть XXI ст. постає завдяки піднесенню як частини необмежено довгого існування «заморочника» й козака-характерника Григорія Дуборіза та як об'єкта спостереження і співпереживання язичницької богині Морани. Неоднозначність і «зайвість» обох цих постатей у сучасності (які іноді змінюють стереотипні для них функції та сполучені з не звичайним для них легендарно-міфологічним контекстом – як «Мара-мойра...» [7, с. 29]) гармонізують коментовану письменницею суперечливість описуваних історичних реалій. Окремі етапні події в історії країни у зв'язку з політикою сусідніх Росії й Білорусі (передовсім кінця XX – початку XXI ст.) інтерпретовані як результат впливу надприродних сутностей на реальних російських політичних очільників (наприклад, на Б. Єльцина

в Біловезькій пуші [7, с. 184]). Фентезійний антураж сповнюють як постаті представників української та світової міфології, так і власне оказіональні авторські образи на зразок душоїдів, дароносців і под. з актуалізацією популярних нині культурних концептів (на кшталт свідомості-лабіринту).

Зосередженість на фентезійно аранжованих подіях Революції Гідності та використання окремих жанрових прийомів зближує роман із ранішим і поспішно зарахованим Т. Белімовою до магічного реалізму [2, с. 375] «Домом, у котрому заблукав час» (2016) В. Гранецької, А. Нікуліної й М. Однорог. Центральний для твору співавторок феномен Майдану Н. Ліщинською осмислений як історично очікувана подія й відправна точка вже наступних націєтворчих реалій, хоча його оцінка так само висока. Глобальності подій Майдану як «потужної пуповини переродження» [7, с. 222] в осмисленні Григорієм Дуборізом сприяє майже безмежний життєвий досвід героя, котрий бачив «...чимало вибухів і революцій» [7, с. 222]; таке тлумачення синонімічне розумінню доленості Революції Гідності В. Гранецькою, А. Нікуліною й М. Однорог, що в художньому світі останніх відповідні події піднесені в міфологізованому «безчассі» [2, с. 216]. Обидві фентезійні концепції суголосні думці Я. Поліщука, що Майдан окреслив «...межі актуального часоподілу, завершуючи перехідний період посттоталітарного й посткомуністичного суспільства та окреслюючи початок нової фази розвитку, що буде керуватися стратегією незалежної держави» [8, с. 37]. Прийом зупинки часу застосовує й Н. Ліщинська, але вкладає в нього інший сенс: метафорична стагнація зображеного в «музеї» світика Олега Варкіна співвідносна з атмосферою бібліотеки душ у третьому томі «Дому дивних дітей» Р. Рітза, бібліотеки-в'язниці в «Крилах кольору хмар» Д. Корній і Т. Владимірової тощо.

Якщо в тексті Н. Ліщинської поворотні події в долі нації показані крізь призму сприйняття «заморочника» для підкреслення їх історичної системності (співвідносне композиційне рішення знаходить В. Лис у «Столітті Якова», де реальним життям героя хронологічно охоплено максимально можливий у сучасному розумінні заголовний термін), то в творі В. Гранецької, А. Нікуліної й М. Однорог, навпаки, фрагмент життя низки українців переломлений в оптиці однієї національної події – Євромайдану кінця 2013 – початку 2014 рр., коли сюжетно зупиняється час, і в такий спосіб авторки роману 2016 р. досягають ефекту

глобальності зображуваного в сакралізованій історичний момент.

Тричленна структура простору в «Домі, в котрому заблукав час» і «Не людям, людям, нелюдам» співвідносна. У художньому світі В. Гранецької, А. Нікуліної й М. Однорог між Богом і людьми перебувають наділені здатністю впливати на людську долю годинникарі. Люди ж у творі Н. Ліщинської, як видно з обіграних у його назві концептів, перебувають між світом надприродних істот (напівзабутих язичницьких божеств Засвіття) і представників різноманітних потвор (нелюдів), до числа яких підтекстно можна зараховувати й моральних монстрів.

Тимчасом як у «Не людям, людям, нелюдам» і «Домі, у котрому заблукав час» прогностичні національно орієнтовані інтенції є оптимістичними, вельми критично оцінює морально-духовний стан сучасної (зображеної в альтернативно-фентезійній метафориці) Великої Британії С. Грін у «Напівжитті» (2014–2016), патріотично, але відверто песимістично відображає реалії пострадянської Росії В. Пелевін у дилогії «Empire ‘V’» і «Бетмані Аполло» (2006, 2013). Водночас коли Н. Ліщинська зосереджена на перспективах сучасної України, В. Гранецька, А. Нікуліна й М. Однорог фокусують увагу на моральному протистоянні майданівців спецпризначенням і неприродності порушення прав людини під час тих подій: «Щоб у центрі європейського міста одні люди переслідували і гнали інших, як звірину, нищили їхне майно, полювали на сплячих і кидали їх за ґрати?» [2, с. 270].

Ставка Н. Ліщинської не на інтертекстуальність загалом, як у попередньому фентезі зі звертанням/згадуванням Революції Гідності («Дім, у котрому заблукав час» В. Гранецької, А. Нікуліної й М. Однорог, «Empire ‘V’» В. Пелевіна), а на техніку мешапу, думається, не випадкова: у властивих мешап-прозі умовах атак недружелюбними монстрами патріотичний мотив захисту країни природно актуалізований, що спостерігаємо в «Авраамі Лінкольні, мисливці на вампірів» (2010) С. Грема-Сміта, «Гордості та упередженні і зомбі» (2009) Дж. Остин і С. Грема-Сміта та ін. Недарма О. Ніколова й Я. Кравченко вказують на «ідеологічно дидактичну природу» цього фентезійного піджанру [12, с. 193]. Показове превальвання громадянського обов'язку над особистими переживання Елізабет Беннет із названого роману Дж. Остин і С. Грема-Сміта: «Але я постійно думаю про захист нашої милої Англії, тому що воістину не може бути вищої мети; звичайно,

почуття закоханої дівчини малезні в порівнянні з цим» [10, с. 111]. У цьому зв'язку «Не люди, люди, нелюди» своєрідно підхоплюють імперативіку роману «Із сьомого дна» (2010) Я. Бакалець і Я. Яріша, причому в тому самому ключі підселення до свідомості персонажів-людей надприродних сутностей (в американському й західноєвропейському мешапі, нагадаємо, домінують мотиви протистояння людей ірраціональним, але фізично видимим вампірам, зомбі і под.).

Таким чином, наскрізним у «Не людях, людях, нелюдах» є мотив дводушництва, популярний у фантастико-фентезійному контексті в варіаціях повного підкорення підселеною сутністю основної особистості чи спротиву «власника» тіла небажаному гостю («Ляльководи» Р. Хайнлайна, «Господиня» С. Маєр, «Гонимарник» Д. Корній та ін.) та пов'язаний із ним мотив Іншості, надзвичайно актуалізований наприкінці ХХ – перших десятиліттях ХХІ ст. (Дж. К. Ролінг, С. Маєр, Р. Рітзом, Д. Корній та ін.). Закономірно до світової фентезійної практики образи Інших у Н. Ліщинської зазнають (психічної [11, с. 240]) вампіризації, чим у сполученні комплексу характеристик «Не люди, люди, нелюди» виявляють певну ідейну близькість до «Варт» (1999–2014) С. Лук'яненка.

Описана в романі Н. Ліщинської діяльність таємного відділу з роботи з містичним у структурі державного апарату Росії співвідносна в сучасному художньому контексті з системою Нічної Варти циклу С. Лук'яненка, а в ранішому – очевидно перегукується з аналогічним утаємниченим відділом держапарату у «Князі світу цього» Г. Климова, хоча в українському романі обговорюваний мотив піднесено більш вибагливо, з залученням низки інших мотивів.

Зауважимо, що, при всій політичній заангажованості аналізованого твору фентезійні закони тут сприяють перенесенню відповідальності з історичної особи на надприродні сили. Так, за концепцією книги, першопричиною політичних кроків сучасної Росії є стратегії ірраціонально підселених до особистості очільника країни сутностей (душоїдів Самуїла і Влада), а не його власні рішення. Водночас духовна сила українського козака в тексті підкреслена так само, як і в тексті «Із сьомого дна» Я. Бакалець і Я. Яріша. Загалом книгу Н. Ліщинської відрізняє віра в силу людини.

У виокремленні рис національної ментальності письменниці йде шляхом традиційного вже в сучасному фентезі протиставлення, як і автори знакових сучасних фентезійних текстів початку

ХХІ ст.: С. Кларк у «Джонатані Стренджі і містері Норреллі» та С. Грін у «Напівжитті» (англійці – французи), В. Пелевін у «Бетмані Аполло» (росіяни – французи) й под. Прикметно, що риси Григорія Дуборіза як виразника українства визначає представник західної ментальності, з погляду якої цей «дикий» [7, с. 126] і «дурнуватий слов'янин» [7, с. 128] здатен на самопожертву. Саме високий моральний вчинок Дуборіза в ім'я коханої стає спільним знаменником, який споріднює відмінні національні характери: для Патрика Маккейна «чужий дотепер, цей-от дикий слов'янин раптом став спільником... ні, рідним, другом, братом...» [7, с. 128].

З-поміж численних домінантних в українському фентезі перших десятиліть ХХІ ст. жіночих постатей (зокрема й у політично забарвленому «Домі, у котрому заблукав час» В. Гранецької, А. Нікуліної й М. Однорог), прикметний у романі Н. Ліщинської образ Клеменс: надприродно обдарована, вона жертвує собою заради кохання – потворної натури Генрі Евері і врятовує його після смерті, зливаючись із його душею в одну [7, с. 221]. У християнському всепробаченні цієї жінки й загалом у такому фіналі цієї пари вбачаємо аналогію до гетевського «Фауста», де героя врятовує шире кохання Маргарити Гретхен. Водночас суперечливість у світлі християнського канону авторського коментарю («...світло навіть п'тьмі не відмовляє в існуванні» [7, с. 221]) цілком органічна загальній концепції «Не людей, людей, нелюдів». Для порівняння: в білоруському християнському фентезі «Сім каменів» (2015) О. Шеїна, котре викликає чіткі паралелі з мінськими подіями «Площі 2010», на які натякає й сам автор [9], провідним образом може бути тільки чоловічий.

Прикметно, що важкі часи у зв'язку з подіями на Донбасі в творі Н. Ліщинської передбачає Яків Міхельзон, дізнаючись про це з «музики небесних сфер» [7, с. 61], а герой «Дому, у котрому заблукав час» відповідні майбутні для нього події бачить у віщому сні. З огляду на відчутний у тексті Н. Ліщинської язичницький мотив єднання з природою музичний мотив вельми органічний (зіставмо з роллю небесної музики в «Семи каменях» О. Шеїна), хоча у фентезійній реальності він, знову ж таки, свідчить про невідворотні й не залежні від людей події.

З огляду на специфіку ракурсів висвітлення подій психологізовані постаті протестувальників бачимо в «Домі, у котрому заблукав час», а також у фентезійній Еферії з «Семи каменів», тимчасом як у «Не людях, людях, нелюдах» психологічно

розроблено швидше образи представників правлячої влади та особистості, які претендують на цю владу.

Виявляємо в тексті Н. Ліщинської тенденцію розмивання меж між полюсами традиційної бінарної опозиції добра і зла у фентезійному корпусі кінця ХХ – перших десятиліть ХХІ ст. (мотивовану в романі, крім іншого, складністю описуваних соціально-політичних подій у перехідний і вирішальний для українців час перших декад ХХІ ст.). Наприклад, той факт, що «...світла сила позначила злодія та вбивцю...» [7, с. 124], наводить Григорія Дуборіза на наступні думки: «Хтось може незрячою добротою мостити шлях до пекла, а інший, лютий і лихий, перерубує канати, коли підвісим мостом у Світ якраз переходить зло...» [7, с. 124]. Пригадаймо варіювання аналогічного положення в «Обличчі Чорної Пальміри» (2003) В. Васильєва («Світло легко стає Темрявою, коли розпочинає переслідувати власні інтереси. [...] А Темрява так само легко стає Світлом, коли не переслідує свої» [1, с. 276]), у «Гонимарнику» (2010) («Те, що вчора здавалося добром, легко може стати нині злом, і наоборот теж буває...» [5, с. 74]) або «Зворотному боці світла» (2012) Д. Корній («Світло і темрява – то лишень два боки одного цілого...» [6, с. 183]).

Висновки і пропозиції. Як видно з вищесказаного, покладена в основу «Не людей, людей,

нелюдів» мешап-стратегія дозволила синтезувати оригінальну й відносно вільну інтерпретацію Н. Ліщинської українських реалій кінця ХХ – перших десятиліть ХХІ ст. з актуальними прийомами фентезійного моделювання: передовсім, виокремлення рис національної ментальності шляхом протиставлення, а також розмивання меж між полюсами класичної опозиції «добро – зло». Компаративний аналіз засвідчив органічність способу рецепції в романі національних суспільно-політичних реалій відповідним жанровим тенденціям і специфічне для мешап-матриці залучення адаптованих мотивів дводушництва та Іншого із психологічною вампіризацією останнього.

Положення пропонованої статті можуть бути розвинені в подальшому розробленні типології рецепції соціально-політичної дійсності у фентезійному мистецтві ХХІ ст., що є продуктивним з огляду на формування нових жанрових різновидів, зокрема політичного фентезійного роману. Інтенсифікації студій окресленого напрямку сприятимуть уточненню термінології фентезійної сфери та дотриманню під час досліджень (у першу чергу, в етноімагологічній і постколоніальній площинах) принципів послідовності й системності вивчення художнього корпусу на широкому жанровому тлі.

Список літератури:

1. Васильєв В. Н. Лик Черной Пальмиры. Москва : АСТ: Люкс; Киев : НКП, 2005. 318, [2] с.
2. Гранецька В., Нікуліна А., Однорог М. Дім, у котрому заблукав час : роман. Харків : Фоліо, 2017. 378 с.
3. Гурдуз А. І. Мешап-проза: історія гри з історією. *Науковий вісник Миколаївського державного університету ім. В. О. Сухолинського* : збірник наук. пр. Сер.: Філологічні науки / за ред. В. Д. Будака, М. І. Майстренко. Миколаїв: МНУ ім. В. О. Сухолинського. 2013. Вип. 4.11 (90). С. 44–48.
4. Гурдуз А. І. «Напівжиття» Саллі Грін у фентезійному полі кінця ХХ – перших десятиліть ХХІ ст. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія* / гол. ред. серії М. В. Мамич. Одеса : Вид. дім «Гельветика», 2021. Вип. 48. Т. 2. С. 119–122.
5. Корній Д. Гонимарник / передм. Люко Дашвар. Харків : Кн. клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2010. 336 с.
6. Корній Д. Зворотний бік світла: роман / передм. Г. Пагутяк. Харків : Кн. клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2013. 320 с.
7. Ліщинська Н. Не люди, люди, нелюди: роман. Київ : Вид. група КМ-Букс, 2018. 224 с.
8. Поліщук Я. Реактивність літератури. Київ : Академвидав, 2016. 192 с.
9. Шэін Аляксей кінуй выклік Толкіену і Льюісу – напісаў першае беларускае фэнтэзі. *Радыё Свабода*. 2015. 18 красавіка. URL: <http://www.svaboda.org/a/26964781.html>.
10. Austen J., Grahame-Smith S. *Pride and Prejudice and Zombies*. Philadelphia: Quirk Books, 2015. 297 p. PDF Drive. URL: <https://ru.pdfdrive.com/pride-and-prejudice-and-zombies-the-cla-e193723328.html>.
11. *Encyclopedia of the Vampire: The Living Dead in Myth, Legend, and Popular Culture* / ed. S. T. Joshi. Santa Barbara, California; Denver, Colorado; Oxford, England: Greenwood, 2011. XVII, 453 p.
12. Nikolova O. O., Kravchenko Ya. P. Distinctive characteristics of the Ukrainian mashup prose vs. American and European tradition. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*. 2020. № 2. С. 189–194.

**Gurduz A. I. “NOT PEOPLE, PEOPLE, NOT-HUMANS” BY NATALKA LISHCHYNSKA
IN THE CONTEXT OF THE MODERN FANTASY RECEPTION OF NATIONAL
SOCIAL-POLITICAL REALITIES**

The bias degree in fantasy of the first decades of the XXI century is growing, and the processes of its politicization are variable. Interpretation of national social-political realities in the modern fantasy is not researched yet, and its study can contribute to the disclosure of the national self-identification problems. “Not People, People, Not-Humans” by N. Lishchynska are organic in this context.

The purpose of our article is to determine the commonality and specificity of national socio-political realities reception in “Not People, People, Not-Humans” in the context of genre tendencies of the first decades of the XXI century for the first time.

“Not People, People, Not-Humans” tends to urban fantasy, revealing the features of a political fantasy novel. The complex artistic fabric of the novel has a mash-up strategy as one of the semantic centers. A holistic picture of the destiny of Ukraine from the times of Kiyvska Rus to the first decades of the XXI century appears due to its depiction as a part of the indefinitely long existence of the cossack-sorcerer Duboriz and as an object of observation of the goddess Morana. Certain milestones in the state history in connection with the policies of neighboring Russia and Belarus are interpreted as the result of the influence of supernatural beings on Russian political leaders. The focus on the fantasy-arranged events of the Revolution of Dignity and the use of certain genre techniques brings this novel closer to “The House in Which Time Was Lost” by V. Granetska, A. Nikulina and M. Odnoroh. N. Lishchynska’s bet on the mash-up technique is not accidental: in the conditions of attacks by monsters inherent in mash-up-prose, the patriotic motive of defending the country is naturally actualized. The motive of the two-souls being and the related motive of Otherness are constant in “Not People, People, Not-Humans”. Naturally for the world fantasy practice, the images of Others in N. Lishchynska’s text are vampirized, and that is the psychological vampirization. The activity of the secret department for work with the mystical in the structure of the Russia state apparatus, that is depicted in the novel, is correlated with the Night Watch system in S. Lukyanenko’s cycle. For all the political bias of N. Lishchynska’s novel, the fantasy laws here contribute to the transfer of responsibility from the historical figure to the supernatural forces. In distinguishing the features of the national mentality, the writer follows the path of opposition, but high morality of the hero is a factor in the convergence of different national characters.

Mash-up-strategy of “Not People, People, Not-Humans” allowed to synthesize an original and relatively free interpretation of the Ukrainian realities of the end of the XX – the first decades of the XXI centuries with actual techniques of fantasy modeling: highlighting the features of the national mentality, as well as the approximation of the semantics of good and evil concepts. The method of reception in this novel of national socio-political realities is organic to genre tendencies. We find the involvement in the artistic text of adapted motive of the two-souls being and the motive of the Other with the psychological vampirization of the latter, which is specific for the mash-up matrix.

The positions of our article can be developed in the typology of the socio-political reality reception in the fantasy of the XXI century. Refinement of the fantasy-sphere terminology and adherence to the principles of consistency and systematic study of the artistic corpus on a broad genre background will be able to facilitate the intensification of fantasy studies

Key words: *fantasy, gender, intertext, typology, reception, imperative.*

Маркова М. В.

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

ЕДМУНД СПЕНСЕР ЯК ПЕТРАРКІСТ

Стаття присвячена англійському поетові XVI століття Едмундові Спенсерові. Розглянуто основні події його життєвого шляху, що безпосередньо вплинули на становлення його поетичної манери, зокрема одруження з Елізабет Бойл. Проаналізовано ліричний цикл «Аморетті» під кутом зору функціонування у ньому традиційних петрарківських образів, тем і мотивів (протиставлення болю та задоволення, відчаю і надії, пристрасті та платонічної любові, посмішки й похмурості, льоду й полум'я; мотив смерті ліричного героя від кохання; образи облоги, війни, полону та рабства; стереотипний портрет коханої жінки, її уподібнення до сонця; відчужена та гордовита поведінка героїні; повстання ліричного героя проти влади Пані Серця та його капітуляція; випадки закоханого проти конкурентів; плачі ліричного суб'єкта та навіть прокльони тощо), розкрито історію його створення та публікації, встановлено прототипи головних персонажів. На прикладі сонета XXXIV, що корелює із сонетом CLXXXIX «Канцоньєре», увиразнено особливість індивідуально-авторського різновиду петраркізму, витвореного Е. Спенсером, та підкреслено його новаторство на фоні європейського петрарківського руху. Зроблено висновок про те, що у формальній площині найвагоміший здобуток англійського митця полягав у тому, що поет відмовився від кільцевого принципу римування своїх попередників, замінивши його перехресним, та запропонував власну оригінальну схему сонета: abab bcbc cded ee. У плані змісту своєрідність петраркізму Е. Спенсера проявилася насамперед у тому, що йому вдалося органічно поєднати характерну для петрарківського дискурсу платонівську та протестантську філософські парадигми, оригінально видозмінивши концепцію кохання, притаманну ліриці Ф. Петрарки і його численних наступників, знівелювавши тим самим її центральний конфлікт – між земним почуттям до жінки та світлою любов'ю до Бога.

Ключові слова: «Аморетті», Е. Спенсер, Е. Бойл, петраркізм, сонет, Ф. Петрарка.

Постановка проблеми. Магістральні шляхи англійської ренесансної літератури нерозривно пов'язані із художньо-естетичним феноменом петраркізму. Впливу великого італійського гуманіста Ф. Петрарки не зумів уникнути навіть найгеніальніший митець цього часу В. Шекспір. У полі петрарківських традицій творив і такий мало знаний в Україні поет, як Е. Спенсер. Аналіз його лірики під кутом зору рецепції петраркізму є основним завданням нашої статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Творчий спадок Е. Спенсера, на жаль, не користується популярністю серед представників вітчизняної літературознавчої науки. У цьому контексті можемо згадати лише праці І. Білоконенко [1], С. Ніколаєнко [5], Л. Привалової [8], Н. Семешко [9] та М. Щербини [11]. Так, із наукової розвідки останньої маємо змогу почерпнути чимало біографічних даних про англійського автора, важливих для розуміння своєрідності його поетичної манери.

Виклад основного матеріалу. Народився Е. Спенсер у східному Лондоні, у Смітфілді, в родині бідного кравця Джона Спенсера, котрий

переїхав до столиці з провінції незадовго до народження сина. Точна дата його появи на світ невідома, навіть рік – 1552 – дослідники визначають лише приблизно, спираючись на опосередковані дані. Достеменних відомостей про дитинство майбутнього письменника теж не збереглося, лише віднайдено документальні свідчення про його навчання у привілейованій граматичній школі Мерчант-Тейлорз (1561–1569). Запис в архівах одного з коледжів також підтверджує, що Е. Спенсер був вільним слухачем і стипендіатом Кембриджського університету (1569–1576). Ймовірно, там юнак серйозно вивчав філософію. Біографи митця пишуть, що в цей час він багато хворів, але попри це, саме період навчання в Кембриджі виявився вирішальним для розвитку його художніх здібностей та самоусвідомлення як поета. У 1573 р. Е. Спенсер здобув ступінь бакалавра, у 1576 р. – магістра. Про те, чим він займався після закінчення університету, існують лише припущення. Так, О. Анікст – автор статті про Е. Спенсера в академічній «Історії англійської літератури», посилаючись на трактат останнього

«Погляд на сучасне становище Ірландії», висловлює думку, що у цей час поет-початківець подорожував Ірландією. У 1577 р. Е. Спенсер став секретарем свого доброго друга Джона Янга, єпископа Рочестерського. Протягом наступного, 1578 р., – проживає у будинку Роберта Дадлі, графа Лестера в Стренді, де знайомиться з Філіпом Сідні та Едвардом Даєром, котрі на той час перебувають у самому центрі придворного культурного життя. Разом митці створюють літературне співтовариство на зразок французької «Плеяди» [8, с. 12]. У 1579 р. було опубліковано першу значну працю Е. Спенсера – «Пастуший календар» – цикл із 12 пасторальних буколік, кожна з яких відповідала одному з місяців року. Автор у ній приховався за псевдонімом “Immerito”.

У 1580 р., мабуть, завдяки клопотанням графа Лестера, митець був призначений секретарем Артура де Вілтона, лорда Грея – королівського намісника в Ірландії. Поет залишався на цій службі протягом двох років, після чого почав самостійну кар’єру на півдні Ірландії. Найбільш прибутковою виявилася посада заступника секретаря Ради у справах провінції Манстер, яку Е. Спенсер успадкував від Людовика Брискета. Приблизно в цей же час митець починає роботу над своїм найвідомішим твором – поемою «Королева фей». Влітку 1589 р. йому вдалося закінчити її перші три книги. Волтер Релі, котрий у той період проживав у Манстері і був мером міста Йогал, побачивши рукопис Спенсерового твору, запропонував показати його королеві. Восени цього ж року В. Релі та Е. Спенсер вирушають до Лондона, де фаворит Єлизавети відрекомендував їй молодого поета та його творіння. Натхненний щирою підтримкою вельможного покровителя, Е. Спенсер сподівався, що його поема забезпечить йому надійне становище при монаршому дворі, але ці сподівання виявилися марними. Ощадлива королева призначила йому лише досить мізерну за тогочасними мірками пенсію – 50 фунтів [2, с. 20]. У Лондоні Е. Спенсер прожив майже 18 місяців. За цей час він відправив видавцям остаточну редакцію перших трьох книг «Королеви фей» та дві менші за обсягом роботи – пасторальну елегію «Дафнаїда» (“Daphnaida”, 1591) і збірку віршів різних жанрів під назвою «Скарги» (“Complaints”, 1591). Протягом 1591–1594 рр. письменник продовжує роботу над «Королевою фей». На цей же період припадає і його роман з Елізабет Бойл, що увінчався одруженням. Після весілля вийшла друком ще низка творів Е. Спенсера. Першим став поетичний том, куди ввійшли сонетний цикл «Аморетті», чотири

невеликі вірші без назви, охрещені дослідниками як «Анакреонтика», й оригінальний твір «Епіталамійон» (“Epithalamion”) – поема, написана митцем із нагоди власного шлюбу. На початку 1596 р. у видавничий реєстр також були внесені IV, V і VI книги «Королеви фей». Їх публікація та одночасне перевидання перших трьох піднесли автора на вершину поетичної слави, проте Е. Спенсер не залишає державної служби.

Парадоксально, але саме політична діяльність трагічно відбилася на особистому житті поета. Запровадження реформованої англіканської церкви в католицькій Ірландії супроводжувалося конфіскацією кланових земель і призводило до масового зубожіння населення, що, зрештою, спричинило тут низку народних повстань. У 1598 р., за рекомендацією королеви Єлизавети, митець був призначений шерифом графства Корк. У розпал повстання замок Кілколман, у якому Е. Спенсер проживав із родиною, було спалено. Спенсерам удалося втекти і знайти притулок у Корку, але є відомості, що під час пожежі загинув син письменника. Це надломило його. Повернувшись до Лондона, митець повністю відійшов від державних справ, покинув творчість і в січні 1599 р. помер, майже всіма забутий і покинутий.

Стосовно точного року смерті Е. Спенсера й донині ведеться жвава полеміка. У багатьох енциклопедіях і довідкових виданнях він визначений як 1599. Проте на надгробній плиті поета написано: «Тут покоїться (в очікуванні Другого Пришестя Спасителя нашого ІСУСА ХРИСТА) тіло Едмунда Спенсера, Князя Поетів свого часу, Божественний Дух якого не потребує жодного іншого підтвердження, аніж твори, які він залишив після себе. Він народився в Лондоні в 1553 році й помер у 1598 році» [3, с. 359]. Можливо, як припускає М. Щербина, така плутанина спричинена користуванням у тогочасній Європі різними календарями, адже сучасна Е. Спенсерові Англія ще не перейшла на Григоріанський календар, а більшість католицьких країн такий перехід уже здійснили. За старим календарем дата смерті митця могла припадати на кінець 1598 р., а за новим – уже на початок 1599 р. [11, с. 95].

Звертаючись до проблеми петраркізму Е. Спенсера, варто насамперед сфокусуватися на його «Аморетті». Сама назва сонетного циклу, що складається з 89 віршів, перекладається як «маленькі кохання» або ж «маленькі Амури» (в російському перекладі О. Покідова – «Любовные послания»). У ньому митець талановито продовжує розвиток петрарківської течії в англійській

літературі, започаткованої Томасом Ваєттом та Генрі Говардом, проте його твори суттєво відрізняються від основного продукту петрарківської традиції принаймні одним аспектом. Як зазначає Гаг Маклін, «що найбільше виокремлює «Аморетті», так це переспрямування бажання із недоступної донни на жінку, з якою поет може одружитися» [12, с. 638]. Е. Спенсер писав свої поезії для вже згадуваної Елізабет Бойл, котру щиро кохав і яка, зрештою, стала його другою дружиною (перша дружина поета – Макабрія Чайльд – померла наприкінці 1590 р.). Саме це кардинально відрізняє його як від самого Ф. Петрарки, так і від Т. Ваєтта, Г. Говарда та найвідомішого англійського петраркіста Ф. Сідні. Проте ще вагоміша новація Е. Спенсера полягала, на наш погляд, у формальній площині, а саме у тому, що митець відмовився від кільцевого принципу римування своїх попередників, замінивши його перехресним, та запропонував власну оригінальну схему сонета: abab bcbc cdc d ee, у якій зв'язав усі три катрени двома четвертними римованими рядами. Як наслідок – виник цікавий ефект, коли другий катрен начебто підхоплює наспів першого, а третій підхоплює і продовжує його ще раз.

Зазначимо, що до циклу «Аморетті», написаного в основному між 1593 р. і 1594 р., автор включив і вірші, створені кількома роками раніше та присвячені іншим жінкам. Таких поезій кілька, наприклад, сонет VIII, написаний за шекспірівським зразком, а також сонет LXXXVIII, що, очевидно, з'явилися у лондонський період життя Е. Спенсера. Біографи митця згадують у зв'язку із цими текстами такі імена, як леді Кері та Розалінда [7, с. 4]. Сама Елізабет Бойл, попри статус нареченої поета у реальному житті, у художньому світі «Аморетті» виступає типовою петрарківською героїнею. Вона горда і надмінна (сонети V, VI, XXXVI, XLI, XLIX), скупа на прояви теплих емоцій (XIX), неприступна (XXVIII), дуже жорстока (XX, XXXI, XLVIII) і порівнюється то з хижими звірами (LVI, LIII), то з тираном (LV), то з катом, що безжально веде на плаху свою жертву (LVII). Однак ліричний герой вбачає своє життєве призначення лише в одному – якнайдогідливіше і якнайсумлінніше служити цій жінці (LXXII), через вірші зробити її безсмертною у віках (LXIX, LXXV, LXXXII), бо вона – найдосконаліше творіння Господа, земний образ небесної краси (IX, LXI, LXXIX). Мета «Аморетті» задекларована вже у першому сонеті збірки: *“Leaves, lines, and rymes, seeke her to please alone, // whom if ye*

*please, I care for other none”*¹ [13]. Всі спроби ліричного суб'єкта Е. Спенсера прихилити Пані Серця до себе, звісно ж, виявляються безрезультатними, і навіть складається враження, що від палкої вогняної пристрасті закоханого її льодяне серце, мовби насміхаючись над усіма природними законами, стає ще холоднішим (XXX). Аби вгодити примхливій володарці, протагоніст приміряє на себе найрізноманітніші маски, виконує перед нею найрізноманітніші ролі, тобто випробовує всі можливі способи поведінки (що, очевидно, свідчить про те, що петраркізм із його куртуазною концепцією кохання-служіння автор сприймав як гру), проте все марно, бо жінка – кам'яна: *“Yet she beholding me with constant eye // delights not in my merth nor rues my smart: // but when I laugh she mocks, and when I cry // she laughs, and hardens euermore her hart. // What then can moue her? if nor merth, nor mone, // she is no woman, but a sencelesse stone”*² [13]. Коли володарки немає поруч, герой сонетів Е. Спенсера проливає ріки сліз (LXXXVIII), його серце хоче вилетіти пташкою з грудей і податися до коханої (LXXIII), а розлука із нею прирівнюється до смерті (LXXXVIII). Не маючи змоги бути поруч, коханець посилав зворушливі листи і заздрить навіть сторінкам паперу, на які дивитимуться очі-зорі та яких торкатимуться милі пальці (I).

Загалом «Аморетті» охоплює практично весь каталог типових петрарківських образів, мотивів, ідей, антитез. Маємо тут і тематичне протиставлення болю та задоволення (XXX), відчаю і надії (XXVI), пристрасті та платонічної любові (XXI), посмішки й похмурості (XL), льоду й полум'я (XXX, XXXII), і ситуації вмирання ліричного героя (VII, XI, XXV, XXVI), й образи облоги, війни, полону та рабства (XI, XII, XIV, XLII, LVII), і стереотипну красу коханої жінки (XV, LXIV, LXXXI) та її уподібнення до сонця (LXXXIX), і її відчужену та гордовиту поведінку (VIII, LXI, LVIII, LIX), і повстання ліричного героя проти влади Пані Серця та капітуляцію (XLIII), і його випадки проти конкурентів (LXXXVI), і мотиви облагороджувальної сили любовного почуття (III, LXXX, LXXXV) та безконечно довгої розлуки закоханих (LXXVIII, LXXXVI, LXXXVII, LXXXVIII), і традиційні плачі ліричного суб'єкта та навіть

¹ Страницы, строки, рифмы – вот мой стих: // Коль ей по нраву, что мне до других! [10, с. 13].

² Она следит бесстрастно за игрой, // Что в ней пока никак не отзовется: // Смеюсь – глумится; я в слезах порой – // С упорством сердца надо мной смеется. // Что ей мой стон и мой веселый вид! // Не женщина – бесчувственный гранит [10, с. 67].

прокльони (X, LVIII, LIX). При цьому, якими би жалісливими не були скарги героя Е. Спенсера на любовну долю, крізь слізни петрарківські формули в «Аморетті» чітко проглядають обнадійливі настрої. Петрарківська поетична манера не в змозі приховати щасливого стану закоханості автора, і це найбільше помітно у тих текстах, де англійський митець перекладає чи переспівує самого Ф. Петрарку.

Звернімося, для прикладу, до сонета XXXIV, що корелює із сонетом CLXXXIX «Книги пісень». У центрі твору – метафора корабля, яку італійський поет використовував для порівняння любовного почуття з бурхливим морем. Погодні умови все погіршуються, шторм набирає руйнівної сили, а ліричний герой Ф. Петрарки, блукаючи між Сциллою і Харибдою, раптом втрачає останню надію – дороговказні зірки – ясні Лаурині очі: «*Из вантажем забутку, в буревій, // Мос судно блукає в океані, // Грозить тут Сцилла, там Харибда мане, // Стерник мій пан, ба ні, противник мій. // На гребках ручих дум веселий рій // Куйовдяться й кричать без перестану. // Одвічний вихр жаги і сподівання // Вітрила рве у сутичці крутій*» [6, с. 162]. Вишукана метафорика процитованого сонета вже давно розшифрована літературознавцями: корабель – це людина, змордована самотністю та безнадією, пан – її розум, чий аргументи не співпадають із веліннями серця, весла – думки про смерть, вітрило – розірване на шматки серце, туман – неможливість знайти вихід зі складної любовної ситуації, порт – оволодіння коханою жінкою. Зазначимо, що перший переклад цього тексту Ф. Петрарки на англійську мову був здійснений Т. Ваєттом, котрий дуже точно відтворив оригінал, за винятком однієї зміни – корабель у нього пропливає не між Сциллою і Харибдою, а просто «поміж скель» («*tween rock and rock*»). У версії Е. Спенсера герой також перебуває в аналогічному до петрарківського становищі: він «*як корабель*» («*lyke a ship*» [13]), його теж веде зірка («*conduct of some star*» [13]), і «*шторм затьмарює її надійне керівництво*» («*a storme hath dimd her trusty gujde*» [13]). При цьому, як і Т. Ваєтт, він відмовляється від образу міфологічних чудовиськ та заміщує його образом Геліки – сузір'я Великої Медведиці. Проте важливішим для нас є інше – якщо вихідна ситуація ліричного сюжету у Ф. Петрарки та Е. Спенсера ідентична, то фінал абсолютно різний. В італійця вірш закінчується пафосом гіркою відчаю та повною зневірою закоханого у можливості порятунку: «*В тумані розпачу, під сліз потоком //*

З нерозуму посплітані канати // Звисають вже мачулами із борту. // Погасли мої вогниці двооки. // То вмінню гинуть, тямі пропадаю? // Зневіривсь я потрапити до порту» [6, с. 162]. Натомість ліричний герой англійського митця, хоча і перебуває під владою зневіри, намагається не втрачати оптимізму. Він упевнений – шторм рано чи пізно вгамується, хмари розсіються, а зірки на небі знову засяють яскравим світлом: «*Yet hope I well, that when this storme is past, // My Helice the lodestar of my lyfe // will shine again, and looke on me at last, // with louely light to cleare my cloudy grief. // Till then I wander careful comfortlesse, // in secret sorrow and sad pensiuenesse*»³ [13].

Форма, обрана автором для публікації своїх любовних сонетів (разом із «Епіталаміоном»), не випадкова. Том, у якому були надруковані тексти, відводив окрему сторінку на кожен вірш та на кожен строфу поеми. Спарувавши петрарківські сонети «Аморетті» з твором, що прославляв і звеличував кохання, продовжене у щасливому шлюбі, Е. Спенсер підкреслював особливе місце власної любовної лірики у системі петраркізму. Публікація названих текстів одним томом також дозволяла вирішувати певні проблеми, що поставали в англійському пуританському суспільстві у зв'язку з рецепцією петрарківської концепції кохання. Насамперед, це стосується співіснування у межах єдиної світоглядної системи чуттєвої пристрасті до жінки та любові до Господа. Якщо звичайна людина, подібно до Ф. Петрарки, не може повністю відмовитися від плотських бажань заради вищих цінностей та ігнорувати тілесні спокуси, то єдиним виходом із цієї ситуації може бути одруження. Шлюб у сучасній Е. Спенсерові Англії розглядався як засіб збереження добродетельності та чистоти, позаяк статеві стосунки між подружжям вважалися приємними для Господа, цнотливими – і це саме те, на що натякає автор, поєднуючи «Аморетті» з «Епіталаміоном». Таким чином, Е. Спенсер пропонує протестантський погляд на шлюб як відповідь на питання, породжені складною внутрішньою боротьбою ліричного суб'єкта «Книги пісень». Він дає зрозуміти, що абсолютно всі людські бажання є природними та навіть прекрасними, якщо вони належним чином узаконені перед Господом. Переміни настрою закоханого, його зануреність в емоції, роль героїні є в «Аморетті» Е. Спенсера абсолютно петрарківськими,

³ Но верю, что расстанусь со штормами, // И жизни путеводная звезда, // Моя Гелика, яркими лучами // Мне грусть развеет мрачную тогда. // До той поры хожу во мраке я, // В задумчивости скорбь свою тая [10, с. 47].

проте йому вдається узгодити кохання до жінки з любов'ю до Бога. І цим англійський митець якраз і розходиться кардинально з Ф. Петраркою, котрому таке примирення ніяк не вдавалося [4, с. 300].

Висновки і пропозиції. Бачимо, отже, що Е. Спенсер зумів органічно поєднати характерну для петрарківського дискурсу платонівську та протестантську філософські парадигми,

оригінально видозмінивши концепцію кохання, притаманну ліриці Ф. Петрарки і його наступників, витворивши тим самим власний неповторний різновид петраркізму. Звісно, наша розвідка не вичерпує усіх аспектів порушеної проблеми. Так, зокрема, подальшого дослідження потребує питання переломлення петрарківських традицій у поемі Е. Спенсера «Королева фей» та інших текстах англійського митця.

Список літератури:

1. Білоконенко І. Особливості опису кохання у циклі сонетів Е. Спенсера «Amoretti». *Від бароко до постмодернізму*. 2012. Вип. 16. С. 11–15.
2. Комарова В. Современники Шекспира: Филип Сидней, Эдмунд Спенсер, Уолтер Роли: очерки о поэзии и прозе. Санкт-Петербург : [б. и.], 2010. 52 с.
3. Лукьянов А. Эдмунд Спенсер. Жизнь, карьера, поэзия. *Спенсер Э. Сонеты, песни, гимны о любви и красоте*. Москва : «СПСЛ», «Русская панорама», 2011. С. 328–363.
4. Маркова М. Сонет Франческо Петрарки про лань у рецептивному полі англійської літератури XVI століття. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2020. Вип. 30. Т. 2. С. 296–301.
5. Ніколаєнко С. Архітектура сонетного циклу Е. Спенсера «Аморетті». *Література в контексті культури*. 2013. Вип. 23 (2). С. 63–69.
6. Петрарка Ф. Канцоньєре. Харків : Фоліо, 2008. 282 с.
7. Покидов А. «Серебрянная труба» англійського Возрождения. *Спенсер Э. Любовные послания*. Москва : Грааль, 2001. С. 2–6.
8. Привалова Л. Э. Спенсер – поэт и придворный. К дискуссии о статусе поэзии и поэта в елизаветинской Англии. *Від бароко до постмодернізму*. 2014. Вип. XVIII. С. 9–15.
9. Семешко Н. До проблеми формування жанрово-стильової картини англійського Відродження: «Астрофіл і Стелла» Ф. Сідні та «Аморетті» Е. Спенсера на тлі ренесансного оновлення поетичних форм. *Наукові записки Харківського національного педагогічного університету ім. Г. С. Сковороди. Літературознавство*. 2012. Вип. 3 (1). С. 122–131.
10. Спенсер Э. Сонеты, песни, гимны о любви и красоте. Москва : «СПСЛ», «Русская панорама», 2011. 440 с.
11. Щербина М. Життєвий шлях та творчі пошуки Едмунда Спенсера. *Ренесансні студії*. 2010. Вип. 14–15. С. 73–96.
12. Edmund Spenser's Poetry. New York : Norton, 1993. 860 p.
13. Spenser E. Amoretti and Epithalamion. URL: <http://www.luminarium.org/renascence-editions/amoretti.html>.

Markova M. V. EDMUND SPENSER AS A PETRARCHIST

The article is devoted to the English poet of the XVI century Edmund Spenser. The main events of his life that directly influenced the formation of his poetical style, in particular his marriage to Elizabeth Boyle, are considered. The lyrical cycle "Amoretti" is analyzed from the point of view of functioning of the traditional Petrarch images, themes and motives in it (opposition of pain and pleasure, despair and hope, passion and platonic love, smile and gloom, ice and flame; motif of the lyrical hero's death from love; images of siege, war, captivity and slavery; stereotypical portrait of the beloved woman, her resemblance to the sun; alienated and proud behavior of the heroine; lyrical hero's revolt against the power of the mistress and his capitulation; lover's attacks against competitors; cries of the lyrical subject and even curses and so on), the history of its creation and publication is revealed, prototypes of the main characters are established. On the example of sonnet XXXIV, which correlates with sonnet CLXXXIX of "Canzoniere", the peculiarity of the individual-authorial variety of Petrarchism, created by E. Spenser, and its innovation are emphasized. It is concluded that in the formal plane the most important achievement of the English artist was that the poet abandoned the circular principle of rhyme of his predecessors, replacing it with a cross, and proposed his own original scheme of the sonnet: abab bcbc cdcd ee. In terms of content, the originality of E. Spenser's Petrarchism consists in the fact that he managed to combine Platonic and Protestant philosophical paradigms, originally modifying the concept of love inherent in the lyric of F. Petrarch and his numerous successors, thus leveling her central conflict between earthly feelings for women and enlightened love for God.

Key words: "Amoretti", E. Spenser, E. Boyle, Petrarchism, sonnet, F. Petrarch.

УДК 82.091:[821.161.2+821.162.1]
DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/19>

Смаровоз І. С.

Бердянський державний педагогічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ХУДОЖНЬОГО МОДЕЛЮВАННЯ ПРОСТОРУ ПОВСЯКДЕННОСТІ В РОМАНАХ ІРЕН РОЗДОБУДЬКО ТА МАНУЕЛИ ГРЕТКОВСЬКОЇ

У статті проаналізовано культурознавчі та літературознавчі дослідження, присвячені поетиці простору в художніх творах. Методологічною базою дослідження стали праці Г. Башиляра «Поетика простору» та В. Лелеко «Культура повсякденності».

Простір повсякденності в дослідженні розглядається як підґрунтя для конструювання моделі художньої повсякденності цілого твору. За основу взято таку структуру простору: фізичний, перцептивний, культурний та внутрішній простір особистості. Осмислено особливості художнього моделювання простору повсякденності в романах «Гудзик» і «Шості двері» І. Роздобудько та «Полька» і «Космітка» М. Гретковської. Під час аналізу романів до структури простору додано ще віртуальний простір (сторінки персонажів у соціальних мережах), але через брак матеріалу він не був ґрунтовно проаналізований. Схарактеризовано структуру та поетику художніх просторів з точки зору компаративістики. Відокремлено спільні та відмінні риси в концепціях творення простору митця та проаналізовано взаємозв'язок структурних елементів художнього простору з емоційними станами героїв. Зосереджено увагу на значенні кордонів між структурними елементами простору та наслідками їх перетинів для персонажів.

Встановлено, що обидві письменниці описують лише елементи простору повсякденності героїв, важливі для розкриття емоційних станів, душевних переживань, тому в романах немає точних, цілісних інтер'єрів. Важливими в конструюванні простору для обох письменниць є деталі, що розкривають характери, мрії, почуття та емоційні стани персонажів. Зі зміною емоційних станів, почуттів, цінностей змінюється і простір існування персонажа, адже це взаємозалежні речі. Крім того, вдало моделюючи художній простір, авторки порушують важливі проблеми (кохання, зради, самотності, занепаду культури тощо).

Відзначено, що обрані нами для дослідження твори М. Гретковської є автобіографічними, тому очевидно, що змодельований у них простір є реалістичнішим (описано реально існуючі міста, помешкання, інституції, природні локації тощо), ніж у романах І. Роздобудько, де домінує авторський вимисел.

Ключові слова: повсякденність, художній простір, структура простору, емоційний стан, кордони, деталі.

Постановка проблеми. Простір повсякденності займає фундаментальне місце в конструюванні художньої моделі світу персонажа, адже, з одного боку, в просторі відбуваються всі події, пов'язані з життєдіяльністю персонажа, а з іншого – персонаж сам упорядковує свій приватний простір, демонструючи таким чином свої смаки, вподобання, цінності.

Нам імпонує думка Л. Пилипюк щодо значення простору: «Питання про простір не може бути другорядним в образному вираженні світорозуміння. Із втратою просторовості художній твір перестає існувати» [5, с. 320].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В. Лелеко, аналізуючи простір повсякденності,

зауважує: «Простір повсякденності має три модуси: фізичний простір, простір перцептивний і простір концептуальний (чи культурний)» [4, с. 59]. У центрі фізичного простору знаходиться житло, яке є внутрішнім простором, а до зовнішнього простору дослідник відносить вулиці, площі, міста, села... Розміри і конфігурації цього простору залежать від «типових маршрутів щоденного переміщення людини» [4, с. 60]. Перцептивним простором є «простір, доступний безпосередньому сприйняттю людини в повсякденному житті» [4, с. 60], тобто те, що людина може побачити чи почути. Під культурним простором дослідник розуміє «фізичний і перцептивний простір повсякденності, в якому реалізуються

культурні сенси повсякденної діяльності людини» [4, с. 60]. З цього випливає, що в культурному просторі відображається вплив культури на людину і, навпаки, людини на культуру. Ми вважаємо, що такий підхід до розуміння простору можна взяти за основу, але, аналізуючи художній простір, вбачаємо доречним до структури простору, запропонованої В. Лелеко, додати ще один компонент – внутрішній простір персонажу (за Г. Башляр, «простір всередині нас» [1, с. 161]), під яким розуміємо простір людської душі. Л. Пилипюк вважає, що «Внутрішній простір у творі функціонує як «локус», місце дії для вираження певної духовної проблематики, несе величезне символічне навантаження і при цьому виступає в ролі феномена – того, що сприймається людиною, з'являється в її свідомості, в інтелектуальному переживанні, але перебуває за межами фізичних реалій» [5, с. 323]. Саме цей компонент, на нашу думку, допоможе нам розкрити емоційний складник художнього простору зокрема та духовного – в цілому. У цьому аспекті варто взяти до уваги те, що, виражаючи своє відношення до простору, персонажі користуються поняттями естетики: красиве, потворне, чарівне, трагічне, комічне, високе, низьке і таке інше. Є очевидним те, що не існує єдиної естетичної норми для всіх, адже те, що один народ вважає прекрасним, інший не сприймає взагалі та навпаки. Тому важливою стороною нашого компаративного дослідження є естетосфера, яка дозволить проаналізувати простір із позиції відчуттів, які виникають у персонажа в результаті сприйняття дійсності. Згідно з поглядами М. Кагана, «... на сучасному рівні культури палітра естетичних оцінок стала надзвичайно багатою, дозволяючи нам спіймати в реальному світі найрізноманітніші відтінки естетичних ціннісних якостей» [3, с. 140].

Постановка завдання. Головним завданням дослідження є порівняння особливостей художнього моделювання простору повсякденності, наявних у романах І. Роздобудько («Гудзик», «Шості двері») та М. Гретковської («Полька», «Космітка»).

Виклад основного матеріалу. У підзаголовку до першого видання «Гудзика» І. Роздобудько вказує, що це психологічна драма. Враховуючи, що твір не драматичний, а епічний, нескладно здогадатися, що в ньому йдеться про конфлікти героїв, змальовуються драматичні сцени з їхнього життя, де важливе місце посідають психологічні та емоційні стани героїв. «Шості двері» І. Роздобудько – це перший роман після трьох детекти-

вів, у котрому порушується проблема морального вибору, а життя головної героїні наповнене трагізмом, драматизмом, болем втрат та непереборним бажанням рухатися вперед. «Полька» М. Гретковської вважається першим у Польщі щоденником вагітної жінки та є діаметрально протилежним за тематикою до «Гудзика» та «Шостих дверей», але тут, як і в попередніх творах, важливе місце займає психологізм (психологія вагітної жінки, її самоідентифікація з власним тілом). Важливо зауважити те, що героями «Гудзика» і «Польки» є митці (у «Гудзику»: Денис – актор, режисер, Ліка – художниця, Ліза – режисер; у «Польці»: Мануела – письменниця та її партнер Петро – письменник, за професією психіатр). Отже, цікавим видається проаналізувати особливості художнього моделювання простору митця, а не тільки простору в цілому. «Космітка», як і «Полька», є автобіографічним щоденником; головна героїня – митець, проте тематика та проблематика тут не обмежується лише вагітністю, адже книга демонструє багатовимірність життя жінки.

Події в усіх романах хоча й викладені в хронологічній послідовності, проте подаються фрагментарно. У «Гудзику» дія розгортається на просторах України, Росії, Афганістану, Америки; у «Шостих дверях» – в Україні, Франції; у «Польці» – в Швеції, Польщі, Чехії, на Мадейрі; у «Космітці» – у Польщі, Ізраїлі, Бельгії.

Фізичний простір повсякденності персонажів творів складають реально існуючі об'єкти: житло (квартира чи будинок), розташовані в населених пунктах; різні інституції, які відвідують герої (інститут, офіс, лікарня, кінотеатр, кав'ярня і тому подібне); ліс, море, гори.

Спробуємо проаналізувати особливості художнього моделювання простору обома письменницями. Створюючи простір дому в творі «Гудзик», І. Роздобудько не описує помешкання Ліки й Дениса, а лише згадує про стіл: «Я ходив на роботу, Ліка чекала мене, гарно сервіруючи стіл до вечері» [6, с. 117]. Таким чином письменниця не моделює чіткого зорового образу, адже ми знаємо лише те, що стіл гарно сервірований, але кожен читач по-своєму уявляє цей стіл залежно від власного розуміння краси. Метою такого підходу є демонстрація бажання Ліки створити родинний затишок, огорнути коханого чоловіка своєю турботою, а не її вміння смачно готувати чи досконало сервірувати стіл. Ця поведінка дівчини спровокувала зміни у світогляді Дениса, доказом чого є нові бажання героя, що раніше ніколи в нього не з'являлися: «У якийсь момент закортіло більшого

комфорту. Саме мені, не їй» [6, с. 117]. Хлопець впевнено заявляє: «Раніше я ніколи не піклувався про влаштування побуту...» [6, с. 117], тобто в нього з'являються нові цінності чи почуття, про які письменниця не говорить прямо, а лише натякає, створюючи таким чином інтригу для читача. Денис, якому спокою не дає його перше кохання, одружившись з Лікою, не проявляв себе як порядний сім'янин, і саме Ліка, вдало організувавши домашній простір, змінює коханого.

Важливим є коментар Лізи про квартиру Ліки та Дениса: «У вас досить гарно» [6, с. 125], адже Ліза (мама Ліки) не очікувала, що її донька перейматиметься родинним затишком; така її реакція свідчить про психологічні зміни, що відбулися з Лікою, а не про досконалий інтер'єр.

М. Гретковська в «Польці» знайомить читача з помешканням своєї героїні через її опис власного будинку: «Дім звичайний, дерев'яний, стоїть недалеко від озера. А всередині найважливіше – кольори! У ньому панує суміш західної естетики з геомантією й основами фен-шуй» [2, с. 16]. Як і в І. Роздобудько, у цьому описі ми не знаходимо детальної інформації про інтер'єр будинку. Якщо І. Роздобудько говорить «гарно сервірує стіл», то М. Гретковська – «дім звичайний». І кожен читач у своїй уяві творить ці образи, бо для письменниць вони не мають ніякого значення. Як бачимо, в І. Роздобудько важливими є почуття Ліки, які вона адресує Денисові, сервіруючи стіл, а М. Гретковська через характеристику будинка розкриває світогляд своєї героїні, адже з інформації, отриманої про будинок, ми дізнаємося, що героїня вірить у фен-шуй і практикує його. Досить важливими для неї є талісмани: «Кидаю погляд у куток кухні, там біля вікна аборигенський малюнок – мій приватний тотем із Австралії» [2, с. 33]. Жодна з письменниць не акцентує увагу на тому, що це житло митця, але обидві переймаються емоційним наповненням приватного простору своїх героїв. І. Роздобудько, моделюючи простір дому в «Гудзику», використовує поняття «краса», водночас М. Гретковська просто перелічує деякі характеристики будинку. Проте і для манери письма І. Роздобудько перелічувальна інтонація не є чужою. Коли героїня «Шостих дверей» Анна-Марія повертається до своєї кімнати після того, як батько привів додому нову дружину, вона зауважує, що там усе змінилося: «На стінах були веселенькі блакитні шпалери, біля вікна – нове ліжко, на тумбочці неструнким рядом стояли іграшки: машинки, солдатики, танки...» [7, с. 43].

Аналізуючи описи помешкань, представлені в обраних нами романах, не можемо не погодитися з думкою Г. Башляра про те, що «Надлишкова живописність житла може маскувати його сокровенну суть» [1, с. 33]. Тобто для письменниць є важливим не саме помешкання, а емоції, які воно викликає в героїв. Але для прози М. Гретковської характерними є описи, метою яких є створення фону для подій, наприклад, точно і лаконічно, перелічуючи найважливіші об'єкти, описує М. Гретковська у «Космітці» Ойжанів, до якого прийшла з робочим візитом: «Вода, ліс, зручні халупи, їжа з того, що росте навколо. Сучасний інтер'єр, стріхи. За вікном луки, поля» [8, с. 123] (*Переклад тут і далі власний*). Такого типу описи не несуть ніякої інформації про характер чи стан героя, проте додають твору реалістичності.

Зміни в приватному просторі (помешканні) персонажів віддзеркалюють їхні внутрішні переживання, тому письменниці акцентують свою увагу на деталях, які розкривають ці емоційні стани. Наприклад, І. Роздобудько так зображує балкон Дениса через рік після зникнення Ліки: «Тоді стояла майже така сама погода. На балконі лежали кавуни. Зараз там скрізь товстий шар вуличної пилу» [6, с. 5]. Авторка не описує детально балкон, а лише звертає увагу на те, що там відбулися зміни в гірший бік. Пил, який ніхто не прибирає, створює ефект пустоти, самотності, непотрібності та навіть трагізму, віддзеркалюючи душевний стан Дениса.

Символом трагізму також стає пил, який бачить героїня роману «Шості двері» Анна-Марія, зайшовши в кімнату охоронця цирку, що помер: «... Тут усе залишилося, як раніше, лише припало товстим шаром пилу. Вузька кімната з кривоногим столом посередині, ліжко, саморобна рукомийня» [7, с. 170].

Щоб натякнути читачеві на те, що з її героїнею щось відбувається, М. Гретковська створює парадоксальну ситуацію, пов'язану з облаштуванням житла: «Купили горщики для квітів і канапу. Як гляну на ті горщики, так мені й недобре. Я взагалі не можу дивитися на недоладні речі, бо зразу вивертає» [2, с. 28]. Стає зрозумілим, що в організмі героїні відбуваються зміни, але в цей момент не знаємо, які саме.

Необхідно зазначити, що інтер'єри, з якими ми зустрічаємося на сторінках творів І. Роздобудько, характеризуються високою художністю, адже наповнені метафорами, порівняннями, символами. Прикладом може служити опис квартири Анни-Марії після втечі її матері: «Квартира перетворилася

на смітник із купою порожніх пляшок, на лігвище пораненого звіра, на Содом і Гоморру» [7, с. 38].

До слова, в «Гудзику» важливе місце займають символічні образи. Шафа, яку несподівано побачили Денис і Ліка, повністю змінює їхнє життя, бо мусила стати символом родинного затишку, але перетворилася на саркофаг кохання, тому І. Роздобудько її описує досить детально: «Мій погляд ковзнув по скляній вітрині. У ній красувалася оригінальна дубова «споруда» – майже кімната – з різьбленими візерунками та всілякими шишечками» [6, с. 117].

Очевидно, що в обраних нами романах має місце внутрішній простір персонажів. Наприклад, коли руйнуються мрії Ліки, її життя кардинально змінюється і, щоб посилити трагізм долі дівчини, І. Роздобудько детально описує ці мрії: «Усе, що я вибудувала в уяві, зруйнувалося в одну мить – затишний будинок, подорожі, море квітів на підвіконні, зібрана з любов'ю бібліотека, кіт і пес, картини на стінах, фільми, які хочеться дивитися удвох, музика, дощ, сніг, новорічні свята, камін, хрусткі простирадла й, звичайно, приємна важкість немовляти на перехресті рук» [6, с. 205]. Важливо зауважити, що для Ліки дім став «прихистком мрії», «гаванню мрійника» [1, с. 28], тому розбиті мрії зруйнували внутрішній простір дівчини.

Подібні уявлення про щастя та родинний затишок присутні також у головної героїні «Польки»: «Сидимо над тарілками, світло лампи оточує нас ореолом. Справжній дім, парують запахи, тепло» [2, с. 93]. Різниця лише в тому, що ця дівчина має те, про що мріє Ліка, та її щастя не зруйновано.

Авторка, описуючи життя Анни-Марії, зазначає: «Твій світ замкнений, і ти сам замкнений у ньому. Всі твої рухи – по колу: вулиця, школа, диван, платівки, батон, намащений чимось солодким чи гірким...» [7, с. 60]. Як бачимо, у цьому випадку перелічувальна інтонація додає твору художності, а не реалістичності, адже підсилює почуття безсилості, неможливості вийти за межі замкненого простору героїнею.

Головна героїня «Космітки», аналізуючи свій стан після духовних тибетських тренувань, стверджує: «Після психоделічного досвіду чи звичайних проблем із лабіринтом простір втрачає свою очевидність» [8, с. 80], демонструючи цим те, що наша свідомість обумовлює, яким саме ми бачимо простір. Цю ж думку демонструє і наступна цитата: «Матерії немає, немає світу, котрий здається нам реальним в пакуванні часу і простору. Тибетський буддизм говорить подібне: світ є твоїм уявлен-

ням, баченням твого розуму, котрого єство є пустою» [8, с. 90]. З цього походить уявлення про те, що внутрішній простір є визначальним у сприйнятті й розумінні зовнішнього. Але, безсумнівно, зовнішній простір є подразником чи стимулятором для змін у внутрішньому, що демонструє коментар головної героїні «Космітки»: «Варшава в дощ, темно. Залишаю автомобіль на закоркованій Незалежності. Місто від води пухне і стає задущим. Сідаю в метро. Просторо й ясно. Реклами, газети, звук відкриття дверей нагадує паризьке метро. Провокує гарні спогади» [8, с. 191].

У романах І. Роздобудько з внутрішнім простором тісно пов'язаний перцептивний простір. Внутрішні переживання і душевні муки викликають у Анни-Марії відчуття нав'язливого запаху петуній, але, коли душа заспокоюється, героїня починає відчувати інші запахи: «Вона заплющила очі й раптом чітко відчула новий запах, що пробивається крізь аромат кави й дурман петуній. Це був запах мокрого асфальту й вогких сірників – так пахло сто років тому в дворі її дитинства» [7, с. 158].

Вид із вікна спонукає Анну-Марію до спогадів: «Анна-Марія розсунула важкі завіси, й місто розкрилося перед нею, як на екрані стереокіно-театру. Вона жадібно вдивлялася в нього, намагаючись воскресити в пам'яті знайомий рельєф. Ось здійснюється банею дах ринку, далі – майже поряд – два театри, за ними, трохи вбік – будинок цирку...» [7, с. 164]. У такий спосіб авторка передає тугу героїні за дитинством. Не можемо сказати, що запахи, пейзажі за вікном та інші складники перцептивного простору є настільки важливими у М. Гретковської, як у І. Роздобудько.

Важливе місце в структурі простору героїв обраних нами романів посідають кордони, які герої перетинають, чи, навпаки, створюють, щоб відмежувати свій приватний простір. Переломні моменти в житті героїв «Гудзика» відбуваються внаслідок виходу ними за межі свого звичайного простору. Наприклад, Денис до безтями закохується в Лізу, коли, скориставшись діркою в паркані, опиняється за межами турбази: «Не випускаючи її руки, ступаючи за жінкою, я різко нахилив голову і опинився по той бік турбази на широкій рівнині, порослій високою травою» [6, с. 12]. Щоб передати силу почуттів, які заповнили Дениса, авторка порівнює рослинність із морем і використовує лексему «глибина» як щось бездонне, таємниче: «...дика рослинність нагадувала море. Яке котить потужні духмяні хвилі й ось-ось затягне на глибину, з якої вже не впливеш» [6, с. 13].

Петро, який не хотів переїздити із Швеції у Варшаву, відмежовує свою квартиру від Варшави шторами: «Петрусь щільно закриває штори, відгороджуючись від Варшави» [2, с. 211]. Своє небажання герой пояснює некомфортними для нього умовами життя: «Загиджені сходи в будинках, ліфти-розвалюхи, брудні вулиці» [2, с. 211]. Як бачимо, в сприйнятті Петром буденної Варшави домінує потворність, яка не залишає місця для краси.

Враховуючи те, що нами аналізується і простір митців, важливо простежити зміни в культурному просторі. Моделюючи простір Деніса, І. Роздобудько описує Будинок кіно, чим акцентує увагу на занепаді культури: «Його вбогий інтер'єр та меню в ресторані одразу навіяли на мене ще більшу нудьгу. Напівтемрява підкреслювала жебрацтво та запустіння, а невибагливі воскові свічки на столах радше засвідчували нестачу електроенергії, ніж створювали тут романтичну атмосферу» [6, с. 79]. Цікаво, що авторка не лише відтворює інтер'єр, а й називає почуття, які цей інтер'єр викликає в героя, уникаючи таким чином неоднозначного сприйняття простору і проблеми, які підіймає письменниця.

Головна героїня «Польки» на одній із зустрічей із творцями серіалу, для якого вона пише сценарій, зауважила: «Часи змінилися: актори стали зірками, продюсери – мільонерами. Культовий закапелок залишився незмінним: кульгавий стіл і подерті крісла – пам'ятки героїчної минувшини» [2, с. 39]

Приїхавши у Брюссель і зупинившись на ночівлю в кімнаті при польському консульстві, головна героїня зауважує, що: «... більше як сорок років дистанції відділяє мою кімнату від сучасного дизайну» [8, с. 59], чим звертає увагу на відставання в розвитку своєї країни.

Критикуючи сучасні костели, М. Гретковська моделює комічну ситуацію: «Архітектура наших сучасних костелів нагадує космічні кораблі» [8, с. 97]. Своє несприйняття діяльності священнослужителів письменниця підсилює іронією: «Священники передивилися «Зоряного шляху» і хочуть бути ближче до неба» [8, с. 97].

Як бачимо, обидві письменниці, моделюючи культурний простір, підіймають проблеми занепаду культури, духовності, економічного розвитку.

Ураховуючи те, що найбільш сучасним, за часом описаних подій, є роман «Космітка» М. Гретковської, вважаємо закономірним, що саме у ньому з'являється наголос на існуванні віртуального простору, частиною якого є соціальні мережі. Головна героїня твору стверджує: «Не зареєструюся у Фейсбуці. Я для того занадто нарцистична. Хвалилася б пейзажами, публікувала б фотографії, коментарі, чекала б на лайки» [8, с.123], чим дає зрозуміти, що віртуальний простір є тісно пов'язаним із внутрішнім та культурним просторами. Адже саме стан душі та культурні тренди стають провідними в оформленні віртуального простору.

Висновки і пропозиції. Отже, наше порівняння продемонструвало, що І. Роздобудько та М. Гретковська акцентують свою увагу переважно на внутрішніх станах героїв. Вони не подають детальних описів, натомість обирають лише елементи, варті, на їхню думку, візуалізації. Ми помітили, що, крім душевних станів героїв, через вдале моделювання простору повсякденності авторки порушують актуальні проблеми (кохання, самотність, самоідентифікація, розвиток культури тощо). Структура простору в обох письменниць подібна: фізичний, внутрішній, перцептивний, культурний простори представлені у творах обох письменниць, але лише у М. Гретковської є натяк на існування віртуального простору. Крім того, виконаний аналіз показав, що різними є манери зображення простору: в І. Роздобудько простір характеризується більшою художністю, а в М. Гретковської він є реалістичнішим, що пояснюється жанровими особливостями творів.

Перспективи подальшого вивчення цієї проблеми вбачаємо в дослідженні поетики простору в малих прозових жанрах обраних нами авторок у порівняльному аспекті, що дасть можливість сформулювати концепцію художнього простору.

Список літератури:

1. Башляр Г. Избранное: Поэтика пространства / Пер. с франц. «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН). Москва : 2004. 376 с.
2. Гретковська М. Полька / Пер. з польської О. Красюка. Київ: 2005. 310 с.
3. Каган М. Эстетика как философская наука. Санкт-Петербург : 1997. 544 с.
4. Лелеко В. Д. Культура повседневности. Санкт-Петербург : 2001. 130 с.
5. Пилипюк Л. А. Простір як місце дії у творчості Оноре Бальзака. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. 2014. Випуск IV. С. 319–327.
6. Роздобудько І. Гудзик. Київ: 2015. 224 с.
7. Роздобудько І. Шості двері. Київ : 2020. 192 с.
8. Gretkowska M. Kosmitka. Warszawa : 2016. 222 s.

Smarovoz I. S. FEATURES OF ARTISTIK SIMULATION OF THE SPACE OF EVERYDAY LIFE IN THE NOVELS OF IREN ROZDOBUDKO AND MANUELA GRETKOVSKA

The article analyzes cultural and literary exploration devoted to the poetic of space in the work of art. The methodological basis of the study were the works of G. Bashlyar «Poetics of space» and V. Leleko «Culture of Everyday Life».

The space and everyday life in the studying is considered as a basis for constructing a model of artistic everyday life of the whole work. The following structure of space is taken as a basis: physical, perceptual, cultural and internal space of the person. The peculiarities of artistic modeling of the space of everyday life in the novels «Button» and «the Sixth Door» by I. Rozdobudko and «Polka» and «Cosmetician» by M. Gretrcovska are comprehended. In the course of the analysis of the novels, virtual space (characters' pages in social networks) was added to the structure of the space, but due to the lack of material it was not thoroughly analyzed. The common and distinctive features in the concept of creating features in concepts of creation of the artistic space are singled out and interrelation space with the emotional states of the heroes is analyzed.

The focus is on the significance of the bound aries between the structural elements of space and on the sequences of the intersections for the characters.

It has been established that both writers describe only the elements of the space of the heroes' everyday life, which are important to the disclosure of emotional states and emotional experiences, so there are no precise integral interiors in the novels.

Important in the construction of space for both writers are the details that reveal the characters. With the change of emotional states feelings, values the space of the characters' existence also changes, because these are interdependent things. In addition, successfully modeling the artistic space the authors raise important issues (love, betrayal, loneliness, cultural decline, etc.).

This noted that the works of M. Gretrcovska chosen by us for research are autobiographical and therefore it is obvious that the space modeled in them is more realistic (describing, real cities, apartments, institutions, natural locations, etc.) that in I. Rozdobudko's novels, where the authors dominates invention.

Key words: *everyday life, artistic space, emotional state borders, details.*

ФОЛЬКЛОРИСТИКА

УДК 801.8

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/20>

Завадська В. В.

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Бобко А. М.

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ПОХОДЖЕННЯ ТА ФУНКЦІЇ ОБРАЗУ ПОТОЙБІЧНОГО НАРЕЧЕНОГО (НА ОСНОВІ МАТЕРІАЛУ КАЗОК ПРО РОЗБІЙНИКІВ, ЗІБРАНИХ П. ІВАНОВИМ)

Діяльність фольклориста та етнографа Петра Іванова припала на межу XIX та XX століть. Саме у цей час ним зібрано та записано чимало народних казок, але вперше опубліковане це зібрання порівняно недавно – у 2003 році.

Попри традиційний жанровий поділ, в окрему групу можна умовно виділити казки про розбійників, а серед них – про розбійника-нареченого. Деталі цих казок, сталі елементи та образи, що повторюються від варіанту до варіанту, сюжетні особливості дозволяють помітити архаїчну обрядовість, що закарбувалася в казці.

Особливий інтерес становить постать власне нареченого. Мотиви його вчинків, роль у казці, та й сама мораль казкового сюжету є не достатньо зрозумілими і, безперечно, мають глибший зміст, ніж здається на перший погляд.

У цій статті проведено аналіз образу розбійника-нареченого на основі матеріалу казок, записаних П. Івановим. Розглянуто походження та еволюцію образу, зв'язок з іншими фольклорними персонажами. На основі зіставлення з давньослов'янським матеріалом обґрунтовано доведено, чому розбійник-наречений – це потойбічна істота, а не казкове втілення звичайної людини чи символічне уособлення небезпеки. Образ сягає корінням давньослов'янських дівочих ініціацій, про що йдеться у статті. У казках про розбійників ми маємо уламок саме такого ритуального дійства, викладеного в казково-оповідній манері.

Актуальність роботи зумовлена тим, що тема потойбічного нареченого розроблена мало, на відміну від теми потойбічної нареченої, яка перманентно намагається загубити героя, тобто забрати у свій світ. Так само мало дослідженою є тема саме дівочих ініціацій і, з огляду на це, казки, записані П. Івановим, становлять унікальний матеріал для відтворення цього ритуалу. Оскільки ці казки мають лінії перетину з іншою групою казок про розбійників із цієї ж збірки, а також із фольклорним матеріалом як слов'янського, так і не слов'янського походження, можна говорити про доцільність зроблених висновків щодо трансформації прадавніх образів у більш сучасний образ розбійника. Таким чином, вибудовується ланцюжок: хтонічне божество (апріорі – змії) – слов'янські божества, пов'язані зі хтонічним світом (Волос) – епічний герой (який в архетипі є змієм, хтонічним персонажем) – лісовий розбійник (більш сучасна трансформація попередніх образів).

Ключові слова: дівочі ініціації, жіночі ініціації, потойбічний наречений, Змії, Велес, Волос, розбійники, розбійничі казки, Петро Іванов.

Постановка проблеми. Образ потойбічного нареченого у різних його варіаціях – від надприродного спокусника до чарівного нареченого – є широко розповсюдженим як у слов'янському, так і у загальноєвропейському фольклорі, але дослі-

джений він порівняно мало. Так, якщо потойбічна наречена, на думку фольклористів, є уособленням Смерті [2], то, образ потойбічного нареченого залишається загадковим. При цьому навіть поверхневого ознайомлення із фольклорним

матеріалом достатньо, щоб помітити, що образ цей давній і пов'язаний із жіночою сексуальністю в найширшому розумінні цього поняття, а деякі зразки фольклорних творів дозволяють припустити його зв'язок безпосередньо з дівочими ініціаціями. Тема саме жіночих ініціацій давніх слов'ян своєю чергою досліджена порівняно мало і саме тому становить науковий інтерес.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Жіночі ініціації слов'ян, обряди, звичаї та персонажі, пов'язані із ними, не часто стають предметом досліджень, на відміну від парубочих/чоловічих ініціацій. Про них згадує В. Балусок у статті «Роль жінки в юнацьких ініціаціях давніх слов'ян» [1], зосереджуючи увагу на ініціаціях юнаків та допоміжній ролі жінок у цьому процесі. Побіжно торкається цього питання у своїх роботах В. Пропп. Водночас найкращим джерелом вивчення цієї теми є казки. Народні казки, зібрані і записані фольклористом П. Івановим на межі ХІХ та ХХ століть, містять доволі цікавий матеріал для дослідження цього питання.

Постановка завдання. Завданням цієї статті є проаналізувати народні казки, зібрані П. Івановим, що містять сюжет розбійника-нареченого, виокремити символізм, який зашифрує його потойбічну природу, довести зв'язок казкового сюжету з дівочими ініціаціями, реконструювати обряд та встановити архетипну основу потойбічного нареченого.

Виклад основного матеріалу. Народні казки, записані П. Івановим, збиралися фольклористом наприкінці ХІХ – на початку ХХ століття в Куп'янському повіті Харківської губернії. Більшість сюжетів записані в кількох варіантах зі збереженням особливостей мови оповідача.

У збірці міститься група казок, які умовно можна назвати «розбійничими». Серед них явно виділяються казки двох типів: про подорож двох чоловіків (казка 145, 145 А, 145 Б, 146) та про розбійника-нареченого (147, 147 А, 147 Б, 147 В, 147 Г, 148). Казка 148 не має безпосередньої згадки про нареченого чи про процес сватання, проте видно, що це змінена варіація того ж сюжету. Окремо варто виділити казку 150, яка має власний сюжет, але за низкою ознак може вважатися подібною до казок 145 та 146.

До казок про подорож двох чоловіків належать оповіді про пана, що страху не знав (145, 145 А, 145 Б), та про названих братів (146). У центрі сюжету – двоє чоловіків, що знаходяться в нерівноправному стані: один обов'язково «старший», що має право керувати іншим, другий обов'язково

«молодший», слухається та беззаперечно виконує будь-які, навіть найбезглуздіші команди. Схема цих казок така:

- 1) герої вирушають у подорож;
- 2) потрапляють до світу, який маркується як потойбіччя (цвинтар, поле бою, хатинка із небіжчиком і т. п.);
- 3) продовжують подорож до розбійничої хати в темному лісі;
- 4) «молодший» герой виконує команди «старшого», який перемагає розбійників і забирає їхній скарб;
- 5) герої щасливо повертаються додому.

Така структура дає змогу розпізнати в казках цього типу ініціаційні ритуали, але парубочі. Центральним персонажем дійства – тим, хто проходить ініціацію, – є «молодший» персонаж. Саме він виконує всю найважчу роботу, отримує нагороду та починає нове життя. Цікаво, що в казках немає прямої вказівки на подальше одруження героя, проте момент проходження ініціації передбачає, зокрема, і статеве дорослішання.

Казки цього типу не мають нічого спільного з мотивом потойбічного нареченого або дівочої ініціації і цікаві в контексті нашого питання тільки образом розбійників.

Розбійниче лігво знаходиться в лісових хащах (145 А, 145 Б, 147 В, 147 Г, 148) або біля лісу (147, 147 Б), там горить вогонь (145 А, 145 Б, 146, 147 В), кількість розбійників називається не завжди, але найчастіше це сакральне число 12 (145 А, 147 В), у хатці, окрім розбійників живе літня жінка (145 А, 147, 147 Б, 150; у казці 148 – літній чоловік). Таким чином, можна вважати, що розбійники, описані в казках обох типів, тотожні. І тому їх характерні ознаки можна розглядати у сукупності. Єдиною суттєвою відмінністю є відсутність розбійника як окремої фігури в казках про пригоди двох чоловіків та його наявність у казках про розбійника-нареченого.

Казки цього типу мають сюжетні варіації, але розвиваються за єдиною схемою:

1. Батьки дівчини їдуть, залишаючи її вдома або саму (147 В), або із молодшою сестрою (147) чи братом (147 А).
2. У домі нізвідки з'являється розбійник.
3. Дівчина пригощає його (147, 147 А), розмовляє з ним, може навіть укласти домовленість (147 В, 147 Г).
4. Молодша дитина гине (147, 147 А.).
5. Гине або отримує травму від рук героїні власне розбійник (147, 147 А, 147 В), а іноді його розбійнича ватага (147, 147 В).

6. Дівчину сватають ті самі розбійники. Вона не хоче заміж, але батьки віддають (147, 147 А, 147 Б). Іноді героїня сама дає згоду розбійнику (147 В).

7. Героїня вирушає до дому нареченого у довгий невідомий шлях. У деяких варіантах вона має подолати його сама, у деяких – їде із розбійниками. Іноді мати дає їй перед дорогою пораду (147).

8. Дівчина опиняється в розбійничому лігві. Там може зустріти стару жінку, яка радить їй, як поводитися, щоб урятуватися, або бачить мертвих жінок та іншу «наречену», яку розбійники гуртом вбивають.

6. Проливається кров: або героїні, коли під час втечі вона переховується на дереві (147, 147 Б), або попередньої нареченої (147 В, 147 Г), якій відрубують пальця із перстнем, відрубана частина обов'язково потрапляє до героїні.

7. Дівчина повертається додому.

8. Розбійник приїжджає за нею, його всією громадою вбивають.

Характерно, що навіть наприкінці казки розбійника називають нареченим, а не чоловіком дівчини. Її ж саму, навіть у варіантах, коли вона живе із розбійниками кілька років (147 А), – «наречена», «дівчинка», «дівка». Подібні епітети мали велике значення: «дитя», «дівчинка», «дівчина», «молодиця», «баба» – все це характеристики статусу жінки. Отже, очевидно, що описаний шлюб або не консумований, або не вважається справжнім із точки зору громади. У контексті цього звертає на себе увагу і те, що батьки героїні легко приймають її назад, коли вона тікає від нареченого, що суперечить народній традиції.

Що ж це за розбійник? Чому він сватає дівчину? І чому їх шлюб не вважається справжнім? Як видно із сюжету, романтичних або хоча б довготривалих планів він на неї не має: в більшості варіантів дівчину планують зварити чи засмажити і з'їсти відразу ж після прибуття до розбійничого дому. Тільки у казці 147 А до цього моменту героїня кілька років живе із розбійниками.

Найперше варто зазначити, що місце перебування розбійників – ліс, і вогняне сяйво довкола їх дому, яке можна побачити здалеку, – вказують на чарівний, потойбічний характер місця дії. Ліс, як відомо, символізує «інший», «чужий» світ, сакральну межу, а вогонь є стихією хтонічною.

Про потойбічний характер нареченого свідчить і ряд інших деталей. У казці 147 він з'являється з-під припічка. Піч у традиційній культурі – портал у потойбічний світ; саме тому, наприклад,

домовий живе під пічкою. У казці 147 Б перед появою розбійника одна з подруг героїні впускає веретено під підлогу. Веретено – жіночий атрибут та символ, пов'язаний із долею; простір під підлогою – символічне потойбіччя. Героїня кличе розбійника до столу словами: «Хто добрий, хто недобрий, ідіть до мене вечеряти!» (147) або: «Хто добрий чоловік – іди до нас вічеряти» (147 А) [3]. У цих словах легко можна впізнати типову народну формулу для виклику потойбічних істот: аналогічними словами кличуть до столу Мороза чи душі предків, гадають на свята.

Розбійник-наречений у казках, що розглядаються, – старший серед розбійників, очільник ватаги. Додатковим свідченням його потойбічної природи можуть бути собаки, з якими переслідують героїню наприкінці казки. Собаки або приводять до дерева, на якому ховається героїня (147, 147 Б), або знаходять утікачок під мостом (148). Дерево, найтовщий і найвищий дуб у лісі (147), є прообразом Світового дерева, а перебування героїні на його гілках, не у підніжжя, символізує її шлях із «того» світу до «нашого» (аналогічний момент є, наприклад, у казці про Івасика-Телесика). Міст так само – символ межі. Собака, за міфологіями багатьох народів, – охоронець кордону світів, прислужник потойбічного володаря.

Особливе місце займає образ літньої жінки, що живе із розбійниками. У казках вона може бути сусідкою (147), але найчастіше вона позиціонується як їхня мати (145 А, 147 Б, 150, 148). Тим більше незвичайним, із позиції профанної логіки, є те, що жінка дає поради дівчині, щоб та могла врятуватися (147, 147 Б), передрікає їй майбутнє за перстнем (147), а також готує вечерю із людського м'яса (145 А, 147 Б, 148). За В. Балущком, це спеціальна жінка, яка брала участь у чоловічих ініціаціях, виконуючи роль жриці. Поїдання людського м'яса – відомий атрибут випробування, який може бути маркером перебування у потойбічному світі (на противагу світу профанному, де ця дія є порушенням усіх можливих етично-моральних норм).

Ще одним припущенням щодо того, ким є ця жінка, може бути образ Баби-Яги – в архетипі Великої палеолітичної богині, уособлення долі, подательки життя та смерті [8], охоронниці кордону світів, істоти, що безпосередньо була пов'язана з ініціаціями [5; 8]. Якщо приймати цю версію, то наречений героїні – син Баби-Яги. У казках зазвичай згадуються тільки дочки та онучки Баби-Яги, і вони – зміївни [7].

Окрім того, нерідко після перемоги над Змієм проти героя виступають змієві сестри та мати – у низці варіантів вона є Бабою-Ягою [7]. Тож народна свідомість цілком допускає таку спорідненість.

Змій у слов'янському фольклорі має антропоморфні риси. Його цікавість до жінок, яскраво виражений сексуальний момент вказують на те, що витоки образу потойбічного нареченого (в нашому варіанті – розбійника) маємо саме тут.

Про ритуальний характер подій, що описувані в казці, прямо чи опосередковано свідчить низка елементів. В усіх варіантах обов'язково присутні кілька молодих дівчат: героїня або скликає подруг (147, 147 А, 147 Б, 147 В), або зустрічає молодих жінок у домі розбійника (147 В, 147 Г). У казці 147 Б наречений, прийшовши до дівчини вперше, запалює свічку і тричі обводить всіх дівчат мертвою кісткою, залишає кістку і йде, героїня обводить всіх у зворотному порядку. Сама дівчина перебуває на печі під час його візиту (147 Б) або ховається там після повернення від розбійників (147), може також ховатися в яслах (147) чи погребі (147 Б). У лігві розбійників киплять котли (147, 147 А, 147 В, 148), що може бути далеким відгомном давнього ритуалу [6]. У казці 148 героїні, яких тут цілий гурт, йдуть на богомілля в святі гори, але шлях їх приводить у дім розбійників.

Отже, казки про нареченого-розбійника, безперечно, описують ритуал, що проводився для групи молодих дівчат, мав відношення до переродження, нового народження дівчини та стосувався заміжжя, але заміжжям не був. Можемо говорити про ритуал ініціації, що знаменувала перехід дівчини з підліткового стану до юнацького, готовності вступу у шлюб.

Чому ж наречений є саме розбійником, особливо з огляду на те, що, незважаючи на страшний антураж казки, його роль скоріше корисна і бажана, ніж небезпечна і шкідлива? Народна пам'ять зберегла достатньо прикладів того, як справжніх юнаків-наречених іменували розбійниками [1]. Це спадщина часів, коли у процесі парубочих ініціацій хлопці жили окремо від решти общини, у лісі у так званих «чоловічих будинках» [1; 5]. Мета такої ініціації – відокремити юнаків від громади [5], навчити їх бути дорослими чоловіками, у тому числі й в сексуальному розумінні [1]. Вони вели дике, «вовче» життя: часто розбійничали, крадучи їжу та дівчат [1; 5], що також було елементом ініціаційних випробувань. Отже, сполучення «наречений-розбійник», по суті, – тавтологія і може сприйматися як «наречений-наречений».

Якщо ж існували «чоловічі будинки», що знаходилися у лісі і в яких жили «розбійники», чому варто схилитися до думки, що розбійниче лігво, описане в казці, це не такий будинок, а потойбічне місце? Дійсно, в описі розбійничого лігва та його мешканців легко впізнати «чоловічий будинок» та ініціантів. До того ж, існують переконливі свідчення, що стара жінка відіграла певну роль у процесі парубочих ініціацій [1]. Хлопці-мешканці такого будинку називали одне одного братами, а стару жінку, яка вже втратила жіночість, а сприймалася швидше як бабця, – матір'ю [5]. Проте ритуали, в тому числі й ініціації, не існують самі по собі: вони – відображення міфологічного світогляду. Існування в реальному світі аналогу казкових образів не означає відсутності їх міфологічної основи, швидше навпаки: реальні об'єкти були втіленням міфологічних. Стара жінка, що присутня при парубочих ініціаціях, уособлювала богиню [1]. А в казках її образ зберігся під іменем Баби-Яги [5].

Але чому розбійника-нареченого варто вважати саме Змієм-володарем потойбічного світу, а не одним з юнаків «чоловічого будинку»? Саме через мету парубочих ініціацій такого типу – відокремити юнаків від спільноти. Тому припущення, що в певний вечір (очевидно, за попередньою домовленістю, оскільки батьки дівчини відсутні) ці хлопці приходили до дівчат, спілкувалися з ними, признавали наступну зустріч і йшли, буде неправильним. Така поведінка суперечила б цілям парубочої ініціації. До того ж у деяких варіантах казки зазначається, що розбійник – не молода людина (147, 147 В). Той, кого зустрічає героїня у своєму домі, – потойбічна істота (в ритуалі – людина, яка цю істоту втілювала), викликана, можливо, діями самої дівчини.

І, перш ніж перейти до розгляду процесу дівочої ініціації, варто відповісти ще на одне питання: чому йдеться саме про дівочі ініціації? Дослідники, що торкалися питання «чоловічих будинків», відзначали наявність там не лише старої, а і молодих жінок, що вступали із мешканцями цих будинків у своєрідні шлюбні стосунки і навчали ініціантів еротизму [1; 5]. В. Балусок називає їх «жрицями любові» [1]. Їх присутність засвідчується багатьма казковими сюжетами та культурним матеріалом з усього світу [5]. То чому героїня сюжетів цієї групи – ініціантка, а не «жриця любові»?

По-перше, центральна фігура описуваних подій – саме молода дівчина. Події відбуваються довкола неї та для неї, на відміну від казкових

сюжетів, в яких основна роль відведена чоловічим персонажам.

По-друге, «жриця любові» присутня і у цьому сюжеті. Це не головна героїня, а «попередня наречена», якій відрубують палець. Характерною рисою є те, що стара жінка не намагається їй допомогти, хоча допомагає героїні. Процес вбивства і поїдання «попередньої нареченої» є символічним описом статевого акту, за яким головна героїня тільки спостерігає. При цьому «попередню наречену» може «вбивати» як хтось один із розбійників, так і всі разом, що можна тлумачити як опосередковане свідчення сексуального навчання хлопців. Отже, «жриця любові» й головна героїня казки про розбійника-нареченого – різні люди. Проте процеси парубочої та дівочої ініціації можуть перетинатися.

Висновки і пропозиції. Отже, казки про розбійника-нареченого описують дівочу ініціацію, перетворення з «дівчинки» на «дівчину», «наречену». Процес починається в неї вдома, у знайомому для неї просторі, де після певних первинних обрядів з'являється її потойбічний наречений. І тільки потім дівчина вирушає до лісу, у його світ. Сюжет казки описує ритуальний шлюб: дівчина стає «дружиною» тимчасово, це ніяк не впливає на її «якість» як нареченої у профанному світі. Мета цього «шлюбу» – зробити дівчину придатною до справжнього заміжжя, а також укласти певний «договір» із володарем потойбіччя, але характер цього договору за матеріалами казок визначити неможливо.

Спочатку ініціантка спостерігає за «вбивством» «жриці любові» з метою навчання: щоб, коли прийде її час, бути психологічно готовою і не перелякатися. Відрубаний палець є фалічним символом, а окільцьований він символізує статевий акт. Можливо, момент втрати дівочої цноти: хоча палець і належить «жриці любові», але до героїні він потрапляє в результаті дій «розбійника», а кров, яку приносить із собою палець, проливається на дівчину. Цей момент також можна трактувати як наступність.

Характерно, що кров у казках цього типу проливається двома різними способами: через відрубаний палець і через рану самої героїні в ногу (нижня частина тіла в народній свідомості вже сама по собі асоціюється з еротизмом). Причому в казках, де відсутня сцена із пальцем, ранять героїню і навпаки. Ці моменти ніколи не зустрічаються в одній казці. Ранять дівчину списом (147 Б) – ще один фалічний символ.

Після цього моменту дівчина повертається додому: її ініціація завершилася.

Потойбічний наречений слідує за нею, знову приходячи до звичайного світу, проте його функцію завершено. Уся громада збирається на застілля (ще один обряд), наприкінці якого нареченого вбивають (у деяких варіантах – ув'язнюють, але це можна вважати більш пізньою адаптацією, продиктованою тим, що він у казці названий розбійником). Потойбічного нареченого знову відправляють у його потойбічний світ.

Характерно, що розбійник приходить до профанної площини саме двічі. У казках дія, повторена двічі, анулює сама себе. Таким чином, його шлях до дівчини-нареченої «запечатується»: вона більше йому не належить, їх шлюб втратив чинність.

Як вже було доведено вище, наречений дівчини – не просто з потойбіччя, це Змій, володар «іншого» світу. Змій, пов'язаний із потойбіччям та жіночою сексуальністю, відомий ще під одним ім'ям – Волос (Велес). Про хтонічну природу цього персонажа, його могутність в уявленнях давніх слов'ян і надзвичайно важливу роль в їх житті вже сказано достатньо [6; 7]. Зазначимо тут інший момент. Низка характеристик Волоса дозволяє прирівняти його до вогняного змія. Окрім вищезазначеного, вони обидва пов'язані з процвітанням господарства. А в литовському фольклорі і досі можна зустріти оповіді, в яких між Вальнясом (аналогом Волоса) та айтварасом (аналогом вогняного змія) ставлять знак рівності [4].

За сучасними уявленнями, вогняний змій, так само як і класичний казковий Змій, має негативне забарвлення. Але він не втілює ворожі сили. І у його образі легко можна помітити класичне перетворення давніх вірування з «добрих» на «лихи» в процесі розвитку культури та зміни релігійних уявлень. Тому рідство давнього могутнього божества Волоса із надзвичайно поширеним фольклорним вогняним змієм цілком вірогідне, так само як і його зв'язок із прадавньою богинею потойбічного світу, згадка про яку збереглася в образі Баби-Яги.

Можна стверджувати, що в казках про розбійника-нареченого закарбувалася пам'ять про слов'янську дівочу ініціацію. Ритуал, що мав надзвичайну вагу в житті кожної дівчини, увійшов до казкових сюжетів і зберігся до наших часів. А супроводжували ініціантку в її нелегкій подорожі до «іншого» світу і назад, перероджували її, наймогутніші істоти потойбіччя – Змій-потойбічний наречений та його мати, покровителька і наставниця ініціантів.

Подальше вивчення цього матеріалу та його порівняння із загальноєвропейським може дати корисну інформацію для дослідження та реконструкції міфологічних уявлень давніх слов'ян.

Список літератури:

1. Балушок В. Роль жінки в юнацьких ініціаціях давніх слов'ян. *Родовід. Наукові записки до історії культури України*. 1994. № 9. URL: http://uartlib.org/downloads/Rodovid91995_uartlib.org.pdf (дата звернення: 07.07.2021)
2. Былины / Сост. Б. Н. Путилов. URL: <http://drevne-rus-lit.niv.ru/drevne-rus-lit/sbornik-bylin-putilov/index.htm> (дата звернення: 07.07.2021)
3. Народні казки, зібрані Петром Івановим / Упорядн. І. В. Неїло. Київ : ТОВ УВПК «ЕксОб», 2003. 512 с.
4. Норбертас Велюс. Цветок папоротника: литовские мифологические сказания. Вильнюс : Вага, 1989. 374 с.
5. Пропп В. Я. Исторические корни волшебной сказки. Москва : Лабиринт, 2000. 336 с.
6. Рыбаков Б. А. Язычество древней Руси. Москва : Академический Проект, 2013. 806 с.
7. Рыбаков Б. А. Язычество древних славян. Москва : Наука, 1981. 607 с.
8. Richarda Becker. Die weibliche Initiation im ostslawischen Zaubermärchen: ein Beitrag zur Funktion und Symbolik des weiblichen Aspektes im Märchen unter besonderer Berücksichtigung der Figur der Baba-Jaga. Wiesbaden : Harrassowitz, 1990.

Zavadska V. V., Bobko A. N. ORIGIN AND FUNCTIONS OF THE OTHERWORLDLY GROOM (BASED ON MATERIALS FROM THE TALES OF ROBBERS COLLECTED BY P. IVANOV)

The activity of the folklorist and ethnographer Pyotr Ivanov coincided with the edge of the 19th and 20th centuries. At this time, he collected and recorded many folk tales, but this collection was first published relatively recently – in 2003.

Despite of the tradition of genre classification, a separate group can be derived from the tales about robbers, and among them – about a robber-groom. The details of these tales, constant elements repeated from version to version, plot features allow us to consider the archaic ritual, which is remembered in tales.

Of particular interest is the figure of a groom himself. The motives of his actions, his role in the tale, and the moral of the fairy tale plot are not sufficiently clear and, of course, have a deeper meaning than is noticeable at first glance.

This article analyzes the image of a robber-groom on the basis of material from folk tales collected by P. Ivanov. The origin and evolution of a character as well as its connection with other folklore characters are considered. Possible prototypes from the ancient Slavs folklore are analyzed and it is reasonably proven that the robber-groom is an otherworldly creature, and not a fabulous embodiment of an ordinary person or a symbolic personification of danger. His role in the maiden initiations of ancient Slavs is also considered. Tales about robbers consist of fragment of this rite outlined in a fairy manner.

The subject of the paper is actual, since a character of an otherworldly groom received little attention from folklorist researchers and, therefore, is poorly studied, unlike the character of an otherworldly bride. Also, the theme of Slavic maiden initiations is poorly investigated and thus the tales of the robber-groom from the collection of P. Ivanov contain rich material to reconstruct the mentioned rite. These tales intersect with another group of tales about robbers from this collection, as well as with the folklore material of both Slavic and non-Slavic origin, which confirms the conclusion regarding the transformation of ancient characters in a more recent character of a robber. Therefore, the following path can be reconstructed: a chthonian divinity (a serpent a priori) – Slavic divinities connected with a chthonian world (Volos) – an epic hero (a chthonian serpent in the archetype) – a robber from the wood (a more recent transformation of the abovementioned characters).

Key words: maiden initiation, female initiation, otherworldly groom, Serpent, Veles, Volos, robbers, robber tales, Peter Ivanov.

Левчук О. І.

Львівський національний університет імені Івана Франка

ОКРЕМІ АСПЕКТИ «СОЦІАЛЬНОГО СТАТУСУ» КОНЯ В УКРАЇНСЬКІЙ УСНОСЛОВЕСНІЙ ТРАДИЦІЇ

У статті проаналізовано окремі аспекти «соціального» рівня образу коня в українській народній словесності, зокрема, «національність», метаморфози в тварину, кількісну характеристику, ієрархію всередині класу, контакти, стосунки тварини з іншими представниками фауни, міфічними істотами та людьми у фольклорному творі.

Опис місця зобразу в його «суспільній» ієрархії пов'язаний з біологічною характеристикою коня, який є стадною твариною. Нерідко натрапляємо в українському фольклорі на чисельний образ з кількісними ознаками «дванадцять», «сорок», «сто». Але в кожному стаді обов'язково є його глава, кінь-охоронець – великий та надзвичайно сильний, який відрізняється від своїх родичів фантастичними рисами, надзвичайними можливостями і виконує магичну функцію.

Контакти між тваринами виявляються через фольклорні мотиви про кровну спорідненість, подружній зв'язок, кумівство, дружбу, ворожнечу, змагання. Кінь у народних творах найчастіше має певні зв'язки з орлом, вовком, волон чи буйволом. Також кінь зазвичай має свого небесного покровителя – святого Юрія і хтонічного ворога – домовика. Все ж найтісніші контакти в текстах українського уснословесного корпусу кінь налагоджує з людиною, що виявляються в чотирьох формах «єднання» людини з твариною як істотою сакральною чи навіть божеством: 1) поїдання священної тварини; 2) статеве єднання з твариною; 3) народження дітей від тварини; 4) зовнішнє наслідування тварини.

Ще однією важливою «соціальною» характеристикою міфологічного образу коня в українській уснопоетичній традиції є його приналежність не до комфортного культурного середовища, а до дикого степу, міфічного лісового простору. Функція перевізника між божественним ареалом, світами живих та мертвих зумовлює амбівалентне значення коня, яке подекуди простежується навіть в межах одного й того ж фольклорного жанру.

У текстах пісень кінь – це одна із найбільших цінностей господаря, водночас це друг, побратим, а то й брат парубка, козака, воїна, його права рука.

Отже, кінь – повноправний учасник суспільного життя і, як люди чи інші тварини, є складовою різноманітних соціальних відносин («родинних», «релігійних», «етнічних», «виробничих» тощо), найчастіше займає визначене становище в ієрархії всієї зоосистеми або ж навіть світобудови загалом.

Ключові слова: зобраз, кінь, соціальний статус, функція, амбівалентний.

Постановка проблеми. У традиційному світогляді українців тваринні образи є частиною «суспільства», оскільки, як і люди, тварини вступають в соціальні відносини, виконують ті чи інші суспільні ролі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тварини як один з елементів образно-символічної системи українського фольклору віддавна були предметом дослідження в науковому полі. Зооморфні образи вивчали в межах культурної традиції цілого народу О. Афанасьєв, В. Клінгер, І. Вагилевич, О. Гура; в межах окремого жанру уснопоетичної творчості чи обряду та вірування – В. Данилов, Г. Булашев, В. Пропп, І. Крук, Л. Дунаєвська, В. Давидюк, В. Сокіл, М. Новикова, П. Романюк, О. Цвид-Гром, Р. Кедріна,

А. Єрмолов, О. Курочкін, І. Несен та інші. На сучасному етапі українська фольклористична наука має всього лиш кілька комплексних досліджень окремих зооперсонажів. Найперше, це монографія Н. Пастух «Символіка тварин в українському фольклорі: зозуля» [1] та дисертація В. Пономаренко «Еволюція хтонічного образу в українському фольклорі» [2].

Комплексне дослідження образу коня в українському фольклорі обов'язково передбачає виявлення його соціальних характеристик, бо ця тварина є повноправним учасником суспільного життя, є складовою «родинних», «релігійних», «етнічних», «виробничих» відносин тощо.

Постановка завдання. Генеза та приналежність тварини до одного з трьох вертикальних

рівнів світобудови, що також є елементами «соціального статусу» коня в українській фольклорній картині світу, вже стали предметом розгляду окремої розвідки [3]. Метою цієї статті є аналіз таких суспільних властивостей коня, як: «національність»; метаморфози у тварину; кількісна характеристика; ієрархія всередині класу; контакти, стосунки, взаємозв'язки у фольклорному творі (дружба, ворогування, кровна спорідненість) тощо.

Виклад основного матеріалу. У світоглядних уявленнях українців тільки людина має душу, а «звірята... душі не мають, у них є лиш пара» [Онищук, с. 23]. «Дух як усталений ідентифікатор «свого – чужого» може зумовлювати приписувану в народі «національність» того чи іншого представника народного бестіарію» [1, с. 46]. Українська фольклорна традиція характеризує коня за «національними» ознаками. Стала народна мовна формула порівнює щось або когось великого із татарським конем («великий як татарський кінь») не просто так. Вороги українського народу, що нападали з півдня й довгі століття мордували наші землі, асоціювалися з кінними загонами, тому й татарський кінь часто має негативну символіку. Водночас у приказках «Великий кінь турецький, а дурний» [Франко, с. 339], «Кінь турецький великий як віл, а дурний як цап» [Франко, с. 342], народне мовлення обіграє стереотипне уявлення «турок = дурень» і ще раз вказує на те, що розмір не завжди зіставляється з інтелектуальними здібностями людини. За уявленнями українців Закарпаття у коня після смерті переселяється душа єврея [4, с. 44]. Натомість І. Франко в Нагуєвичах фіксує приповідку-прокляття «Бодай ті Бог у жидівського коньки перевернув!» [Франко, с. 338], бо за переконанням українських селян, які часто зазнавали кривди від представників єврейської нації, коням у євреїв найгірше живеться.

Аналіз зоосимволу на «соціальному» рівні охоплює й опис місця тварин в їхній «суспільній» ієрархії, оскільки, як і поміж людей, між ними повинен бути той, що їх веде за собою – ватажок зграї, виду тощо.

Кінь, як біологічний вид, є стадною твариною. Кількісні характеристики фольклорного зображення в чарівній казці теж вказують на стадний спосіб існування цієї тварини – чорноморська дівчина пасе дванадцять кобил [Казки Гуцульщини, с. 257], у відьми, що живе вище хмар, сорок кляч [Казки Бойківщини, с. 342]. Грім у народних загадках передано через образ «сто коней»: *Стукотить-гуркотить, як сто коней біжить* [Номис, с. 638].

Для тварини кожного окремого класу визначальними є певні риси, що дають підстави «для її затвердження на посаді голови певного виду, класу і т.д.» [1, с. 58]. У кожному чарівному стаді обов'язково є його глава, кінь-охоронець – великий та надзвичайно сильний [Казки Бойківщини, с. 198]. Магічну функцію в чарівній казці виконує не чисельне стадо, а лише один – обраний кінь, який відрізняється від своїх біологічних родичів фантастичними рисами, надзвичайними можливостями тощо.

Контакти між тваринами виявляються через фольклорні мотиви про кровну спорідненість, подружній зв'язок, кумівство, дружбу, ворожнечу, змагання. Кінь у народних творах найчастіше має певні зв'язки з орлом. Досить поширеним є мотив про змагання (перегони) коня з орлом в історичних піснях та легендах. Кінь як переможець таких перегонів не карає орла, а навпаки братається з птахом: «*Орел же, прилетівши над море, став просити коня, щоб не рубав йому крил. Кінь згодився з ним, щоб орел був йому меншим братом*» [Грушевський, с. 207]. Своєрідний зв'язок у народній казці виникає й між конем та вовком. Герой, якому на шляху стрічається Залізний Вовк, заради порятунку свого життя жертвує життям коня. Вовк, що з'їв коня, виконує його функцію, тобто стає чарівним помічником та порадиником героя впродовж усіх перипетій [Казки Буковини, с. 201–205]. На думку Н. Пастух, «у перших метаморфозах не було їхньої основної риси – протиставлення. Власне праперетворення виникають на ґрунті дифузного мислення, що не знає жодних протиставлень, ієрархізацій. «Щось» переходить у «щось», залишаючись, по суті, тим самим» [1, с. 73]. Тобто кінь, ставши жертвою вовка, не перестає існувати, а ніби перероджується в іншому тілі, в іпостасі іншої тварини.

Семантична спорідненість певних тваринних видів виявляється також й у тих сюжетах, де такі види протиставляються один одному за певними характеристиками. М. Драгоманов фіксує народну оповідку про переваги коня над буйволами та волами, зважаючи на їхнє значення в господарстві. Кінь їде швидко і не зупиняється на сонці, його можна загнудати. А віл або буйвіл на сонці стомлюються і перестають йти, не можна їх ніяк заставити рушити з місця [Драгоманов, с. 2]. Такий антагонізм можливий тільки тоді, коли «первинно існують певні значеннєві компоненти, що об'єднують цих тварин. Саме наявність чогось спільного створює необхідний ґрунт для будь-якого протиставлення» [1, с. 60]. Семантичною

часткою, що споріднює образи коня, вола та буйвола, звичайно, є їхня роль перевізника вантажів у сільському господарстві.

З сільськогосподарським значенням коня пов'язане й те, що ця тварина, як і люди, має своїх небесних або ж хтонічних покровителів. Коні знаходяться під опікою святого Юрія (Георгія), і в день цього покровителя молодим коням підстригають гриви та хвости, випускають на пасовище до сходу сонця, на росу [Труды, Т. I, с. 49]. За народними уявленнями, Юрій відмикає ключем землю і велить їй вирощувати рослини, зелень, тобто оживати після зимового сну, і від того домашні тварини, які поїли трави з юр'ївською рососою, стають сильними та годованими [Труды, Т. III, с. 30]. Цей праведник захищає коней від нападу вовків [Чубинський, с. 53]. Коли треба коня добре виїздити, то це теж робить святий Юрій [Ларіон, с. 68].

Дуже хороших коней любить домовик: він заплітає їм гриву в косички та їздить верхи цілу ніч в конюшні, так що заганяє тварину зовсім і кінь псується [Чубинський, с. 52]. Як оберег від домовика в конюшні ставлять козла або прив'язують до стелі мертву ворону, сову чи сороку, щоб він на них їздив, замість на конях [Труды, Т. I, с. 49]. Про особливу роль коня в господарстві свідчить і те, що існують замовляння, які стосуються хвороб згаданої тварини (від крові, при пологах у кобили, від так званого «гарячого» коня [Труды, Т. I, с. 68–69]).

Найтісніші контакти в текстах українського уснословесного корпусу кінь налагоджує з людиною. Тому доцільно згадати про чотири форми «єднання» людини з твариною як істотою сакральною чи навіть божеством, які виділив Є. Кагаров: 1) поїдання священної тварини; 2) статеве єднання з твариною; 3) народження дітей від тварини; 4) зовнішнє наслідування тварини [5, с. 29].

«Ритуальне причащення м'ясом – одна з найстарших форм єднання людського та бестіарного світів. Окрім основного значення будь-якого жертвоприношення (їдеться про космогонічну роль), поїдання священної тварини має багато другорядних функцій, таких, як бажання сприйняти властивості, силу, «чистоту» тварини» [1, с. 66]. Плоть коня в їжу наші предки не вживали, навіть як ритуальну трапезу. Принаймні таких випадків не фіксують ні досліджувані фольклорні тексти, ані етнографічні матеріали. Подібні гастрономічні вподобання залишаються характерними й у сучасному суспільстві. Проте українці все-таки знають, що таке ритуальне поїдання коней. Йдеться про сирних коників, ритуальну страву й водночас їстівну іграшку, яку й досі готують

окремі народні майстри на Гуцульщині до різноманітних свят – весілля, храмового празника, в сучасних реаліях і до дня народження. Як розповідають у с. Брустурів, на Великдень великого сирного коника кладуть до кошика, який святять у церкві. Сирні фігурки роздають присутнім після поминок за померлим. Так само сирними іграшками обдаровують колядників чи посівальників [Домашній архів]. Отже, табуйоване поїдання справжньої плоти священної для українців тварини спричинило виникнення іншої форми жертвоприношення. Якщо не можна їсти конину, то приносять у жертву сирного коника, тим самим причащаються «силою» тварини, об'єднують людське та бестіарне начало.

Ще однією формою об'єднання людського соціуму з тваринним є, як зазначалося, налагодження родинних зв'язків. Відлуння можливих статевого стосунків знаходимо в казках. У записках О. Роздольського в казці, де фірман, який не міг знайти собі коханки, «взів сі до кобили» [Роздольський, с. 146]. Федір Вовк у «Студіях з української етнографії та антропології» наводить думку Лібрехта про те, що ритуальне інтимне зближення людини із твариною колись відбувалось реально [Цит. за: 6, с. 311]. За уявленням первісної людини таке єднання цілком можливе. У статевому союзі істоти, які належать до різних світів, позбуваються видимих ознак їх культурного / природного статусу, стирають межі та повертаються у час, коли не було усвідомлення відмінностей між людьми та тваринами.

Головний герой чарівної казки і його кінь-помічник теж нерідко пов'язані кровними стосунками, адже тварина є подарунком померлого батька, духом предка, що втілюється в образі коня.

З мотивом статевого єднання людини з твариною тісно пов'язаний мотив народження дітей від такого союзу. Антін Онищук, описуючи світоглядні уявлення жителів села Зелениця Надвірнянського повіту, вказує: «В Зелениці удержалася також віра, що звірята можуть породити людину, а жінка видати на світ звірину» [Онищук, с. 21]. У згаданій вже казці з записів О. Роздольського після статевого акту з фірманом тварина через дев'ять місяців народжує хлопця – Кобилячого сина [Роздольський, с. 146]. Діти з таким родоводом, як правило, мають надзвичайні можливості, наділені божественною невразливістю та силою.

Четвертою формою залучення людини до зоосвіту, яку виокремив Є. Кагаров, є, за його визначенням, «зовнішнє наслідування» [5, с. 29]. Цікаве з цього погляду самобутнє явище, яке

зафіксоване у селі Кримно на Західному Поліссі, а саме: обходи з конем, які відбувалися ввечері 13 січня. «Із самої назви дійства зрозуміло, що кінь – центральна фігура в гурті ряджених. Специфіка створення цього образу полягає в тому, що воно передбачає використання макету тварини, який один з учасників обходу прикріплював до себе. Внаслідок цього виходив подвійний персонаж – кінь-вершник» [Завітій, с. 74].

Ще одну форму наслідування коня як об'єкта весільного ритуалу з символікою родючості та багатства (в землеробському та сімейному значенні) описує Ф. Вовк: мати виходить благословляти молодих у вивернутому кожусі, а їй дають «коня», тобто вила чи граблі, вона «сідає верхи» і об'їжджає тричі, посипаючи все довкола зерном. Після об'їзду старший боярин «напуває коня», тобто ллє з кухлика воду на кінець граблів [6, с. 204]. Такі ритуальні дії з удаваним конем, засвідчують єдність тварини з божеством, яке дає благословення на продовження роду в новоствореній сім'ї.

Ще однією важливою «соціальною» характеристикою міфологічного образу коня в українській уснопоетичній традиції є його приналежність не до комфортного культурного середовища, а до дикого степу, міфічного лісового простору.

Часто кінь є власністю змія, його другом і порадиником або найціннішим, що є у підземного володаря. Отже, викрадення коня героєм чи захоплення його як бойового трофея символізує передачу влади, тоді як сам кінь стає помічником свого нового господаря або несе прокляття, і подальша боротьба богатиря з іншими казковими супротивниками сприйматиметься як продовження боротьби зі змієм, який перейшов у іншу іпостась [2, с. 11].

Натомість, за гуцульськими повір'ями, як стверджує М. Грушевський, «кінь – звірина чоловікові не прихильна: вона все наміряється його вбити, тільки не відважується: *Кінь – найлукавіша худоба: він, як п'є воду, то дивиться і видить у воді, яка у чоловіка сила, що слабій, а думає: «Ой, уб'ю його зараз, лиш ся нап'ю», а так подивиться і здрімне ся: не може ся зважити; кожний кінь як нап'є ся, мусить подивитись на чоловіка через те»* [Грушевський, с. 112].

Як припускає З. Василько, уявлення про ворожість коня, сформувався у ті часи, коли східні слов'яни, що займали лісову зону, жили по сусідству з агресивними кочовими племенами, мешканцями степу. У лісах, в умовах бездоріжжя, кінь як засіб пересування був практично непотрібний, тому для слов'ян був твариною малозвичною.

Натомість для кочових народів коні були не тільки засобом пересування, що забезпечували високу мобільність на величезних степових просторах, а й джерелом м'яса, молока, шкіри. Тим самим для наших предків кінь став символом загрози, небезпеки, яку несли степовики. Це й зумовило розвиток уявлень про зв'язок коня з нечистою силою, а, отже, негативну семантику цього зообразу [7, с. 153].

Соціалізація коня виявляється і в межах товарно-грошових стосунків між людьми. У текстах пісень кінь – це одна із найбільших цінностей господаря: *о сто корон дорожчий кінь* [Верхратський, с. 82]. Оскільки кінь – це все, що є вартісного у козака, господар використовує його, як винагороду за певні блага для себе: *Ой заграй ми музичейко, заграй ми музика, А як я та не заплачу, возьмеш ми коника* [Верхратський, с. 166]; *Що я собі загадаю, тоє я си вчиню, Продам коня вороного, куплю си дівчину* [Верхратський, с. 212].

У козацьких та ліричних піснях кінь – це друг, побратим, а то й брат парубка, козака, воїна, його права рука. Кінь контактує з господарем-воїном у колядках, з нареченим, старостою, свашками чи зозулею у весільних піснях; кінь та його незвичайні можливості стають предметом вихвалянь нареченого перед родиною молоді тощо. Найчастіше в пісенному фольклорі кінь виконує функцію помічника та супутника свого господаря. Значна кількість контекстів із такою семантикою пов'язана з процесом створення нової сім'ї. Парубок, що залицяється до дівчини, зваблює її, пізніше сватається та одружується, на жодному з цих етапів не може обійтися без свого вірного друга: *Ходить кониченько понад гречкою, Молодий хлопчина з уздечкою: Підожди, коню, осідлаю, Поїду дівчину одвідаю* [Пісні з Тернопільщини, с. 139].

Висновки і пропозиції. На основі аналізу окремих аспектів «соціального статусу» коня можна зробити висновок, що опис місця зообразу в його «суспільній» ієрархії пов'язаний з біологічною характеристикою коня, який є стадною твариною. Але в кожному стаді обов'язково є його глава, який відрізняється від своїх родичів надзвичайними можливостями та виконує магічну функцію. Контакти між тваринами виявляються через фольклорні мотиви про кровну спорідненість, подружній зв'язок, кумівство, дружбу, ворожнечу, змагання. Кінь у народних творах найчастіше має певні зв'язки з орлом, вовком, волон чи буйволон. Також кінь зазви-

чай має свого небесного покровителя – святого Юрія і хтонічного ворога – домовика. Все ж найтісніші контакти в текстах українського усно-словесного корпусу кінь налагоджує з людиною, що виявляються в чотирьох формах «єднання» людини з твариною як істотою сакральною чи навіть божеством. У текстах пісень кінь – це одна із найбільших цінностей господаря, вод-

ночас це друг, побратим, а то й брат парубка, козака, воїна, його права рука.

Функція перевізника між божественним ареалом, світами живих та мертвих, тварини, що з'являється майже в усіх межових ситуаціях життя господаря, зумовлює амбівалентне значення коня, яке подекуди простежується навіть в одному й тому ж фольклорному жанрі.

Перелік умовних скорочень використаних джерел:

1. **Грушевський** – Грушевський М. Історія української літератури: В 6 т. 9 кн. Київ, 1994. Т. 4. Кн. 2.
2. **Денисюк** – Денисюк І. О. Пісні з-над берегів Турського озера: пісні і коментарі. Луцьк, 2004.
3. **Доленга-Ходаковський** – Українські народні пісні в записках Зоріана Доленги-Ходаковського (з Галичини, Волині, Поділля, Придніпрянщини і Полісся). Київ, 1974.
4. **Домашній архів** – Домашній архів автора (Зап. О. Левчук 2016 р. у с. Брустурів Косівського р-ну Івано-Франківської обл. від Петрів Марії Іванівни, 1968 р. н., народної майстрині).
5. **Драгоманов** – Драгоманов М. Малорусскія народныя преданія и рассказы / Сводъ Михаила Драгоманова. К., 1876.
6. **Завітій** – Завітій Б. Ходіння з конем у селі Кримно на Західному Поліссі. *Народознавчі зошити*. 2000. № 1.
7. **Лларіон** – Лларіон, митрополит. Дохристиянські вірування українського народу. Історично-релігійна монографія. Київ, 1994.
8. **Казки Бойківщини** – Українські народні казки: Книга 15: Казки Бойківщини. Ч. II. / Записав, упорядкував і літературно опрацював Микола Зінчук. Тернопіль, 2006.
9. **Казки Буковини** – Казки Буковини. Казки Верховини / Запис. і впоряд. Михайло Івасюк. Ужгород, 1968.
10. **Казки Гуцульщини** – Українські народні казки: Книга 5. Казки Гуцульщини. / Записав, упорядкував і літературно опрацював Микола Зінчук. Тернопіль, 2006.
11. **Казки Покуття** – Українські народні казки: Книга 13. Казки Покуття: Ч. II. / Записав, упорядкував і літературно опрацював Микола Зінчук. Тернопіль, 2005.
12. **Номис** – Українські приказки, прислів'я і таке інше. / Уклав. М. Номис / упоряд., приміт. та вступна ст. М. М. Пазяка. Київ, 1993.
13. **Онищук** – Онищук А. Матеріали до гуцульської демонології. *Матеріали до українсько-руської етнології*. Львів, 1909. Т. XXI.
14. **Пісні з Тернопільщини** – Пісні з Тернопільщини: Календарно-обрядова та родинно-побутова лірика: пісенник / [упор. С. Стельмащук, П. Медведик]. Київ, 1989.
15. **Роздольський** – Галицькі народні казки (№ 26–77). / Зібрав Осип Роздольський. *Етнографічний збірник. Видає Етнографічна комісія Наукового товариства імені Шевченка*. Львів, 1899. Т. VII.
16. **Труды, Т. I** – Труды этнографическо-статистической экспедиции в Западно-Русский край, снаряженной Императорским Русским Географическим Обществом. Юго-Западный отдел. Материалы и исследования, собранные д. чл. П.П. Чубинским: В 7 т. Том первый, изданный под наблюдением чл.-сотр. П.А. Гильгербрандта. Т. I. Вып. I: Верования и суеврия. Загадки и пословицы. Колдовство. Санкт-Петербург, 1872.
17. **Труды, Т. III** – Труды этнографическо-статистической экспедиции в Западно-Русский край, снаряженной Императорским Русским Географическим Обществом. Юго-Западный отдел. Материалы и исследования, собранные д. чл. П.П. Чубинским: В 7 т. Том третий, изданный под наблюдением действ.-члена Н.И. Костомарова. Т. III: Народный дневник. Санкт-Петербург, 1872.
18. **Франко** – Галицько-руські народні приповідки: У 3-х т. / Зібрав, упорядкував і пояснив Др. Іван Франко: 2-е вид. Львів, Т. 2.
19. **Чубинський** – Чубинський П. Мудрість віків: (Українське народознавство у творчій спадщині Павла Чубинського): У 2-х кн. Київ, 1995. Кн. 1.

Список літератури:

1. Пастух Н. Символіка тварин в українському фольклорі: зозуля. Львів, 2013. 224 с.
2. Пономаренко В. В. Еволюція хтонічного образу в українському фольклорі : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 1999. 19 с.
3. Левчук О. І. Генеза та соціальна сутність образу коня в українській фольклорній картині світу. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія Соціальні комунікації*. Т. 30 (69). № 3, част. 2. Київ, 2019. С. 171–176.

4. Гура А. В. Символика животных в славянской народной традиции. Москва, 1997. 910 с.
5. Кагаров Є. Г. Форми та елементи народної обрядовості. *Первісне громадянство*. 1928. Вип. 1. С. 21–57.
6. Вовк Ф. К. Студії з української етнографії та антропології : нова редакція. Харків, 2015. 464 с.
7. Василько З. К. Символика фольклорного образу. Львів, 2004. 392 с.

Levchuk O. I. SOME ASPECTS OF THE «SOCIAL STATUS» OF A HORSE IN THE UKRAINIAN ORAL FOLK TRADITION

The article analyses certain aspects of the «social» level of the image of a horse in the Ukrainian folk literature, in particular, «nationality», metamorphoses into animal, quantitative characteristics, hierarchy within a class, contacts, relationships, interrelationships of the animal in the folklore work.

Description of the place of zoo image in its «social» hierarchy is related to the biological characteristics of a horse which is a social animal. Quite often in the Ukrainian folklore one can come across a quantitative image with quantitative features «twelve», «forty», «one hundred». However, every herd will always have its head, a defender-horse – big and very strong, who is distinguished from all its relatives by its fantastic features, extraordinary power and who performs a magic function.

The contacts among animals manifest themselves through folklore motives about blood ties, marriage connection, nepotism, friendship, hostility, competitions. Most frequently folklore works depict relationship between a horse and an eagle, wolf, ox or a buffalo. Also, quite often, a horse has its own patron saint – St. George – and chthonian enemy – folklore house spirit. And still the closest contacts within the texts of the Ukrainian oral folklore corpus the horse builds with a human being, which is observed in four forms of «union» of a person and animal as a sacral being or even a divine being: 1) eating a sacral animal; 2) sexual union with an animal; 3) giving birth to children from an animal; 4) external impersonation of a horse.

One more important «social» characteristics of a mythological horse's image in the Ukrainian oral folklore tradition is its belonging not to the comfortable cultural environment, but to the wild steppe, mythical forest environment. The function of a carrier between divine realm, the worlds of the live and dead, leads to ambivalent meaning of a horse, which sometimes can be traced even within the limits of one folklore genre.

In the lyrics of the songs horse is one of the greatest valuables of the owner, at the same time it is a friend, sworn brother, or even a brother of a young man, kozak, soldier, his assistant.

Thus, a horse is a full-fledged participant of the social life and, similar to people or other animals, is a component of different social relationships («family», «religious», «ethnic», «industrial», etc.), and most frequently occupies an important place in the hierarchy of the whole zoo system or even world structure in general.

Key words: *zooimage, horse, social status, function, ambivalent.*

КРИМСЬКОТАТАРСЬКА ЛІТЕРАТУРА

УДК 820

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/22>**Сеітяг'яєва Т. Р.**Навчально-науковий інститут філології і журналістики
Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

ГУМАНІСТИЧНИЙ ПАФОС ТВОРУ ІСМЕТІЯ «КЕФЕ ДЕСТАНИ»

У статті на матеріалі поеми «Кефе дестани» кримськотатарського поета Ісметія здійснено спробу відобразити трагічні історичні події початку XIX століття в житті кримських татар. Розглянуто авторський гуманістичний пафос твору, в якому головною темою є народна доля, а основною проблематикою – безправ'я і беззахисність народу. В 1812 році в Криму лютувала чума і безліч кримських татар, змушених емігрувати до Туреччини, сходилися в феодосійський порт з усієї території колишнього ханства, де опинилися в пастці. Епідемія чуми стала причиною справжньої трагедії, що розігралася в Кефе (Феодосії). Через тривалий карантин порт був закритий, постачання до Криму привізних продуктів припинилося, на півострові розпочався справжній голод, що суттєво збільшило кількість жертв чумного мору. Російські солдати заганяли людей у протичумне карантинне місце, оточене озброєною охороною, після чого про них забували, не проявляючи турботи. Запаси їжі, які люди принесли із собою, швидко вичерпалися, тому в карантинній резервації панував жахливий голод. Рано чи пізно про це дізнавалися родичі нещасних в'язнів; вони кидали все і мчали до Феодосії, щоб хоч якось урятувати вмираючих. Тисячі посланців заповнили місто та, оббиваючи пороги начальства, просили випустити їхніх родичів на свободу разом із зобов'язанням роз'їхатися по домівках, але все було марно. Посилаючись на карантинне положення, чиновники вимагали в прохачів гроші, справжній викуп, як за військовополонених. Людям доводилося віддавати останні кошти, зібрані іноді протягом багатьох років на хадж.

Згодом у карантинній зоні розпочався справжній мор через голод і хвороби – неминучі супутники тісного скупчення виснажених людей. Тих осіб, які намагалися вийти за карантинний кордон, вбивали на місці; лікарська допомога була відсутня.

З боєм, з жалем і гуманізмом, емоційністю поет описує стан людей у місті, перетвореному в моторошну темницю. Майстерно підібрані слова та їхні звучання створюють реалістичну картину перебування людей у жахливих умовах, як фізичних, так і моральних. Читач, який сприймає поему на слух, може почути шум вітру, холодного дощу, ридання і крики тих, хто зневірився. Ця поема – крик душі поета про беззахисність, безпорадність людей у відчай, яким залишилося тільки молитися.

Ключові слова: поема, гуманістичний пафос, кримськотатарська література XIX століття, зображення трагедії народу, реалізм, вимушена еміграція.

Постановка проблеми. Рукопис кримськотатарського поета Ісметія «Кефе дестани» («Поема про Кефе») зберігся і дійшов до нас. Про життя і творчість поета нічого не відомо. Поема була написана, ймовірно, в 1813–1814 рр. Головна її тема – трагедія, що сталася з кримськими татарами, які зібралися в Кефе (нині Феодосія) з наміром назавжди покинути батьківщину. Ісметій, будучи свідком подій у місті, в своїй поемі зобразив умови еміграції кримських татар через порт Кефе, епідемію чуми в цей період і карантин як її наслідок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Поема Ісметія «Кефе дестани» не була предметом спеціального дослідження і вимагає вивчення та аналізу.

Мета роботи полягає у висвітленні основної проблематики поеми – безправ'я і беззахисності народу під час трагічних подій в історії кримських татар.

Згідно з метою визначено конкретні завдання: розглянути тематику й проблематику твору та на їхній основі показати трагічність зображених подій.

Виклад основного матеріалу. Кримська земля, колись квітуча та населена корінним народом – кримськими татарами, з часу свого приєднання в 1783 році до Росії через лицемірну політику царського уряду, що прагнув зігнати корінне населення з рідного юрта, швидко обезлюдніла і, втративши волелюбну та працездатну частину населення, стала економічно занедбаною.

Кримських татар явно або приховано змушували їхати із Криму, їхні землі роздавали російським чиновникам за невідомі заслуги з приєднання краю.

Коли дізнаєшся про причини еміграції, починаєш усвідомлювати масштабність цієї трагедії. Еміграція була спричинена політикою грабежу та насилля, розпочатою владою вже в перші роки панування росіян. Останні спустошували країну, вирубали дерева, ламали будинки, руйнували святі місця та громадські будівлі, знищували водопроводи, грабували жителів, викидали з могил і кидали в гній тіла їхніх предків, встановили своє огидне кріпацтво [1].

Перша масова хвиля еміграції кримських татар, переважно в Анатолійську й Румелійську провінції Туреччини, розпочалася відразу після приєднання Криму до Росії, унаслідок чого було витіснено з місць постійного проживання близько 300 тисяч чоловік. Ця хвиля еміграції переважно відбувалася через Кезлев (нині Євпаторія) і Кефе. Надалі еміграція кримських татар із Криму відбувалася кількома хвилями, не припиняючись, затихаючи та відновлюючись згодом. Друга масова хвиля еміграції розпочалася після закінчення Кримської війни. Нині проблема еміграції одностайно визнана дослідниками однією з найтрагічніших сторінок в історії кримських татар після падіння Кримського ханства.

Після повернення додому солдат-героїв війни 1812 року, яких набирали в царську армію з народу та які захистили Росію і звільнили Європу від французького панування, їх чекало «панство дике, без почуття, без закону», – як з гіркотою писав А. С. Пушкін [1]. Подібної гіркої долі не unikнуло й чужорідне для царизму кримськотатарське населення. Як відзначає В.К. Шнеур, російські чиновники продовжували піддавати кримських татар «невимовному грабежу, прикриваючись фіговими листками законності та російської державності» [1].

Після війни 1812 року господарство Криму поступово опинилося в занепаді, тоді життя людей стало ще гіршим. Царські чиновники не давали людям спокійно жити, піддаючи їх голоду й холоду. До того ж страшна епідемія чуми вибух-

нула в центрі Кефе. Такими були історичні обставини, на тлі яких відбувалися події, описані Ісметієм у поемі «Кефе дестани».

Сюжетна лінія «Поєми про Кефе» наступна. Влітку в Кефе зібралася багато людей, змушених виїхати з Криму. Через шторм, що розігрався на морі, турецькі кораблі не змогли підійти до міста, але кількість людей, які прагнули емігрувати, постійно збільшувалася. У місті розпочалася епідемія чуми, яка протягом короткого часу поширилася широко й швидко, захопивши всі райони Кефе, внаслідок чого померло дуже багато людей. Задля припинення поширення епідемії місто закрили з усіх сторін, заборонивши в'їзд і виїзд та запровадивши чергування караулу на вулицях. Отже, влада оголосила карантин.

Задля боротьби з чумою людей зосередили в одному місці, забравши в них усю живність і спаливши все їхнє майно. Так і сиділи вони в чотирьох стінах, їх не випускали надвір. У такому тяжкому становищі опинилися кримські татари в Кефе на початку XIX століття. Тепер ніхто з них не міг виїхати в Туреччину чи залишити Кефе: місто оточили солдати. Кожного, хто намагався вийти за межі міста, вбивали (підрядковий пере-клад):

У Кефе почався карантин, ніхто не допоможе бідним людям.

Людей женуть із одного села в інше, кожного разу вимагаючи залишити свої притулки.

Розгорається карантин як пожежа, нема допомоги нізвідки.

Як поле війни стогне Кефе.

Закриті всі дороги на суші й на воді.

Звідки таке покарання?

Навкруги плач, плачуть сім'ї, люди втрачають розум від горя.

Сидимо, як в зіндані.

Закриті мечеті. Літо, але ніхто не сміється в Кефе.

Син не зустрічає батька, всі дороги закриті.

Не радіємо ми більше, не любимо.

І старий, і малий, всі ми приречені.

Нікому не вирватися звідси, ніхто не знає, що ж це таке.

Що нам робити?

Бідні ми, сидимо в чотирьох стінах, збитих із 400–500 дошок.

Вночі ми замкнені, вранці двері відчиняють.

Ми молимося, просимо Аллаха про зцілення.

Такої напасті не було ще ніколи.

З нами поводяться, як із собаками, відмовляючи нам у допомозі.

Трупы складають у мішки й забирають.
 Нас із кожним днем стає все менше.
 Холод, немає печей, вугілля, болить голова.
 Над нами небо, йде дощ, під ногами бруд.
 Чекали ми 42 днів, плакали кривавими сльозами.
 Через 12 днів пішов сніг, дощ, почався буран.
 Три години тривав він.
 Такого ми ще не бачили.
 Гинуть мусульмани, хто побачить ці дні, втра-

тить розум.

Вулиці порожні, замкнені будинки.
 Не вариться кава, їжа.
 Аллах всемогутній, допоможи Кефе.
 Я буду молитися вдень і вночі.
 У мене немає крил, щоб злетіти [2].

Медичної допомоги їм не надавали. Ісметій так описував цю жахливу ситуацію (підрядковий переклад):

*Щоранку лікар приходить подивитися на нас,
 Але всякий раз він знаходить відмовки, щоб не лікувати,*

*А найчастіше використовує ті ж самі ліки:
 «Пішов, дурень!» – і, ніде не затримуючись,
 біжить із міста.*

Трупы, які валялися всюди, стягували до берега, де їх спалювали. Розпочалися дощі, в людей не було даху над головою, щоб сховатися; не було дров, щоб обігрітися біля вогнища ... Чума лютувала, викошувала цілі сім'ї. Усе місто охопив жах. Коли хтось підходив до солдатського ланцюга й звертався до офіцерів із проханням вжити будь-яких заходів задля порятунку людей, йому відповідали: «Пошел ты к черту!».

Коли Ісметій описував місто, перетворене в «страшну брудну темницю», і стан людей, замкнених у ньому, він підбирав слова, які створювали особливу інтонаційність. Силою звучання слів поет створив реальну картину.

Сприймаючи поему на слух і навіть не розуміючи кримськотатарської мови, можна почути шум вітру й холодного дощу, шелест хвиль, плямкання бруду під ногами, зітхання і глухі ридання людей, іноді крики зневірених. На тлі цих звуків, які вже на рівні підсвідомості викликають біль і тривогу, раптом дисонансом, як сухе клацання когутика, лунає чужа мова [1]:

*Er kün saba ekim kelir de baqar,
 Türülü siltav ile bizlerni yaqar.
 «Пошел, дурак!», – der de turmay o qaçar,
 Ne al oldi bu zavallı – Kefege.*

Тому особливу емоційну силу набувають останні слова Ісметія:

Хто пошкодує людей? Хто допоможе їм?

Чому деякі люди ставляться до інших, як до бродячих собак?

Адже мають бути в людських серцях доброта й жалість?!

У пориві відчаю Ісметій звертається до Бога й царя:

*Чому ви байдуже дивитеся на смерть людей,
 На їхнє страждання, на жах, що охопив усе місто?!*

А в цей час начальники роздають один одному нагороди «за службу».

Ніхто не відповів Ісметію:

Ніхто Кефе допомогти не хоче, залишається мені, Ісметію,

Молитися вдень і вночі за нещасних людей...

Про колосальні жертви наслідків чуми свідчать масові поховання в південних містах України: однойменні пагорби – «чумки» – в Одесі, Феодосії, Керчі та інших містах. Таке ставлення до людей, які зазнали лиха, переповнило чашу людського терпіння: розпочалися збройні заворушення та швидко поширилися територією всього Керченського півострова.

Після кривавого втихомирення кримських татар надійшло розпорядження, характерне для всіх імперських і тоталітарних режимів. Місцевим жителям-татарам було заборонено носити зброю, а торговцям збройових крамниць – продавати їм порох, причому мисливці не були виключенням. Незабаром заборону продавати порох поширили на всю територію Криму, зберігаючи його дію в мирний час. Це позбавило численних татарських сімей можливості полювати, для яких цей вид заробітку був важливою матеріальною допомогою й суттєвим джерелом виживання.

Висновки і пропозиції. Трагічна доля кримськотатарського народу протягом трьох століть наклала незабутній відбиток на світосприйняття та його відтворення в літературі. Розглянувши тематику й проблематику поеми, ми дійшли до висновку, що за цими складниками відображений реалізм трагічних подій в історії кримських татар, змушених після падіння Кримського ханства та приєднання Криму до Росії унаслідок брудної політики царського уряду емігрувати до Туреччини. У творі показано трагедію еміграції і проблеми, спричинені нею, а також зухвале ставлення влади до корінних жителів Кримського півострова. Дослідження літератури кримських татар є внеском в кримськотатарське літературознавство. Матеріали статті можуть бути використані під час вивчення історії кримськотатарської літератури.

Список літератури:

1. Юнусова Л.С. Крымскотатарская литература. Сборник произведений фольклора и литературы VIII–XX вв. – Симферополь : Доля, 2002.
2. Дерменджи А., Балич А., Бекиров Дж. Эдебият хрестоматиясы. Ташкент, 1971.

Seitiahiaieva T. R. KEFE DESTANY BY ISMETIYA HUMANISTIC PATHOS

This paper based on the poem "Kefe destany" by the Crimean Tatar poet Ismetiya, attempts to reflect the tragic historical events occurred at the beginning of the XIX century in the Crimean Tatar people's life. There is considered the author's humanistic pathos. The main topic is the folk's destiny, and the prior issue is the lawlessness and defenselessness of the people. When the plague was raging in the Crimea in 1812, a number of Crimean Tatars were forced to emigrate to Turkey. They gathered in Kefe (Feodosia) port from all over the former khanate, but got trapped. The plague epidemic was the cause of a real tragedy broken out in Feodosia. Port was closed because of a long lockdown, and the supply of imported products to the Crimea was ceased. A real famine began on the peninsula, which multiplied the number of plague victims. Russian soldiers drove people into guarded anti-plague quarantine zone. Afterwards, these people seemed to be forgotten without being looked after. The food supplies people carried were quickly depleted, thus there happened a terrible famine in quarantine. Sooner or later the relatives of the unfortunate prisoners found out about it, they pushed their matters aside and rushed to Feodosia to somehow save the dying ones. Thousands of envoys literally flooded the city, they padded the authority's thresholds, asking to release relatives assuring officials about taking sick people home, but all in vain. Referring to the lockdown, officials demanded money from the petitioners which became a real ransom as for war prisoners. The last funds collected on Hajj sometimes within long years had to be given away.

After a while, a real plague began in a quarantine from hunger and diseases. It was the inevitable companions of a close concentration of exhausted people. Those who tried to leave an isolation border were killed on the spot, whereas medical care was not provided.

Through pain, pity, humanism, and emotionality, the poet describes the people's state in the city, which was turned into a terrible dungeon. Skillfully selected words and their sound components create a realistic background of people being in terrible conditions, both physical and moral. The reader being familiar with the poem can hear the sound of wind, feel cold rain, sobs and cries of desperate ones. This poem is a frustration and a cry of the poet's soul about helplessness and vulnerability of people who are in despair and have only to pray.

Key words: poem, humanistic pathos, Crimean Tatar literature of the XIX century, depiction of the people's tragedy, realism, forced emigration.

МОВИ НАРОДІВ АЗІЇ, АФРИКИ, АБОРИГЕННИХ НАРОДІВ АМЕРИКИ ТА АВСТРАЛІЇ

УДК 811.581.11

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/23>

Костанда І. О.

Київський національний лінгвістичний університет

СТИЛІСТИЧНА КОДИФІКАЦІЯ ТРАДИЦІЙНИХ ФОРМ ТЕКСТУ ДЛЯ МОВ ВЕНЬЯНЬ ТА БАЙХУА В ПЕРІОД ПРАВЛІННЯ ДИНАСТІЇ МІН

Дослідження присвячено розгляду процесів стилістичної кодифікації традиційних форм тексту для мов веньянь та байхуа в період правління династії Мін (1368–1644 рр.). Методологічно важливими у статті є такі засади: традиційні форми текстів є основою для формування системи стилістичних засобів у мові веньянь та байхуа; традиційні форми текстів зберігають у собі та продовжують розвивати головні засади китайської філологічної традиції. Форми тексту вноормувались під впливом екстралінгвістичних факторів, були відображенням культурних традицій та світосприйняття китайського народу. Авторка статті вказує на важливість ідеї наступництва як механізму кодифікації, завдяки якому закріплювались та передавались мовні явища. Сформована до Мінської династії система традиційних текстів впливала при династії Мін на концепції відбору та фіксації мовного матеріалу, що позначалося на векторі майбутнього розвитку філологічної традиції Китаю, та впроваджувала нові форми текстів у процесі стилістичної кодифікації. Дослідження процесів стилістичної кодифікації у період правління династії Мін передбачає розгляд основних концепцій кодифікації, критеріїв відбору матеріалу, а також аналіз матеріалу, який став носієм кодифікації. Запропонований у статті синхронічний та історично-порівняльний формати дослідження допомагають систематизувати та висвітлити дійсні на той час концепції та механізми кодифікації. Комплексний підхід до аналізу кодифікаційних процесів у стилістиці мов веньянь та байхуа дозволяє виявити та дослідити принципи кодифікації, які вплинули на формування мовної норми. Система відбору та фіксації мовного матеріалу кодифікувала традиційні форми текстів і стилістичні засоби, використання яких у тексті залежало безпосередньо від текстової форм. Доведено, що форми тексту, зафіксовані у період правління династії Мін, продовжували процеси становлення стилістики як окремої галузі філології і вплинули на формування стилістичних засад сучасної китайської мови.

Ключові слова: форми тексту, класифікація, стилістика, кодифікація, стандартизація мови.

Постановка проблеми. Проблеми формування та нормування мови безпосередньо пов'язані з питаннями мовної кодифікації. Процеси кодифікації добирають та фіксують мовні явища, з яких потім формується мовна норма. Кодифікація мови проходить на всіх мовних рівнях, а стилістичні норми виявляються на всіх мовних рівнях. Літературній мові кожного народу в різні проміжки часу властиві свої стилістичні норми, від знання яких залежить успішна комунікація та глибоке розуміння будь-якого тексту, тому в центрі нашого дослідження перебуває кодифікація стилістичних норм династії Мін (大明國, 1368–1644 рр.).

Період правління династії Мін є періодом розквіту традиційної культури Китаю. Також зауважимо, що це остання династія китайського походження, що є важливим фактором, зважаючи на те, що перед династією Мін та після неї при владі були династії не китайського походження, а саме монголи та маньчжури, за періодів правління яких китайська культура зазнала суттєвого впливу монгольської та маньчжурської культур [1, с. 25–26]. Окрім того, в період правління династії Мін з'явилися нові стилістичні норми, залежні від форми тексту, процеси кодифікації яких (а також вони самі та їх матеріальні носії) є важливими для

дослідження вектора розвитку китайської філологічної традиції, що може надати нову інформацію щодо процесів формування стилістичних норм сучасної китайської мови.

Водночас у вітчизняних лінгвістичних розвідках досі відсутні дослідження стилістичної кодифікації мов веньянь та байхуа та їх носіїв у період правління династії Мін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями особливостей китайської стилістики займалися (на прикладі художньої літератури) В.І. Горєлов, М.В. Крюков, С.Р. Кучера, І.С. Лисевич, Л.Н. Меньшиков, Л.С. Переломова, Є.Б. Поршнева, Б.Л. Ріфтин, М.Е. Єрмаков, А.І. Кобзєв, В.В. Малявін, Г.А. Ткаченко, Є.А. Торчинова.

Дослідженнями китайської лексикографічної традиції займалися Н.Ф. Алефіренко, А.Н. Баранов, Л.А. Введенська, В.І. Горєлов, В.А. Звєгінцев, В.С. Кім, Б.Г. Фаткулін, Х. Касарес, В.А. Козирєв, В.Д. Черняк, В.М. Соколов, М.В. Софронов, Р.М. Цейтлін та ін.

Однак досліджень, присвячених процесам кодифікації стилістики мов веньянь та байхуа, нами не знайдено.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю дослідження **стилістичної кодифікації** мов веньянь та байхуа та їх носіїв у **період правління династії Мін**. Комплексний аналіз традиційних форм тексту окресленого вище історичного періоду потрібен для того, щоб визначити головні принципи та засади стилістичної кодифікації, наочно продемонструвати ідею наступності та збереження головних засад кодифікації у формуванні китайської мови. Також розгляд літератури, яка була носієм кодифікації, традиційних форм текстів, етапів їх формування допоможе засвідчити важливість фіксації стилістичних норм для розвитку китайської мови та культури. З огляду на відсутність подібних наукових розвідок у вітчизняному мовознавстві, виникає необхідність у проведеному подібного дослідження.

Постановка завдання. Метою цієї наукової розвідки є дослідження процесів стилістичної кодифікації у період правління династії Мін через аналіз традиційних форм тексту для мов веньянь та байхуа. Мета роботи досягається через розв'язання таких завдань, як:

- розгляд літератури, яка є носієм стилістичної кодифікації у період правління династії Мін;
- дослідження історії розвитку форм та видів тексту на мовах веньянь та байхуа у період правління династії Мін;

– аналіз особливостей стилістичної кодифікації форм тексту в період правління династії Мін.

Методи. У роботі використано зіставний, описовий, а також історичний та порівняльно-історичний методи.

Предметом дослідження є традиційні форми тексту мов веньянь та байхуа **в період правління династії Мін**.

Об'єктом дослідження є процеси кодифікації та формування головних функціональних стилів мов веньянь та байхуа **в період правління династії Мін**.

Виклад основного матеріалу. Процеси стилістичної кодифікації династії Мін відображено у таких ключових для того часу працях [1, с. 135]:

– «Критичний аналіз форм статей» («文章辨体») У Не (吴讷, прибрл. 1372–1457 pp.), у якій розглянуто 59 форм тексту;

– «Чіткий аналіз форм статей» («文体明辨») Сю Шицена (徐师曾, 1517–1580 pp.), у якій розглянуто 127 форм тексту.

Означені вище праці становлять антології есе у різних стилях. На той час головною метою цих робіт було навчити «критеріям» написання різних типів літератури (класичній для конфуціанства), тому в цих працях головною думкою, яка постійно підкреслюється, є теза про те, що «статті повинні ґрунтуватися на системі», тобто слідувати зазначеним правилам, що призводить до чистого формалізму під час написання.

Слід також згадати ще одну роботу подібного характеру, яку, на жаль, не можна назвати провідною для того часу, проте зазначені в ній думки та зібрані тексти мають значення для розвитку сучасної китайської філології. Працю «Антологія статей про відмінності» («文章辨体汇选») Хе Фучжена (贺复徵) написано на межі правління династій Мін та Цін (清朝, 1636–1912 pp.). Вона містить статті від періоду Цинь (秦朝, 221–206 pp. до н.е.) до кінця династії Мін, статті розділено на 132 види, включаючи такі традиційні види тексту, як каноні (经), літописи (史), філософські есе (诸子) [2, с. 80] та ін. Проте в часи династії Мін ця книга не набула широкого розповсюдження та не мала значного впливу на процеси стилістичної кодифікації [2, с. 86].

Незважаючи на велику кількість текстових форм, заявлених у зазначених вище трактатах, справжній розвиток та вплив процесів кодифікації, а також закріплення її результатів можна дослідити на матеріалі найбільш уживаних у мові веньянь форм текстів періоду Мін. Окрім відомих ще з першої династії Цинь форм тексту

стародавньої прози (古文), як-от канони (经, повна назва 书经), літописи (史, повна назва 史书), філософські теорії (子, повна назва 诸子) [3, с. 150], у період Мін отримали великого розповсюдження такі форми тексту офіційної документації [2, с. 91; 3, с. 60]:

1) імператорські накази (诏令). Ця група традиційних текстів розподіляється на такі форми:

– бюлетень (册) (тексти цієї форми є розпорядженням про привласнення підданам рангів, чинів, регалій, привілеїв);

– система правил (制) (тексти цієї форми є розпорядженням імператора щодо проведення основних церемоніальних заходів, як-от жертвоприношення Небу та Землі, визначення спадкоємця престолу та ін.);

– стратегія (敕) (форма документа, яка видавалася імператором чиновникам нижче за шостий ранг для посвідчення їх особи);

– едикт (诏) (тексти цієї форми становлять головні імператорські укази щодо важливих для держави подій: реформ, зміни політичних курсів, початку війни, визначення провідної політичної та економічної стратегії, призначення на ключові державні посади тощо);

– наказ (诰) (тексти цієї форми є фіксованими розпорядженнями імператора щодо важливих адміністративних рішень для апарату чиновників);

– лист (书) (форма документа у вигляді офіційного листа-відповіді імператора, що призначалася для спілкування на міждержавному рівні);

– наказ-промова (谕) (тексти цієї форми становлять постанову імператора з конкретних питань щодо внутрішніх і зовнішніх справ);

2) доповіді імператору (奏本) – форма документа у вигляді офіційного листа-повіді імператору;

3) реєстр питань імператору – форма одного з найважливіших документів династії Мін. За правління династії Мін під страхом смерті не можна ставити питання та висловлювати прохання імператору, тому всі прохання щодо особистих справ, скарги, прохання щодо інструкцій виконання службових обов'язків тощо оформлювались офіційно, вносились у реєстр та подавались імператору на розгляд;

4) візитна табличка (表) та візитний надпис (笺) – це традиційні форми документації, які використовувалися чиновниками для офіційних привітань імператору (візитна табличка (表)) та імператриці (візитний надпис (笺)) під час свят та врочистостей.

Також можна зазначити, що поезія продовжувала своє існування у таких формах тексту, як вірші вільної форми (自由体诗); вірші уставної форми або метрична поезія (格律诗); віршована проза таких видів, як римовані надписи та повчальні надписи (箴铭), вихвалання (颂赞), написи на кам'яних стелах (碑志), панегірик (哀祭); римований текст для навчання (грамоті), у вигляді народних пісень (通俗歌诀) [2, с. 103; 3, с. 92].

Однак всі вищезгадані праці зі стилістичної кодифікації та найбільш вживані стилі охоплюють лише текстові форми мови веньянь. Головним чинником такої мовної ситуації є розподіл літератури на «низьку» та «високу» [1, с. 84]. «Високу» літературу записували мовою веньянь, яку кодифікували впродовж століть. Проте «низька» література не вважалась (панівною верхівкою) вартою уваги. Отже, дослідження процесів стилістичної кодифікації мови байхуа доби Мін буде впливати з аналізу тих форм тексту та їх стилістичних аспектів, які отримали своє розповсюдження в цю добу. У період правління династії Мін триває активний розвиток мови байхуа завдяки продовженню та розвитку традицій драматургії, започаткованої в династію Юань (元朝, 1271–1368 pp.) [1, с. 250]. Поява та розквіт за часів династії Юань такої нової форми тексту, як драма, а також продовження та розвиток драми у добу Мін сприяло появі ще однієї текстової форми – роману [5, с. 65]. Драма і роман дали великий поштовх для розвитку мови байхуа, зберігаючи та запроваджуючи нові стилістичні форми. Розглянемо детальніше особливості стилістичної кодифікації кожної із зазначених вище текстових форм.

Драма династії Мін підрозділяється на два види, як-от опера за легендами 传奇戏曲 та багатоскладова п'єса 杂剧, кожен із яких має свою текстову форму вираження та власний шлях розвитку [4, с. 106].

1. Вид «опера за легендами» (传奇戏曲) виник на основі південної драми Китаю (南戏, або 南曲戏文), а саме з драматургічних традицій, започаткованих у місті Веньчжоу (温州), провінції Чжецзян (浙江) [4, с. 68]. Розвиток цього виду опери починається ще наприкінці правління династії Юань, однак періодом його розквіту стає період правління династії Мін. Сама назва 传奇 має довгу історію, адже так за часів правління династії Тан (唐, 618–907 pp.) 传奇 називали короткі оповіді про дивні події, у часи правління династії Сун (宋朝, 960–1279 pp.) 传奇 називали «Пінхуа» (平话) та «Чжугон дяо» (诸宫调), за династії Юань 传奇

називали різновид драми «багатоскладна п'еса» (杂剧). За часів правління та після династії Мін 传奇 у драматургії Китаю стало спеціальною назвою для південної драми [2, с. 112; 4, с. 107]. Найбільш відомими драмами цього виду були [4, с. 112]:

– «Збережена історія про відданість» Яо Мао-ляна 姚茂良 «精忠记»;

– «Збережена історія про Лянь Хуаня» Ван Цзі 王济 «连环记»;

– «Збережена історія про тисячу золотих» Шень Цая 沈采 «千金记»;

– «Збережена історія про меч» Лі Кайсяна 沈采 «千金记»;

– «Збережена історія про Фенікса» Ван Шичжєня 王世贞 «鸣凤记».

2. Вид драми «багатоскладова п'еса» 杂剧 з'явився за часів правління династії Юань, основою для цієї драматичної форми були північні драми Китаю (北曲, або 北曲杂剧), але з часом (за династії Мін) до північних драм почали додавати традиції південної драматургії, що створило в цій формі цікаву суміш різних традицій. Найбільш відомими драмами цього виду були:

– «Полуденний сон у саду» («园林午梦») Лі Кайсяня (李开先, 1502–1568 pp.);

– «Подорож по п'яти озерах» («五湖游») та «Опера про далеку гору» «远山戏» Ван Даокуня (汪道昆, 1525–1593 pp.);

– «Чотири мавпи, що співають» («四声猿») Сю Вея 徐渭 (1521–1593 pp.);

– «Червона стрічка» («红绡») Лян Ченью (梁辰鱼, 1519–1593 pp.);

– «Павільйон орхідеї» («兰亭会») Сю Чао (许潮, орієнтовно 1 половина XVII ст.).

А також п'єси за народними притчами:

– «Чжуншаньський вовк» («中山狼») Хай Хай (康海, 1475–1540 pp.);

– «Весняна подорож Ду Фу» («杜甫游春») Ван Цзіусі (王九思, 1468–1551 pp.)

Найважливішим аспектом кодифікації драм було те, що вони призначалися для виконання на сцені і мали бути зрозумілими пересічному слухачеві, тому в текстах присутня значна частина розмовної мови того часу, що свідчить про початок кодифікації мови байхуа та започаткування традицій запису та збереження розмовної мови.

«Роман» (小说) – переклад назви цієї форми тексту передає значення «коротке оповідання», тобто «текст поданий у формі оповідання». До династії Мін уже існували інші форми оповідання: [3, с. 118] нотатки про дивовижне (志怪), описи надзвичайного (传奇), книга, яка переда-

ється в усній формі (话本). Проте династія Мін стає початком масштабної та розширеної форми оповідання – роману (小说) [3, с. 122]. Текстова форма роману починалася від жанру хуабєнь (话本, книга, яка передається в усній формі). Форма хуабєнь з'явилася за династії Сун та походила від традицій усного оповідання, з часом окремі хуабєнь, пов'язані спільною тематикою, склалися у великі цикли, із яких поступово «виростали» перші романи [5, с. 121]. Саме так виник один із відомих романів «Річкові заплави» («水浒传») Ши Найаня (施耐庵, 1296–1372 pp.). Окрім цього, найбільш відомими романами династії Мін були [5, с. 206–210]:

– «Трицарство» («三国演义») Ло Гуаньчжуня (罗贯中, 1330–1400 pp.)

– «Подорож на Захід» («西游记») (можливо) У Чєн'єнь (吴承恩, 1500–1582 pp.)

– «Квіти сливи у золотій вазі» («金瓶梅») «Ланьлінського насмішника» (псевдонім), найімовіріше це Ван Шичжєнь (王世贞, 1526–1590 pp.).

Усі вищезазначені драматичні твори та романи династії Мін можна вважати носіями кодифікації мови байхуа, оскільки ці твори, маючи велику популярність серед народу, сприяли закріпленню та збереженню текстових форм та стилістичних прийомів, узятих із розмовної мови.

Висновки і пропозиції подальших наукових досліджень у цьому напрямі.

Розгляд історії стилістичної кодифікації та стандартизованих видів тексту на мовах вєньянь та байхуа дозволяє зробити такі висновки:

1) упродовж усієї історії китайської філологічної традиції в теоретичних працях кодифікувалися лише стилістичні форми та види текстів мови вєньянь, для текстових форм мови байхуа не проводилися систематичні комплексні теоретичні дослідження;

2) носіями кодифікації мови байхуа є художні твори, які набули популярності за період династії Мін. Завдяки цим творам відбувалися процеси фіксації, збереження та запровадження текстових форм та стилістики, властивих мові байхуа;

3) віршовані види тексту присутні у всіх формах літератури впродовж усього історичного розвитку стилістичної кодифікації;

4) у період правління династії Мін до традиційних форм тексту починають належати і тексти мовою байхуа – драма та роман.

Дослідження та пояснення лінгвістичних явищ сучасної китайської мови не є можливим без детального вивчення та аналізу історії стилістич-

ної кодифікації та видів тексту в мовах веньянь та байхуа. Комплексний аналіз історій проходження стилістичної кодифікації Китаю та формування традиційних форм тексту може покласти початок новим науковим розвідкам у галузі стилістики та перекладознавства.

Список літератури:

1. 周秉钧. 古汉语自学手册. 湖南: 湖南任命出版社, 1955. 522 с.
2. 李南晖. 中国古代文体学论著集目 (1900-2014). 北京: 北京大学出版社, 2016. 504 с.
3. 郭英德. 中国古代文体学论稿. 北京: 北京大学出版社, 1995. 224 с.
4. 龔宗傑. 明代戲曲中的詞作研究. 香港: 中華書局, 2019. 277 с.
5. 程国赋. 明代书坊与小说研究. 香港: 中華書局, 2008. 532 с.

Kostanda I. O. STYLISTIC CODIFICATION OF TRADITIONAL TEXT FORMS FOR THE WENYAN AND BAYHUA LANGUAGES DURING THE MING DYNASTY

The study is devoted to the processes of stylistic codification of traditional forms of text as wenyān and baihua during the reign of the Ming dynasty (1368–1644). The following principles are methodologically important in the article: traditional forms of texts are the basis for the formation of a system of stylistic means in the wenyān and baihua languages; traditional forms of texts retain and continue to develop the main principles of the Chinese philological tradition. The forms of the text were normalized, under the influence of extralinguistic factors, reflected the cultural tradition and worldview of the Chinese people. The author of the floor points out the importance of the idea of continuity as a mechanism of codification due to which linguistic phenomena were fixed and transmitted. The system of traditional texts that developed before the Ming dynasty influenced the concept of selection and fixation of linguistic material during the Ming dynasty, which affected the vector of future development of the philological tradition of China.

The study of the processes of stylistic codification during the reign of the Ming dynasty provides consideration of the basic concepts of codification, criteria for selection of material, as well as analysis of the material that became the carrier of codification. The semi-synchronous, historically comparative format of the study, proposed in the floor, systematizes and illuminates the existing concepts and mechanisms of codification.

A comprehensive approach to the analysis of codification processes in stylistics such as wenyān and baihua allows to identify and study the principles of codification that influenced the formation of the language norm. The system of selection and fixation of linguistic material, first, codified traditional forms of texts, and only then stylistic means, the use of which in the text depended directly on the textual form. It is proved that the forms of the text recorded during the reign of the Ming dynasty continued the processes of formation of stylistics as a separate branch of philology and influenced the formation of stylistic principles of modern Chinese.

Key words: text forms, classification, stylistics, codification, language standardization.

Щербань Н. І.

Київський національний лінгвістичний університет

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ АЙМАЙ 曖昧 (НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ) НА ПРИКЛАДІ НЕОДНОЗНАЧНИХ ФРАЗ 曖昧な表現 ТА ІДІОМИ 曖昧模糊 У ЯПОНСЬКІЙ МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

Невизначеність характерна не лише для мовної, але й для соціокультурної картини світу японців. Мета статті – розглянути, як японський лінгвокультурний концепт Аймай 曖昧 (Невизначеність) вербалізується у мовленні на прикладі наявних в японській мові неоднозначних фраз «аймайна хьооген» 曖昧な表現 та такого ідіоматичного поняття невизначеності, як «аймай моко» 曖昧模糊. Для цього було зібрано та охарактеризовано типи та види неоднозначних фраз, ситуації їх вживання. Описано слова із високим порогом невизначеності та подано приклади їх практичного використання в комунікації японців. Особливу увагу приділено визначенню та опису індивідуальних проявів багатозначності та невизначеності у кожному із варіантів. Подано детальний розбір лексики та граматичних часток неоднозначних фраз «аймайна хьооген» 曖昧な表現, нюанси вживання їх японцями у комунікативному діалогічному дискурсі. Також надано опис та аналіз ідіоматичного поняття «аймай моко» 曖昧模, сфери його використання та проаналізовано приклади речень із вживанням цього виразу із описом проявів конкретного типу контекстуальної, граматичної та семантичної невизначеності. Концепт Аймай 曖昧 (Невизначеність) у статті характеризується з лінгвокультурної точки зору, адже японська мова відображає в собі філософську картину світу японців із тяжінням до компромісного, безконфліктного та мирного існування, що і стало соціокультурним підґрунтям для поширення невизначеності у спілкуванні та описі почуттів, думок, інтенцій носіїв мови. Для широкого розуміння теми вербального втілення концепту Аймай 曖昧 (Невизначеність) згадано дослідження таких іноземних дослідників, як Дої Т., Кленсі П., Кубота Р., та проаналізовано японські тексти, статті та словники із найбільшою частотною лексикою невизначених фраз і слів, для більш детального аналізу та розбору неоднозначних фраз та їх реалізації у япономовному дискурсі.

Ключові слова: Невизначеність, неоднозначність, концепт, японська мова, неоднозначні фрази, 曖昧な表現, 曖昧模糊, 曖昧.

Постановка проблеми. Серед мовознавців японська мова характеризується як мова, що має виражену «невизначеність», яка існує на семантичному, граматичному, та контекстуальному рівнях. Серед одних із причин поширення невизначеності у комунікаційному дискурсі можна зазначити притаманну японцям культурну тенденцію уникати прямого мовлення, щоб обмежити дискусії, які можуть порушити внутрішню гармонію між членами однієї групи. У японській лінгвокультурі у словесному спілкуванні від людини до людини чітко та детально повідомлення про стан речей не завжди є пріоритетом. Неоднозначні висловлювання часто використовуються для того, щоб залишити простір для власних суджень іншій людині і не нашкодити її емоціям, і, як результат, отримати комфортне та насичене спілкування. Такого результату японці досягають завдяки використанню

неоднозначних фраз, ідіом та граматичних конструкцій «аймайна хьооген» 曖昧な表現.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика «невизначеності» японської культури розглядалась у працях Ое Кендзабуро, Дої Такео, Т. Аокі, М. Люттерйоганна, Х. Пена, культурологічних нарисах Б. Рут, В. Овчиннікова, Д. Кіна, Н. Конрада, Т. Грігор'євої, лінгвістичних та літературних праць вітчизняних японістів В. Пирогова, І. Бондаренка та інших.

У своїх філологічних працях Ченг та Уоррен стверджували, що категорія «невизначеність» охоплює закритий набір предметів, які за своєю суттю є неточними і які учасники інтерпретують, виходячи з розуміння того, на що вказує доповідач, обравши нечітку мову, бо сказане не слід тлумачити точно. Враховуючи, що слухач не може отримати точного значення, успішне використання неоднозначних мовних зворотів вимагає від

учасників дискурсу спільного розуміння відносного статусу певного набору розмитих лексичних одиниць [1, с. 394].

Японська мова в характеризується як мова, що має глибоку невизначеність тексту [4; 5]. Вербальне спілкування японців часто буває непрямим. Що стосується його лінгвістичних особливостей, то структура японської мови різними способами сприяє неоднозначності: в мові опускаються члени речення, допускається прагматична елізія елементів, які можна отримати контекстуально, і дозволяється пропуск заключної частини речення, яка японською мовою відповідає основному присудку (SOV). Все це створює враження, що японці «стримані, обережні та ухиляються від прямої відповіді» [3, с. 110].

Кленсі також наводить приклади основних комунікативно-етичних цінностей японської культури, які сприяють поширенню невизначеності. Це «співпереживання», прагнення до «соціальної гармонії» (що вимагає уникання «явного вираження конфлікту») та умовне розмежування між хонне 本音 (справжні почуття) та татемае 建前 (соціально визнані принципи) [2, с. 216]. Тобто носії японської мови здатні зберігати індивідуальні думки та почуття, але вони їх максимально приховують задля створення безпечної комунікативної атмосфери. Інтерпретуючи відповідь на пряме запитання, японцю потрібно бути готовим здогадатися, що має на увазі адресат повідомлення. Проте дослідники-японісти у своїх працях звертають увагу переважно на культурологічний аспект прояву невизначеності у японській лінгвокультурі, але не дають чіткої категоризації ситуацій та лінгвістичних засобів, завдяки яким концепт Аймай 曖昧 (Невизначеність) вербалізується в японській мовній картині світу.

Постановка завдання. Мета статті – розглянути вербалізацію японського лінгвокультурного концепту Аймай 曖昧 (Невизначеність) на прикладі наявних в японській мові неоднозначних фраз «аймайна хьооген» 曖昧な表現 та ідіоматичного поняття невизначеності «аймай моко» 曖昧模糊, а також проаналізувати їх за типом використання, виокремити у групи відповідно до комунікативних ситуацій, де вони найчастіше використовуються, надати перелік фраз і їх трактувань залежно від контексту.

Виклад основного матеріалу. В японській мові існує поняття «аймайна хьооген» 曖昧な表現 – «неоднозначні фрази», тобто, таке слово чи словосполучення, яке може мати більше ніж одне

значення і трактуватись по-різному залежно від контексту вживання [9, с. 1–3].

За типом використання «аймайна хьооген» 曖昧な表現 можна розділити на дві групи:

1. Речення з незавершеним формулюванням 言い差しの曖昧さ. Ці речення не містять до кінця завершеної думки і можуть «обриватись» посередині смислової фрази. І, хоча речення формально є неповним, семантично воно передає сформульовану частину реципієнту, щоб привернути його увагу до ситуації. Це фраза, в якій оратор і слухач спільно закінчують речення на підставі здогадок та контексту. Наприклад, у фразі «я трішки поспішаю...» ちょっと急いでいるんですけど присутня логічна незавершеність завдяки граматичній частці けど, яка має такі значення як «отже, але». Слово ちょっと має неоднозначне трактування, і найчастіше перекладається як «трішки». Отже, дослівно мовець говорить «я трішки поспішаю, тому...» для того, щоб його співрозмовник зрозумів, що насправді у нього зараз немає часу на спілкування. Розглянемо ще одну фразу: «я думаю, що розумію тебе, але...» 分かると思うけど. Її використовують у ситуації, коли мовець не згоден із співрозмовником, проте хоче показати свою лояльність та не створювати конфлікт через різницю поглядів. Граматична частинка けど теж виконує роль переходу від озвученої фрази до неозвученого фіналу, який варто розуміти з контексту.

2. Неоднозначність у ступені та кількості 程度・数量の曖昧さ – слова та фрази, які нечітко описують кількісний та якісний стан речей: いいです «добре, гарно», ちょっと «трішки», 大丈夫 «нормально, достатньо».

Ці слова можна поділити за комунікативними ситуаціями:

1. Відповідь на питання «Як?»:

– かなり «достатньо, досить таки»: かなりの金額 «достатня сума грошей» – невизначеність у конкретиці: «скільки саме?»;

– ずいぶん «дуже, достатньо»: ずいぶんな男 «достатньо гарний чоловік» – неоднозначна характеристика, суб'єктивне враження мовця; ずいぶん寒い «дуже холодно» – фраза залежить від почуттів мовця (не вказана конкретна температура та погода);

– だいたい «загалом, вцілому»: だいたい分かります «загалом зрозумів» – неоднозначна суб'єктивна оцінка (що саме зрозумів?»);

– しっかり «впевнено, чітко, наполегливо, завзято»: しっかりした人間 «людина, на котру можна розраховувати», しっかり勉強する

«наполегливо вчитися» – неоднозначна суб'єктивна оцінка (які якості має людина? що саме вивчив?);

– きちんと «акуратно, пильно, точно»: きちんと片づける «акуратно прибрати» – неоднозначна суб'єктивна оцінка (що саме було зроблено?);

– ちゃんと «повністю, як слід, акуратно»: ちゃんとしなさい «зроби все, як слід» – неоднозначна суб'єктивна оцінка (що саме варто зробити, які дії?).

2. Відповідь на питання «Хто?»:

– 大勢で «багато людей», みんな «усі» – неоднозначність у кількості та конкретних виконавцях (кількість, стать, вік, імена...);

– 若手 «початківці, молоді спеціалісти» ベテラン «ветерани» – неоднозначність у сприйнятті позиції людини: кого можна назвати початківцями, а кого ветеранами?

3. Відповідь на питання «Коли?»:

– なるべく早く «якомога раніше» – нечітке визначення часу (година, день...?);

– できる範囲で «наскільки це можливо» – нечітке формулювання запиту. Неоднозначні межі можливих компетенцій, дій, часу;

– 数週間, 数か月 «кілька тижнів, кілька місяців» – невизначене конкретне число.

4. Відповідь на питання «Де?»: 本社で(何階) «в компанії», いつもの場所で «на тому самому місці, що і завжди», 駅前のカフェ «в кафе перед станцією» – невизначене місце: на якому самому місці? Де саме в компанії (який поверх, офіс?) У якому саме кафе?

Вживання неоднозначних виразів цих груп активно поширене серед розмовної мови. Особливою популярністю користуються граматичні закінчення-афікси для позначення рівня сумніву, схожості, підкреслення теми розмови, розширення контексту у незавершеному формулюванні: とか «і так далі», つぼい «такий як, неначе...», でしょ «саме так», すごい «крутий, страшний, класний», じゃない «чи не так?», なんか «такий, якийсь, та де там!», といふか «іншими словами, або», みたいな «виглядає як, схожий на».

Слід зазначити, що критерії сприйняття таких слів, як 一般的な «загальний», 基本的な «основний», 重大な «серйозний» та 十分な «достатній», різняться залежно від читача. Неоднозначні слова, що виражають короткий час, такі як 瞬時に «миттєво», すぐに «негайно» та 素早く «швидко», часто зустрічаються в ділових паперах з визначення вимог та проектних документах. На додаток до цього, існує безліч неоднозначних слів,

таких як 環境 «оточення», 現在の «поточний» これら/それら «ці / ті», 担当者 «відповідальний» та 当該の «відповідний», і без уточнюючих слів чи речень навіть носій японської мови може не повністю зрозуміти їх значення.

Мовний зв'язок між невизначеністю та двозначністю в японській мовній картині світу пов'язаний із поняттям ввічливості у тому випадку, коли для збереження обличчя співрозмовника мовець, як правило, використовує неоднозначні фрази і дає різні варіанти інтерпретації речення. Таким чином буде збережено обличчя співрозмовника, і спікер не несе безпосередньої відповідальності за можливий конфлікт інтересів.

Розглянемо типи неоднозначних відповідей, які означають зовсім інше, ніж може здаватись на перший погляд [7]:

– じゃ、申し訳ないけど «Ну, нічого не вдієш» насправді означаєそれは違うと思う «Я думаю, що це має бути по-іншому»;

– そういうのも一つの手だけど «З одного боку це так, але...» насправді означаєそのやり方は問題がある «З цим є проблеми»;

– なるほど «Зрозуміло» насправді означаєどうでもいい «Все одно»;

– まあ、それはいいとして «Ну, це ніби непогано» насправді означаєよくない «Погано»;

– ただ、我々としては、できれば «Ну, якби ми могли щось зробити...» насправді означає我々の最低ラインはここだ «Це вже була нижня межа того, що ми могли вдіяти»;

– それは、こちら確認不足でした «Тут не вистачило перепроверок» насправді означає我々は悪くない «В цьому немає нашої провини»;

– そうですか、分かりました «Он воно як. Зрозуміло» насправді означаєあきれた «шок, незадоволення»;

– そうですね。一度社内で検討してみます «Он воно як. Ми ще раз переглянемо це в компанії» насправді означаєこの話はなかったことに «Зробимо вигляд, що цієї розмови не було»;

– ありがとうございます ざいました ざwyczaj វវічливий кінець розмови, а не подяка.

У вищенаведених прикладах вказано те, як японці звикли маскувати справжні інтенції, щоб не образити співрозмовника. Тут невизначеність виражається завдяки подвійному змісту фрази, який заздалегідь відомий обом співрозмовникам, хоча формально фраза звучить з використанням інших (іноді протилежних за значенням) слів чи граматичних конструкцій.

У бізнесі та на роботі японці використовують неоднозначні фрази під час переговорів і можуть давати неоднозначну відповідь із незрозумілими «Так» чи «Ні», що спонукає іншу сторону робити припущення. Крім того, якщо зміст «неоднозначний» в описі товару, таблиці, тексті засідань або розмові з людьми, які беруть участь у роботі, слухач може розгубитися.

Розглянемо приклад запрошення на ланч: そのうち食事でもしましょう у дослівному перекладі «давайте пообідаємо». У японському менталітеті ця фраза маркується як звичайна фраза ввічливості, і не означає реальну інтенцію пообідати зі співрозмовником [8]. Або інший приклад, де вам пропонують ще одну чашку кави: コーヒーのお代わりはいかがですか? Якщо відповідь буде結構です «цього достатньо», то вона позначає чітку відмову. Але із використанням часточки *ねえ*, яка пом'якшує тон розмови і означає згоду із співрозмовником, *結構です* *ねえ* фраза набуває значення «Так, будь ласка». Також фраза *考えておきましょう* «Ми подумаємо» у японській бізнес-культурі трактуватиметься як ввічлива відмова.

В японській мовній картині світу також існує поняття «аймаймоко» *曖昧模糊*, що перекладається як «невизначеність», але контекстуально ближче до опису ситуації. Два ієрогліфи, які доповнюють фразу *模糊* «*моко*», мають значення «клей» (який розтягує речі). Тобто, в концептуальній картині світу властивість об'єднувати, склеювати декілька значень в одне натякає на розмитість конкретних рамок та невизначену форму і суть [6, с. 2].

Подібна невизначеність проглядається на чотирьох рівнях:

1. Речі та стан не є чіткими та однозначними (ものごとや態度が明確ではなくあやふやなこと).

2. Існує дві або більше варіанти інтерпретації речей, і вони неоднозначні (ものごとの解釈が2通り以上あり両義性がある).

3. Неоднозначні фрази (*曖昧な表現*).

4. Неоднозначна відповідь (*返事が曖昧である*).

曖昧模糊 – це ідіома, що складається з чотирьох ієрогліфів, яка підкреслює «незрозумілий вигляд» і «неясність», поєднуючи ці два слова. Отже, можна сказати, що ступінь неоднозначності відразу зростає, коли використовується «неоднозначне ставлення», а не «двозначне ставлення».

曖昧模糊 використовується, коли існує дуже висока ймовірність бути незрозумілим. Цей вираз характеризує такі ситуації:

1) існує два або більше варіанти інтерпретації речей або ситуацій. Іншими словами, доречно використовувати вираз в ситуації, коли «з одного боку, це можна зрозуміти так, але з іншого боку – інакше». У бізнесі це вираз вживається з емоціями, які описують розгубленість у ситуації, яка вимагає неодноразового підтвердження з японської сторони;

2) коли не можна чітко розділити ситуацію на «чорне і біле» і ступінь двозначності надзвичайно високий, а кожне слово має декілька підтекстів.

Розглянемо приклади із використанням фрази *曖昧模糊*:

– 彼女の曖昧模糊な態度に困り果てている
«Я дуже стурбований(а) її неоднозначною ситуацією». У цьому прикладі *曖昧模糊* виступає у якості прикметника, що описує ознаку стану. Також невизначеність в реченні виникає через відсутність суб'єкта та вказання на стать автора фрази;

– 恋愛において曖昧模糊な関係はよくあるものだ
«В романтиці часто зустрічаються неоднозначні стосунки» *曖昧模糊* виступає у якості прикметника, що описує ознаку стосунків;

– 曖昧模糊とした状態から脱出したい。
だから彼に気持ちをしっかりと確かめようと思う
«Я хочу вийти зі стану невизначеності. Тому я думаю пересвідчитись у його справжніх почуттях». У цьому прикладі *曖昧模糊* виступає у якості прислівника, що теж описує стан;

– 取引先に契約のアプローチをかけたが、曖昧模糊な返事が返ってきた
«Я звернувся до ділового партнера з контрактом, але отримав неоднозначну відповідь» У цьому прикладі *曖昧模糊* виступає у якості прикметника, що позначає ознаку відповіді;

– 部下の曖昧模糊な報告内容に、部長は書き直しをさせた。
«Начальник змусив виправити неоднозначний зміст звітів своїх підлеглих» У цьому прикладі *曖昧模糊* виступає у якості прикметника, що позначає ознаку якості звіту.

Висновки і пропозиції. Таким чином, ми можемо зазначити, що концепт Аймай *曖昧* (Невизначеність) у японській мовній картині світу вербалізується завдяки ряду неоднозначних фраз та ідіом *曖昧な表現*, які мають різні трактування залежно від ситуації та контексту і використовуються для того, щоб дати менше конкретної інформації через небажання мовця створювати конфліктну ситуацію, або ж у ситуаціях, коли мовець описує стан невпевненості. Ми дійшли до висновку, що в реченнях з незавершеним формулюванням будуть використовуватись граматичні часточки

із високим рівнем неоднозначного трактування. На позначення неоднозначності у ступені та кількості у японській мові існує кластер слів із більш ніж одним варіантом трактування, які можуть відрізнятися у залежності від контексту. Їх використання характерне для побутового опису ситуації і для ділового мовлення, де в другому наявність додаткових змістів у фразі впливає на можливість безкон-

фліктної комунікації. Отже, дослідження варіантів вербалізації одного із ключових концептів японської мовної картини світу – Аймай 曖昧 (Невизначеність) сприяє глибшому розумінню комунікативних стратегій японців, допомагає визначити фрази чи речення із наявним багатозначним підтекстом та більш точно інтерпретувати їх під час перекладу рідною мовою.

Список літератури:

1. Chen, W., Warren M., Indirectness, Inexplicitness and Vagueness made clearer, *Pragmatics* 13, (3), 2003, pp. 381–400.
2. Clancy P. The acquisition of communicative style in Japanese. In *Language Socialization Across Cultures*, edited by V. Shieffelin and E. Ochs. Cambridge : Cambridge University Press, 1986. P. 213–250.
3. Doi T. *The Anatomy of Self: the Individual vs. Society*. New York : Kodansha, 1986. 110 p.
4. Kubota, R. Japanese culture constructed by discourses: implications for applied linguistics research and ELT. *TESOL Quarterly* 33/1, 1999. P. 9–35.
5. Miller, L. Japanese and American indirectness. *Journal of Asian Pacific Communication* 5, 1994. P. 37–55.
6. 「曖昧模糊」の意味とは？使い方と例文・類語表現も紹介 URL: <https://biz.trans-suite.jp/16172> (дата звернення: 20.06.2021) [in Japanese].
7. ビジネスシーンで用いられる日本語の曖昧表現について URL: <https://nihongonosensei.net/?p=4809> (дата звернення: 15.11.2017) [in Japanese].
8. 電話対応でCS向上コラム第12回 あいまい言葉はトラブルのもと URL: https://www.jtua.or.jp/education/column/skillup/201405_01 (дата звернення: 15.11.2017) [in Japanese].
9. 黎雲華 日本語のあいまいさ文化的背景を学ぶ授業アイデアコンテスト作品集 2000. P. 1–3 URL: https://www.tjf.or.jp/takarabako/ideacontest_jp/pdf/3_s08j.pdf [in Japanese].

Shcherban N. I. VERBALIZATION OF THE CONCEPT AMBIGUITY 曖昧: CHARACTERISTICS OF AMBIGUOUS PHRASES 曖昧な表現 AND THE IDIOMATIC CONCEPT OF 曖昧 模糊 IN THE JAPANESE LANGUAGE MAP

The purpose of the paper is to analyze how the Japanese linguistic and cultural concept Ambiguity 曖昧 is verbalized in speech in a case study of ambiguous phrases aimaina hyoogen 曖昧な表現 and such an idiomatic concept of ambiguity as aimai moko 曖昧模糊. To achieve this, the following steps were taken. The types and kinds of ambiguous phrases were handpicked and they were contextualized. Words entailing a high level of ambiguity were described, and examples of their unique usage in the Japanese communication were provided. This study paid special attention to the definition and description of unique representation of ambiguity in each case. The following work provides a detailed analysis of vocabulary and grammatical structures of ambiguous phrases aimaina hoogen 曖昧な表現, notes the nuances of their verbal representation in the communicative Japanese discourse. Moreover, in this paper we analyze the idiomatic concept of aimai moko 曖昧 模糊 within the scope of its usage and outline examples of sentences with a particular type of contextual, grammatical and semantic ambiguity. This paper characterizes the concept of Ambiguity 曖昧 from a linguistic and cultural perspectives, since the Japanese language reflects the philosophical picture of the Japanese conceptual map with a tendency to compromise, avoid conflict and long for peaceful existence, which became the socio-cultural basis for ambiguous and uncertainty in communication. For the better understanding of the verbal embodiment of the concept of Ambiguity Aimai 曖昧 in this article were analyzed the works of foreign researchers such as Doi T., Clancy P, Kubota R, as well as Japanese texts, articles and dictionaries with the highest frequency of ambiguous phrases.

Key words: *Uncertainty, ambiguity, concept, Japanese language, ambiguous phrases, 曖昧な表現, 曖昧 模糊, 曖昧.*

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 007:304:004

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/25>**Дрешпак В. М.**

Університет митної справи та фінансів

Антонова В. Ю.

Університет митної справи та фінансів

ОБРАЗ ВЕДУЧОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ РОЗВАЖАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ У СВІТЛІ АРХЕТИПІКИ Й ЕТИКИ

Сучасна «телевізійна» модель світу, яка стала однією з визначальних граней ціннісно-смиислового буття людини, актуалізує проблему морально-етичного змісту популярних розважальних телепрограм. Це зумовлює необхідність вивчення соціокультурних механізмів вибору чи формування образів ведучих розважальних телепрограм їх аудиторіями у контексті архетипіки та етичних аспектів. Попри значну кількість досліджень у межах цього проблемного поля, практично недослідженими залишаються питання щодо механізмів впливу архетипів аудиторії на формування образів ведучих розважальних програм та етичного регулювання діяльності телеведучих як специфічної категорії працівників телебачення. Метою статті є висвітлення сутності соціокультурного механізму формування образів ведучих телевізійних розважальних програм через призму архетипіки та етики на основі матриці базових архетипів, спираючись на які аудиторія може вибудовувати власні уявлення про образи ведучих таких телепрограм. Аналіз наукового дискурсу щодо сутності та функцій архетипу у соціальних комунікаціях став підґрунтям авторської розробки щодо структурування образів ведучих на основі відповідних архетипів. Такий підхід дозволив поєднати ці образи з певними моделями світосприйняття, пояснити характер, поведінку, моральні орієнтири не просто конкретного ведучого, а соціокультурну сутність образу, якому ведучий як особа має чи прагне відповідати. Запропонована в дослідженні матриця є рамковою і не передбачає повною мірою можливих інваріантів образів ведучих розважальних програм, однак основні мотиви, спонуки глядацької аудиторії, внесені до цієї матриці, в основному збігаються з переліком цінностей та моделей поведінки, що пропагує українське розважальне телебачення. Таке розуміння також є основою для подальшого вивчення етичних меж, в яких мають діяти автори і ведучі розважальних телепрограм. Здійснене в дослідженні структурування типів ведучих на основі архетипічного підходу з урахуванням етичних засад дозволить більш повно розкрити соціокультурний механізм вибору глядацькою аудиторією відповідного типу ведення таких програм.

Запропонована матриця може бути застосована у творчому процесі сценаристів і ведучих розважальних програм, а також в інших сферах соціокомунікативної діяльності, зокрема спічрайтерами та іміджмейкерами.

Ключові слова: телеведучий, архетипіка, етика, матриця архетипів, розважальні телепрограми.

Постановка проблеми. Масова телевізійна культура нині залишається потужним фактором формування відповідного типу світосприйняття, в якому моральними авторитетами, орієнтирами є медійні особи. «Телевізійна» модель світу не лише вибудовує, структурує ціннісно-смислову матрицю сучасної людини, але й визначає способи її поведінки в реальному світі. І провідну

роль у цьому нині відіграють саме розважальні телепрограми.

Як демонструє дослідження І. Черемних 2017 року, розважальні телепередачі привертають увагу 63,8% української телеаудиторії, при цьому 17,7% опитаних вважає, що на українському телебаченні не вистачає саме розважальних телепрограм [16]. З того часу телевізійна аудиторія

поступово скорочується, зміщуючись на вебплатформи, проте можемо припустити, що саме прихильники розважальних форматів залишаються основою телеглядацької аудиторії, певний сегмент якої отримує доступ до розважального відеоконтенту вже й через Інтернет-платформи.

Як слушно акцентує А. О. Недо, навіть політичні, інформаційно-аналітичні та соціальні програми починають дедалі більше додавати до своїх випусків елементи гри та видовища. Зокрема, тенденція макдональдизації призводить до більшої примітивності та однаковості розважальних програм, а зростання частоти та повторюваності таблоїдності анонсів програм та серіалів зумовлює своєю чергою звернення дедалі більшої кількості людей до тих програм, якими раніше вони навіть не цікавилися [8, с. 42].

При цьому для масової телеаудиторії серед вірцевих персонажів, образи яких і є серед іншого потужними інструментами впливу на аудиторію, є ведучі розважальних телепрограм. Погоджуємося з висновками С. Котляр та Н. Гаркуші, що розважальні програми впливають на вибір професій та занять глядачів, які прагнуть наслідувати своїх улюблених персонажів та героїв програм. Адже переглядаючи розважальні програми, глядачі ставлять себе на місце головного персонажа, аналізуючи ситуацію та порівнюючи її із власним життям. У такий спосіб розважальний контент має повчальний вплив на глядачів і допомагає формувати світогляд, життєві принципи глядачів [6, с. 89–90]. Також сутнісна істотність таких програм для аудиторії зумовлена ефектом комплексного аудіовізуального впливу продукції такого типу. Разом із тим часто йдеться про наявність проблем щодо морально-етичного змісту популярних розважальних телепрограм, про їх негативний вплив на аудиторію. Зазначені тенденції, на наш погляд, саме й зумовлюють проблему, усвідомлення якої спонукає до детальнішого вивчення соціокультурних механізмів вибору чи формування образів ведучих розважальних телепрограм їх аудиторіями, зокрема у контексті архетипіки та етичних аспектів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, пов'язані з окресленою нами проблематикою, власне не є новими, а різні їх аспекти в той чи інший час досліджувалися вченими. Зокрема, особливостям розважальних програм на українському телебаченні, формуванню образів їх ведучих присвячено праці низки авторів, зокрема, таких як І. А. Гамбаль, Т. А. Голубенко, В. В. Гоян, К. В. Грубич, С. В. Котляр, А. О. Недо,

В. В. Супрун, А. М. Трегуб, А. В. Юсипович. Аналіз сучасних творчих новацій у розважальному телеефірі здійснюється також і телекритиками, телевізійними експертами громадських організацій. Підходи до використання архетипів у соціальних комунікаціях вивчала М. В. Бутиріна, а особливості творення іміджу ведучого, зокрема із застосуванням архетипів, – А. М. Трегуб. Натомість практично недослідженими є конкретні питання етичного регулювання діяльності телеведучих як специфічної категорії працівників телебачення. Разом із тим напрацювання зазначених та інших авторів становлять потужну основу для проведення нашого дослідження та розв'язання окреслених вище проблем.

Постановка завдання. Метою цього дослідження є висвітлення сутності соціокультурного механізму формування образів ведучих телевізійних розважальних програм крізь призму архетипіки та етики на основі матриці базових архетипів, спираючись на які, аудиторія може вибудовувати власні уявлення про образи ведучих таких телепрограм.

Виклад основного матеріалу. За влучною метафорою Р. Полборна, «образ – це певна оболонка, що дозволяє зацікавити аудиторію, створити у неї сприятливе початкове ставлення, так необхідне для успішного розвитку контакту» [10, с. 123]. Образ як елемент-посередник комунікативної взаємодії, до якої залучено багато суб'єктів, за великим рахунком, належить їм усім, а не лише носієві. Адже у створенні образу беруть активну участь: носій образу; той, хто створює, чи ті, хто створюють, образ; ті, хто представляють образ аудиторії; власне аудиторія [10, с. 124–125]. При цьому, щоб аудиторія прийняла той чи інший образ ведучого, він має відповідати її соціокультурному досвіду, бути закодованим у прийнятній для цієї аудиторії системі знаків і символів, нести очікувані й прийнятні саме цій аудиторії сенси.

У такий спосіб має йтися не лише про імідж як штучно створений із певною метою образ, але й про образ природний, невимушено сформований у соціокультурному середовищі певної аудиторії, за якою й буде остаточний вибір – приймати такий образ чи ні. Саме про такий образ ведучого розважальної телепрограми – сформований на основі існуючої соціокультурної матриці певної аудиторії – ми й вестимемо мову у цьому дослідженні.

Насамперед зауважимо, що ведучий розважальних телепрограм може поставати в різних амплуа: шоумен, модератор, конференсьє, коментатор,

оглядач, інтерв'юер, «голос за кадром» тощо. При цьому увесь великий колектив тих, хто створює такі програми, залишається в тіні. Як слушно зауважує В. В. Супрун, ключовою фігурою в комунікаційному чотириграннику соціальних ток-шоу «герой – експерт – глядач – ведучий» є власне сам модератор студійної драматургії – соціальний журналіст (ведучий ток-шоу). Його роль багатоаспектна: це не лише діалог із героями, експертами та студійною аудиторією, ведення магістральної сюжетної лінії передачі, а й відновлення соціальної справедливості, розв'язання складної, часто конфліктної ситуації. Телебачення продукує здебільшого образ ведучого, який співчуває і з розумінням ставиться до нестандартної ситуації, котра виносить на загал. У глядача складається враження, що допомогти людині прагне не весь авторський колектив соціального ток-шоу, а власне сам ведучий, адже саме він намагається ввійти в коло довіри героїв, апелює до емоційного фону глядачів, створює загальну психологічну атмосферу у студії [12, с. 178]. Утім слід враховувати, що ті чи інші формати передбачають нівелювання межі в ролях учасників. Наприклад, Сергій Притула та Леся Нікітюк в ігровому шоу «Хто зверху?» є і ведучими, і героями – членами команд, які змагаються; Ектор Хіменес-Браво («МастерШеф») виступає як ведучий-експерт; Михайло Тишин («Чотири весілля»), який веде шоу за кадром, уособлює й ведучого, й представника глядацької аудиторії, й спостерігача. На цю тенденцію, на прикладі експертних телепрограм, звертає увагу й А. М. Трегуб, виокремлюючи такі характерні сюжетні образи телеведучих: профільний експерт у ролі ведучого (експерт-ведучий); професійний ведучий у ролі експерта (ведучий-експерт) [13]. Саме тому, систематизуючи далі образи ведучих, слід мати на увазі, що часто йтиметься не лише про образ окремого ведучого, а про збірний образ головних персонажів програми, які в уяві аудиторії зазвичай існують нероздільно.

Образи ведучих розважальних телепрограм доволі часто зумовлюються форматами чи жанрами телепроектів. Поширеною є класифікація розважальних телепрограм, яку подає А. В. Юсипович. За цим підходом виділено два головні напрями розважальних програм: пізнавально-розважальні та суто розважальні програми. Пізнавально-розважальні програми поділені на: «програми-інфотеймент» (набувають розважального характеру за рахунок добору відповідного матеріалу або способу його оформлення); контактні програми (ток-шоу); інтелектуально-розважальні програми.

Суто розважальні програми поділяються на: гумористичні програми; кулінарні шоу; реаліті-шоу; розважальні шоу-видовища; «програми-перевтілення»; ігрові розважальні програми (інтерактивні ігри); світські хроніки (програми про моду та модне світське життя); музичні програми [15]. К. В. Грубич як основні жанри телевізійних програм інформаційно-розважального напрямку виокремлює ток-шоу, гостинну бесіду, медичні шоу, кулінарні шоу, таблоїдні шоу (програми про життя «зірок»), реаліті-шоу, шоу підглядання («документальне мило»), шоу виживання, шоу талантів, шоу знайомства, шоу професії, шоу пригода або квест, шоу навчання, ігрові шоу [4, с. 43–45]. Загалом, не існує загальноприйнятої класифікації розважальних телепрограм. І це, на наш погляд, природно, адже творчий процес є невинним, постійно відбувається дифузія форматів і жанрів. Саме тому «прив'язка» образів ведучих саме до певного виду розважальної телепрограми є дуже умовною і може розглядатися лише як конкретний приклад для певного періоду часу.

Оригінальний підхід до типології образів ведучих інформаційно-розважальних телепрограм запропонували В. В. Гоян і Т. А. Захарс, вибравши за критерій класифікації іміджевих стратегій ведучого телепрограми образ людського тіла. З цих позицій виокремлено такі іміджеві стратегії, як «ведучий-голова» (модератор, який виважено веде діалог), «ведучий-плечі» (безпосередній автор програми), «ведучий-руки» (в основі – взаємодія між двома ведучими чи ведучим і учасниками), «ведучий-ноги» (активний ведучий, який багато рухається по знімальному павільйону, часто змінює мізансцени, спілкуючись із учасниками, глядачами), «ведучий-серце» (коли власне імідж ведучого є вагомим фактором формування образу програми загалом), «ведучий-вуха» (має два типи: 1) співчутливий спостерігач, який надає слово учасникам і є каталізатором людських почуттів та 2) голосовий (вокальний) образ екранного комунікатора, якого упізнають глядачі за стилем озвучування закадрового тексту), «ведучий-око» (характерний для телеперсонажів, котрі одночасно є ведучими і суддями в телепрограмі, або працюють сам на сам з аудиторією, без гостей та експертів) [3, с. 62]. Проте такий підхід, на нашу думку, може бути лише умовною підставою для структурування типів образів ведучих з огляду саме на їх функціональні характеристики.

Етичні аспекти у втіленні того чи іншого образу ведучого розважальної телепрограми є предметом особливої уваги та спеціальних

застережень. Адже в розважальних програмах ведучий часто є актором і не є у класичному розумінні журналістом, діяльність якого регулюється відповідним кодексом етики. Саме тому дотримання етичних норм під час формування певного образу ведучого значною мірою лягає на авторський колектив програми. Наприклад, у дослідженні І. А. Гамбаль продемонстровано, що роль журналіста в створенні талант-шоу є дуже важливою. Саме він здійснює пошук героїв проєкту, займається підготовкою та зйомкою сюжетів про учасників, пише історії героїв (сценарії), дотримуючись законів драматургії, розробляє їхні сюжетні лінії у шоу, а також допомагає режисеру монтажу на завершальній стадії творення сюжетів. Журналіст на талант-шоу є креативною, комунікабельною та відповідальною особою, яка легко діє в стресових ситуаціях та вміє працювати оперативно. Працюючи на талант-шоу, журналіст виконує свої основні функції: інформує, пояснює, розважає, формує та підтримує цінності. Тому журналісти є одними з ключових працівників команди талант-шоу [2, с. 488]. В. В. Супрун слушно акцентує на вимогах до авторів соціальних ток-шоу, які мають проводити селекційну роботу у виборі тем для телепередачі та висвітлювати складні, не зовсім приємні моменти з максимальною мірою коректності, психологічної виваженості, переслідуючи благородну мету – розв'язання соціальної суперечності, формування у громадськості загальнолюдських якостей співпереживання та взаємодопомоги [12, с. 179]. Наведене й підтверджує, що етична сторона формування образу ведучого розважальної телепрограми знаходиться в полі насамперед колективної відповідальності та має безумовно регулюватися нормами журналістської етики.

З позицій архетипного підходу кожен образ (особи, явища, процесу) може бути співвіднесено з певним архетипом як базовим елементом тієї чи іншої культури. Цей архетип формується у певному соціокультурному контексті, але й сам формує моральні імперативи духовного життя. При тому слід мати на увазі, що аудиторія сприймає не власне сам архетип. Адже архетип – це найчастіше вроджений або набутий соціокультурною практикою зразок формування уявлень про когось чи щось, мислення, поведінки. Архетип має бути «матеріалізований» за допомогою образів, ритуалів, міфів. Разом із тим, як акцентує М. Бутирїна, архетипи виявляють себе у сфері повсякденного життєвого досвіду, відповідним чином структуруючи й організовуючи його. «Суб'єктивно архе-

типи переживаються як надособистісне начало, яке консолідує людей у масах у комунікаційній практиці, виразно проступає їхня роль у процесі кодування/декодування повідомлень. Консенсус, до якого прагне ефективна комунікація, забезпечується спільним кодом, що єднає комунікантів. Архетип, який є основою для зв'язку людей поза актами мовленнєво-знакової взаємодії, власне, і відіграє роль такого коду. Він дозволяє індивідам долучитися до надбань колективного досвіду й прийняти загальнокультурне як власне екзистенційно важливе переживання» [1, с. 14].

Зіставлення у контексті теми нашої розвідки певного образу ведучого із відповідним архетипом є доволі умовною дослідницькою операцією, проте дозволяє «увести» цей образ до характерної для аудиторії такої телепрограми модель світосприйняття, пояснити характер, поведінку, моральні орієнтири не просто конкретного ведучого, а соціокультурну сутність образу, якому цей ведучий як особа має чи прагне відповідати. Разом з цим, зважаючи на те, що одне з ключових питань етики полягає у висвітленні саме поведінки людей у типових ситуаціях, важливо встановити також відповідність певних етичних моделей із тим чи іншим архетипом, узятим за основу певного образу ведучого. Отже, розуміння того, до якого саме архетипу звертається за певних умов цільова аудиторія, дозволить, по-перше, розкрити природу тих ціннісно-моральних засад буття, які притаманні певній соціальній групі, а по-друге, визначити етичні межі для авторів і ведучих розважальних телепрограм.

Досить часто поняття «архетип» вживають для позначення як висхідних схем уявлень, так і для висвітлення унікальності першообразів, першоелементів. У західній філософії ідею праобразів-архетипів висловив ще Платон. Він називав первинний світ ідей світом вічних праобразів, які шляхом еманации втілюються в матеріальному світі, де володіють несправжнім буттям. На противагу плінним речам, за цим підходом, ідеї – вічні. Власне й саме поняття «архетип» («праобраз») ґрунтується на платонівській традиції. Через філософію неоплатоніків та стоїків ідея архетипів була перенесена в християнську теологію та антропологію. На архетиповому характері міфології свого часу наголошував німецький філософ Ф. Шеллінг. Значний внесок в усталення поняття «архетипу» через аналіз співвідношення міфологічного і типового у культурі зробив Т. Манн, який розглядав міф як найдавнішу форму архетипізації культури. Подібне розуміння архетипу загалом набуло

популярності у XX столітті. К. Леві-Строс звертав увагу на архетипові корені міфів, адже за виняткової різноманітності одні й ті самі міфи відтворюються фактично однаково в різних точках світу. Поняття «архетипів» було ключовим і в дослідженнях М. Еліаде. Теорія архетипів у контексті досліджень «колективного несвідомого» була розроблена К. Г. Юнгом [5].

Архетипи, за К. Г. Юнгом, є структурно-енергетичною основою, навколо якої формується духовний простір індивіда. При цьому, запропонувавши набір базових архетипів («его», «персона» («маска»), «тінь», «аніма», «аніmus») та низки архетипних образів («батько», «мати», «дитина», «мудрий старий», «герой», «діва», «хитрун», інших), учений не обмежував можливості формування інших, припустивши, що кількість архетипів прямо пропорційна кількості типових життєвих ситуацій [11].

Прикладне застосування ідей архетипіки знаходить розвиток у різних сферах соціокультурної діяльності, що базується на комунікації, зокрема в маркетингу. К. Пірсон, ґрунтуючись на роботах К. Г. Юнга (який, повторимося, висловлював сумнів щодо можливості укладання завершеного переліку архетипів та їх систематизації), створила систему з 12 архетипів, що структуровані в межах таких вимірів-стимулів людської поведінки, як «приналежність – незалежність» та «стабільність – зміни». Це такі архетипи, як «творець» (створює щось нове, упорядковує), «турботливий» (турбується про інших), «правитель» (спрямовує і здійснює контроль), уособлюють прагнення до стабільності та порядку; «блазень» (приємно проводить час), «свій парубок» (у нього завжди все в порядку), «коханець (знаходить і дарує кохання) дозволяють відчутти приналежність до соціальної групи, спільноти; «герой» (сміливо діє), «бунтар» (порушує правила), «чарівник» (незбагненим дивом здійснює перетворення) підсвідомо задовольняють прагнення змін і ризику; «простак» (надмірно довіряє іншим), «шукач» (невпинно шукає кращого), «мудрець» (розуміє світ) – символізують незалежність. М. Марк та К. Пірсон у співавторстві продемонстрували можливості використання архетипного підходу під час створення брендів завдяки тому, що архетипи є своєрідними посередниками між продуктами та мотивацією покупця [7].

Такий підхід, за нашими оцінками, може бути із деякими зауваженнями застосований і в межах окресленої нами тематики. Адже образ ведучого також є свого роду брендом, який продають

публіці. При цьому специфіка телевізійної комунікації, навіть у форматі розважальних програм, як ми вже наголосили вище, зумовлює потребу певного етичного регулювання, визначення моральних меж, в яких на основі певного архетипу формуватиметься той чи інший образ ведучого. Тим, хто створює певний образ, хто є його носієм, потрібно постійно прогнозувати, який вплив матиме він на аудиторію й чи не «підніме на поверхню» негативні культурні нашарування, властиві тому чи іншому архетипу

З огляду на цей аспект, як наголошують М. Марк та К. Пірсон, за своєю природою архетипи знаходяться поза мораллю. Але в архетипів є позитивна та негативна, тіньова сторони. Саме тому дослідниці дуже слушно приділяють увагу етичній стороні застосування архетипічного підходу в маркетингу та рекламі і рекомендують під час планування маркетингової чи рекламної кампанії уважно слідкувати, який саме рівень архетипу посилюється, і нівелювати його негативний, тіньовий аспект [7, с. 327–328]. І якщо К. Г. Юнг вже серед базових архетипів виокремлював «персону» і «тінь», то М. Марк та К. Пірсон розкривають світлу й темну сторону кожного з описаних ними архетипів [7, с. 315, 327], а саме: «творець» (інноваторство – критичний перфекціонізм), «турботливий» (співпереживання – безпомічність, страждання), «правитель» (відповідальність – диктаторство, тиранія), «блазень» (веселість – витончена брехливість), «свій парубок» (рівність, простота – відданість «законам зграї»), «коханець» (насолада, закоханість – невпорядковані сексуальні зв'язки), «герой» (хоробрість – жорстокість, одержимість), «бунтар» (справедливість – злочинні схильності), «чарівник» (уміння трансформувати – схильність до маніпуляцій), «простак» (довірливість – обмеженість, стримування почуттів), «шукач» (справжність – відчуженість), «мудрець» (мудрість – догматизм). У такий спосіб, на наш погляд, може йтися не просто про 12 архетипів, а про 12 пар архетипних образів, що передбачають різні оцінки щодо них з погляду етики.

Розвиваючи ці підходи, за нашими оцінками, під час формування образів ведучих розважальних телепрограм, їх аудиторія знаходиться ще в одному вимірі: «знання – емоції». Адже глядач, вибираючи програму, робить найчастіше саме такий вибір. І якщо вибір на користь інформаційних, аналітичних програм – це передусім вибір на користь знань, то в більшості розважальних програм аудиторія розраховує отримати і те, і інше.

З огляду на зазначене, систему архетипів, розроблену К. Пірсоном, ми структуруємо дещо в інший спосіб. Таке структурування, на наш погляд, буде більш придатним для подальшого вивчення та моделювання образів ведучих розважальних телепрограм. При цьому на основі взаємного накладання дихотомій «приналежність – незалежність», «стабільність – зміни», «знання – емоції» вибудовується стрункий ланцюг зв'язків, який охоплює такі елементи: мотив аудиторії, що визначає вибір певної телепрограми на основі, у тому числі, підсвідомих спонук – домінуючий архетип, з яким аудиторія асоціює образ ведучого, що є «обличчям» обраної програми і може задовольнити запити аудиторії – можливі образи ведучого, що створюються на основі обраного архетипу.

У результаті складається матриця, де всі елементи пов'язані не лише ланцюговим зв'язком типу «коло» і мають споріднені, певною мірою перехідні архетипи на флангах, але й своїх «антиподів», що за характеристиками перебувають із ними у діалектичному зв'язку. Такі пари «різнополюсних» архетипів часто уособлюють дуже схожі прагнення, відмінність між якими полягає хіба що в способі досягнення мети. У лаконічному вигляді елементи цієї матриці можна описати так.

1. Прагнення емоційного переживання: «коханець» – «БЛАЗЕНЬ» – «герой»; антипод – «мудрець»; варіанти образу: «блазень-веселун, дотепник», «блазень-брехун, сатирик». Такий архетип зазвичай втілюють ведучі гумористичних, музичних шоу (наприклад, «Вар'яти», «Маска»).

2. Прагнення емоційного єднання зі спільнотою, її лідером: «блазень» – «ГЕРОЙ» – «свій парубок»; антипод – «простак»; варіанти образу: «добрий, справедливий герой», «злий, безжальний герой». Носіями такого архетипу є найчастіше ведучі різних змагальних програм, зокрема, їх колишні переможці чи визнані авторитети в галузі, якої стосується тематика змагання («Бога-тирі. Стронгмен шоу», «Зважені та щасливі»).

3. Прагнення приналежності до певної спільноти: «герой» – «СВІЙ ПАРУБОК» – «турботливий»; антипод – «шукач»; варіанти образу: «позитивний, добрий парубок», «злий, критичний парубок». Такий архетип, за нашими оцінками, часто стає основою образу ведучих «побутових» шоу, де ведучий є «одним із нас», наприклад, в облаштуванні дачі, дому, сімейного життя, проживання певних життєвих ситуацій тощо («Шість соток», «Готуємо разом»).

4. Прагнення отримати стабільну підтримку спільноти: «свій парубок» – «ТУРБОТЛИ-

ВИЙ» – «правитель»; антипод – «чарівник»; варіанти образу: «співчутливий турботливий», «безпомічний турботливий». Найбільш характерним втіленням цього архетипу є образи ведучих різних соціальних шоу, від яких аудиторія очікує якоїсь конкретної допомоги або, принаймні, співчуття («Говорить Україна», «Стосується кожного»).

5. Прагнення до порядку, стабільності в житті: «турботливий» – «ПРАВИТЕЛЬ» – «творець»; антипод – «бунтар»; варіанти образу: «добрий цар», «тиран». Такий архетип більшою мірою є основою для образів ведучих ток-шоу, які схильні «розставити все на свої місця», тримати під власним чітким контролем хід програми («Свобода слова Славіка Шустера», «Зворотний відлік»).

6. Прагнення до професійного порядкування, отримання фахової підтримки: «правитель» – «ТВОРЕЦЬ» – «мудрець»; антипод – «коханець»; варіанти образу: «рішучий інноватор», «перфекціоніст, який сумнівається». Цей архетип найбільш органічно поєднується з образами ведучих інтелектуальних, професійних конкурсів, навчальних шоу («Все буде добре», «Майстер Шеф»).

7. Прагнення до знань: «творець» – «МУДРЕЦЬ» – «простак»; антипод – «блазень»; варіанти образу: «філософ», «злий геній». Носіями такого архетипу можуть бути передусім образи ведучих просвітницьких програм, наукових шоу, «програм-інфотеймент» («Школа доктора Комаровського», «Шо? Як?»).

8. Прагнення інтелектуальної незалежності: «мудрець» – «ПРОСТАК» – «шукач»; антипод – «герой»; варіанти образу: «двовірливий ідеаліст», «розчарований скептик». З таким архетипом найпевніше пов'язані образи ведучих світських хронік – допитливих наївних одинаків у чужому для них світі розкоші та гламуру, або деяких пізнавальних тревел-шоу («Світське життя», «Le Маршрутка»).

9. Прагнення незалежності як способу життя: «простак» – «ШУКАЧ» – «чарівник»; антипод – «свій парубок»; варіанти образу: «нестримний мандрівник», «неспокійний відлюдник». На наш погляд, на такому архетипі базуються образи ведучих багатьох тревел-шоу, пригодницьких програм і шоу виживання («Світ навиворіт», «Адаптер»).

10. Прагнення до змін у житті в найпростіший спосіб, незалежно від власних зусиль: «шукач» – «ЧАРІВНИК» – «бунтар»; антипод – «турботливий»; варіанти образу: «алхімік, добрий маг», «чаклун, злий маг». З таким архетипом найбільше асоціюються ведучі лотерей, ігрових програм із

вартісними призами, а також медичних шоу, шоу перевілень тощо («Я соромлюся свого тіла», «Слідство ведуть екстрасенси»).

11. Прагнення до кардинальних, навіть ризикованих змін: «чарівник» – «БУНТАР» – «коханець»; антипод – «правитель»; варіанти образу: «борець із несправедливістю», «руйнівник-варвар». На цьому архетипі переважно будуються образи ведучих окремих соціальних шоу з елементами розслідування, викриттів («Ревізор», «Аферисти в сітях»).

12. Прагнення отримати позитивні емоції в міжособистісних відносинах: «бунтар» – «КОХАНЕЦЬ» – «блазень»; антипод – «творець»; варіанти образу: «закоханий романтик», «альфонс». Такий архетип переважно може бути основою для формування образів ведучих програм-бесід про кохання й відносини, шоу знайомств («Життя відомих людей», «Про що мовчать жінки»).

Розроблена матриця є рамковою і не передбачає повною мірою можливих інваріантів образів ведучих розважальних програм. Разом із тим основні мотиви, спонуки глядацької аудиторії, внесені до цієї матриці, в основному збігаються з переліком тих цінностей і моделей поведінки, що пропагує українське розважальне телебачення, які були ідентифіковані його регулярними глядачами віком від 18 до 60 років під час дослідження громадською організацією «Детектор медіа» у 2020 році [9]. Це свідчить, що запропонований

підхід може бути взято за основу для подальшого вдосконалення та апробації під час прикладного застосування з моделювання образів ведучих розважальних телепрограм.

Висновки і пропозиції. Визначення типів ведучих розважальних телепрограм має як теоретичне, так і практичне значення. Структурування типів ведучих на основі архетипічного підходу та з урахуванням етичних засад дозволяє розкрити соціокультурний механізм вибору глядацькою аудиторією відповідного типу ведення таких програм.

На основі розвитку й адаптації напрацювань К. Пірсона, розроблено новий підхід щодо структурування мотивів поведінки телеаудиторії, пов'язаних із цими мотивами архетипів і можливих образів ведучих. Запропонована матриця може бути застосована в подальшій аналітичній роботі, освітній і медіапросвітницькій діяльності, а також у творчому процесі сценаристів і ведучих розважальних програм, а також в інших сферах соціокомунікативної діяльності, зокрема спічрайтерами, іміджмейкерами.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на деталізацію характеристик образів ведучих розважальних телепрограм, структурованих на основі розробленого підходу, а також розробку рекомендацій щодо етичного регулювання творчої діяльності ведучих телепрограм розважального спрямування.

Список літератури:

1. Бутиріна М. В. До питання застосування архетипів у комунікаційній практиці. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Соціальні комунікації*. 2013. Т. 21. Вип. 13. С. 13–17.
2. Гамбаль І. А. Талант-шоу: роль журналіста (на прикладі талант-шоу телеканалу СТБ). *Молодий вчений*. 2016. № 4. С. 486–489.
3. Гоян В. В., Захарс. Т. А. Іміджева стратегія ведучого інформаційно-розважальних програм. *Наукові записки інституту журналістики*. 2013. Т. 50. С. 59–63.
4. Грубич К. В. Комунікаційні телевізійні технології шоу-програм. *Наукові записки інституту журналістики*. 2015. Вип. 2 (51). С. 40–48.
5. Ковтун Н. М. Архетип як історико-філософський феномен. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2007. № 32. С. 8–12.
6. Котляр С., Гаркуша Н. Тенденції та принципи впливу розважального контенту на українського глядача. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтва. Серія : Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*. 2019. Т. 2, № 1. С. 84–91.
7. Марк М., Пірсон К. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов / Пер. с англ. под ред. В. Домнина, А. Сухенко. Санкт-Петербург : Питер, 2005. 336 с.
8. Недо А. О. Розважальний характер сучасного телебачення: перспективи та тенденції. *ScienceRise*. 2016. № 4/1(21). С. 39–43.
9. Петренко Г., Білоскурський О. Дослідження цінностей і моделей поведінки в розважальному контенті українських телеканалів. *Детектор медіа*. 2021. 4 лютого. URL: <https://detector.media/infospace/article/184588/2021-02-04-doslidzhennya-tsinnostey-i-modeley-povedinky-v-rozvezhalnomu-kontenti-ukrainskykh-telekanaliv/>
10. Полборн Р. Образ и предвкушение. Москва : Моск. психолого-социальный ин-т ; Флинта, 2003. 496 с.

11. Стайн М. Юнговская карта души: Введение в аналитическую психологию. Москва : Когито-Центр, 2010. 256 с.
12. Супрун В. В. Сучасні соціальні ток-шоу в телевізійному просторі України. *Вчені записки Таврійського національного ун-ту. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32 (71). № 1. Ч. 3. С. 175–179.
13. Трегуб А. М. Образ телевізійного ведучого як інструмент персоналізації експертних програм. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 3 (35). С. 56–60.
14. Юнг К. Г. Архетипи і колективне несвідоме. Львів : Астролябія, 2018. 608 с.
15. Юсипович А. В. Типи програм розважального телебачення України. *Наукові записки інституту журналістики*. 2006. Т. 24. С. 63–68.
16. Черемних І. В. Дослідження контенту українського медіаринку. *Актуальні питання масової комунікації*. 2017. Вип. 21. С. 36–50.

Dreshpak V. M., Antonova V. Yu. THE IMAGE OF THE TELEVISION ENTERTAINMENT PROGRAM HOST IN THE LIGHT OF ARCHETYPICALS AND ETHICS

The modern “television” model of the world, which has become one of the defining aspects of the value-semantic human being, actualizes the problem of moral and ethical content of popular entertainment television programs. This makes the study of socio-cultural mechanisms of choice or formation of the entertainment programs hosts image by their audiences in the archetypes and ethical aspects’ context. Despite a significant amount of research within this problem field, the question of the mechanisms of the audience’s archetypes influence on the formation of the entertainment programs hosts’ images and ethical regulation of TV hosts’ work, as a specific category of television workers, remains virtually unexplored. The goal of the article is to highlight the nature of the socio-cultural mechanism of forming images of the television entertainment programs host through the prism of archetypes and ethics based on a matrix of basic archetypes, set up on which the audience can build their own ideas about the images of such TV programs. The analysis of the scientific discourse on the essence and functions of the archetype in social communications became the basis of the author’s development on the structuring of the images of hosts on the basis of the corresponding archetypes. This approach allowed to combine these images with certain models of worldview, to explain the nature, behavior, moral guidelines not just of a particular host, but the socio-cultural being to which the host as a person belongs or wants to respond. The matrix proposed in the study is a framework and does not fully anticipate the possible invariants of the images of the entertainment programs hosts, however, the main motives, motivations of the audience included in this matrix, mostly coincide with the list of values and behaviors promoted by Ukrainian entertainment television. This awareness is also the basis for further study of the ethical boundaries within which authors and hosts of entertainment television programs should operate. The structuring of the hosts types based on the archetypal approach, considering ethical principles, carried out in the research, will allow to reveal more fully the socio-cultural mechanism of the audience’s choice of the appropriate type of conducting such programs.

The proposed matrix can be used in the creative process of screenwriters and entertainment programs hosts, as well as in other areas of socio-communicative activities, including speechwriters and image makers.

Key words: TV host, archetype, ethics, matrix of archetypes, entertaining TV programs.

УДК 070:004.738.5]:[316.77:159.937-028.22]
DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/26>

Коваль А. С.

Запорізький національний університет

ЦІННОСТІ, СТЕРЕОТИПИ ТА МАНІПУЛЯЦІЇ У ВІЗУАЛЬНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

У статті проаналізовано зв'язок між цінностями, соціальними стереотипами та досвідом реципієнта й автора візуального повідомлення у процесі візуальної комунікації. Природа візуальних повідомлень робить їх привабливими для низки різновидів комунікації, зокрема для міжкультурної. Так, з огляду на те, що більшість візуальних повідомлень можуть бути приблизно однаково декодованими представниками різних соціальних груп, людьми з різним досвідом, можна вважати візуальні повідомлення засобами, що значно спрощують комунікацію. Водночас слід ураховувати те, що реципієнти з різним досвідом можуть по-різному тлумачити одні і ті ж візуальні повідомлення та наділяти їх різними смислами. Значну увагу приділено ролі критичного мислення у візуальній комунікації. Зокрема, розглянуто аспекти, що формують критичне мислення реципієнта та зумовлюють те, як реципієнт опрацьовує візуальний текст: досвід, цінності та установки, соціальні стереотипи. Розглянуто також те, яку роль відіграють досвід, цінності та установки автора медійного повідомлення у процесі візуальної комунікації. Автор аналізує різні підходи до розуміння критичного мислення, стереотипів та медійних маніпуляцій. Як наслідок, визначено, що в процесі візуальної комунікації ключовими факторами є досвід реципієнта і контекст, у якому отримано візуальне повідомлення. Ці фактори можна назвати динамічними, адже у кожного реципієнта є свій досвід і, відповідно, умови, за яких відбувається візуальна комунікація, які для різних людей можуть бути неоднаковими. Також постулюється така думка: з огляду на природу візуальної комунікації, повністю уникнути маніпуляцій у медіа не є можливим. Так, трансляція ідей та поглядів автора медійного повідомлення через візуальні образи, необхідність обирати між тими й іншими інструментами візуальної комунікації та низка інших об'єктивних причин (поруч із суб'єктивними) можуть вплинути на те, як візуальне повідомлення сконструйовано автором та декодовано реципієнтом.

Ключові слова: візуальна комунікація, критичне мислення, стереотип, цінності, візуальні образи, візуальний стереотип, візуальні маніпуляції, досвід.

Постановка проблеми. Зацікавленість різних галузей знань у візуальній комунікації вказує нам на її еkleктичну природу. Експерти у різних сферах (реклама, бізнес, педагогіка, гендерні студії тощо) досліджують однакові візуальні повідомлення з позиції свого досвіду та наукової мети, отримуючи різні результати. Ці результати, якщо їх об'єднати в одне ціле, можуть дати загальну характеристику певного візуального повідомлення. Однак саме повідомлення при цьому залишаться незмінним. Така природа візуальних повідомлень робить їх привабливими з позиції міжкультурної комунікації, адже більшість візуальних повідомлень, позбавлені тексту, можуть бути приблизно однаково декодованими представниками різних соціальних груп, що значно спрощує комунікацію. Водночас викликає зацікавлення те, як реципієнти з різним досвідом тлумачать одні й ті ж візуальні повідомлення та наділяють їх різними смислами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості сприйняття візуальних повідомлень у медіа досліджували Н. Василевська, Р. Лайя, Н. Тарасова, М. Яцимірська та ін. Так, М. Яцимірська розглядає різні формати та можливості візуальних текстів у соціальних медіа, зокрема їх здатність мотивувати масову аудиторію, впливати на її переконання тощо. Авторка слушно зауважує: «Переглядаючи малюнки, карикатури, плакати тощо, читачі змушені креативно й абстрактно мислити» [5, с. 348]. Однак проаналізовані у дослідженні візуальні тексти мають складну технічну і семантичну структуру (це оригінальні плакати, карикатури, інфографіки на суспільно значущі теми), а тому для того, щоб їх правильно осмислити, потрібно використати ресурси часу та уваги. Чи можна з упевненістю сказати, що користувач медіа з такою ж уважністю переглядатиме візуальні повідомлення без видимих маркерів суспільної важливості?

У публікації, присвяченій маніпулятивному потенціалу візуальних образів, Н. Тарасова робить висновок, що сьогодні можна простежити всі форми моделей впливу ЗМІ, зокрема візуальних, однак їх ефективність залежить від різних факторів. Водночас саме візуальні образи вважаються такими, що є найбільш легкими для сприйняття реципієнтом. Це зумовлено фізіологічними та психологічними особливостями людини, яка бачить ті чи інші зображення [4].

Загалом, дослідження, присвячені здатності візуальних повідомлень впливати на аудиторію медіа, стосуються здебільшого технічних характеристик об'єкта: кольору, розміру, форми, частоти зміни кадрів тощо. Дійсно, це невід'ємні атрибути візуального повідомлення, без яких воно може докорінно змінитися. Якщо ж ми говоримо не лише про візуальний текст, а й про його місце у візуальній комунікації, то в такому разі доцільно розглянути й інші аспекти, що формують ставлення реципієнтів до візуального матеріалу.

Постановка завдання. Усвідомлене сприйняття медійних образів може бути пов'язане з низкою важливих факторів. Особливу роль у декодуванні візуальних повідомлень слід відвести критичному мисленню реципієнта – вмінню сприймати різну інформацію, осмислювати її з різних позицій та неодмінно аналізувати не лише отримані знання, а й власні реакції на них. Ми розглянемо процес сприйняття візуальних образів із позиції засад критичного мислення та спробуємо зрозуміти, яким саме воно має бути і чи доцільно реципієнту аналізувати кожне візуальне повідомлення, що потрапляє до його інформаційного простору.

Виклад основного матеріалу. Р. Стернберг визначає критичне мислення як «сукупність ментальних процесів, стратегій та репрезентацій, які люди використовують задля вирішення проблем, ухвалення рішень та пізнання нового» [12, с. 1]. М. Ліпман додає: «Ментальні процеси, застосовувані у процесі прийняття рішень (...) використовуються не лише для того, щоб ухвалювати рішення, і діяльність, відома як критичне мислення, існує не лише для того, щоб вирішувати проблеми, ухвалювати рішення та дізнаватись нове. До того ж є способи ухвалення рішень, що не пов'язані з критичним мисленням» [9, с. 1–3]. Р. Пауль узагальнив визначення критичного мислення як «мислення про мислення, коли ви розмірковуєте з метою вдосконалення свого мислення» [11, с. 20].

Ми погоджуємося з вищенаведеними визначеннями, однак вважаємо за доцільне додати, що

не кожна людина (без урахування того, чи володіє вона критичним мисленням) завжди послуговується критичним мисленням задля розв'язання робочих та побутових завдань, незважаючи на те, потребують вони при цьому застосування критичного мислення чи ні. Так само не завжди людина, здатна критично мислити, прагне вдосконалитись у чомусь. Залежно від ситуації для цього може не бути часу або людина може не відчувати потреби у своєму розвитку в певній сфері у конкретний період.

Говорячи про критичне мислення у межах сприйняття візуальних образів споживачами медіа, ми маємо на увазі таке мислення, що вимагає від людини постійного вдосконалення та послуговуючись яким людина рефлексує про те, що, коли, як та чому вона бачить, а також про те, що вона при цьому відчуває, про що думає, чим викликані її думки. В іншому разі суттєвої різниці між новими та старими візуальними повідомленнями для людини просто немає. Як і з обробкою будь-якої інформації, реципієнт може використовувати, не використовувати або використовувати недостатньо навички критичного мислення під час роботи з візуальними повідомленнями. На нашу думку, це пов'язано з тим, що за сучасного ритму життя у більшості людей немає можливості ґрунтовно проаналізувати отримувану інформацію, а також не всі реципієнти медіа усвідомлюють важливість критичного мислення для споживання візуального контенту. Саме по собі візуальне повідомлення може сприйматись як таке, що має полегшити засвоєння інформації чи навіть розважити, тому зрозуміло, що деякі реципієнти навіть не розглядатимуть їх як джерела важливої та серйозної інформації (винятком буде хіба що інфографіка як найбільш інформативний візуальний матеріал). У межах візуальної комунікації можливість застосування навичок критичного мислення для споживача візуального контенту (у соціальних медіа) ускладнюється ще й тим, що за досить короткий проміжок часу вона/він бачить велику кількість різних за тематикою та призначенням зображень та не завжди встигає розглянути їх детально. Безумовно, це не має бути виправданням для того, щоб не розвивати критичне мислення та не споживати медійні продукти усвідомлено. Однак у кожній людині навички критичного мислення перебувають на різних рівнях, що означає те, що він або вона, навіть якщо реципієнт критично осмислює візуальне повідомлення, робить це, спираючись на власний досвід.

У різних наукових розвідках, присвячених візуальній комунікації, дослідники у той чи інший спосіб торкаються і критичного мислення, але говорять лише про один або декілька його аспектів чи безпосередньо не вказують у тексті, що мають на увазі саме критичне мислення. Так, публікації, присвячені проблемам гендера, кольору шкіри, жіноцтва та чорного жіноцтва (black womanhood), а також культу краси, так чи інакше стосуються критичного мислення. З огляду на формат самих публікацій, науковці поєднують його з іншими пізнавальними методами. Водночас нам зрозуміло, що пересічний споживач медійних продуктів усвідомлено не використовує у роботі з візуальним контентом ані навичок критичного мислення, ані будь-якого іншого підходу. Пов'язуємо це з природою візуальної комунікації. Так, на думку дослідника цифрового маркетингу П. Лайя, під час роботи з вебсайтами людина витрачає приблизно шість секунд на перегляд головного зображення на вебсторінці, а решті зображень може взагалі не приділити уваги [6]. Крім того, зображення також має відповідати деяким вимогам юзабіліті: бути досить великим за розміром, якісним, відповідати темі статті. Це стосується комунікації на вебсайтах, однак в умовах діджиталізації можемо припускати, що схожий спосіб роботи із зображеннями є і в інших сферах медіа, де наявні візуальні засоби вираження. Саме тому важливо зрозуміти, що допомагає або стає на заваді реципієнту сприйняти візуальну інформацію та ухвалити рішення читати або не читати статтю, дивитися або не дивитися фільм, грати чи не грати у відеогру, а також погоджуватись чи не погоджуватись із запропонованою у медіа думкою.

Значну роль у критичному осмисленні інформації відіграють світоглядні установки людини. Становлення світогляду під впливом соціальних стереотипів, зокрема тих, що поширюють медіа, розглянула О. Блинова. Дослідниця говорить про те, що «соціальний стереотип належить до буденних уявлень і, як правило, має неадекватну міру узагальненості ознак соціального об'єкта, їх неповний або надмірний набір» [1, с. 60]. Ключовими характеристиками соціального стереотипу можна назвати його прагнення узагальнити інформацію (як свій, так і чужий досвід, як відоме, так і невідоме), дати відчуття контролю (я знаю, тому можу реагувати та впливати на ситуацію), а також надмірну емоційність і тенденцію до дуального поділу світу (своє-чуже, добро-зло, життя-смерть). Крім того, важливим аспектом соціального стереотипу є те, що він є стійким

уявленням у масовій свідомості, а для його подолання потрібно залучити багато ресурсів, але і це не може дати гарантій того, що соціальний стереотип буде цілком подолано. Причиною цього є те, що стереотипи покликані спростити процес обміну інформацією зі світом за умови, коли є відчутний брак знань про різні явища. Так, стереотип навряд сформується там, де є можливість отримати всебічну інформацію про об'єкт. А для того, щоб зрозуміти, що стереотип є хибним, потрібно залучити велику кількість ресурсів: власний час, різні джерела інформації тощо. На формування стереотипів впливають цінності суспільства.

Р. Інглгарт виокремлює парадигму з двома параметрами, за якими розвиваються цінності суспільства: «традиційні/світсько-раціональні цінності і цінності виживання/самовираження». Дослідник говорить про те, що «кожен із двох параметрів установлює ключову вісь міжкультурної варіації, що містить десятки базових цінностей і орієнтацій. Традиційний/світсько-раціональний параметр відображає різницю між суспільствами, в яких релігія є важливою, і тими, в яких вона не є важливою. Він також відкриває велике різноманіття інших аспектів. Акцент на важливості сімейних зв'язків і пошани до влади (...). Суспільства традиційного полюсу наголошують на релігії, абсолютних стандартах і традиційних сімейних цінностях, вітають великі сім'ї (...). Вони наголошують на соціальному підпорядкуванні, а не на індивідуалістичних досягненнях, вітають консенсус, а не відкритий політичний конфлікт, підтримують пошану до влади і мають високий рівень національної гордості і націоналістичні риси. Суспільства зі світсько-раціональними цінностями мають протилежні пререференції щодо цих питань» [3].

У візуальній комунікації важливо враховувати життєві цінності людини, що можуть бути пов'язаними як із виживанням, так й із самовираженням. Цінності виживання диктують нам, що пріоритетом є задоволення базових потреб, як-от безпека, їжа та відтворення потомства. Усе інше перебуває поза зоною важливого. Цінності самовираження не обмежуються базовими потребами, а охоплюють їх усі (залежно від рівня розвитку людини).

Говорячи про життєві цінності реципієнта у роботі з візуальними повідомленнями, можемо зазначити таке. Людина з так званими традиційними цінностями (цінностями виживання) намагатиметься декодувати візуальне повідомлення у межах визначеної парадигми, що обмежена

прагненням задовольнити базові потреби у захисті. Якщо це родина (основною функцією якої (за умов надання пріоритету виживанню) є відтворення та збереження потомства), то у візуальному повідомленні реципієнт шукатиме образи, що вказують на те, що зображені люди пов'язані з різними позитивними аспектами сімейного життя або перебувають в умовах, що сприяють формуванню та існуванню родини. Так, це зображення позитивно налаштованих (про це можуть свідчити міміка та жести) гетеросексуальних сімейних пар, а також моменти спілкування тих же гетеросексуальних пар, але різних вікових категорій. В останньому випадку можемо говорити про «обмін досвідом», спілкування між старшими та молодшими поколіннями сімей (із замовчуваною ієрархічною структурою у такій комунікації). Будь-які зображення негетеросексуальних пар у парадигмі родини таким реципієнтом не сприйматимуться взагалі або сприйматимуться різко негативно. Скажімо, зображення будь-якої негетеросексуальної родини, у складі якої є діти, буде не зовсім об'єктивно розтлумачене людиною, орієнтованою на виживання. Маючи обмежені уявлення про те, як формуються сім'ї, така людина шукає зображення чоловіка та жінки, які мають спільне потомство. При цьому статусом пари у візуальному повідомленні можуть бути наділені зовсім різні люди, як-от мати дитини та сімейний лікар. Якщо ж у зображеній парі однакова стать або візуально маркований гендер, то таке візуальне повідомлення не буде охарактеризоване орієнтованою на виживання людиною як таке, що дає нам інформацію про родину. Зображені люди наділятимуться різними соціальними ролями, але в жодному разі не сімейними.



Рис. 1. Стокове зображення сім'ї

Основою візуальних повідомлень у медійному просторі часто стають стокові зображення,

які можна назвати порівняно нейтральними. На прикладі фотографії, поданої вище, бачимо, що візуальний образ може бути декодовано щонайменше трьома шляхами: по-перше, стереотипна гетеросексуальна родина; по-друге, гендерно нейтральна родина (ми бачимо персонажів зі спини і напевне не знаємо, хто вони); по-третє, ці люди можуть і не бути сім'єю, а така характеристика – оцінне судження глядача.

Окремого ставлення з позиції орієнтованого на виживання реципієнта отримують візуальні повідомлення про незвичне. Так, це зображення різних людей, які у той чи інший спосіб виражають себе (незалежно від гендерної належності). Мовою візуальної комунікації для досягнення такої експресії може бути широкий спектр прийомів: колір, розмір, контраст, співвідношення розміру, світла й тіні, власне візуальні образи, а також техніка колажу щодо форми самих візуальних повідомлень. Однак ці прийоми не допоможуть розкрити зображуване для реципієнта, орієнтованого на цінності виживання, якщо предмет зображення перебуває поза межами його уявлень про світ. У такому разі візуальні повідомлення або не декодуватимуться взагалі, або їм надаватимуться нові смисли, виходячи з досвіду реципієнта.

Людина, орієнтована на самовираження, шукатиме у візуальних повідомленнях щось нове для себе. У тих же зображеннях різних сімей такий реципієнт не шукає підтвердження власних поглядів чи здобутої раніше інформації. Можна сказати, що іноді саме візуальне повідомлення такою людиною за своїм змістом трансформується у щось інше. Так, реципієнт, побачивши фотографію родини, може звернути увагу не на взаємовідносини зображених людей, а на деталі образів (елементи одягу, макіяж), відштовхуючись від чого, тлумачити це візуальне повідомлення.

Сприйняття візуальних образів людиною з цінностями, спрямованими на самовираження, не обмежене конкретною парадигмою. Така людина намагається дізнатися більше про те, що бачить, і витрачає на ознайомлення та усвідомлення візуальних повідомлень більше часу, якщо воно обтяжене додатковими візуальними елементами. Це не говорить про те, що в такому разі реципієнт декодує візуальні образи краще за інших. Суб'єктивно сприймаючи різну інформацію, людина акцентує свою увагу лише на деяких аспектах, що мають для реципієнта значення або ж просто викликали інтерес у конкретній ситуації.

Таким чином, можемо говорити про те, що сприйняття візуальних повідомлень для реципієнтів із різними життєвими цінностями буде неоднаковим та базуватиметься на вже отриманому досвіді. Водночас можна знайти і дещо спільне. Так, реципієнти можуть наділити візуальне повідомлення зовсім новими смислами, чим як спотворити його семантичний зміст, так і зробити це повідомлення складним. Крім того, уявлення про те, якими цінностями послуговується реципієнт, дасть змогу підібрати візуальні образи для комунікації з ним. Так, може бути, що для реципієнта, орієнтованого на виживання, будь-які візуальні образи, не пов'язані із задоволенням цієї потреби, не будуть важливими. А відсутність різних візуальних образів у комунікації може відштовхнути реципієнта, орієнтованого на самовираження, адже вона або він не знайде для себе нічого цікавого.

Безперечно, цінності виживання не сприяють розвитку особистості так, як цінності самовираження. Однак скажемо також, що і цінності виживання, і цінності самовираження можуть бути використані з метою маніпуляції. Так, повідомлення з візуальними образами гетеросексуальних родин, беззахисних, красивих і турботливих жінок, сильних та впливових чоловіків, охайних та усміхнених дітей тощо орієнтовані на реципієнтів із цінностями виживання. А наявність у публікації яскравих візуальних образів зацікавить людей, орієнтованих на самовираження. І ті, й інші цінності можуть бути психологічним гачком для людини під час перегляду рекламних роликів, розгляду агітаційних політичних та соціальних плакатів, а також під час контакту з будь-якими іншими медіа. Водночас можемо говорити і про протилежне: медіа, які пропагують конкретні цінності, є об'єктами інтересу тих реципієнтів, які ці цінності підтримують.

Усе це є аспектами процесу візуальної комунікації, за якого реципієнти, спілкуючись візуальними образами, використовують одні повідомлення, але декодують їх із певними змінами. Задля максимального збереження базової ідеї візуального повідомлення доцільно враховувати ці особливості та наділяти або не наділяти деталями (залежно від ситуації). Залежно від світоглядної позиції реципієнта, його цінностей, способу мислення, а також умов, за яких він або вона отримує це візуальне повідомлення, реципієнт може по-різному реагувати на деталі у зображенні, ставлячись до них як до таких, що дають додаткову інформацію, або й взагалі ігнорувати їх.

Постає питання: чи не доцільно буде задля розвитку реципієнтів, розширення їх уявлень про світ поступово привчати їх до різних візуальних образів у медіа? Це стосується, звичайно, реципієнтів із цінностями виживання.

Різноманіття візуальних образів у медіа може бути засобом репрезентації різних соціальних груп, засобом прекрасного або ж засобом маніпуляції. Скажімо, зображення жінок різного кольору шкіри, які годують груддю, може бути декодовано як «усі жінки (незалежно від кольору шкіри) годують груддю», «деякі жінки (незалежно від кольору шкіри) годують груддю», «усі жінки – матері» чи «у жінок різного кольору шкіри може бути багато спільного». Як бачимо, інтерпретація образу може бути різною, на неї впливатимуть не лише цінності людини, а й контекст повідомлення.



Рис. 2. Стокові зображення жінок, які годують груддю, з різним кольором шкіри

Інший візуальний образ – яскраво вбраної та експресивної людини, що також може передати глядачеві різні смисли залежно від контексту. У рекламному повідомленні, на шпальтах глянцевого журналу, на політичному плакаті, на сторінках у соціальних медіа один і той самий візуальний образ може набувати нового значення.

У будь-якому разі візуальний образ може бути одночасно і засобом репрезентації, і засобом маніпуляції. Загалом, використання візуальних образів із певною метою можна також уважати маніпуляцією. Саме по собі використання зображення або відео може бути засобом маніпуляції. Ми не можемо використати як ілюстрацію всі зображення та відео з обраної теми, тому ми відбираємо найкращі, ті, що найточніше відображають нашу думку, а від інших відмовляємося. Отож, ми обмежуємо реципієнта конкретними візуальними образами. Медіа при цьому враховує, яка саме реакція очікується від реципієнта (придбати щось, підтримати ідею, виконати іншу конкретну дію).

Таким чином, турбота про реципієнта, бажання дати йому більше, розширити її або його межі уявлень про світ також може бути причиною для маніпуляцій та, як це не парадоксально звучить, обмежень реципієнта. Пропонуючи споживачеві нові візуальні образи, ми ніби говоримо, що ті візуальні образи, до яких він звик, у чомусь погані. Водночас ми не даємо можливості сприйняти різні візуальні образи, адже, як було сказано вище, ми не можемо використати як ілюстрацію всі зображення та відео з обраної теми, що існують. Відповідно, ми обмежуємо реципієнта там, де прагнули дати йому більше. Загалом, позиція щодо того, що медіа має взяти на себе відповідальність за розширення світогляду реципієнта або навіть його докорінну зміну, також є маніпулятивною та такою, що обмежує і реципієнта, і медіа. Така позиція створює хибну ідею про те, що медіа стоїть вище над людиною та вказує їй, як ставитися до різної інформації, яку ж і надає регулярно різними порціями. Людина ж ніби не може самостійно опрацювати надані їй повідомлення, тому потребує допомоги, тобто є залежною від медіа.

Отже, можемо відповісти на поставлене питання. Через об'єктивні причини медіа не може подавати різні візуальні образи. Принаймні не одразу. Відбір тих чи інших (нехай нових для реципієнта) візуальних образів уже є обмеженням. Згадаємо також, що у середньому споживач медіа працює з публікаціями досить швидко та не повертається до них. Таким чином, отримавши інформацію в одному місці, реципієнт не шукатиме її в інших джерелах та не аналізуватиме інші візуальні образи. Так, вона/він може ніколи не дізнатись, що може бути якимось інакше.

Чи означає це, що можна нехтувати різноманітним візуальним образам та використовувати лише ті, що близькі та зрозумілі реципієнту? Звичайно, послуговування добре знайомими та зрозумілими візуальними образами значно спрощує комунікацію. Однак прагнення полегшити комунікацію також може бути маніпулятивним та таким, що обмежує реципієнта та медіа. Чи не є думка щодо того, що комунікацію з реципієнтом потрібно спростити, маніпулятивною? Чи не свідчить це про зверхню позицію медіа? Чому ми говоримо про спрощення комунікації? Невже реципієнтові складно сприймати текст? Якщо так, то це спричинено технічними умовами або абсолютною новизною, складністю термінів чи медіа апіорі вважає, що реципієнтові потрібно все розтлумачити, адже вона або він нічого не розуміє? Чи, можливо, за такою турботою ховаються інші причини (мета вплинути на реципієнта за той короткий час, поки

він переглядає візуальне повідомлення)? Чи не є така позиція зверхньою?

Використання знайомих аудиторії візуальних образів у всіх або більшості медійних текстів може бути охарактеризовано як зловживання стереотипами задля утвердження певних ідей. За визначенням Психологічного словника М. Кардвелла, стереотип – це надмірно узагальнене вірування про певну категорію людей та відповідні очікування від кожного її представника [7, с. 196]. Отож, стереотип уже є спрощеним (та не завжди дотичним до реальності) образом. Використовуючи стереотипи під час роботи з візуальними образами, які також є спрощеними репрезентаціями уявлень про людей, медіа продукує ще більш викривлені образи, що не мають нічого спільного з реальністю. Такі образи значно обмежують реципієнта в здобутті нових знань та автора, а медіа – у створенні нового якісного контенту. Говорячи про реципієнта, варто пам'ятати, що для багатьох людей медіа є єдиним джерелом інформації про світ, тому видається малоімовірним, що споживач медійних продуктів усвідомлює обмеженість такого ресурсу і робить усе можливе для того, щоб розширити свої знання про світ за допомогою інших джерел. Це накладає певну відповідальність на медіа. З огляду на це, авторові варто уникати негативних та токсичних стереотипів у роботі з візуальними образами.

Висновки і пропозиції. Таким чином, можемо говорити про те, що у процесі продукування та сприйняття візуальних повідомлень важливими факторами, що зумовлюють те, як реципієнт відреагує на той чи інший візуальний образ, є світоглядні цінності самого реципієнта та особливості інформаційного простору, в якому він або вона перебуває. Ці фактори також можуть бути вирішальними, якщо йдеться про різні маніпуляції, адже те, що стане таким собі психологічним гачком для однієї людини, залишить байдужою іншу. Водночас не варто відкидати роль автора візуального повідомлення, який також має певні цінності і може мислити стереотипами, які поширює своїми текстами.

На нашу думку, уникнути маніпуляцій та обмежень у процесі візуальної комунікації не є можливим. Обмеження відбуваються на рівні добору теми (адже є й інші важливі теми, про які саме зараз (у цьому повідомленні) медіа не розповідає), вибору візуальних прийомів (згадаймо, що є більш виграшні та менш виграшні місця, де можна поставити зображення або відео. Відповідно, рішення щодо того, яке саме зображення та куди розмістити, також обмежує або й може бути інструментом маніпуляції) та надання переваги конкретним візуальним

образам. Крім того, не слід забувати, що в автора медійного тексту також є певні життєві цінності та світоглядні установки, що впливають на його рішення та обмежують у різних питаннях. Саме тому недоречно говорити про те, що медіа може та повинно розширити світогляд реципієнта. Звичайно, у медіа для цього є всі можливості. Однак потрібно завжди пам'ятати про власну обмеженість та розуміти, що медіа, даючи реципієнтові щось нове для нього чи для неї, дає лише те, що перебуває в межах

уявлень про світ автора. З огляду на досвід, знання автора про світ можуть бути дуже глибокими, однак це в жодному разі не говорить про те, що ці знання вичерпні, а інших думок немає. Як бачимо, не досить правильно говорити, що медіа може розширити уявлення реципієнта про світ. Доречніше сказати, що медіа іноді може дати реципієнтові думку, яка буде відмінною від тих, із якими реципієнт стикався раніше, але в жодному разі не кращу або гіршу та не єдину.

Список літератури:

1. Блинова О. Роль соціальних стереотипів у становленні світоглядних орієнтацій особистості. *Психологія і особистість*. 2015. 2 (1). С. 58–70.
2. Василевська Н. Візуалізація як засіб самопрезентації в соціальних медіа (теоретичний аспект дослідження). *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2016. Вип. 10. С. 208–218.
3. Інглгарт Р. Культура і демократія. *Незалежний культурологічний часопис «І»*. 2008. 53. URL: <http://www.ji.lviv.ua/n53texts/inglehart.htm>
4. Тарасова Н. Візуальний образ: спроба соціологічної концептуалізації поняття. *Вісник Одеського національного університету. Соціологія і політичні науки*. 2013. №. 18, Вип. 2 (2). С. 305–314.
5. Яцимівська М. Візуальні тексти в соціальних мережах (рефлексії, концепти, емоції). *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2015. №. 40. С. 342–350.
6. 10 Useful Findings About How People View Websites. URL: <https://cxl.com/blog/10-useful-findings-about-how-people-view-websites/>
7. Cardwell M. Dictionary of psychology. 1999. Chicago Fitzroy Dearborn. 262 p.
8. Laiya R. Application of Critical Thinking on the Social Media. *Journal of Physics: Conference Series*. IOP Publishing, 2020. Т. 1477. №. 4.
9. Lipman M. Critical thinking: What can it be? Analytic Teaching. 1987. 8 p.
10. Menichelli M., Braccini A. Millennials, Information Assessment, and Social Media: An Exploratory Study on the Assessment of Critical Thinking Habits. *Exploring Digital Ecosystems*. Springer, Cham, 2020. С. 85–97.
11. Paul R. Critical Thinking: What every Person Needs to Survive in a Rapidly Changing World. Center for Critical Thinking and Moral Critique Sonoma State University. 1990. 575 p.
12. Sternberg R. Critical Thinking: Its Nature, Measurement, and Improvement. 1986. 37 p.

Koval A. S. VALUES, STEREOTYPES AND MANIPULATIONS IN VISUAL COMMUNICATION

The article analyzes the relationship between values, social stereotypes and the experience of the recipient and the author of the visual message in the process of visual communication. The nature of visual messages makes them attractive for a number of types of communication, in particular for intercultural communication. Thus, given that most visual messages can be decoded approximately equally by representatives of different social groups, people with different experiences, it is possible to consider visual messages as a means that greatly simplifies communication. However, it should be borne in mind that recipients with different experiences may interpret the same visual messages differently and give them different meanings.

Considerable attention is paid to the role of critical thinking in visual communication. Among other things, the following aspects are considered that form the critical thinking of the recipient and determine how the recipient processes the visual text: experience, values and attitudes, social stereotypes. The role, experience and values of the author of a media message in the process of visual communication are also considered. The author analyzes different approaches to understanding critical thinking, stereotypes and media manipulation. As a result, it is determined that in the process of visual communication the key factors are the recipient's experience and the context in which the visual message was received. These factors can be called dynamic, because each recipient has their own experience, and, accordingly, the conditions under which visual communication takes place may be different for different people. Also, it is postulated that, given the nature of visual communication, it is impossible to completely avoid manipulation in the media. In particular, the translation of the ideas and views of the author of the media message through visual images, the need to choose between these and other tools of visual communication and a number of other objective reasons, along with subjective reasons, can affect how the visual message is constructed and decoded by the recipient.

Key words: visual communication, critical thinking, stereotype, values, visual images, visual stereotype, visual manipulations, experience.

Писаренко Л. М.

orcid.org/0000-0003-1905-823X

Національний університет «Одеська юридична академія»

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

У статті досліджуються поняття «медіаграмотність», «медіакомпетентність», «інформаційна грамотність», «український медійний простір». Подано трактування поняття «медіаграмотності» як сукупності мотивів, знань, умінь і можливостей, що сприяють добиранню, використанню, критичному аналізу, оцінюванню та передаванню медіатекстів різних форм, жанрів, бо медіаграмотна особистість має бути здатна критично й усвідомлено оцінювати медіатексти, підтримувати критичну дистанцію щодо популярної культури та чинити спротив маніпуляціям. Окрім цього, визначено інформаційну грамотність як можливість отримати доступ до інформації, оцінювати її та мати можливість фільтрувати та використовувати її з різних джерел.

Медіакомпетентністю є розуміння видів медіа та як вони впливають на людину і суспільство, а медіакомпетенцією – умінь користуватися різними медіатехнологіями, вести пошук необхідної інформації, робити її правильний вибір та створювати медіапродукти.

У статті наведено принципи застосування медіаграмотності у сучасних умовах, які запропоновані ЮНЕСКО, а саме: суспільство повинне сприймати інформацію з різних джерел критично, визнаючи, що такі джерела рівні між собою; суспільство повинно перевіряти отриману інформацію з різних джерел та не зосереджувати свою увагу на першоджерелі; суспільство повинно оточувати себе різними джерелами інформації та не віддавати перевагу якомусь певному інформаційному джерелу, що здатне спотворити сприйняття реальної інформації; треба вчитися систематизувати інформацію з різних джерел, навіть якщо певний вид інформаційного джерела є для вас неприйнятним; необхідно залишатися об'єктивним.

Проаналізовано проекти, програми, методичні розробки щодо медіаграмотності, серед яких – дистанційний навчальний курс медіаграмотності для громадян, онлайн-курс «Новинна грамотність», гра «Медіаграмотна місія» від IREX та ін.

Ключові слова: медіаграмотність, цифрова епоха, медійний простір, медіакомпетентність, інформаційна грамотність.

Постановка проблеми. Сьогодні зі стрімким розвитком науки сучасне суспільство вступило в еру, яка характеризується новими знаннями, поширенням інформації не лише через ЗМІ, а й через різні соцмережі. У зв'язку зі зростанням швидкості обміну інформацією виникає проблема користування цією інформацією. Є люди, які вміло користуються нею з метою особистого розвитку, підвищення рівня освіти, а є ті, хто потрапляють під вплив цієї інформації (фейки, маніпуляція, залежність від медіа та ін.). Із розвитком інформаційно-комунікаційних технологій виникає потреба в підготовці особистості до правильного користування медіаресурсами, правильного споживання інформації, а отже, бути медіаграмотною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукових публікацій вітчизняних та зарубіжних учених дає можливість стверджувати, що

дослідження ролі медіаграмотності в сучасному суспільстві є актуальним.

Предметом досліджень українських учених В. Іванова, Т. Іванової, Л. Кульчицької, О. Мороз, С. Шумаєвої є проблеми формування медіаграмотності не лише дітей та молоді, а й дорослого населення.

У працях зарубіжних авторів Д. Баака, Дж. Гріпсруда, Р. Кьюбі, А. Лепи, С. Мінкінен, Дж. Поттера, С. фон Файлітцена подано трактування основних понять медіаграмотності та медіаосвіти; Г. Гербнера, А. Харта, С. Котилайнена та ін. – медіаінформаційної грамотності; С. Блюмеке, О. Запєваліна, Е. Мурюкіна, Р. та ін. досліджується медіакомпетентність.

Постановка завдання. Метою дослідження є медіаграмотність, інформаційна грамотність, медіакомпетентність як умови розвитку сучасного суспільства в умовах стрімкого поширення інформації.

Відповідно до зазначеної мети, були поставлені такі **завдання**:

- проаналізувати точки зору науковців щодо поняття «інформаційна грамотність», «медиаграмотність», «медіакомпетентність»;
- визначити перспективи становлення медіаграмотності як основного напрямку розвитку інформаційної компетентності в суспільстві;
- проаналізувати існуючі в Україні проекти з медіаграмотності.

Виклад основного матеріалу. Оскільки одним із завдань, яке ми поставили у своєму дослідженні, є аналіз різних точок зору на поняття, що стосуються медіаграмотності, то є сенс розглянути «інформаційну грамотність», яку мала Американська бібліотечна асоціація визначає як «сукупність здібностей для того, щоб уміти визначати, яка інформація є потрібною, й уміти її знаходити, оцінювати та ефективно використовувати» [8].

Досліджуючи інформаційну грамотність, М. О. Осюхіна звертається до Олександрійської декларації, в якій вона визначається як «засіб забезпечення можливості для людей ефективно знаходити, оцінювати, використовувати і створювати інформацію в усіх сферах життя для досягнення особистих, суспільних, професійних і освітніх цілей» або ж здатність людини «висловлювати свої інформаційні потреби, знаходити й оцінювати якість інформації, зберігати та поширювати інформацію, ефективно й етично використовувати інформацію, застосовувати інформацію для створення знань і обміну ними» [6, с. 40].

На думку М. Голованя, інформаційна грамотність – це якість особистості, що включає «сукупність знань, умінь і навичок виконання різних видів інформаційної діяльності й ціннісне ставлення до цієї діяльності, при цьому під інформаційною діяльністю розуміють сукупність процесів збору, аналізу, перетворення, зберігання, пошуку та поширення інформації» [1, с. 64]

Інформаційна грамотність «підкреслює важливість доступу до інформації, її оцінювання та етичного використання» [2, с. 116].

ЮНЕСКО вказує на те, що інформаційна грамотність фокусується на процесі споживання людиною інформації та набуття нею стану поінформованості й означає «здатність користувача визначити і формулювати власні інформаційні потреби, знаходити доступ до інформації, володіти навичками критичної оцінки інформації, використовувати ІКТ для обробки інформації, етично ставитися до інформації» [10, с. 47].

Наступним поняттям, яке ми будемо аналізувати, є поняття «медійна грамотність». У документах ЮНЕСКО стверджується, що медійна грамотність спрямована на «здобуття особою навичок розуміння ролі і функцій ЗМК та інших джерел інформації в суспільстві, критична оцінка медіаконтенту, взаємодія із ЗМК для самовираження, міжкультурного діалогу, застосування навичок, включаючи навички у сфері ІКТ, для вироблення власного контенту» [10, с. 50].

Європейський Парламент у «Резолюції щодо медіаграмотності у цифровому світі» дає таке визначення медіаграмотності: «Здатність використовувати медіа в особистих цілях і без сторонньої допомоги, розуміти та критично оцінювати різноманітні аспекти медіа, уміти виділити необхідну інформацію з величезного потоку даних, класифікувати ці дані» [9].

В. Ф. Іванов зазначає, що медіаграмотність полягає у «сукупності мотивів, знань, умінь і можливостей, що сприяють добиранню, використанню, критичному аналізу, оцінюванню, створюванню та передаванню медіатекстів різних форм, жанрів, а також аналізу складних процесів функціонування медіа в суспільстві» [5, с. 348].

Дуже часто поряд із поняттями «інформаційна і медійна грамотність» використовують поняття «компетенція». Це може бути інформаційна або медійна компетенція. Саме поняття «компетентність» розуміють як «сукупність особистісних якостей учня (ціннісно-сміслових орієнтацій, знань, умінь, навичок, здібностей), зумовлених досвідом його діяльності у певній соціально і особистісно значущій сфері» [7, с. 153]; «медіакомпетентність – рівень медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіакультурних цінностей, смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства, реалізувати активну громадянську позицію» [3]; «медіакомпетентність – це компетентність у сприйнятті, створенні та передачі повідомлень за допомогою технічних та медіатехнічних систем з урахуванням їхніх обмежень; заснована на критичному мисленні, а також на здатності до медіатизованого діалогу з іншими людьми» [4, с. 430].

Тож медійна та інформаційна грамотність за концепцією ЮНЕСКО об'єднує три взаємопов'язані комплекси компетенцій: інформаційну грамотність – уміння знаходити, аналізувати, використовувати інформацію; медіаграмотність – уміння

отримувати доступ до медіа, а також створювати контент для самовираження та спілкування; технологічну/цифрову грамотність – передбачає вміння користуватися сучасними інформаційними технологіями та програмним забезпеченням з урахуванням усіх можливостей.

Також ЮНЕСКО визначає принципи медійної та інформаційної грамотності, в яких наголошується, що суспільство повинно сприймати інформацію від бібліотек, медіа, Інтернету, радіо критично, тому що всі вони рівні між собою за статусом і немає одного головного джерела інформації. Суспільство повинно перевіряти отриману інформацію у різних джерелах та не зосереджувати свою увагу на першоджерелі. Суспільство повинно оточувати себе різними джерелами інформації та не віддавати перевагу якомусь певному інформаційному джерелу, що здатне спотворити сприйняття реальної інформації. Необхідно систематизувати інформацію з різних джерел, навіть якщо певний вид інформаційного джерела є для вас неприйнятним [11].

У сьогоднішніх реаліях українського інформаційного простору медіаграмотність є необхідним інструментом для кожної людини. Це постійна робота над собою, тому що критичне ставлення до інформації вимагає великих зусиль. В Україні існують проекти з медіаграмотності, які допомагають поліпшувати навички критичного мислення, перевірки, аналізу інформації. До таких проектів відноситься дистанційний навчальний курс медіаграмотності для громадян. Цей проект створений IREX у партнерстві з Академією української преси та StopFake. Даний курс розрахований на дорослу аудиторію та знайомить громадян із найбільш розповсюдженими видами маніпуляції та пропаганди. А також у ході даного курсу аудиторія знайомиться з базовими інструментами перевірки інформації та критичного мислення.

«Детектор Медіа» розробила онлайн-курс «Новинна грамотність». Цей просвітницький проект спрямований на поширення медіаграмотності серед населення в умовах воєнного конфлікту. Проект розрахований на широке коло користувачів, яким цікава тема медіа. У даному курсі аудиторія ознайомлюється з тим, як створюються новини, які існують професійні стандарти, етичні аспекти, як медіа маніпулює громадською думкою саме через новини, хто є основними медіавласниками в Україні та ін.

Цікавою та повчальною є гра «Медіаграмотна місія» від IREX, метою якої є навчити користувачів медіа розпізнавати джінсу, маніпуляції та фейки.

Завдання гравця – знищити «фабрику брехні», яка поширює неправдиву інформацію та маніпулює свідомістю суспільства. Щоб успішно закінчити гру, потрібно використовувати критичне мислення та базові знання з журналістики та медіаграмотності. Проект дає можливість дорослим перевірити свої знання та навички з медіаграмотності та критичного мислення, а також поліпшити їх в ігровій формі (irex.mocotms.com).

Адаптована Академією української преси навчальна гра «Медіазнайко» розрахована на дітей шкільного віку та дає можливість у цікавій ігровій формі дізнатися якомога більше про інформаційне (медійне) поле та стати медіазнайком (www.aup.com.ua).

Центр медіаініціатив (Вірменія) створив медіаосвітню гру «Пригоди Літератуса», а українську її версію розробила Академія української преси. Гра розрахована на підлітків і допомагає розвивати навички пошуку інформації, її аналізу та перевірки, а також розрізнення фейкових і правдивих новин. Вона навчає, як краще ухвалювати рішення в інформаційному середовищі (media.am).

Інтер'юз-Україна видало посібник «Інформаційний обман. Как не попасть впросак?», де у простій і доступній формі подає інформацію, щоб споживачі навчилися критично аналізувати медіаповідомлення, змогли розгледіти пропаганду, помітити цензуру або однобокість подачі інформації.

Міністерство інформаційної політики України надрукувало видання «Як розпізнати фейк?», розроблене та реалізоване спільно з проектом ЄС Association4U. Брошура містить базові правила особистої інформаційної гігієни, що дадуть змогу пересічному громадянину убезпечити себе від фейків і дезінформації.

Клуб ілюстраторів Pictoric створив видання «Довіряй, але перевіряй. Медіаграмотність в українському суспільстві».

Інститут масової інформації видав практичний посібник «Медіакомпас: путівник професійного журналіста». Цей посібник буде корисним як для журналістів-початківців, студентів, так і для вже практикуючих медійників, які хочуть освіжити власні знання зі стандартів та інших особливостей професійної діяльності.

Академія української преси розробила навчальні програми з медіаграмотності, серед яких ті, якими ми користуємося під час викладання дисципліни «Медіаграмотність та критичне мислення»:

– навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)» для студентів вищих навчальних

педагогічних закладів, педагогічних та науково-педагогічних працівників;

– навчальна програма «Медіаграмотність у запитаннях та відповідях» для вищих навчальних закладів;

– навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)» для слухачів курсів підвищення кваліфікації для педагогічних і науково-педагогічних працівників.

Донецьким пресклубом видана збірка інноваційно-методичних розробок із медіаграмотності для педагогів. У ній йдеться про споживання медіапродукту, протистояння маніпуляціям у ЗМІ, боротьбу з пропагандою, а також розмежування фактів і суджень.

Якщо особа засвоїла інструменти критичного аналізу інформації, отримала звання через вищезгадані ігри, але має на меті подальший розвиток, то є сенс попрацювати з Інтернет-виданням MediaSapiens від «Детектор Медіа», у якому є публікації, що містять інформацію з медіасфери.

Висновки і пропозиції. Отже, проаналізувавши різні визначення поняття «інформаційна грамотність», «медійна грамотність», «медіакомпетентність», можемо зробити висновок, що інформаційну грамотність можна розуміти як певні знання та вміння, які необхідні

для оцінки точності та надійності інформації, її ефективного пошуку, дотримання етичних норм та правил користування інформацією; медійну грамотність – як критичне оцінювання, створювання, маніпулювання засобами масової інформації; медіакомпетентність – як розуміння медіа, використання медіа, комунікацію за допомогою медіазасобів та вміння застосувати медіа для досягнення поставленої мети, уміння ефективно вирішувати освітні та професійні завдання.

Дотримуючись принципів медійної та інформаційної грамотності, розроблених ЮНЕСКО, можна завжди залишатися об'єктивним в аналізі інформації. Участь у різноманітних проєктах із медіаграмотності дає можливість кожній людині розвиватися, убезпечити себе від потоку дезінформації, навчитися критично мислити.

В Україні існує багато програм, проєктів з медіаграмотності, які допоможуть як пересічному громадянину, так і тим, хто навчає медіаграмотності інших, підвищити свій рівень, стати більш компетентним у даній сфері. У подальшому плануємо досліджувати питання не лише медіаграмотності, а й медіаосвіти, інфогієни, медіа компетентності, оскільки саме вони є пріоритетними напрямками розвитку інформаційного суспільства.

Список літератури:

1. Головань М. Інформатична компетентність: сутність, структура і становлення. *Інформатика та інформаційні технології в навчальних закладах*. 2007. № 4. С. 62–69.
2. Захарчук Т. В. Система педагогічних умов застосування медіаосвітніх технологій у професійній підготовці майбутніх учителів. *Вісник СевНТУ. Серія «Педагогіка»*. 2012. Вип. 127. С. 115–119.
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). *Media Sapiens*. 2016. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprovsvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadz_hennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/.
4. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навчально-методичний посібник / О. Т. Баришполець та ін. ; за ред.: Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. Київ : Міленіум, 2009. 440 с.
5. Медіаосвіта та медіа грамотність : підручник / ред.-упор.: В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко ; за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.
6. Осюхіна М. А. Медіа- та інформаційна грамотність як складова сучасних інформаційно-комунікаційних обмінів (Національна концепція у контексті світового досвіду) : дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій (доктора філософії) : 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. URL: http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/K08.051.19/dissertation_5b9e2dfa48400.pdf.
7. Хуторской А. В. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированной парадигмы образования. *Ученик в обновляющейся школе* : сб. науч. тр. / под ред. Ю. И. Дика, А. В. Хуторского. Москва : ИОСО РАО, 2002. С. 135–157.
8. Guidelines, Standards, and Frameworks. *ACRL : The Association of College & Research Libraries*. URL: <http://www.ala.org/acrl/standards/>.
9. European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world (2008/2129 (INI)). *European Parliament* : portal. URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do? pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6- TA-2008-0598+0+DOC+XML+V0//EN>.
10. Media and information literacy: policy and strategy guidelines / A. Grizzle et al. Paris : UNESCO, 2013. 196 p.
11. ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності. URL: http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprovsvita/mediaosvita/yunesko_opublikovala_pyat_printsiviv_mediynoi_ta_informatsiynoi_gramotnosti/.

Pysarenko L. M. MEDIA LITERACY AS A TOOL OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES

The article explores the concepts of “media literacy”, “media competence”, “information literacy”, “Ukrainian media space”.

The interpretation of the concept of “media literacy” as a set of motives, knowledge, skills and abilities that contribute to the selection, use, critical analysis, evaluation and transmission of media texts of various forms, genres, because media literate person must be able to critically and consciously evaluate media texts, support critical popular culture and resist manipulation.

In addition, information literacy is defined as the ability to access, evaluate, and filter and use information from a variety of sources.

Media competence is the understanding of types of media and how they affect people and society, and media competence is the ability to use different media technologies, search for the necessary information, make the right choice and create media products.

The article presents the principles of media literacy in modern conditions, which are proposed by UNESCO, namely: society should take information from different sources critically, recognizing that such sources are equal; society should verify the information received from various sources and not focus on primary sources; society should surround itself with various sources of information and not give preference to any particular source of information that can distort the perception of real information; you need to learn to systematize information from different sources, even if a certain type of information source is unacceptable to you; you need to stay objective.

Projects, programs, methodological developments on media literacy are analyzed, including a distance learning course on media literacy for citizens, an online course “News Literacy”, a game “Media Literacy Mission” from IREX, etc.

Key words: *media literacy, digital age, media space, media competence, information literacy.*

Полумисна О. О.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

ПРОСВІТНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ МАСМЕДІА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ У ВИКОНАННІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ВИМОГ ЩОДО ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ В УКРАЇНІ

У статті оглянуто низку наукових праць, у яких досліджується зарубіжний досвід щодо соціальної захищеності людей з інвалідністю, який хочуть перейняти і застосувати в Україні. Розглянуто Європейську стратегію щодо людей з інвалідністю, яка сприяє задоволенню їхніх прав та отриманню користі від участі в економічному розвитку. Досліджено вісім основних напрямів, визначених комісією, а саме: доступність, залучення до життя, рівність, працевлаштування, освіта та навчання, соціальний захист, доступ до відповідних медичних установ, зовнішній вплив. З'ясовано, що майже кожен із цих напрямів знайшов своє втілення в українському законодавстві та був висвітлений у ЗМІ, окрім зовнішнього впливу (дії). ЗМІ у своїх публікаціях озвучують ті чи інші рішення, але фактично на цьому їхня місія і завершується. Публікації, які стосуються виконання вимог (імплементації) є поодинокими і не становлять тенденції. Оскільки просвітницька діяльність суспільства через ЗМІ – це найкращий інструмент для зміни суспільної думки, запропоновано підсилити чинник зовнішнього впливу: створити окремий новинний сайт, який спеціалізується саме на висвітленні життя та проблем людей з інвалідністю в Україні; на законодавчому рівні для ЗМІ встановити квоту на матеріали, присвячені людям з інвалідністю; створити низку спільних загальнонаціональних платформ та форумів для обговорення між батьками та рідними, які мають дітей з інвалідністю, спільних проблем та питань, які вони можуть поставити аудиторії, що також живе цими проблемами; українським мас-медіа відстежувати та моніторити виконання тих чи інших зобов'язань, які взяла на себе Україна щодо людей з інвалідністю. Саме це є ефективним інструментом у розвитку зовнішнього впливу та досягненні Україною європейських стандартів не лише у сфері забезпечення людей з інвалідністю, а й у насажденні в населення толерантності, поваги та розуміння до людей з інвалідністю.

Ключові слова: *Європейський Союз, інтеграція, людина з інвалідністю, імплементація, Європейська стратегія, мас-медіа, просвітницька діяльність.*

Постановка проблеми. Починаючи з 2014 р. Україна вибрала для себе європейський шлях розвитку, ставлячи за мету інтегруватися до Європейського Союзу. Вибір євроінтеграційного напрямку зобов'язує Українську державу виконувати зобов'язання, які покладаються Конвенцією ООН, на основі якої ґрунтується й Європейська Конвенція. Першочергово у цих документах зроблено акцент на недопущенні дискримінації людей з інвалідністю та наданні їм рівних прав та можливостей. Зазвичай більшість змін на законодавчому та виконавчому рівнях влади висвітлюється в мас-медіа, які сьогодні є просвітницьким інструментом в інформаційному просторі будь-якої країни. Отже, якщо країна вибрала шлях євроінтеграції, більшість результатів цього процесу буде відображено в засобах масової інформації, які не оминають суспільно

значущі проекти та процеси і наближують українців до рівня європейських вимог життя. Українські науковці це питання висвітлювали лише з юридичного, правового погляду, але в жодній статті не йдеться про медійний аспект спостереження за виконанням Європейської стратегії. Тому вважаємо за доцільне дослідити роль мас-медіа у виконанні євроінтеграційних вимог щодо людей з інвалідністю в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Маємо низку наукових праць, у яких досліджується зарубіжний досвід щодо соціальної захищеності людей з інвалідністю, який хочуть перейняти і застосовувати в Україні. Наприклад, Я. Белінська та Н. Сафонік у статті «Особливості й основні напрями соціального захисту інвалідів: зарубіжний досвід і можливості його застосування в Україні» [2] звернули увагу на особливості

та напрями соціального захисту людей з інвалідністю, зокрема на постійну допомогу в побуті, працевлаштування людей з інвалідністю, підтримку рівня життя та їхніх доходів. Автори розглянули основні моделі соціального захисту в країнах ЄС, виокремивши скандинавську модель, англосаксонську (модель Беверіджа), континентальну (модель Бісмарка) та південноєвропейську модель (рудиментарну). В. Костюк у доробку «Європейські соціальні стандарти в контексті сучасної моделі джерел права соціального забезпечення: науково-теоретичний аспект» розкриває питання, «пов'язані з правовою характеристикою європейських соціальних стандартів та напрямів їхнього впливу на розвиток новітньої моделі джерел права соціального забезпечення» [7]. Підкреслимо, що у згаданих документах акцентується увага на адаптуванні інформаційних гаджетів та технологій під потреби людей з інвалідністю. Більше того, урахування потреб людей з інвалідністю під час розроблення будь-яких контрактів та будівель повинно бути невід'ємним складником проектування соціального життя людей з обмеженими можливостями. Тому висвітлення потреб, діяльності чи нововведень щодо людей з інвалідністю вимагає залучення засобів масової інформації, які зроблять профілактичну роботу набагато ефективніше, ніж будь-які інші суспільні засоби та інструменти.

Виклад основного матеріалу. На основі Конвенції про права осіб з інвалідністю [18] у Європейському Союзі в 2010 р. прийняли Європейську стратегію щодо людей з інвалідністю (2010–2020 рр.), текст якої розміщений на сайті Єврокомісії у розділі Employment, Social Affairs & Inclusion («Зайнятість, соціальні питання та інклюзія»). Метою цієї стратегії є сприяння людям з інвалідністю у задоволенні їхніх прав та отриманні користі від участі в економічному розвитку. Стратегія визначає механізми, необхідні для Реалізації Конвенції ООН, і зосереджена на усуненні бар'єрів. Комісія визначила вісім основних напрямів, на які буде спрямована увага: доступність, залучення до життя соціуму, рівність, працевлаштування, освіта та навчання, соціальний захист, доступ до відповідних медичних установ, зовнішній вплив – пропагування прав осіб з інвалідністю під час розширення ЄС та міжнародних програм розвитку.

Спробуємо дослідити, чи кожен із напрямів (доступність, залучення до життя, рівність, зайнятість, освіта та навчання, соціальний захист, здоров'я, зовнішній вплив), запропонованих

у Європейській Стратегії, знайшов своє втілення в українському законодавстві та як був висвітлений у засобах масової інформації. Дослідження рівня виконання європейських вимог щодо забезпечення прав та свобод людей з інвалідністю в Україні.

Доступність. На законодавчому рівні «доступність» особам з інвалідністю забезпечено на основі Закону «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні». Цей Закон регламентує виявлення, усунення перепон і бар'єрів, що перешкоджають забезпеченню прав і задоволенню потреб, у тому числі стосовно доступу до об'єктів громадського та цивільного призначення, благоустрою, транспортної інфраструктури, дорожнього сервісу, транспорту, інформації та зв'язку тощо [9]. В Інтернет-ЗМІ «Дивись INFO» опублікована стаття «Бар'єри для життя: що заважає вільно жити і пересуватися людям з інвалідністю», у якій журналісти намагалися з'ясувати, що потрібно зробити, щоб кожній людині був відкритий доступ до транспорту, будівель, зв'язку тощо. Передусім йдеться про так званий універсальний дизайн. В. Азін, тренер та інструктор Всеукраїнського об'єднання осіб з інвалідністю «Група активної реабілітації», так тлумачить це поняття: «Він як дефініція не має в собі ніяких вимірів. Є сім принципів, які треба застосовувати під час проектування будь-чого: архітектури, транспорту, конференції та навіть чашки або книжки. Якщо сім принципів застосовуються, то будь-який виріб буде придатний для більшості людей. Іноді говорять, що універсальний дизайн для людей з інвалідністю. Це несправедливо, бо він для всіх, щоб ніхто не був сегрегований» [3]. Як зазначається у статті, дотепер «всі ці люди щодня страждають, щоб хоча б вийти з будинку (а скільки ще не виходить), але ще більше страждать їм завдають місто, вулиця, площа, безголові водії та проєктанти з автомобілеорієнтовним синдромом» [3]. Так, у публікації наведено скрін з фото зі сторінки у соціальній мережі Facebook Дем'яна Данилюка, де говориться про недоступний Львів: «Чоловік у візку свариться з водієм автобуса (маршрут № 16), що той не під'їхав до тротуару. Перед цим водій вийшов, відкинув пандус (він був справний, бо автобус ще новий), чоловік виїхав з автобуса, але далі був змушений пересуватися проїжджою частиною. Безголовість водіїв у перегонах із маршрутами-конкурентами змушує пасажирів страждати. Три жінки у візках приїхали новим трамваєм «Електрон» на Сихів. Вийшли з вагона без сторонньої допомоги, але далі їх спіткав

роздвоєний тротуар біля сихівської поліклініки (про який я писав трохи більше місяця тому), тож вони так само були змушені пересуватися дорогою назустріч автомобілям. Центр Львова. Радянська інженерна мисль – зробити підземний перехід. Мамульки в обхід (об'їзд?) до світлофора, а дівчина з ДЦП змушена страждати по сходах, бо додатковий зигзаг у 300 м. для неї надто важко. До слова, генеральний план Львова передбачає ще десятки підземок по всьому місту. Так, я знаю, більшість із вас вважає, що це нормально і безпечно» [3].

Міжнародні стандарти щодо доступності озвучені в українському законодавстві, потрібно просто, за словами Л. Самсонової, тренера Всеукраїнського об'єднання осіб з інвалідністю, «робити все правильно, згідно з Державними будівельними нормами тощо. Є Мінрегіонбуд, де про принципи універсального дизайну всі добре знають. Просто ніхто не хоче про це думати і втілювати у життя» [3]. Але позитивні зрушення все-таки є: концепція універсального дизайну закріплена у нас Законом про гарантії соціальної захищеності людей з інвалідністю. Тому, як говорить автор статті, обходити принципи доступності завжди не вийде. Зрештою, це стає дедалі більш модним, і сьогодні небажання ставати доступним тільки шкодить.

Залучення до життя соціуму. На законодавчому рівні залучення до життя у соціумі підтримується у Законі «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні». Окрім доступу до необхідних інфраструктур, створено низку громадських організацій осіб з інвалідністю, їхні спілки створюються з метою забезпечення рівних прав і можливостей осіб з інвалідністю та їх соціального захисту, виявлення, усунення перепон і бар'єрів, що перешкоджають забезпеченню прав і задоволенню потреб таких осіб, тощо.

Більше того, ст. 23 цього Закону рекомендовано впроваджувати для осіб із вадами слуху жестову мову, що є засобом спілкування та навчання і захищається державою. Також зазначено, що органи державної влади та органи місцевого самоврядування повинні сприяти поширенню жестової мови та заохоченню мовної самобутності осіб із вадами слуху та ін. [9]. У медіа Zміна з'явилася публікація «У Раді зареєстрований законопроект, що полегшить нечуючим сприйняття інформації зі ЗМІ», у якій йдеться про те, що цей закон обов'язково має бути ухваленим, оскільки Україна ратифікувала Конвенцію про права людей з інвалідністю. Окрім того, у нормативно-право-

вих актах було запропоновано змінити термінологію з осіб із «вадами» слуху та зору на осіб з «порушеннями» слуху та зору. За цим документом «частка загального обсягу телевізійного добового мовлення, що має бути адаптована для сприйняття людям із порушеннями слуху, має міститися у заяві про видачу ліцензії на мовлення. Така частка має становити не менше 10% до 2017 року, 20% – до 2018 року, 50% – до/з 2020 року з урахуванням жанрового розподілу програм» [14]. До того ж результати опитувань громадської думки про вибори, оголошення їх результату повинні бути адаптовані для сприйняття людьми з порушеннями слуху. Це стосується й Інтернет-ЗМІ, які теж повинні дотримуватися вимог, установлених Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення. Унаслідок недотримання даних вимог телерадіоорганізація буде сплачувати штраф у розмірі 5% від розміру ліцензійного збору.

Рівність. На законодавчому рівні регулюється Законом «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні». У них зазначено, що особою з інвалідністю є особа зі стійким розладом функцій організму, що під час взаємодії із зовнішнім середовищем може призводити до обмеження її життєдіяльності, унаслідок чого держава зобов'язана створити умови для реалізації нею прав нарівні з іншими громадянами та забезпечити їй соціальний захист. Тому дискримінація за ознакою інвалідності забороняється. А також Законом України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні», у якому статтями 14–16 зазначено щодо оскарження рішень, дій чи бездіяльності з питань дискримінації: особа, яка вважає, що стосовно неї виникла дискримінація, має право звернутися зі скаргою до державних органів тощо.

Опубліковано постанови Кабінету Міністрів щодо прийняття рішень на користь людей з інвалідністю та низку статей про кримінальну відповідальність тих, хто порушуватиме ці права. Медіа «Варто знати» стежить за тим, як держава турбується про нечуючих. У публікації «Суд проти дискримінації інвалідів, або Як держава піклується про нечуючих» повідомляється про позов до суду людини з проблемами слуху, оскільки «в Україні практично немає каналів, де люди з проблемами слуху можуть «чути» мову жестів чи бачити «біжучий рядок». Титрування на телебаченні майже відсутнє, а іноді такі важливі для глухих людей рядки просто закривають рекламою. Якщо ж «біжучі рядки» і з'являються, зовсім не факт,

що вони відображають події на екрані» [12]. Суд ухвалив рішення на користь людини з інвалідністю, тому що бездіяльність посадовців у даному разі є протиправною.

Зайнятість. На законодавчому рівні з метою реалізації творчих і виробничих здібностей осіб з інвалідністю з урахуванням індивідуальних програм реабілітації їм забезпечується право працювати на підприємствах, в установах, організаціях, а також займатися підприємницькою та іншою трудовою діяльністю, яка не заборонена законом. На сайті «Громадська синергія» зазначається, що участь у ринку праці на території Європейського Союзу беруть 57% людей з інвалідністю. Для порівняння: люди без інвалідності представлені у кількості 80%, тобто розрив між ними невеликий, як це ми бачимо в Україні. Норматив працевлаштування людей з інвалідністю за облікової чисельності працівників на підприємстві у 20 людей, становить у Франції – 6%, у Німеччині – 6–10%; за облікової чисельності 25 чоловік: у Польщі – 4%, в Австрії – 4%, в Іспанії – 4%. Бачимо, у Польщі, Австрії та Іспанії встановлено такий самий норматив, як і в Україні, але його застосовано до підприємств, де облікова чисельність працівників перевищує 25, 25 і 50 осіб відповідно. [11]. В Україні у ст. 19 Закону № 875 зазначено, що роботодавець повинен дотримуватися виконання нормативу робочих місць, він становить 4% середньооблікової чисельності штатних працівників облікового складу роботодавця за рік, якщо у роботодавця працює від 8 до 25 осіб – у кількості одного робочого місця [8]. Але зазвичай в Україні таке працевлаштування є фіктивним, на підприємстві лежить його трудова книжка, а людина при цьому не працює, оскільки це витрати для роботодавця, який повинен забезпечити його відповідними умовами праці, а також можливість уникнути штрафу, який становить від 10 до 20 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. Замість того щоб зацікавити роботодавця, у нашій країні діє примус та санкції. Українські медіа переймаються даною проблемою. Наприклад, Інтернет-видання «Європейська правда» наголошує, що «санкції не є найкращим стимулом працевлаштування цієї категорії громадян. Європейський досвід свідчить, що головним принципом має бути позитивне стимулювання, мотивація роботодавця, а не санкції» [17].

Координатор Парламентської експертної групи Д. Черніков намагається з'ясувати ті обставини, які не дають того позитивного ефекту, який помічаємо в країнах Європейського Союзу. У статті

«Підтримка без примусу: чому ігноруються європейські принципи працевлаштування інвалідів», розміщеній на сайті «Європейської правди», автор порівнює положення щодо працевлаштування в Україні та Польщі. За його словами, у Польщі діє механізм державної підтримки, натомість в Україні компанії, які створюють робочі місця для людей з інвалідністю, позбавлені доступу до механізмів державної підтримки, їх отримують лише підприємства громадських організацій. Так, «польське законодавство зобов'язує кожного працедавця спочатку сплатити грошовий внесок до Фонду реабілітації інвалідів. Далі встановлюється квота працевлаштування інвалідів, і, відповідно, звільняються від сплати внеску ті, хто її заповнив. На відміну від українського законодавства внесок не є адміністративним штрафом» [17]. Це дійсно ті умови, які прописані у базових правилах допомоги Євросоюзу у сфері працевлаштування, і, власне, «цей підхід відповідає принципу щодо сприяння можливостям зайнятості інвалідів на відкритому ринку праці, який встановлений у статті 3 Конвенції про професійну реабілітацію та зайнятість інвалідів». Тож цілком логічним є висновок: потрібно підтримувати українських роботодавців і позитивно їх стимулювати, змінити певні базові відходи, які є в ЄС, і лише після цього ситуація зміниться на краще.

У ЗМІ є публікації, наприклад «Про стан забезпечення в Україні встановлених чинним законодавством соціальних, економічних, правових і конституційних гарантій у сфері соціального захисту та реабілітації інвалідів» [10] або «Соціальний захист дітей-інвалідів – пріоритет державної соціальної політики», де на державному рівні було обговорено та вирішено сприяти розвитку соціальної захищеності та більшої інтеграції людей з інвалідністю у соціальне життя країни. Однак водночас маємо низку так званих негативних інформаційних відгуків, які показують, що насправді «немає суттєвих практичних зрушень у вирішенні проблем бар'єрності суспільного середовища, забезпечення безпосереднього доступу інвалідів до об'єктів соціальної інфраструктури» [10]. На разі не забезпечено належних умов для забезпечення людей з інвалідністю робочими місцями. Звісно, на бюрократичному рівні кожне підприємство має у списку працівників людей з інвалідністю в робочому колективі, але коли доходить до реальної перевірки працевлаштування такої особи, виявляється, що воно присутнє лише на паперах.

Освіта та навчання. На законодавчому рівні закони України «Про загальну середню освіту», «Про вищу освіту», «Про освіту» для реалізації права на професійну (професійно-технічну), фахову передвищу та вищу освіту особами з інвалідністю заклади професійної (професійно-технічної), фахової передвищої та вищої освіти повинні створити їм необхідні умови для здобуття відповідної освіти. У цьому контексті в мас-медіа найчастіше зустрічаємо статті про приниження (цькування) дітей з інвалідністю. Як виявилось, після реалізації програми «Нова українська школа», яка передбачає поєднання загальної та інклюзивної шкільної освіти, здорові діти не були підготовлені до співжиття з особливими дітьми. Колишня міністерка освіти і науки України Л. Гриневич неодноразово порушувала питання про цькування таких дітей у школах, знущання над ними здорових дітей. Тому для журналістського рейтингу маємо статті на зразок: «Цькування у школі. Наслідки знущання і для жертви, і для агресора» [1], однак це аж ніяк не урівнює та не вирішує ситуацію на місці. Батьки бояться віддавати своїх особливих дітей до школи, оскільки розуміють, що таке ставлення ще більше їм нашкодить, аніж допоможе.

Соціальний захист. На законодавчому рівні підприємства, організації та фізичні особи – підприємці, що здійснюють транспортне обслуговування населення, зобов'язані забезпечити спеціальне обладнання транспортних засобів, вокзалів, аеропортів та інших об'єктів, що б дало змогу особам з інвалідністю безперешкодно користуватися їхніми послугами тощо. Соціальний захист полягає у тому, щоб убезпечити людину з інвалідністю від зазіхань на її незалежність, недоторканість. Натомість маємо такі публікації в ЗМІ. На жаль, вони переважно стосуються кримінальних злочинів, учинених щодо людей з інвалідністю («У Маріуполі 18-літній юнак згвалтував жінку з інвалідністю» [4]). Звісно, такі рейтингові публікації викликають соціальний гнів та бажання відстояти справедливість, однак це все залишається на рівні локальному. Стаття містить опис злочину, і ці злочини до таких людей множаться у рівнопропорційній прогресії. Постає питання щодо соціального захисту людей, які не можуть за себе постояти чи захистити.

Здоров'я. Законом передбачено, що особам з інвалідністю і дітям з інвалідністю надаються безоплатно або на пільгових умовах на підставі індивідуальної програми реабілітації послуги із соціально-побутового і медичного обслугову-

вання, технічні та інші засоби реабілітації, вироби медичного призначення, а також автомобілі, крісла колісні з електроприводом – за наявності відповідного медичного висновку тощо.

Новин у мас-медіа щодо змін у сфері охорони здоров'я щодо людей з інвалідністю є достатньо. Наприклад, у грудні 2018 р. вийшла стаття на сайті «Урядового порталу виконавчої влади України» під назвою «Від стигми до своєчасної допомоги: як змінюється охорона здоров'я людей з інвалідністю», у якій анонсовано, що Міністерство охорони здоров'я України впроваджує систему реабілітації на міжнародному кваліфікаційному функціонуванні. Більше того, заплановано в кожній області (всього 24) відкрити реабілітаційні центри для дітей з інвалідністю, а також розробити та впровадити систему раннього втручання спочатку в чотирьох областях, а потім по всій території України [5]. Також на сайті Міністерства соціальної політики України є низка статей на зразок «Реабілітація дітей з інвалідністю» тощо, в яких видно, що в напрямі охорони здоров'я покращується та розширюється спектр послуг, і ці поліпшення видно не лише на паперах, а й на різних новинних сайтах («У Києві відкрився центр реабілітації дітей-інвалідів» [13], «У Хмельницькому відкрили центр реабілітації для дітей з особливими потребами» [15], «У Чернівцях відкрили новий корпус обласного центру реабілітації дітей з особливими потребами» [16]) тощо. Ці та інші публікації яскраво свідчать про те, що зрушення та прогрес у поліпшенні послуг та піднятті їх до європейських вимог, безумовно, є та розвивається.

Зовнішній вплив. Цей напрям, розвиток якого запропонований у Європейській стратегії, не знаходить свого відображення ні на законодавчому, ні на медійному рівні. Фактично не розглядаються і не пропагуються права осіб з інвалідністю під час розширення ЄС та міжнародних програм розвитку. Відповідно, у цьому напрямі потрібно працювати і законодавчим органам, і медійним. Контроль над виконанням цього напрямку вже озвучила на своєму сайті Національна асамблея людей з інвалідністю України. Під час проведення Європейського форуму з інвалідності було узгоджено, що Європейську стратегію щодо інвалідності буде прийнято. Національна асамблея висловила свої вимоги до посиленої стратегії, зокрема до зовнішніх дій: «Серйозно інвестувати в права людей з інвалідністю в третіх країнах. Переконалися, що всі проекти та інфраструктура, що фінансуються ЄС, є доступними для людей

з інвалідністю та включають їх, а кошти ЄС інвестуються в реалізацію та моніторинг Комітету ООН із прав людей з інвалідністю та розбудову організацій людей з інвалідністю» [6].

З огляду на проаналізований вище матеріал, можемо побачити, що якщо амплітуда виконання вимог нашою державою коливається у певних моментах у позитивний бік, інших – у негативний, то у сфері втілення, розширення та розвитку зовнішнього впливу ситуація є набагато гіршою. На нашу думку, це спричинено двома проблемами. Перша – це новини про людей з інвалідністю не є топовими або затребуваними новинними агентствами та сайтами. Друга – це ігнорування цієї категорії населення як такої. У першу чергу це пов'язано з ментальним впливом Радянського Союзу, де такі люди вважалися тягарем для суспільства. По-друге, у держави та суспільства є велика кількість проблем поза інтересами людей з інвалідністю. Але якщо європейська інтеграція передбачає розвиток гілки зовнішнього впливу, то він повинен бути, оскільки для цього маємо всі інформаційні інструментарії.

Нашою науковою пропозицією є реалізація просвітницької діяльності через мас-медіа

України щодо підсилення чинника зовнішнього впливу. Для втілення цієї мети пропонуємо створити окремий новинний сайт, який спеціалізується саме на висвітленні життя та проблем людей з інвалідністю в Україні. Це, з одного боку, сприятиме більшому залученню людей з інвалідністю до інформаційно-суспільного простору, а з іншого – створить для них власну платформу, якій їхні життєві проблеми та інтереси будуть цікавими та потрібними.

Висновки і пропозиції. Просвітницька діяльність суспільства через ЗМІ – це найкращий інструмент для зміни суспільної думки не лише у пункті реалізації зовнішнього впливу, а й за іншими вимогами європейських документів. У підсумку до цього дослідження хотілося б зазначити: Українська держава поступово прагне до поліпшення стандартів життя усіх категорій населення. У деяких сферах це виходить краще, наприклад охорона здоров'я, в інших це знаходиться в процесі розбудови та розвитку. Але головне, що суспільство, незважаючи на складнощі, рухається у правильному напрямі. Однак, як показало дослідження, такий пункт євродокументів, як зовнішній вплив, навіть не був узятий до уваги ні державою, ні ЗМІ.

Список літератури:

1. Адажій О. Цькування у школі. Наслідки знущання і для жертви, і для агресора. *ГЛАВКОМ*. 2018. URL: <https://glavcom.ua/country/society/ckuvannya-u-shkoli-naslidki-znushchannya-i-dlya-zhertvi-i-dlya-agresora-464608.html>.
2. Белінська Я. Особливості й основні напрями соціального захисту інвалідів: зарубіжний досвід і можливості його застосування в Україні. *Проблеми економіки*. 2016. № 4. С. 223–230. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2016_4_31.
3. Беловольченко Г. Бар'єри для життя: що заважає вільно жити і пересуватися людям з інвалідністю (інфографіка). *Дивись info*. 2017. URL: <https://dyvys.info/2017/06/22/bar-yery-dlya-zhyttya-shho-zavazhayevilno-zhyty-i-peresuvatysya-lyudyam-z-invalidnistyu-infografika/>.
4. В Мариуполе 18-летний юноша изнасиловал женщину с инвалидностью: фото преступника. *Прямий*. URL: <https://prm.ua/ru/v-mariupole-18-letniy-yunosha-iznasiloval-zhenshchinu-s-invalidnostyu-foto-prestupnika/>.
5. Від стигми до своєчасної допомоги: як змінюється охорона здоров'я людей з інвалідністю. *Урядовий портал*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/vid-stigmi-do-svoyechasnoyi-dopomogi-yak-zminuyetsyaohorona-zdorovya-lyudej-z-invalidnistyu>.
6. Європейську стратегію щодо інвалідності буде прийнято. *Всеукраїнське громадське об'єднання Національна Асамблея людей з інвалідністю*. URL: <https://naiu.org.ua/yevropejsku-strategiyu-shhodo-invalidnosti-bude-pryjnyato/>.
7. Костюк В. Європейські соціальні стандарти в контексті сучасної моделі джерел права соціального забезпечення. *Наукові записки НаУКМА. Юридичні науки*. 2018. Т. 1. С. 68–73.
8. Особливості працевлаштування інваліда. URL: <https://buhgalter.com.ua/news/trudovi-vidnosini-osoblivosti-pratsevlashtuvannya-invalida/>.
9. «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні»: Закон України. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/875-12#Text>.
10. Про стан забезпечення в Україні встановлених чинним законодавством соціальних, економічних, правових і конституційних гарантій у сфері соціального захисту та реабілітації інвалідів. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/560-15>.
11. Стратегія ЄС щодо працевлаштування людей з інвалідністю. *Громадська синергія*. URL: <https://www.civic-synergy.org.ua/articles-in-the-media/strategiya-yes-shhodo-pratsevlashtuvannya-lyudej-z-invalidnistyu/>.

12. Суд проти дискримінації інвалідів або як держава піклується про нечуючих. *Варто знати*. URL: <http://www.i-law.kiev.ua>.
13. У Києві відкрився центр реабілітації дітей-інвалідів. *УНІАН*. URL: <https://www.unian.ua/kyiv/794125-u-kyevi-vidkrivsyatsentr-reabilitatsiji-ditey-invalidiv.html>.
14. У Раді зареєстрований законопроект, що полегшить нечуючим сприйняття інформації зі ЗМІ. *ZMINA*. URL: https://zmina.info/news/u_radi_zarejestrovaniy_zakonoprojekt_shho_maje_polegshiti_nechujuchim_spriijnattja_informaciji_zi_zmi-2/.
15. У Хмельницькому відкрили центр реабілітації для дітей з особливими потребами. *Поділля News*. URL: <https://podillyanews.com/2019/01/18/u-hmelnyskomu-vidkryly-tsentr-reabilitatsiyi-dlya-ditej-z-osoblyvumy-potrebamy/>.
16. У Чернівцях відкрили новий корпус обласного центру реабілітації дітей з особливими потребами. *Чернівецький промінь*. URL: <https://promin.cv.ua/2017/01/26/u-chernivtsiakh-vidkryly-novyj-korpus-tsentru-reabilitatsii-ditei.html>.
17. Черніков Д. Підтримка без примусу: чому ігноруються європейські принципи працевлаштування інвалідів. *Українська правда*. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2016/06/14/7050599/>.
18. Convention on the Rights of Persons with Disabilities. *United Nations*. Department of Economic and Social Affairs Disability. URL: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>.

Polumysna O. O. MASS MEDIA EDUCATIONAL ACTIVITY AS AN EFFECTIVE TOOL IN FULFILLING EUROPEAN INTEGRATION REQUIREMENTS FOR PEOPLE WITH DISABILITIES IN UKRAINE

The article reviews a number of scientific papers that examine foreign experience in the social protection of people with disabilities, which they want to adopt and apply in Ukraine. The European Strategy on People with Disabilities is considered, which helps to satisfy their rights and benefit from participation in economic development. Eight main areas identified by the commission were studied, namely: accessibility, involvement in life, equality, employment, education and training, social protection, access to relevant medical institutions, and external influence. It was found that almost each of these areas was embodied in Ukrainian legislation and was covered in the media, except for external influence (actions). The media announce certain decisions in their publications, but in fact, this is the end of their mission. Publications related to compliance (implementation) are isolated and do not constitute trends. Since public education through the media is the best tool for changing public opinion, it is proposed to strengthen the external influence factor: to create a separate news site that specializes in covering the lives and problems of people with disabilities in Ukraine; at the legislative level for the media to establish a quota for materials on people with disabilities; create a number of common national platforms and forums for discussion between parents and relatives of children with disabilities, common problems, and issues that they can ask the audience that also lives with these problems; Ukrainian mass media to monitor and monitor the implementation of certain commitments made by Ukraine regarding people with disabilities. This is an effective tool in the development of external influence and achievement of European standards not only in the field of providing people with disabilities, but also instilling in the population tolerance, respect, and understanding for people with disabilities.

Key words: *European Union, integration, a person with disabilities, implementation, European strategy, mass media, educational activities.*

Супрун В. М.

Донецький національний університет імені Василя Стуса

ПРОДАКТ ПЛЕЙСМЕНТ В ЕФІРІ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ

У статті йдеться про особливий вид рекламних комунікацій – продакт плейсмент. З'ясовуються теоретико-методологічні засади його появи у вітчизняному телевізійному просторі, еволюційні віхи розвитку. Поряд із цим встановлено, що явище продакт плейсменту, на жаль, не представлено у словниковому тезаурусі соціокомунікаційної науки, що утруднює перспективи його дослідження. Більше того, продакт плейсмент як рекламний продукт не регламентується законодавчим полем України, адже не визначається законом як власне реклама. Такі законодавчі лакуни створюють прецеденти для всіляких зловживань із боку як замовників рекламно-промоційного продукту, так і засобів масової комунікації, зокрема телебачення.

У дослідженні встановлюються специфічні особливості цього типу рекламної комунікації, серед яких сугестивність, багаторазовість повторення, органічне входження в сюжетну структуру того чи іншого телепроекту, фінансовий аспект функціонування. Крім того, визначаються спільні й відмінні ознаки із таргетованою рекламою, з якою продакт плейсмент має чималу схожість.

Звернено увагу на особливі форми презентування продукту, бренда, логотипу компанії засобами продакт плейсменту та його функціональну специфіку. До визначальних функцій продакт плейсменту належать рекламно-промоційна, яка полягає в стимулюванні попиту на певну продукцію, товар чи бренд; формування трендового мейнстріму – виявляється в моделюванні в реципієнта чітких поглядів, що продукт чи бренд є модним; комунікаційна, котра репрезентується в ефективній взаємодії між основними учасниками рекламної комунікації; фінансово-маркетингова функція, яка полягає в тому, що продакт плейсмент покликаний забезпечити економічну вигоду замовнику та просування його на ринку аналогічних брендів.

Насамкінець встановлено низку технологічних прийомів, які дають можливість ефективно презентувати продукт, та наведено відповідні приклади.

Ключові слова: *продакт плейсмент, рекламні комунікації, українське телебачення, масова аудиторія.*

Постановка проблеми. Активна присутність телевізійного контенту в системі масово-інформаційної матриці сучасних засобів комунікації пояснюється швидким освоєнням нових технологій медійної реальності: поряд з традиційним форматом телебачення інтегрується в площину мультимедійного інтернет-середовища. Така мобільність дозволяє зберегти досить високу частку масової аудиторії, залишаючи за телебаченням лідерські позиції в системі засобів масової комунікації. Водночас поряд із власне інформаційною функцією телебачення – це «засіб організації відпочинку аудиторії, бо пропонує глядачеві широкий вибір програм – художніх, розважальних, спортивних, створює «ефект присутності», бо за його допомогою глядач стає свідком події в момент, коли вона відбувається» [8, с. 45], особливо якщо йдеться про потенціал нових медіа. Телебачення залишається також потужним інструментом впливу на масову аудиторію, чим не міг не скористатися

бізнес. Тому телевізійний дискурс «створює майданчики для продажу товарів, стаючи ефективним інструментом маркетингу і комунікацій для фірм [1, с. 120]. Однак розвиток рекламних комунікацій нині перебуває на тому піковому етапі еволюційного витка, коли реклама формує традиційну картину світу людини й не завжди ідентифікується власне як рекламний контент. До такого типу рекламної комунікації можемо зарахувати продакт плейсмент.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні засади функціонування рекламного дискурсу розглядали чимало науковців. Зокрема, архітектурванню рекламного контенту та його семіотичній природі присвячено праці В. В. Різуна, Г. Г. Почепцова, М. В. Бутіріної, М. О. Кіци, соціальний аспект реклами був у центрі досліджень Я. В. Яненка, Л. В. Супрун, Д. О. Олтаржевського, В. О. Осаули, об'єктом телевізійної репрезентації рекламного контенту стали

напрацювання С. В. Безчотнікової, Г. В. Сорокіної, Є. В. Суботи та ін. Розімкненню теоретичного вакууму дослідження явища продакт-плейсменту сприяли напрацювання О. Б. Марцінковської, О. М. Полінкевич, А. О. Іванової, С. В. Водолазької та ін.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження специфіки та особливостей продакт плейсменту як нового явища рекламних комунікацій в ефірному мовленні вітчизняного телебачення.

Виклад основного матеріалу. Реклама стала тривіальним і звичним явищем у житті сучасної людини, оскільки оточує її чи не в усіх ділянках суспільного існування. Поряд із загальною визначеною дефініцією реклами, запропонованою «Сучасним словником літератури і журналістики», де вона трактується як «будь-яке публічне повідомлення, спрямоване на те, щоб сприяти продажу, покупці або оренді товару чи послуги, поширювати будь-яку ідею чи погляди або досягати певного ефекту, бажаного для рекламодавців, і для якого виділені площа чи ефірний час за оплату від рекламодавця чи з іншої подібної причини» [2, с. 309], функціонує більш об'ємно релевантне щодо сучасної медіапарадигми її тлумачення: «У самому широкому сенсі рекламу можна визначити як заснований на вивченні ринку процес інформаційного впливу на цільову аудиторію з метою збільшення збуту продукції, підвищення престижу фірми й формування позитивного ставлення до даної фірми й продукції» [7, с. 69].

А оскільки телебачення продовжує зберігати лідерські позиції на сучасному медіаринку, то широта охоплення масової аудиторії відеореklamним контентом сягає 60% щодо радіо, друкованих засобів масової комунікації чи їх онлайн-версій. По суті телебачення формує не лише смакові пристрасті глядачів, а програмує певну моду, модель поведінки і навіть картину світу потенційного реципієнта. Масовий адресат стає запорукою досягнення головної функції реклами – фінансово-комерційної, адже запропонований товар чи послуга програмується не лише як якісний продукт, але й як критична потреба в ньому споживача, тренд, без якого життя бачиться щонайменше неповноцінним.

Маніпуляційні технології управління свідомістю масової аудиторії, які кладуться в основу сучасного рекламного дискурсу, ставлять за мету керування купівельною поведінкою споживачів, їхніми смаками і пристрастями. Фактично аналогічні механізми просування товарів та брен-

дів у телевізійному просторі фундаменталізують концептуальні парадигми відносно нового явища сучасної соціокомунікаційної матриці – продакт плейсменту. Його активна з'ява датується 90-ми роками ХХ століття (хоча елементи фіксуються в кіноіндустрії ще в середині минулого віку: згадаймо радянський фільм «Спортлото 82», перегляд якого в разі збільшив прибуток однойменного лотерейного бренду; між іншим класикою жанру став фільм «Їж, молись, люби» з Джулією Роберт: піцерії, кафе і ресторани, в котрих побувала головна героїня стали відомими на весь світ) разом із появою на екранах рейтингових передач здебільшого розважального контенту. Як зауважує О. М. Полінкевич, нині 80% вітчизняного й зарубіжного продакт плейсменту припадає саме на телевізійні програми [4, с. 68].

Попри чималу функціональну присутність продакт плейсменту у медійному просторі, соціокомунікаційна галузь, на жаль, і донині не фіксує його визначення на рівні словникового тезаурусу. Маємо поодинокі дефініції цього явища маркетологами, як-от, В. В. Тринчука: «Product placement (PP) – оригінальний з погляду бізнесу спосіб реклами, завдяки якому продукт рекламується завуальовано» [9, с. 148], чи «Словника термінів» школи Інтернет маркетингу, в якому зазначається, що «продакт плейсмент – прийом прихованої реклами, коли кіно- і телегерої використовують комерційний продукт або на екрані з'являється логотип компанії» [5]. Суть полягає в ненав'язливій, ніби мимовільній, промоції товару чи бренду, які органічно «вписуються» в сюжетну канву екранного продукту.

На відміну від традиційної відкритої реклами, продакт плейсмент позбавлений агресивної функції нав'язування пропагованих пропозицій. Навпаки, тут діють механізми м'якого навіювання, компілювання стереотипів поведінки. Якщо традиційна реклама характеризується багаторазовими повторами, які набридають і відверто дратують реципієнта, оскільки втрачають у новизні й зазвичай не відзначаються цікавою сюжетністю, то продакт плейсмент функціонує як своєрідна альтернатива рекламному дискурсу, адже продукт чи бренд органічно інкорпоровано в стратегію тої чи іншої телепередачі. У глядача виникає пряма ілюзія природної структури сюжету в контексті цікавого для глядача телевізійного проекту. Крім того, телевізійна комунікація вигідна для рекламодавця ще й тим, що вона створює у свідомості реципієнта яскраві моделі для наслідування (на кшталт згадуваної нами у фільмі

«Їж, молись, люби», коли глядач хоче відчутти схожі емоції щастя від куштування найкращої у світі «неаполітанської піци» чи смачного морозива в центрі Риму), які він «приміряє» на себе. У цьому контексті О. Б. Марцінковська та О. А. Легкий слушно зазначають: «Можемо стверджувати, що на споживачів, для яких певні персонажі, які є найбільш харизматичними (або сюжетна лінія є найбільш захоплюючою), продакт-плейсмент матиме більший ефект, і тому останнє, що впливає на його ефективність, буде глибина зв'язку між персонажем та конкретним споживачем» [3, с. 331]. Глядач проектує екранний спосіб життя, ситуації успіху улюблених героїв чи ведучих на власне існування, адже трансляція телепередач відбувається якщо не в режимі реального часу (маємо на увазі прями ефіри), то, принаймні, в темпоральних вимірах сучасності. Це дає можливість реципієнтові ідентифікувати свій спосіб буття з екранно-еталонним, з погляду глядача. Улюблена телепередача стає мірилом цінностей, змінює світогляд, а отже, отримує шанс бути агентом впливу на свідомість реципієнта з метою моделювання запрограмованої рекламодавцем картини світу, «де володіння речами створює відчуття прямого зв'язку з реальністю» [7, с. 70].

За своїми комунікаційно-сугестивними властивостями продакт плейсмент наближається до таргетованої реклами. Характеристики, які об'єднують ці два види рекламного продукту, виявляються в чіткій критерійності вияву потенційної цільової аудиторії: обидва способи репрезентації продукту чи бренду передбачають доглибне вивчення смаків, поглядів, інтересів, вікових, гендерних, соціальних особливостей реципієнтів. Другий показник зближення – це продумана й чітко екстрапольована на адресата рекламна кампанія. До речі, і таргетована реклама, і продакт плейсмент репрезентуються потенційним клієнтам незалежно від того, чи цікавляться цілеспрямовано вони конкретно цим у даний момент часу: головне завдання – підштовхнути реципієнта, показати, що використання/споживання товару є модним, перспективним, сучасним. Наприклад, таргетована реклама французько-турецької марки готового одягу та аксесуарів «LC Waikiki», потенційним реципієнтом якої є молодь, та продакт плейсмент цього ж бренду в ефірі проекту «Богиня шопінгу» на каналі «ТЕТ» виконують однакові функції – зацікавити цією торговою маркою модників і модниць, показати трендовість одягу цього виробника, а отже, спонукати потенційного клієнта до покупки.

І хоча продакт плейсмент у цілому можна віднести до рекламного дискурсу, проте тут є свої зауваги: і донині він не регулюється законодавчим полем вітчизняного медіаринку, оскільки як поняття не фігурує в законі України «Про рекламу». Така законодавча лакуна дає можливість телевізійникам розміщувати продакт плейсмент необмежену кількість разів залежно від медіа-контексту. Це додаткове (здебільшого неоподатковане) джерело прибутку для телеканалів, адже продакт плейсмент не вимагає офіційного оформлення й зазвичай поповнює бюджет телеканалу шляхом «допомоги на розвиток». І тут, як і у випадку з традиційною прямою рекламою, вартість продакт плейсменту розраховується індивідуально. Передовсім вона залежить від рейтинговості телепроекту, його часової трансляції (прайм-тайм чи звичайний час), хронометражу зображення товару чи логотипу, кількісного параметру візуалізації (відповідно чим більше фокусують увагу, тим дорожче).

Як особлива форма презентування продукту, бренду, логотипу компанії, продакт плейсмент виконує специфічні соціокомунікаційні функції. А саме:

1. Рекламно-промоційна – одна з основних функцій, яка полягає в стимулюванні попиту на певну продукцію, товар чи бренд шляхом просування його на ринку, створення привабливої «картинки» для потенційного клієнта. Ця функція вимагає особливої уваги, оскільки від майстерності телевізійників якісно презентувати товар чи бренд залежатиме зростання попиту на нього, а отже, фінансові доходи виробника продукту.

2. Формування трендового мейнстріму виявляється в моделюванні в реципієнта чітких поглядів, що продукт чи бренд є модним, а його використання відповідає передовим сучасним тенденціям доби. Посиленню цієї функції сприяють залучення до продакт плейсменту медійних облич, які користуються продуктом, що ненав'язливо рекламується. Так, телепроект «Світське життя» (канал «1+1»), офіційним спонсором якого є торгова марка «Magengo», поряд з власне традиційною рекламою алкогольного напою в межах програми, залучає продакт плейсмент, який полягає в демонстрації сюжетів, де в руках у зіркового істеблішменту (Дзідзьо (Михайло Хома), Олеся Журахівська, Сніжана Єгорова, Віталій Козловський та ін.) бачимо келихи з фірмовим маркуванням.

3. Комунікаційна функція репрезентується в наявності чотирьохвимірною комунікаційного ланцюжка: фінансово-зацікавлений суб'єкт – телепроект – продакт плейсмент – глядач.

Без будь-якого з ключових елементів комунікаційна модель буде порушена, а відтак обмін інформацією унеможливиться. Крім того, продакт плейсмент як нова філософія рекламної комунікації дозволяє найбільш повно охопити потенційних споживачів у контактну матрицю аудиторії й пропагандованого продукту/бренду завдяки ненав'язливій його демонстрації.

4. Фінансово-маркетингова функція полягає в тому, що продакт плейсмент покликаний, з одного боку, забезпечити економічну вигоду замовнику та просування його на ринку аналогічних брендів, при цьому не витрачаються кошти на телевізійно-технічне виробництво продакт плейсменту, як під час виготовлення традиційної реклами, а з іншого – задовольнити потребу споживача у вигідному придбанні.

Нині продакт плейсмент – це чи не ідеальна технологія просування продукту чи бренду на ринку, оскільки, на відміну від прямої реклами, він не відволікає увагу глядача, а досить органічно вплітається в сюжетну канву телевізійного проекту. Існує низка технологічних прийомів, які дають можливість ефективно презентувати продукт. Чи не найпоширенішим є кількарарозна мимовільна репрезентація товару в кадрі. Наприклад, такий прийом бачимо в ранковому шоу «Сніданок з «1+1» (телеканал «1+1»), коли ведучі Руслан Сенічкін і Людмила Барбір запрошені на ефір гостю психологиню Олену Любченко пригощають чаєм і на столі як ласощі лежать цукерки «Королівський шарм» кондитерської марки «АВК», на які оператор повсякчас наводить камеру й демонструє крупним планом.

Досить поширеним прийомом продакт плейсменту є розмова ведучих чи інтерв'ювання на тлі логотипу торгової марки. Тоді погляд глядача падає не лише на цікавих медійних осіб, але й на фон, на якому відбувається сценарне дійство. Зокрема, до такої технології часто вдається Катя Осадча в проекті «Світське життя» (телеканал «1+1»). Так, презентуючи сюжет про відкриття нового одеського казино «First», на честь якого зібралися зірки шоу-бізнесу, ведуча робить це на тлі фонових банерів з колористикою й логотипом нового розважального закладу.

Дієвим механізмом просування продакт плейсменту можна вважати аудіальну репрезентацію продукту чи певного бренду. Такий прийом значно результативніший за просто пасивний ефект його візуалізації, оскільки поряд із зображенням спеціально озвучуються його характеристики та корисні для споживача властивості. Проте це

не є прямою рекламою, адже продакт плейсмент введено в сюжетобудову телевізійного проекту й природно, що на нього зважають під час ефіру. Так, розповідаючи про принади того чи іншого туристичного місця, ведучий тревел-програми «Орел і решка» Андрій Бідняков, аби вгамувати голод і відновити сили для продовження подорожей, розповідає про користь і смак шоколаду «Міленіум» з горіхами й родзинками, які додають фізичної наснаги. Тому такий продакт плейсмент не вибивається з концепції проекту й виглядає цілком доречним у його реалізації.

Із неменшою частотністю репрезентують основні властивості продукту під час його безпосереднього використання. Зазвичай така схема продакт плейсменту діє в різноманітних телевізійних проектах з приготування їжі, так званих фуд-шоу. Яскравим прикладом є реаліті-шоу «Майстер Шеф» (телеканал «СТБ»), в якому герої часто користуються оливковою олією «Maestro de Oliva», на що спеціально звертається увага.

Цікавими прийомами з точки зору використання продакт плейсменту є вручення призів, заохочувальних подарунків, виробником яких є певна конкретна торгова марка. Така ненав'язлива реклама досить дієва, адже по суті диктує споживачу трендові марки, якими варто користуватися. Позиціонування продукту чи певного бренду відбувається зазвичай під час масових святкових дійств і ретранслюється телебаченням кількасекундними фокусуваннями крупним планом, що дає можливість глядачеві роздивитися назву продукту чи торгової марки. Такий прийом застосовувався продюсерсько-режисерським цехом рейтингового шоу талантів «Караоке на Майдані», який у різні роки транслювався каналами «Інтер», «1+1», «СТБ». Зокрема, вручаючи заохочувальні і виграшні призи, учасникам дарували кошик з продуктами торгової марки «Королівський смак». До честі телевізійників, вони досить професійно «обігрують» епізод нагородження, при цьому не виносячи занадто довго на передній план кошик, а лише кількасекундно концентруючи увагу на торговій марці, але цього цілком достатньо для того, щоб роздивитись і, як наслідок, заохотити споживача до покупки. Логіка проста: якщо продукцією користуються герої й зірки рейтингового шоу, то вона якісна, а її використання корисне.

Неординарною технологією застосування продакт плейсменту є показові дії, що стосуються сфери придбання товару, інші дії шопінгового характеру чи сфери надання послуг, які не викликають дисонанс у сюжетній побудові телевізійного проекту. Так, продюсери й режисери

реаліті-шоу «Богиня шопінгу» (телеканал «ТЕТ») застосовують продакт плейсмент при просуванні трендових магазинів одягу, в яких закупаються героїні проекту (наприклад, згадувана вже нами мережа компанії «LC Waikiki»), а керівники проекту «Я соромлюсь свого тіла» (телеканал «СТБ») як продакт плейсмент використовують лабораторні центри й клініки надання медичних послуг (зразком є транслювання вивісок з назвами таких закладів, як-от мережі клінік Viva, де учасники проходять обстеження).

Інноваційним, неординарним прийомом продакт плейсменту, реалізація якого знайшла місце буквально нещодавно, є його інкорпорування в блоки телевізійних новин. Оскільки телевізійні новини охоплюють чи не найширший спектр глядацької аудиторії, то тут продакт плейсмент буде чи не найефективнішим. З погляду стандартів журналістики такі новини не порушують жодного з основоположних принципів, проте, як зауважує Н. Соколова, «варто визначити значущість фактів, які відбирають для випусків новин, тобто вибрати найважливіші з великої кількості повідомлень. Насамперед це мають бути новини, що викликають загальний інтерес: суспільно-політичного та соціального життя країни, найважливіші події з закордону» [6, с. 57]. Продакт плейсмент тут настільки майстерно маскується під новинний сюжет, що розпізнати його вкрай важко, а в деяких випадках можливо лише професіоналам рекламного бізнесу. Наприклад, в інформаційних новинах програми «Факти» (телеканал «ICTV») йшлося про функціонування на Одещині «унікальної козиної ферми» з географічно точною деталізацією місця розташування й режиму роботи. На промоцію

ферми працювали й конотаційно захопливі фрази ведучої типу «туристам ідея так сподобалася», які порушують закони так званої «нульової модальності» новинного дискурсу. У сюжеті йдеться про позитивний психоемоційний ефект «козотерапії», фірмову молочну продукцію (молоко, сири, масло), а також про пропозицію зеленого кемпінгу на території ферми. Тобто бачимо зразок класичного продакт плейсменту з усіма атрибутами рекламно-промоційного інструментарію.

Висновки. Таким чином, розглянувши специфіку продакт плейсменту на вітчизняному телевізійному просторі, можемо констатувати, що явище тільки починає процес активного входження в телевізійний контекст рекламних комунікацій. Це досить перспективна ланка телевізійно-маркетингових технологій, адже вона вигідна всім (замовнику послуги через відносно дешевизну, телевізійному ринку, який докладає мінімум зусиль для просування товару, і в кінцевому варіанті споживачу послуги), проте потребує як законодавчого врегулювання, так і розширення методів та технологій телевізійної репрезентації продукту чи бренду. Наведені у статті способи репрезентації товарів і брендів сучасним телевізійним дискурсом говорять лише про формування культури продакт плейсменту і аж ніяк не є вичерпними. Йдеться, зокрема, про технологію так званого перевернутого продакт плейсменту, коли реалія з життя інспірує появу певного логотипу чи торгової марки. Звідси продакт плейсмент як цілком продуктивний елемент рекламної комунікації потребує подальшого розвитку, що поліпшить якість надання послуг, а дослідження в цій сфері актуальні й цілком на часі.

Список літератури:

1. Бабенко В. Інформаційний перехід телебачення на нові платформи мовлення: український досвід. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2014. Вип. 39. С. 117–123.
2. Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. Харків : Прапор, 2009. 384 с.
3. Марцінковська О. Б, Легкий О. А. Продакт-плейсмент як сучасний маркетинговий інструмент: юридичні аспекти та проблеми ефективності. *Економічний аналіз*. 2013. Т. 13. С. 327–333.
4. Полінкевич О. М. Модель використання продакт плейсменту у маркетинговій та фінансовій діяльності підприємств. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер.: Економіка*. № 11(39). 2018. С. 67–71.
5. Словарь терминів: Школа Интернет Маркетинга. URL: <https://marketingonline.com.ua/ru/prodakt-plejsment/>.
6. Соколова Н. Телевізійні новини як джерело формування інформаційного простору України. *Зв'язки з громадськістю та реклама: прикладні соціально-комунікаційні технології*. URL: <http://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2014/06/101.pdf>.
7. Сорокіна Г. В. Реклама як форма соціальної комунікації (теоретичні підходи). URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/.pdf>.
8. Телевізійна та радіокомунікація: історія, теорія, новітні практики : підручник / В. В. Лизанчук, І. В. Крупський, О. М. Білоус та ін. ; за ред. д-ра філол. наук, проф. В.В. Лизанчука. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2021. 420 с.

9. Гринчук В. Product placement в маркетингових комунікаціях страхових компаній. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2012. Вип. 105. Ч. II. С. 148–160.
10. Suprun V. M., Suprun L. V. Social Advertising in Modern Communication Space. *Science and innovation*. 2018. № 4. P. 62–68.

Suprun V. M. PRODUCT PLACEMENT ON MODERN UKRAINIAN TELEVISION

The article deals with a special type of advertising communications – product placement. Theoretical and methodological bases of its appearance in the domestic television space, evolutionary milestones of development are clarified. Along with this, it was found that the phenomenon of product placement, unfortunately, is not represented in the dictionary thesaurus of socio-communication science, which complicates the prospects for its study. Moreover, product placement as an advertising product is not regulated by the legislative field of Ukraine, because it is not defined by law as advertising itself. Such legislative gaps create precedents for all sorts of abuses by both customers of the advertising product and the media, including television.

The study establishes specific features of this type of advertising communication, including suggestiveness, repeated repetition, organic entry into the plot structure of a TV project, the financial aspect of functioning. In addition, common and different features are identified with targeted advertising, with which product placement has many similarities.

Attention is paid to special forms of product presentation, brand, company logo by means of product placement and its functional specifics. The defining functions of product placement include advertising, which is to stimulate demand for a particular product, product or brand; formation of fashionable style – is manifested in the modeling of the recipient's clear views that the product or brand is fashionable; communication, which is represented in the effective interaction between the main participants in advertising communication; financial and marketing function, which is that the product placement is designed to provide economic benefits to the customer and promote it in the market of similar brands.

Finally, a number of technological techniques have been identified that make it possible to effectively present the product, and relevant examples are given.

Key words: *product placement, advertising communications, Ukrainian television, mass audience.*

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 070.41(477):355.4(477.61/62)«20014/...»
DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/30>

Байлема Т. М.

Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського

ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ НА СХОДІ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ СТАТЕЙ ЖУРНАЛІСТІВ ІЗ ГАЗЕТИ «ДЕНЬ»)

У статті розкриваються особливості висвітлення в засобах масової інформації збройного конфлікту на Сході України. Громадською організацією «Детектор медіа» проведено аналіз статей на військову тематику в газеті «День», репортажів, повідомлень, аналітичних статей про події в Донецькій і Луганській областях, роботу журналістів у зоні бойових дій, журналістських практик. На основі цього зроблений висновок про характерні тенденції в українських засобах масової інформації щодо висвітлення даних подій. Тема війни залишається важливою в українських засобах масової інформації, але змінилась тенденція висвітлення подій. Якщо у 2014 і 2016 роках безпосередньо бойовим діям, їх опису журналісти приділяли основну увагу, то сьогодні більше висвітлюються життя, побут, сімейні стосунки українських військових, життя на окупованих і звільнених територіях, реакція світової преси на події в Україні і в зоні бойових дій. З'являються статті аналітичного характеру на тему війни і миру, пошуку шляхів завершення війни.

Водночас, як показують соціологічні опитування Фонду «Демократичні ініціативи» та Центру Разумкова, спостерігається тенденція до зменшення інтересу громадян до цих тем у зв'язку з накопиченою втомою та відносно спокійною ситуацією в зоні операції Об'єднаних сил. Війна затягнулась і цікавість до цього питання падає з кожним роком як серед населення, так і серед журналістів, як наслідок, зменшується інтенсивність висвітлення його в медіа. Серед журналістів спостерігається відсутність єдиного підходу до висвітлення конфлікту. Наявний високий рівень непевності серед журналістів щодо «правильного» висвітлення тем, пов'язаних із конфліктом, це говорить про те, що українська журналістська спільнота досі не виробила універсальних правил та єдиних критеріїв, досі триває пошук професійних орієнтирів у журналістському середовищі.

Ключові слова: збройний конфлікт, операція Об'єднаних сил, військові, волонтери, переселенці, ЗМІ, журналісти.

Постановка проблеми. Сьогодні засоби масової інформації (далі – ЗМІ) є одним із визначальних чинників формування суспільної думки про ті чи інші процеси, які відбуваються через визначення й поняття, що використовуються для їх описання, факти, якими аргументують ту чи іншу думку, підбір експертних оцінок та коментарів, які орієнтують на певні висновки, – усе це робить ЗМІ сильним чинником впливу. Коли країна перебуває у стані збройного конфлікту, роль ЗМІ полягає саме в тому, щоб розібратися, пояснити, повідомити обставини та відшукати інші погляди на цей конфлікт. Журналістика конфлікту дає кореспондентам можливість готувати професійні

репортажі про конфлікти, водночас не підкладати дров до багаття.

Актуальною залишається проблема висвітлення військових конфліктів, збройної агресії та проведення операції Об'єднаних сил (далі – ООС) на Сході України. Війна триває вже сім років, цікавість до цього питання знижується з кожним роком як серед населення, так і серед журналістів.

Постановка завдання. Метою дослідження є особливості висвітлення ЗМІ збройного конфлікту на Сході України на основі проведеного ГО «Детектор медіа» аналізу статей на військову тематику в газеті «День» та журналістських практик.

Виклад основного матеріалу. Основними дослідженнями на цю тематику стали наукові праці І. М. Дзялошинського, В. С. Абрамова, Ю. М. Полякова, А. М. Єлфімової, М. М. Нетреби, К. А. Непомнящої, але їхні праці висвітлюють здебільшого правові акти та головні аспекти роботи журналістів в гарячих точках.

Здавалося б, наша держава все ще перебуває у стані війни, тому теми, пов'язані з конфліктом, мали б бути одними з найпріоритетніших для українських ЗМІ та суспільства. Проте останнім часом помічається спад цікавості до цих тем серед аудиторії, тоді як політичні події посіли головне місце. Порівняно тиха ситуація на Сході України, втома від постійного стресу призвели до зниження інтересу серед населення і до скорочення висвітлення цих тем засобами масової інформації. «Тут треба зазначити, що люди вже втомилися від війни. Вони вже втомилися від усіх цих тем. І тому ЗМІ, орієнтуючись на зацікавленість людей, теж починають потрохи забувати про ці теми» (журналіст загальнонаціонального каналу) [3].

Люди втомилися від війни, бо щодня чують новини про загиблих, поранених, а також уже багато років ситуація є стабільною, новини із фронту дуже схожі одна з одною. Смерть військових перетворюється на статистику, щоразу, коли йдеться про обстріл, це вже є чимось закономірним, українці звикають, що війна стає елементом буденного життя. Буденним, але таким, що постійно дає про себе знати, ніби постійний гуркіт нічного потягу, який лунає у власній квартирі, до якого вухо ніби звекає, але він усе одно зводить із глузду.

Деякі науковці вбачають провину держави в тому, що багатьом громадянам «остогидла» війна на Сході України. За всі роки війни керівництво нашої країни так і не навчилося називати речі своїми іменами, уживає такі слова, як «агресор» (замість «ворог»), «конфлікт на Сході» (замість «російсько-українська війна»).

«Втома від війни» пояснюється байдужістю більшості громадян України до подій на Сході України. Інформаційна політика України за всі роки війни створила таку форму реальності, за якої більшість людей просто не перебувають у контексті цієї війни. Важко сказати, чи це свідомо політика колишнього президента П. Порошенка й Уряду, які по суті ізолювали війну, ніби «закапсулювали» її, таким чином позбавили багатьох громадян відчуття реальної небезпеки. Війна ніби стосується лише Донецької та Луганської областей. Багато хто з українців знає про

війну в Україні не більше, ніж про війну в Сирії. Велика кількість українців починають думати, що ця війна їх не стосується, не хочуть визнавати, що це війна їхньої держави. Бо, якщо це визнати, то треба або брати до рук зброю, або камеру, або займатись волонтерством і теж їхати туди. Усі люди хочуть жити в комфорті, думати, що все добре, і, інколи згадуючи про Донбас, казати, що там іде «війна олігархів» («День». 16 серпня 2019 р. № № 147–148).

Приховує справжні події війни і нинішня влада, про це в газеті «День» пише Ігор Васильович Лосєв, доцент кафедри культурології Києво-Могилянської академії, політолог, публіцист, журналіст: «<...> Ось у такому «золотому сні» поки що перебуває українське суспільство. Влада, зі свого боку, всіляко його заколисує, оберігаючи від грізної реальності. Дедалі менше повідомлень про війну, про військову загрозу, рідко можна почути вислови «агресор», «загарбник» стосовно Російської Федерації. Повним ходом іде моральне й ідеологічне роззброєння України на тлі тотальної мобілізації Росії <...>» («День». 13 вересня 2019 р. № № 166–167).

А ось думка Андрія Цаплієнка – одного із представників так званої військової журналістики, спеціального кореспондента ТСН на телеканалі «1+1», про особливості висвітлення війни на Сході: «Із 2017 р. рейтинги фронтових матеріалів починають поступово падати. Це відбувається на всіх українських каналах та друкованих ЗМІ. Чому так? Чому глядач, побачивши в кадрі людину в шоломі та з автоматом, перемикає свій телевизор на інший канал? Людям взагалі психологічно некомфортно сприймати інформацію про війну. Просто не хочуть вони цього дивитися. Уникають дискомфорту. Викреслюють його зі свого власного інформаційного простору. І це внутрішня проблема громадян нашої держави» («День». 16 серпня 2019 р. № № 147–148).

Цікавими є висловлювання журналіста Лариси Волошиної, яка теж вважає, що проблема – у більшості громадян України, у їхній думці, що все «падає з неба». «Для людей, що не усвідомлюють ваги і значення незалежності України, сьогоднішній опір російській агресії теж здається набридливим подразником або черговим безглуздим вчинком незрозумілих для них одиниць. І неважливо, чи прикрашають вони себе при цьому віночками, чи демонстративно носять будьонівку. Усі вони знищують українську ідею, яка міститься в понятті «незалежність». Журналістка згадує промову Василя Стуса на прем'єрі

фільму «Тіні забутих предків». Серед панування ворожого режиму він привселюдно сказав про вбивство Алли Горської та про новий етап знищення інтелігенції України. Знаючи, що за це його буде заарештовано і навіть вбито. Інтелігенти, що зібралися в кінотеатрі подивитися напівзаборонений фільм, думали в той момент: «Ну, нащо він це робить? Навіщо? Ми теж проти всього цього, але ж мовчимо, не сіпаємося і не висовуємося. Через нього нас всіх зараз «заберуть куди годиться». Божевільний! Хіба не досить того, що всі ми тут? Так треба, щоб нас всіх тут ще й пересаждали?» («День». 22 серпня 2019 р. № № 152–153).

Те саме відбувається сьогодні: незацікавленість у темі війни відбувається через небажання більшості населення України «висовуватися», відчувати дискомфорт і просто усвідомлювати всі реалії війни в нас в Україні.

Що стосується самих журналістів, то більшість із них роблять ставку на читача своїх матеріалів. «У нас, на жаль, є боротьба за рейтинги. Тому вже тривалий час у нас не торкаються ані теми війни, ані переселенців. Адже певний період часу показав, що люди просто перемикають телеканали, коли звучить ця тема. Певний час я дуже часто їздила в АТО знімати. Ми привозили звітти репортажі, коли це була тема № 1 і топова. Людям було не те що цікаво, це складно назвати цікавістю, але люди дивилися. Але тепер, на жаль, навіть редакційного завдання такого не стоїть. Немає заборони, ні, нічого такого. Просто це не є найважливішою темою» (журналіст загальнонаціонального телеканалу) [3].

Виявляється, можна втомитися від війни, ніколи не чувши її пострілів. Треба розуміти, скільки українців «розуміють» війну на Сході України. Результати соціологічних досліджень, зокрема Фонду «Демократичні ініціативи» та соціологічної служби Центру Разумкова за жовтень – листопад 2019 р. показали, що лише 40–45% українців вважають Росію країною, яка веде з Україною війну. Це менше половини громадян України, це за результатами двох незалежних опитувань, у яких взяли участь 4 000 осіб, які проводилися з різницею в місяць на всій підконтрольній території України [4].

Дослідження, проведене із 13 по 17 лютого 2020 р. соціологічною службою Центру Разумкова, наводить дані, які майже не змінилися порівняно з попередніми роками, – 44% опитаних респондентів, оцінюючи ситуацію на Донбасі, вважають, що на Сході України відбувається війна між Україною і Росією, ще 19% – що там відбувається

сепаратистський заколот, підтриманий Росією, 14% поділяють думку, що на Сході України відбувається громадянська війна – конфлікт між проукраїнськи і проросійськи налаштованими громадянами України, 10% – війна між Росією і США, 6% – що на Сході України відбувається боротьба за незалежність Донецької та Луганської народних республік [5].

Опитування Фонду «Демократичні ініціативи» та Центру Разумкова показало, що агресором Росію вважали 72% українців [4]. Тому можна сміливо казати, що велика частина українців не розуміють або не хочуть розуміти того, що насправді відбувається. Відповідно і тема війни є нецікавою для них.

Для більшості українських ЗМІ перевагою є написання матеріалів за темами, пов'язаними з військовими, мешканцями окупованих територій, менше пишуть про мешканців звільнених територій (через брак доступу, особисте ставлення тощо). Темі, пов'язані з переселенцями, мешканцями звільнених і окупованих територій, менше висвітлюються порівняно з військовими через низку причин. По-перше, проблеми переселенців залишаються тими самими, а розв'язання цих проблем практично немає, тому такі матеріали не є цікавими для широкого загалу. По-друге, у регіональних медіа набагато менше матеріалів про цю категорію населення через брак ресурсів, брак доступу й питання безпеки. Більшість регіональних ЗМІ не можуть відрядити своїх журналістів у прифронтову зону, тому що на це потрібні чимала сума коштів і відповідальність за безпеку своїх журналістів. Регіональні кореспонденти переважно їздять із волонтерами або власним коштом, що визначає фокус їхніх матеріалів звітти. «Переселенці бувають різні, є такі, які позитивно налаштовані, які розповідають про все: як їх бомбили, як вони ховалися, без переживань. А деякі цю тему – наче її не існує – просто закрили і все, «ми переїхали, усе», нічого не розказують. Особливо це стосується жінок, у яких чоловіки там лишилися. Тобто коли питаєш: «А де Ваш чоловік?». Відповідь: «Він у Донецьку». Диво дивне, чого він у Донецьку, так? Навіть доводиться боротися із собою. Знаєте, такі суперечності, як журналіст і людина, от чому людина в «ополченні»? А його дружина тут і отримує пільги, просить чогось від держави України? Але я намагаюся приглушити внутрішній голос, працювати професійно, так би мовити, на жодну сторону конфлікту не стаючи своєю думкою. Але це завжди боляче, спілкуватися з ними,

завжди ти бачиш, що людина все втратила, починає тут з нуля, і не в усіх це виходить» (журналіст загальнонаціонального телеканалу) [3].

Журналісти більше віддають перевагу матеріалам про військових, і така особлива увага до військових пояснюється тим, що історії про військових є найбільш цікавими для загальноукраїнської аудиторії, тому що військові перебувають у зоні ризику, від їхніх дій залежить ситуація в Україні й безпека інших мешканців. До того ж мобілізація зачепила більшість родин, що також сприяло інтересу аудиторії до тем, пов'язаних із військовими. Більшість журналістів, що пишуть на тему війни, перебувають у контакті з військовими, що посилює їхню присутність у медіадискурсі. Регіональні журналісти більше уваги приділяють матеріалам про військових, що представляють їхні регіони. Крім того, регіональні журналісти мають змогу потрапити в зону ООС лише разом із військовими та волонтерами, тому матеріали здебільшого про них. Журналісти багато спілкуються з військовими, захоплюються їхньою долею, відчувають подяку за службу, пишуть про це у своїх матеріалах, де їх зображують позитивно. «Військові на собі несуть найбільший тягар, і вони за це відповідальні. Якщо їх там не буде, то, можливо, ми з вами будемо біженцями і сім'ями загиблих тощо. Тому від них нині все залежить. <...> Я особисто їм вдячний, я їх підтримую, я якусь увагу їм завжди приділяю. Я їх поважаю, я готовий їм багато вибачити і сподіваюся, що із цього з'явиться якась притомна українська армія. От про це й пишу» (журналіст загальнонаціонального друкованого видання) [3].

У газеті «День» знаходимо статтю «Боець і волонтер», де героями стали вінничани Світлана Бевз, викладач спеціальних технічних і математичних дисциплін Вінницького національного технічного університету (далі – ВНТУ), та її чоловік Сергій, які у 2014 р. пішли добровольцями на фронт, брали участь в активних бойових діях. А після повернення з Донбасу активно зайнялись волонтерством, допомагають воякам. Зокрема, створили при ВНТУ Центр волонтерської допомоги («День». 19 вересня 2019 р. № 170).

Подібна логіка й відчуття вдячності визначають увагу до волонтерів із боку медіа. «Ми настільки співпереживали <...> Тому, коли люди (волонтери) почали щось добре робити, ми були на роботі. Ми теж чимось допомагали своїм, але, на увазі, не так масштабно, як вони. То ми почали це все висвітлювати. І чим більше ми висвітлювали, тим більше люди підключалися» (журналіст регіонального телеканалу) [3].

Опитування, яке провели Фонд «Демократичні ініціативи» та КМІС за 2014 р., у часи гарячої фази російсько-української війни, показало, що тоді понад 55% населення України приєдналося до безпосередньої допомоги армії [4].

Схожі дані наводить Фонд «Демократичні ініціативи» та Центр Разумкова: 47% українців у 2015 р. (коли війна вже була не настільки активною) займалися волонтерством. Треба зауважити, що це опитування стосується не тільки допомоги армії, але волонтерської діяльності взагалі, хоча зрозуміло, що більша частина українських волонтерів надають допомогу саме армії.

Опитування за 2017 р. від Corestone Group та GfK Ukraine показало, що армії вважають за необхідне допомагати вже всього 35% опитаних. З усіх форм допомоги українці на армію жертували найбільше. У 2018 р., за даними «Радіо Свобода», загальна кількість волонтерів в Україні була вже всього 18% [4].

З вищесказаного можна зробити висновок, що приблизно 10% українців активно беруть участь у допомозі армії, отже, вони не можуть «втомитися», бо перебувають в активній діяльності, їм цікава тема війни на Сході України.

Незважаючи на такий малий відсоток тих, хто готовий сьогодні взяти участь у волонтерстві для військових, усе ж журналісти торкаються теми волонтерства. Так, у газеті «День» усе частіше з'являються статті, героями яких стають волонтери. Причому все більше статей, присвячених не матеріальній допомозі, а психологічній, медичній, інформаційній тощо. Так, газета «День» опублікувала статтю про волонтерку Анну Домбровську, яка намагається внести свою частку в єдність України, постачає на Схід по вісім тисяч на день найсвіжіших українських газет. За словами Анни Домбровської, газета «День» закриває інформаційний голод у прифронтовій зоні для тих людей, які там живуть і не мають навіть крамниць, аптек. Для них газета стає тим зв'язком зі всією Україною, який дає можливість відчутти, що вони живуть в українській державі. Газета є помічником службам, які покликані допомагати всім, хто мешкає на лінії розмежування, хто постійно спілкується із громадянами («День». 1–2 лютого 2019 р. № № 18–19).

Або, наприклад, повідомлення вже про медичну допомогу від Америки: «Мешканці міста Бірмінгем (штат Алабама), яке є побратимом Вінниці, надіслали чергову гуманітарну допомогу вінницьким військовим. Це передусім медичні засоби, серед яких – шини для трахеотомії, фіксатори в разі перелому ноги із кровоспинним ефектом,

спеціальні губки для оброблення місця хірургічного втручання в польових умовах, кровоспинні. Окрім медикаментів, на передову з Америки доставлено українськими захисникам домашні смаколики, гігієнічні засоби та маскувальні сітки. Загалом майже 12 тон гуманітарного вантажу» («День». 21 січня 2020 р. № 10).

Ще одна особливість, яка впливає на висвітлення ЗМІ російсько-української війни на Сході України, це емоційна напруга, журналісти відчують себе причетними до цих подій, розуміння небезпеки для своєї держави, що не могло вплинути на розуміння журналістами своєї професійної ролі в умовах війни. Більшість із них визнають, що не можуть висвітлювати конфлікт незалежно, їм дуже важко абстрагуватися від ситуації та мати абсолютно нейтральну перспективу, бути цілком «над ситуацією». «От, наприклад, конфлікт у Сирії, тут українські журналісти можуть бути над ситуацією. Але оцей конфлікт, він відбувається безпосередньо в нашій країні, гинуть наші люди, страждає наша держава, наші люди. Тому журналіст не може бути над ситуацією. Якщо вони в цьому середовищі живуть, висвітлюють ці проблеми. А ці проблеми доводиться пропускати через себе. Не можна бути над ситуацією» (журналіст загальнонаціонального телеканалу) [3].

Є обмеження, які відчувають журналісти, тут мається на увазі самообмеження і самоцензура. Інколи журналісти уникають деяких тем, бо їх висвітлення могло б нашкодити українським військовим. Здебільшого таку самоцензуру вони пояснюють як загрозу пропаганди з боку Росії. «Потім деколи стикаєшся з інформацією про злочини і різні порушення, які чинять українські військові. І про це теж не хотілося писати, тому що ми розуміємо, як це підхопить проросійська пропаганда <...>. Якби ми були в певному вакуумі, у нас не було б східного, західного сусідів, – то про це можна було б писати, але ми маємо російську пропаганду, яка відстежує всі новини й відбирає весь негатив, а потім роздуває. Деколи я особисто ухвалював рішення не писати про такі речі» (журналіст загальнонаціонального друкованого видання) [3].

Зі слів опитаних журналістів, ніхто не знає реального стану речей. Навіть якщо учасник ООС розкаже про те, що відбувалися обстріли мирних територій із боку української армії, журналіст не може про це розказати, бо це принизить українську армію і її керівництво, такі події свідомо замовчуються і не подаються в ефір. Учасники ООС розповідають журналістам, що, наприклад, коли був обстріл, командир сів у БТР і поїхав із

поля бою. Але він сам просив: «Мені соромно про це казати, давайте це без камери» [3]. І таких речей без камери відбувається дуже багато. Військові і хочуть донести до журналістів, що насправді там все не так гладко. Але і в них, як і в журналістів, є така внутрішня цензура, щоб це не показувати. За словами журналістів, навіть якщо б вони подали інформацію про те, що там командир побіг із поля бою, залишивши батальйон під обстрілами, це б виглядало дуже дивно, тому вони таке не подають, є такі деталі, які просто замовчуються. Усе ж таки тенденція показувати героїчність української армії існує серед українських журналістів [3].

Є журналісти, які відчувають страх реакції громадськості на критичний матеріал. Були ситуації, коли викривальні матеріали про українських військових ставали причиною для звинувачень журналістів в «антиукраїнській позиції», «зраді».

Однак є частина журналістів, які проти самоцензури заради благородної мети, проте більшість схильні до компромісів зі стандартами залежно від ситуацій.

Голова Комісії із журналістської етики Володимир Мостовий вважає, що загрозою для журналістів в Україні, які розповідають про війну у своїй країні, є так звана журналістика відданості: «Коли на нашу землю прийшов загарбник, журналісти стикнулися з дилемою – професіоналізм чи патріотизм. Дуже небезпечною є «журналістика відданості». Вона входить у конфлікт із самою професією, вбиває її. Я вважаю, що треба просто писати правду, не приховуючи злочинів з обох боків. Вдаватися до мови ворожнечі небезпечно – вона шкодить як професіоналізму самих журналістів, так і їхній аудиторії» [2].

По суті, на роботу журналіста впливають особисті обставини – родич або знайомий загинув або воює в ООС, або є родичі на окупованій території. Проте журналістам треба не засуджувати, а обговорювати події, які відбуваються на Сході України.

Натепер спостерігається відсутність затверджених стандартів роботи в умовах конфлікту, журналісти радше керуються власним поглядом, аніж усталеними редакційними практиками та стандартами. Серед журналістів має місце великий рівень непевності щодо «правильного» висвітлення тем, пов'язаних із конфліктом на Сході України. Це є свідченням того, що українська журналістська спільнота досі не має єдиних правил та критеріїв, шукає професійні орієнтири в журналістському середовищі.

Висновки і пропозиції. У результаті проведеного аналізу наповненості газети «День» статтями на військову тематику бачимо, що від початку війни її значно поменшало, змінився сам характер ста-

тей. Час від часу з'являються окремі статті про події війни в Україні, але аналітичних статей мало. І все ж треба віддати належне і зазначити, що газета має окремі постійні рубрики, які присвячені конфлікту на Сході України, одна з них має назву «Вони загинули за нас». У цій рубриці із 2014 р. дотепер повідомляється про загибель військових, коротко подається біографія, за яких обставин загинули військові. Усе частіше з'являються статті, які стосуються річниць тих подій, які відбувалися на фронті. Так, у цій рубриці є стаття Аліси Поліщук «Ми пішли в коридор смерті <...>», де згадуються події «іловайського котла», подано різні погляди учасників тих подій на причини, які призвели до них. Авторка зазначає, що трагедія полягає в тому, що протягом стількох років до кінця не з'ясовані всі обставини цієї трагедії, навіть невідомо точної кількості загиблих. «Маніпуляція статистикою, яка відображає наші втрати, є нічим іншим як знуцанням над пам'яттю про полеглих, над їхніми рідними і близькими» («День». 7 вересня 2020 р. № 168).

Ще одна рубрика, яку має ця газета, це «Інтервенція Росії», де повідомляються події, які відбуваються на Сході, та новини, які стосуються війни, з такими заголовками: «Бойовики «ЛДНР» вимагають гроші за включення у список на обмін, – експолонений», «Бойовики вісім разів обстріляли українські позиції з опівночі, поранено одного бійця», «День в ООС: Окупанти 4 рази порушили режим припинення вогню, один український військовий загинув», «На Донбасі за рік загинули 132 українських військових, понад 700 поранено» тощо.

У висвітленні подій на Сході України журналістика має вирішальне значення, саме вона доводить до своєї аудиторії правду про російсько-українську війну. Журналістам треба було б більше застосовувати патріотичний підхід до висвітлення конфлікту, приділяти увагу тим героїчним подіям, які мало не щодня здійснюють українські військові, це б привертало увагу читача, викликало гордість і виховувало патріотизм до своєї країни.

Список літератури:

1. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста : практичний посібник. Київ : Інститут масової інформації, 2016. 184 с. URL: file:///G:/Mediakompas.pdf (дата звернення: 11.02.2020).
2. Толокольнікова К. Інформаційна війна: від «журналістики відданості» до кремлівських тролів. Твітати про війну – соціальні медіа та висвітлення війни в Україні : семінар. URL: <http://prportal.com.ua/Peredovitsa/informaciynna-viyna-vid-zhurnalistiki-viddanosti-do-kremlivskih-troliv> (дата звернення: 15.01.2020).
3. Орлова Д. Висвітлення конфлікту на сході в українських медіа : дослідження цінностей, установок та практик журналістів. *Спеціальний звіт /* Громадська організація «Детектор медіа». 2016. URL: https://ms.detector.media/content/files/dm_zvit_redpraktika_new.pdf (дата звернення: 13.01.2020).
4. Українці «втомилися від війни»: хто ці люди (21 грудня 2019 р.). URL: <https://nikomu.net/culture/ukra%D1%97nci-vtomilisy-a-vid-vijni-xto-ci-lyudi/> (дата звернення: 13.01.2020).
5. Центр Разумкова : вебсайт. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/gromadska-dumka-pro-sytuatsiiu-na-donbasi-ta-shliakhy-vidnovlennia-suverenitetu-ukrainy-nad-okupovanymy-terytoriiamy-liutyi-2020r> (дата звернення: 08.07.2021).

Bailema T. M. PECULIARITIES OF MEDIA COVERAGE OF THE ARMED CONFLICT IN THE EAST OF UKRAINE (ON THE BASIS OF JOURNALISTS' ARTICLES FROM THE NEWSPAPER "DEN")

The article reveals the peculiarities of media coverage of the armed conflict in the East of Ukraine. There was analysis of military articles in the newspaper "Den" ("Day"), analytical articles about events in Donetsk and Luhansk regions, the work of journalists in the war zone, journalistic practices, conducted by the NGO "Detector Media". Based on this, a conclusion was made about the characteristic trends in the Ukrainian media to cover these events.

The topic of war remains important in the Ukrainian media, but the tendency of events coverage has changed. If in 2014 and 2016 journalists focused on hostilities and their descriptions, in 2019–2020 more life, family relations of the Ukrainian military, life in the occupied and liberated territories, the reaction of the world press to the events in Ukraine and in combat zone. There are analytical articles on the subject of war and peace, finding ways to end the war.

At the same time, as polls of the Democratic Initiatives Foundation and Razumkov Centre show, the interest of citizens in these topics decreased due to the accumulated fatigue and relatively calm situation in the JFO (Joint Forces Operation) area and, as a consequence, the intensity of their coverage in media decreasing as well. The war has dragged on and interest in this issue is declining every year, both among the population and among journalists, as a result, the intensity of its coverage in the media is decreasing. There is a lack of a unified, predominant approach to covering the conflict among journalists. There is a high level of uncertainty among journalists about the "correct" coverage of conflict issues, which means that the Ukrainian journalistic community has not yet developed universal rules and uniform criteria, and the search for professional guidance in the journalistic environment is still ongoing.

Key words: armed conflict, Joint Forces Operation, military, volunteers, displaced people, media, journalists.

Георгієвська В. В.

Інститут журналістики

Київського університету імені Бориса Грінченка

Сидоренко Н. М.

Інститут журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ГАЗЕТА «ВІСТИ ВУЦВК» (1921–1925): СТРУКТУРА, ТЕМАТИКА, АВТУРА

У статті визначено основні структурні й проблемно-тематичні аспекти газети «Вісти ВУЦВК» (1921–1925) як офіційного часопису Радянської України за редакцією В. Блакитного (Елланського), якому вдалося підібрати талановитих співробітників і дописувачів. Основні методи дослідження – моніторинг, прес-кліппінг, біографічний метод, аналіз і синтез, порівняння, систематизація й узагальнення. З'ясовано, що масова офіційна газета універсального спрямування «Вісти ВУЦВК» відображала різноманітну тематику (політика, економіка, освіта, кооперація, соціальні й жіночі питання, внутрішньосуспільні й міжнародні проблеми). Існували постійні відділи (рубрики), що охоплювали значний спектр актуальних питань. У жанровій площині достатньо представлені як інформаційні (замітка, рідко – звіт), аналітичні (стаття, кореспонденція, огляд, рецензія), так і художньо-публіцистичні жанри (нарис, фейлетон). Художню творчість найчастіше презентували оповідання, новели, вірші, уривки з поем, серед ілюстрацій – карикатури й шаржі. Часопис мав окремі спецвипуски та щотижневі додатки («Література, наука, мистецтво», з 1925 р. – «Культура і побут»).

Авторів часопису нерідко поєднувала спільна мистецько-ідеологічна платформа «Гарту», який заснував і очолював В. Елланський (В. Сосюра, П. Тичина, М. Хвильовий, М. Йогансен, В. Коряк, О. Довженко, В. Радши, І. Кулик, Г. Коцюба, В. Поліщук та ін.), а також колишня належність до партії есерів, боротьбистів, Української комуністичної партії. Майстрами сатиричних жанрів виявили себе Остап Вишня, Кость Котко (М. Любченко), Валер Проноза (В. Елланський), Сашко (О. Довженко). Творча спадщина багатьох співробітників і кореспондентів преси 1920-х рр. потребує детального прочитання й аналізу. Перспективним можна вважати й розшифрування псевдонімів і криптонімів, що часто трапляються у пресі минулого.

Ключові слова: газета «Вісти ВУЦВК», структура видання, тематичний контент, авторський колектив, ідеологічна маркованість.

Постановка проблеми. Періодика минулого здатна відкривати нові горизонти історії: подавати події й факти, що не були потрактовані об'єктивно й неупереджено; демонструвати творчі досягнення особистостей, долі яких упродовж тривалого часу лишалися призабутими й не оціненими; повертати до суспільно-політичних і національно-духовних уроків, котрі не були своєчасно осмислені. Газета «Вісти ВУЦВК» досі не проаналізована всебічно як журналістське явище перехідної епохи – від багатопартійності до однозначної комуністичної ідеології, де об'єдналися талановиті літературні сили, які мали значний духовно-комунікаційний потенціал. На часі й актуалізація структурно-функціональних і змістових акцентів часопису, позна-

ченого іменами В. Елланського, О. Вишні, О. Довженка, М. Хвильового, В. Сосюри, М. Йогансена, В. Поліщука та інших видатних українських літераторів 20-х рр. ХХ ст.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В історії української журналістики доби революційних зрушень 1917–1921 рр. і наступного періоду утвердження комуністичної преси на Наддніпрянщині газета «Вісти ВУЦВК» (із певними змінами в назві, що стосувалися видавця) характеризується лаконічно: щоденна газета, видавалася українською і російською мовами, існувала в Харкові й Києві, мала спеціальні випуски та додатки, функціонувала з грудня 1918 р. до травня 1941 р., коли об'єдналася з газетою «Комуніст». Згадуються також імена редакторів:

В. Блакитний, Є. Касяненко, М. Новицький, М. Ткач, Ф. Таран, П. Немцов [1].

Якщо брати за основу ці довідкові відомості, то за 23 роки виходу в світ редакція газети могла нагромадити оригінальний досвід висвітлення як внутрішніх, так і міжнародних справ, соціально-політичних і художньо-мистецьких питань. Але досі публікації «Вістей ВУЦВК» залучені лише до кількох розвідок у контексті вивчення особливостей українізації в Північно-Кавказькому краї [2], перекладацької діяльності 1920–30-х рр. [3], дослідження психологічного комунікаційного впливу радянської преси, особливостей метанаративних ідеологічних текстів газет УРСР [4; 5]. Матеріали офіційного часопису ВУЦВК згадуються найчастіше в історичному чи літературознавчому контексті, під час вивчення творчості тих чи інших поетів, прозаїків, публіцистів, художників (Василь Елланський, Остап Вишня, Кость Котко, Олександр Довженко). Так, Г. Степанова, аналізуючи публіцистичну спадщину Олеса Досвітнього, звернула увагу на публікації літератора в газеті «Вісти ВУЦВК» та додатку «Культура і побут», де він висвітлював становище видавничої галузі в Україні, торкався питань літератури й мистецтва. Дослідниця наголошує на проблемно-тематичному розмаїтті виступів письменника у пресі, його стилістичній вправності, сміливості, гостроті й іронічності, а також певній тенденційності, «ідеологічній завантаженості» матеріалів О. Досвітнього [6, с. 41]. На оригінальні факти з життя й діяльності О. Вишні, В. Блакитного та ін. періоду їхньої активної співпраці з редакцією «Вістей ВУЦВК» можна натрапити в Національному музеї літератури України (чи на сайті цієї установи) [7]. Очевидно, історія функціонування зазначеної газети в різні періоди лишалася політично неоднозначною; деякі члени редколегії й автори були арештовані, репресовані, а згодом реабілітовані. Таким чином, редакційно-видавнича діяльність органу ВУЦВК досі вивчалася лише фрагментарно.

Постановка завдання. Мета статті – визначити основні структурні й проблемно-тематичні аспекти газети «Вісти ВУЦВК» (1921–1925) як офіційного часопису Радянської України за редакцією В. Блакитного (Елланського), якому вдалося підібрати талановитих співробітників і дописувачів.

Серед основних методів дослідження, що дозволяють сформулювати джерелознавче підґрунтя, – моніторинг електронних ресурсів газети «Вісти ВУЦВК» (оцифровані колекції цього видання наявні в Національній бібліотеці України

імені В. І. Вернадського, Харківській державній науковій бібліотеці імені В. Г. Короленка, інших фондах, але найповніший доступ до комплексу газети надає нині електронна бібліотека Libraria). Метод прес-кліппінгу передбачає сутнісне ознайомлення зі структурою, оформленням та змістом пресовидання, формування уявлення про загальні завдання й принципи підбору публікацій, вибір матеріалів провідних публіцистів газети. Загальнонаукові методи аналізу й синтезу, порівняння, біографічного відстеження життєво-творчих фактів, систематизації й узагальнення допомогли визначити пріоритетні суспільно-політичні проблеми й тематичні орієнтири щоденних «Вістей ВУЦВК» першої половини 20-х рр. ХХ ст.

Виклад основного матеріалу. В історії заснування й функціонування об'єкта дослідження існують певні лакуни, що не дозволяють простежити всі деталі й умови створення газети, зміни її видавців (Харківська рада робітничих депутатів, Тимчасовий робітничо-селянський уряд України і Харківська рада робітничих депутатів, Всеукраїнський центральний виконавчий комітет (ВУЦВК) рад робітничих, селянських та червоноармійських депутатів і відповідна Харківська рада, ВУЦВК і Харківський губернський виконавчий комітет, Ради депутатів трудящих УРСР тощо) і редколегій.

Стабільний характер вибраного періодичного видання спостерігається в час редагування газети В. Блакитним (саме під цим псевдонімом виступав у «Вістях ВУЦВК» редактор В. Елланський із липня 1921 р. і до своєї смерті в грудні 1925 р.). У логотипі всіх чисел харківського щоденника виразно подається назва «Вісти» з уточненням: «Всеукраїнського центрального виконавчого комітету Рад робітн., селянськ. та червоноарм. депутатів» (такі скорочення присутні в оригіналі). Загальноприйнятою була й лишається скорочена назва «Вісти ВУЦВК». Варто підкреслити, що органічним і логічним має бути написання «Вісти», а не «Вісті».

Така ж назва зафіксована й у постанові ВУЦВК «Про видавництво офіційного органу Всеукраїнського Центрального Виконавчого Комітету Рад Робітничих, Селянських і Червоноармійських Депутатів «Вісти ВУЦВК» від 16 грудня 1925 р. У цьому документі прописані засади діяльності видавництва як державного органу, що має головне завдання – «випускати й розповсюджувати щоденну газету», «офіційний орган друку», де мають публікуватися основні законодавчі акти й «урядницькі розпорядження» для пропаганди

комуністичних і загальнокультурних ідей [8]. Постанова також визначила органи управління, права й обов'язки редактора Видавництва, його заступника та керівничого головної контори; окремі статті стосувалися коштів і звітності, порядку ревізії Видавництва та ліквідації справ установи. Щоправда, цей документ і подальша регламентація діяльності видавництва «Вістей ВУЦВК» стосуються вже іншого періоду функціонування газети, коли редакцію очолили наступники В. Блакитного.

«Вісти ВУЦВК» як щоденна офіційна газета прагнула здобути масове поширення – цьому сприяли певні організаційні заходи. Так, у повідомленні «Від редакції» йшлося про те, що «згідно з постановою ВУЦВК передплата газети «Вісти» є обов'язковою для всіх радянських установ України»; тож усі такі інституції мали внести «належні суми в касу Губвидату»; всім попереднім передплатникам у Харкові та поза межами міста надсилатимуться замовлені примірники «по старій розверстці»; передплата приймалася губернiальними та повітовим філіями Всевидату; розроблявся «порядок постачання» газети професійним і партійним організаціям (1921. Ч. 188). Коли ж до редакції почали надходити скарги про неодержання чи затримку часопису, редколегія звернулася з проханням надіслати їй такі відомості: хто доставляє та в якій кількості; на який день з дати випуску одержують видання; чи бувають перерви в доставці; кому зазначена установа своєю чергою надсилає часопис (1921. Ч. 173).

Тираж газети змінювався упродовж п'яти років: від 10 тисяч примірників 5 липня 1921 р. (ч. 119) до 30 тисяч наприкінці вересня (ч. 182), 17 тисяч усередині грудня того ж року (ч. 235) до 10 тисяч на початку лютого 1922 р. (ч. 31). У деяких числах подавався заклик: «Громадяне! Шануйте друковане слово. Не нищьте часописів: передавайте своїм товаришам!» (1921. Ч. 121). Зменшення тиражів часопису влітку 1922 р. покликала до дії нові заходи, серед яких постановою Об'єднаного засідання президії ВУЦВК та Раднаркому від 6 червня 1922 р. про необхідність «зобов'язати всі організації, установи і господарські органи Республіки, щоб вони були передплатниками «Вістей»» (1922. Ч. 150). В оголошенні про піврічну передплату редакція зазначала наявність пільгових цін для робітничих, партійних і професійних організацій, військових частин, комнезамів, сільбудинків, «Просвіт», хатчиталень, агітпунктів, клубів, гуртків та окремих робітників, червоноармійців, незаможних селян

і радянських службовців «по надісланню відповідних посвідчень» (1922. Ч. 150).

Оголошення на першій сторінці «Вістей ВУЦВК» допомагають простежити редакційні послуги й потреби. Скажімо, тут «спішно потрібно випускаючих та перекладачів» (1921. Ч. 127); а контора газети (вул. Карла Лібкнехта (попередня назва – вул. Сумська), 13) повідомляла про приймання оголошень від радянських, професійних, кооперативних установ та організацій, а також приватних осіб. Для цієї роботи необхідні були «агенти для збору оголошень», що водночас подавались і до газети «Селянська правда» (1921. Ч. 188).

Як офіційний орган «Вісти ВУЦВК» друкували урядові й законодавчі розпорядження і повідомлення («Амністія до IV роковин Жовтневої Революції», «Радянська Федерація і Схід (розмова з Народним комісаром закордонних справ тов. Чичеріним)», «VII-й Всеукраїнський з'їзд Рад про ССРР»), а також матеріали політичних діячів. Найчастіше тут публікувалися члени ЦК і Політбюро ЦК КП(б)У, зокрема голова ВУЦВК Г. Петровський («Діти і Радянська влада», «Про що забули», «Чугуїв, Куп'янськ, Вовча», «На грані 7го Жовтневого», «Стараяються»), перший секретар ЦК КП(б)У Е. Квірінг («Шість років», «Незаможники й середняки – селянська підпора Радянської влади»), перший секретар ЦК КП(б)У і відповідальний редактор газети «Комуніст» (1921–1924) Д. Мануїльський («В дні боротьби і перемоги»), С. Косіор («4 роки революції та продробота»), голова РНК УСРР В. Чубар («До 6-х роковин Жовтневої Революції»), голова РНК УСРР, представник КП(б)У в Комінтерні Х. Раковський («Ліліч і Україна»). В цьому ж руслі виступав на шпальтах газети історик і діяч комуністичного руху М. Равич-Черкаський, якому належала низка портретних нарисів провідників соціалістичних ідей у міжнародному співтоваристві (Жан Жорес, Жюль Гед, Фрідріх Енгельс, Август Бебель, Георг-Генріх фон Фольмар), із продовженням друкувався його нарис про історію Комуністичної партії (більшовиків) України.

Політичний курс КП(б)У (тут і далі мається на увазі Комуністична партія (більшовиків) України – В. Г., Н. С.) у внутрішній та міжнародній діяльності підтримували передові статті (найчастіше їх писав редактор часопису), статті й кореспонденції на актуальні теми, що друкувались на першій і другій сторінках. Серед таких публікацій варто зазначити матеріали В. Блакитного («Ми і вони на шляхах будівничих», «Буря світової революції», «Поважні перспективи»,

«Загрожена ділянка фронту», «Політичний гегемон», «Єдина гарантія», «Зміна курсу?», «Троєкутний бій», «На межі громадянської війни», «Ілюзії і дійсність», «Федерація комун чи комуністична федерація?» та ін.).

У деяких числах за 1921 р. зазначено, що тимчасово обов'язки редактора виконували М. Любченко (ч. 179–181) та С. Пилипенко (ч. 182–234), тож у цей період передові статті були найчастіше підписані їхніми прізвищами. Так, редактор газети «Селянська правда» С. Пилипенко неодноразово пропонував свої матеріали до «Вістей ВУЦВК» («Генеральна чистка», «Болюче місце», «Про зразкові волости», «Тільки п'ята частина», «Чергова справа на селі», «Оживити продячейки», «Комуністична пиха», «Політпросвітня робота на селі», «Книжку на Україну!», «Потрібна спілка оборони східних держав», «Комсомол на селі», «Голод, комуністи, меншовики й анархісти», «Геть попівську школу!», «Тут, у столиці» тощо). Працівник Народного комісаріату закордонних справ УСРР, згодом співробітник газети «Комуніст» (1924–1929) М. Любченко досить плідно співпрацював з офіційним органом ВУЦВК («Ще одна ставка на самостійність», «Геніальне розрішення українського питання в Польщі», «Панські жарти», «Кінець есерівщини», «Невдячні укапісти», «Кабінет-винігрет», «Перспективи взаємин з Польщею», «Україна на міжнародній арені», «Третя доба української еміграції»).

Газета мала постійні рубрики універсального характеру, як-от: «Телеграми (РАТАУ та інформвідділ Н.К.З.С.)», «Офіційний відділ / Декрети, накази і розпорядження влади», «Економічне життя», «Місцеве життя», «За тиждень», «По Радянських Республіках», «За кордоном», «Кооперація», «Бібліографія» тощо. Деякі з них із часом змінювали назви або додавалися нові відділи: «Радіограми і депеші РАТАУ», «По сумежних країнах», «По Європі», «Куток сількора», «Куток радіо-аматора», «По клубах», «Фізкультура», «Шахи і шашки», «Боротьба з голодом» («На фронті допомоги голодуючим», «Допомога голодуючим»), «Літературний куток» / «Література і мистецтво» (перетворився на щотижневий додаток «Література, наука, мистецтво», з 1925 р. виходив як «Культура і побут»).

До співробітництва в часописі було залучено чимало видатних літераторів 1920-х рр., які гуртувалися навколо об'єднання українських пролетарських письменників «Гарт», ідеологом якого був В. Елланський. Основні орієнтири у творчості – інтернаціональна комуністична культура, мова –

українська (згодом долучено й мови національних меншин). Більшість «гартян» користувалися в літературі й публіцистиці прибраними іменами: Василь Елланський – В. Блакитний, В. Еллан-Блакитний, Валер (Валер) Проноза, Вас. Гарт, В. Гартований, Маркіз Попелястий та ін.; Павло Губенко – Остап Вишня; О. Довженко – Сашко; Микола Фітільов – найчастіше М. Хвильовий; Михайло Йогансен – Майкл Йогансен, М. Йогансен; Волько Блюмштейн – В. Коряк, Avanti¹, Ізраїль Кулик – Іван Кулик (також Василь Роленко, Ральф Ролінато), Олександр Скрипаль-Мищенко – Олесь Досвітній, Микола Любченко – Кость Котко, Валеріан (Валер'ян) Поліщук – Василь Сонцвіт тощо. Як зазначив у статті «Автор і гра» український літературознавець Я. Поліщук, численну й «семантично врізноманітнену групу» становлять літературні імена, вибрані майстрами пера періоду «розстріляного відродження» [10], серед яких уже згадані письменники, критики, публіцисти, фейлетоністи, ілюстратори.

Варто наголосити й на тому, що здебільшого «гартяни-вістяни» належали до одного покоління – народжені у 1889 (В. Коряк), 1892–1894 рр. (Г. Коцюба, М. Хвильовий, В. Елланський), 1895–1896 рр. (М. Йогансен, М. Любченко), 1897 р. (І. Кулик, В. Поліщук). Отже, у 1923 р. їм було від 34 до 26 років; вони пройшли політичні випробування й партійні роздоріжжя (як есери, боротьбисти, укапісти, члени «Бунду», комуністи-ленінці), обіймали партійні, державні, громадські посади, працювали творчо, наполегливо, з ентузіазмом і вірою в прийдешнє, при цьому були романтиками «ударів молота і серця» й утопістами «загірної комуні». Тримуючись українського національного ґрунту, мали українське, єврейське, латиське коріння.

Їхнє життя завершилось на злеті сил і натхнення: у 31 рік відійшов у засвіти від вродженого пороку серця В. Елланський; у 40 років покінчив життя самогубством М. Хвильовий, зневірившись у плеканні ідеалів комунізму; частина колишніх співробітників «Вістей ВУЦВК» була розстріляна в Києві, Харкові, Ленінградській області, лісовому урочищі Сандормох (1937–1938 рр.) як вороги народу – їм виповнилося від 48 до 40 років (В. Коряк, Г. Коцюба, М. Любченко, І. Кулик, М. Йогансен, В. Поліщук).

Працюючи в газеті «Вісти ВУЦВК», автори гідно представляли українську літературу

¹ У листуванні Н. Кузякіної та Ю. Меженка подається згадка про те, що псевдонім Avanti, зокрема на сторінках газети «Вісти ВУЦВК», належав В. Коряку [9].

першої половини 1920-х рр. Зокрема, тут опубліковано художні прозові й поетичні твори та нариси: М. Хвильового («Кіт в чоботях», «Від Волги до Дніпра (метелики)», вірш «У долі голосить мати...»), М. Йогансена («Голод», «Жовтень», «Ти думаєш, що то Комуна...», «Подоріж по Москві»), П. Тичини (з циклу «В космічному оркестрі»), В. Сосюри (уривки з поем «Червона зима» і «1917 рік», із циклу «На Всесвіт», «Пішли в чужі краї по хліб...», «На тротуарах спить душа...»), «Безладно торохтить по бруку день бездушний...»), В. Поліщука (уривок із римованого роману «Яриця Курнатовська» – «Дитяче свято», «Дума про Бармашиху», «Спостереження»), Г. Коцюби (з нарису «По хліб» – «Їстоньки») тощо.

Фахівцями з міжнародних питань були І. Кулик та В. Радиш, які писали про актуальні політичні події за межами Радянської України («Понад кордоном», «Веремія польської кризи й польське робітництво», «42-й конгрес Американської федерації у Празі», «Урядова криза в Італії», «Як починалася праця в Галичині», «Справи дарданелльські», «Політконтроль преси»; «Східна Галичина», «Наступ капіталу в Англії й соціал-зрадники», «Громадянська війна в Китаї», «На гнилому болоті», «Галицька яма»). З 1924 р. кількість публікацій І. Кулика зменшилась, адже він виконував місію консула в Канаді; В. Радиш із 1926 р. почав активно пробувати свої сили в кіно, очолював художній відділ Одеської кінофабрики, писав сценарії для Всеукраїнського фотокіноуправління, один із найвідоміших його фільмів – «Тарас Трясило» (1927).

Сатиричний талент виявили на шпальтах «Вістей ВУЦВК» Остап Вишня, Кость Котко, В. Коряк, В. Блакитний, О. Довженко.

Ім'я Остап Вишня з'явилося на шпальтах зазначеного часопису влітку 1922 р., звідтоді він невтомно працював, подаючи свої фейлетони, «реп'яшки» та усмішки майже щотижня: «І так буває» (ч. 176), «Лондонська конференція прем'єра» (ч. 177), «Листи з села (від кореспондента «Червоного перцю»)» (ч. 178, 181, 184), «Не гайтеся русини» (ч. 179) і т.д. Літератор іронічно й дотепно рецензував книгу «Психотози» Гео Шкурупія у фейлетоні «Над преріями плачу» (1922. Ч. 182) та відгукувався про редактора львівського часопису «Рідний край» М. Яцкова у фейлетоні «Жах» (1922. Ч. 19), в дусі свого часу картав релігію, що нагадувала «кабаре» (1922. Ч. 205), створив «драму-казку чи казку-драму» «Про Елладу» (1922. Ч. 208). З 1923 р. здебільшого друкувався цикл О. Вишні «Реп'яшки», а також інші

фейлетони («Мрії», «Самі тобі чудеса!», «Про дядька Панаса, про ножиці та про гудзик (казка різдвяна)», «Не журись, хлопці!», «Національне свято» тощо).

Майстром дотепного і влучного слова виявився і В. Елланський, який свої сатиричні твори – фейлетони та пародії подавав здебільшого під псевдонімом Валер (Валер) Проноза. Під його нищівне перо потрапляли наслідки українізації, зміст «божожї кари» і реальної допомоги, проблемні питання європейської міжнародної політики, внутрішні негаразди («Страшне оповідання», «Моє радіо», «Ждемо», «Не буде так!», «Крокодилячі сльози», «Рур і футурист», «Останні часи» тощо). З 1923 р. редактор почав друкувати в газеті «Вісти ВУЦВК» цикл «Нотатки олівцем [олівцем]», потім – «Нотатки». Часто твори Валера Пронози супроводжувалися шаржами й карикатурами Сашка (О. Довженка). У публікації «Хліборобська культура» автор безпосередньо звернув увагу на роботу газетного ілюстратора: «У Сашка Тремтіла рука, Коли отаке малювала: – Чи не вийде часом дипломатичного скандала?...» (1923. Ч. 294). Дослідники підраховали, що за три роки в газеті «Вісти ВУЦВК» (серпень 1923–червень 1926) О. Довженко надрукував понад 100 карикатур і дружніх шаржів [11].

Намагався не відставати від своїх побратимів по сатиричному цеху й М. Любченко, який для гострослівних тем вибрав псевдонім Кость Котко. В офіційному органі ВУЦВК надруковані фейлетони «Європейська гостинність», «Арешт полковника», «Історія петлюрової ноти», «Легенда про одвічного мандрівника», «Маленька помилка», «Теж чистка», «Побутовий випадок», «Поет і шуба», «Чорні дні панича Мухолапського», «Мексиканська історія» та ін.

В. Коряк (рідко користувався своїм справжнім прізвищем, але деякі публікації підписані іменем В. Блюмштейна; ймовірно, йому належав і псевдонім Avanti). Автор виступав за вкорінення української мови в повсякденне спілкування в таких публікаціях, як «Розмова про мову» (1921. Ч. 162), «Інститут живого українського слова» (1921. Ч. 198), відстоював право рідної мови як «засобу комуністичної просвіти» в критичній статті «Просвітянство» (1922. Ч. 34). Відповідно до загального налаштування ВУЦВК та його преси проти «націоналістичної петлюрівщини» й «буржуазної еміграції», В. Коряк таврував попередні українські уряди та їхню політичну неспроможність («Ідеологія мертвих душ і пролетаріат», «Жовто-сині ганчірки», «Жовтоблакитна “Головполітосвіта”»,

«Жовто-блакитна педагогія»); розмірковував над питанням про «тройзілля» – малоросів, русотяпів і свідомих українців у статті «Національна романтика» (1922. Ч. 150). Критик писав літературно-мистецькі огляди й нотатки про пресу («Право на творчість», «Провінційна українська преса», «До питання про схему української літератури», «Жовтень в українському театрі», «Вечір імажинізму», «Клюби», «Агіт-лубок та його ширення»), звертав погляд на еміграцію («Українське студентство в еміграції», «Шляхи додому») й становище дітей («Охорона дитинства», «Безпритульні діти», «Організація дитячого руху»). Низку публікацій літературознавця присвячено письменницьким постатям: Данте («Поет Середньовіччя», 1921. Ч. 166), Т. Шевченку («Шевченкові “Тайдамаки”», 1921. Ч. 256), Г. Сковороді («Громадянин усесвітній», 1922. Ч. 274). Критику суспільно-культурних і політичних явищ закладено в матеріали В. Коряка «За Ісуса чи за хліба наука?», «Мандат на реквізицію», «Сонгороди», «Гуманізм і канчуки», «Собача старість», «Організація пролеткультів».

Наукові проблеми України першої половини 1920-х рр. теж знайшли відображення в часописі, зокрема проф. Г. Висоцький змістовно проаналізував стан і тенденції вивчення лісівництва в Україні, а проф. О. Яната відстоював розвиток української наукової мови. З нагоди проведення Всеукраїнського з'їзду в справі вивчення продукційних сил і народного господарства України, що відбувся в Харкові (23 грудня 1924 – січня 1925 рр.) газета «Вісти ВУЦВК» подала матеріали й деякі виступи.

Серед інших авторів варто згадати Варвару Чередниченко («У вагоні Всевидаву», «Наші дитячі будинки», «Після наради Соцвиху»), А. Річицького («Панською ласкою багаті»), Є. Касяненка («Безмоторна авіація»), Гр. Гринька («Господарські справи освіти в нових економічних умовах», «Донбас завжди попереду»), Л. Чернова («Мистецьке життя», «До всіх діячів сцени»), М. Терещенка («Шлях театру»), О. Досвітнього («Всевидач чи “ГПУ”?»), «Видавнича справа (перші підсумки)», «В Європу»), А. Гарасевича («Галичина на Всесоюзній виставці в Москві»), П. Воронина («Як знайти порятунок газетам»), І. Шахівського («Півтора пуда пшона (сельські нотатки)»), Т. Масенка («Учитель – сількор?»).

З-поміж кореспондентів різного часу трапляються прізвища В. Різниченка, Вас. Мазуренка, К. Гордієнка, М. Лукасевича, М. Плевака, О. Лейтеса, Тараса Волі, Сергія Миронця, П. Лісового, Петра Свашенка, а також Аркадія, Гамми, Генрі, Диригента, Плугатаря, Селькора та ін.

Як і будь-яке періодичне видання пореволюційного часу, газета «Вісти ВУЦВК» мала чимало проблем, що стосувалися переходу на українську мову публікацій, збільшення тиражів і масового поширення інформації в суспільстві, налагодження адекватної комунікації як із владою, так і з читачами та авторами. Ці та інші потреби молоді української преси, що рухалася в руслі комуністичної ідеології, порушувалися на сторінках часопису ВУЦВК. Зокрема в статті «Трагедія української преси» (1922. 13 трав.) зазначено, що з появою газет «Більшовик» і «Вісти ВУЦВК» зросли накладі такої періодики, що розходиться десятками й сотнями тисяч по містах і селах, «розліплюються на парканах і мурах. Посилаються в усі установи, клуби, заводи, Червону Армію». Ці зовнішні ознаки масової преси свідчили про ймовірний «бажаний розквіт українського слова, друку українською мовою», але насправді залишалося чимало невирішених організаційно-виробничих і видавничих моментів: «“казьонний” матеріал», «суха центральна інформація», «голі, “без фактів і цифр” статті загальноагітаційного характеру», зменшення кадрів співробітників, «зведення нанівець» рубрики «На місцях», брак дописів, незначні прояви «смички з читачем», а також нова економічна політика, що додавала нових господарських труднощів у редакційному процесі.

Висновки і пропозиції. Як масова офіційна газета універсального спрямування, «Вісти ВУЦВК» відображали на своїх сторінках різноманітну палітру тем: політика, економіка, освіта, кооперація, соціальні й жіночі питання, внутрішньо суспільні й міжнародні проблеми, що подавалися як із всеукраїнських джерел (РАТАУ, відділ інформації Народного комісаріату закордонних справ України), так і завдяки повідомленням власних кореспондентів. Відповідно, існували постійні відділи (рубрики), що охоплювали значний спектр актуальних питань. У жанровій площині достатньо представлені як інформаційні (замітка, рідко – звіт), аналітичні (стаття, кореспонденція, огляд, рецензія), так і художньо-публіцистичні жанри (нарис, фейлетон). Художню творчість найчастіше презентували оповідання, новели, вірші, уривки з поем, серед ілюстрацій – карикатури й шаржі. Часопис мав окремі спецвипуски та щотижневі додатки («Література, наука, мистецтво», з 1925 р. – «Культура і побут»). Редакція використовувала низку організаційних заходів для збільшення кількості передплатників і нарощування тиражу, зокрема й адміністративно-владного тиску.

Серед співробітників газети «Вісти ВУЦВК» (1921–1925) за редакцією В. Блакитного переважали його колишні однопартійці (есери, боротьбисти)

чи «укапісти» (члени Української комуністичної партії), що з тих чи інших міркувань приєдналися до КП(б)У; авторів часопису нерідко поєднувала і спільна мистецько-ідеологічна платформа «Гарту», який заснував і очолював В. Елланський (В. Сосюра, П. Тичина, М. Хвильовий, М. Йоган-

сен, В. Коряк, О. Довженко, В. Радиш, І. Кулик, Г. Коцюба, В. Поліщук та ін.). Творча спадщина багатьох із них потребує детального прочитання й аналізу. Перспективним можна вважати й розшифрування псевдонімів і криптонімів, що часто трапляються у пресі минулого.

Список літератури:

1. Юркова О. В. «ВІСТІ ВУЦВК». *Енциклопедія історії України* / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. Київ : Наук. думка, 2003. Т. 1: А–В. URL: http://www.history.org.ua/?termin=Visti_UTsVK (дата звернення: 04.07.2021).
2. Готкова Ю. Газета «Вісті ВУЦВК» як джерело до вивчення особливостей початку проведення українізації в Північно-Кавказькому краї. *Етнічна історія народів Європи*. 2015. Вип. 46. С. 102–108. URL: <http://ethnic.history.univ.kiev.ua/data/2015/46/articles/15.pdf> (дата звернення: 03.07.2021).
3. Коломієць Л. Український художній переклад та перекладачі 1920–30-х років. Вінниця : Нова книга, 2015.
4. Габор В. Радянська преса 20–30-х рр. ХХ ст. як складова репресивного механізму більшовицької влади в Україні: основні методи впливу. *Збірник праць НД Інституту пресознавства*. 2013. Вип. 3 (21). С. 476–490. URL: <http://www.lsl.lviv.ua/wp-content/uploads/Zb/NDI2013/JRN/PDF/43.pdf> (дата звернення: 03.07.2021).
5. Попова О. Ю. Мовні техніки конструювання образу внутрішнього ворога в періодичних виданнях Радянської України (на матеріалах газет «Комуніст» та «Вісті ВУЦВК» за 1928–1939 рр.). *Історичні і політологічні дослідження*. 2013. № 3. С. 200–210. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/lipd_2013_3_28 (дата звернення: 03.07.2021).
6. Степанова Г. Публіцистична спадщина Олесья Досвітнього. *Слово і час*. 2009. № 9. С. 30–41. URL: <https://il-journal.com/index.php/journal/article/view/634/444> (дата звернення: 03.07.2021).
7. Національний музей літератури України: сайт. URL: <http://museumlit.org.ua> (дата звернення: 03.07.2021).
8. Про Видавництво офіційного органу Всеукраїнського Центрального Виконавчого Комітету Рад робітничих, селянських і червоноармійських Депутатів «Вісті ВУЦВК»: постанова від 16 грудня 1925 р. Харків. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/КР250021?an=59> (дата звернення 02.07.2021).
9. Крячок М. І. З епістолярію Наталі Кузякіної (за документами ЦДАМЛМ України). URL: <https://archives.gov.ua/wp-content/uploads/15-18.pdf> (дата звернення: 07.07.2021).
10. Поліщук Я. Авторство і гра. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/19667838.pdf> (дата звернення: 07.07.2021).
11. Довженко О. П. – карикатурист «Вістей ВУЦВК». URL: <http://www.nbuv.gov.ua/node/787> (дата звернення: 01.07.2021).

Georgiievskia V. V., Sydorenko N. M. NEWSPAPER “VISTY VUTSVK”: STRUCTURE, THEMES AND AUTHORS

The article identifies the main structural and problem-thematic aspects of the newspaper “Visty VUTSVK (All-Ukrainian Central Executive Committee)” (1921–1925) as the official periodical of Soviet Ukraine, edited by V. Blakytyn (V. Ellansky), who managed to find talented employees and contributors. The main research methods are monitoring, press clipping, biographical method, analysis and synthesis, comparison, systematization and generalization. The mass official universal newspaper “Visty VUTSVK” covered a variety of topics (politics, economics, education, cooperation, social and women’s aspects, domestic and international issues). Permanent headings covered a wide range of topical issues. In the genre plane, both informational (note, rarely – report), analytical (article, correspondence, review), and publicistic genres (essay, feuilleton) are sufficiently represented. Fiction was presented in short stories, novels, poems, and excerpts from poems; among the illustrations are caricatures and cartoons. The newspaper had separate special issues and weekly supplements (“Literature, Science, Art”, since 1925 – “Culture and Life”).

The authors of the newspaper were united by a joint literature and ideological platform “Gart (Hardening)”, which was founded and headed by V. Ellansky (V. Saussure, P. Tychyna, M. Khylyovy, M. Johansen, V. Koryak, O. Dovzhenko, V. Radysh, I. Kulyk, G. Kotsyuba, V. Polishchuk, etc.), as well as former affiliation with the Ukrainian Socialist-Revolutionary Party (esery), borotbysty, and the Ukrainian Communist Party. Ostap Vyshnya, Kost Kotko (M. Lyubchenko), Valery Pronoza (V. Ellansky), Sashko (O. Dovzhenko) proved to be masters of satirical genres. The creative heritage of many employees and correspondents of the 1920s requires detailed reading and analysis. Deciphering pseudonyms and cryptonyms, which often occur in the press of the past, can also be considered perspective.

Key words: newspaper “Visty VUTSVK”, structure of newspaper, thematic content, staff of authors, ideological labeling.

УДК 07:378.01:141.78(477)

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/32>**Іванова І. Б.**Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця**Зима О. Г.**Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця**Афанасьєва О. М.**Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ТА МЕДІАОСВІТИ В КОНТЕКСТІ ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОЇ ПЕДАГОГІКИ

У статті проаналізовано особливості розвитку журналістської та медіаосвіти з урахуванням впливу ідей постмодерністської педагогіки. Зроблено акцент на тому, що в постмодерністському періоді процес навчання має бути спрямований на розвиток і самореалізацію особистості. Настанови цієї освітньої теорії тільки віднедавна почали впроваджуватися в практику української вищої освіти, особливої такої соціально чутливої галузі, як журналістика. Тому практичний досвід роботи зі студентською аудиторією в полі ідей, інструментів та педагогічних технологій постмодерністського характеру є цікавим та актуальним. Це й визначило актуальність представленого до розгляду дослідження. Метою статті є встановлення потреби залучення настанов постмодернізму до змістових позицій української медіаосвіти. У роботі визначено, що важливим аспектом журналістської освіти є медійний, ґрунтовно доведено, що серед теорій медіаосвіти вагомою є та, яка пов'язана з формуванням критичного мислення. У дослідженні використано комплексний підхід. Робота з теоретичним матеріалом потребувала використання індуктивного та дедуктивного методів; метод міждисциплінарного дослідження використовується з метою визначення впливу визначальних характеристик постмодерністської освітньої теорії та її практичної реалізації в медіаосвітньому просторі. Використання цього методу також дозволило виокремити ті ідейні настанови, що можуть бути впроваджені в практику журналістської освіти як ідейний, естетичний та інформативний складники. Основною гіпотезою дослідження є те, що запровадження в курси з медіаграмотності, журналістської етики та дослідницьких технологій медіаосвітніх настанов постмодерну створить перспективу студентоцентрованого навчання, де «рефлексивні» педагогічні практики та демократичні принципи роботи і творчості сприятимуть підготовці якісного професіонала, якого так потребує сучасний медіаринок. Перспективним є проведення комплексу педагогічних експериментів із метою визначення ефективності та спрямованості до формування професіонала-журналіста педагогічних технологій, що базуються на освітній теорії постмодернізму.

Ключові слова: постмодернізм, медіаосвіта, медіапедагогіка, журналістика, дослідницькі технології, медіаграмотність, професійна етика журналіста.

Постановка проблеми. В українських освітніх реаліях настанови постмодернізму в педагогічній практиці претендують на актуальність, зважаючи на необхідність якісної підготовки професіоналів (відповідно до попиту на ринку праці). Необхідність і надалі демократизувати вищу освіту, робити її більш якісною, повернутою обличчям до студента, практико орієнтованою та демократичною

й визначає наукову проблематику представлені дослідницької теми. Є необхідність виокремити найбільш ефективні навчальні технології та засоби оцінювання творчих спеціальностей медіагалузі, оскільки журналістська освіта є визначною як ресурс для побудови майбутнього країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема розвитку сучасної педагогіки

займалися українські та зарубіжні науковці: Л. Альтюссер, Б. Берштейн, П. Бордо, Г. Вашенко, С. Гессен, О. Заболотна, А. Макларен, А. Маслоу, Г. Оллпорт, В. Сухомлинський та ін. Проти застарілої педагогічної практики у навчальних закладах виступали Х. Гам, І. Дамер, І. Ілліч, К. Молленхауер, Е. Раймер, П. Редер та ін., які наголошували на необхідності самореалізації особистості, особливо такої творчої спеціальності, як журналістика.

М. Швед у своєму дослідженні [2] розглядає роль С. Гессена у розвитку освітнього процесу. Останній наголошував, що навчання повинно мати три етапи: на першому має бути краєзнавча диференціація; на другому – акцент на психологічному складнику; на третьому етапі реалізовувався професійний складник. Також зауважено, що під час навчання треба акцентувати на творчому складнику, «оскільки творчість відкриває єдність заперечення і визнання дійсного як майбутнього, що зберігає у собі минуле і дійсне, що існує сьогодні».

Як доводить у своїх дослідженнях Л. Ваховський [1], «...постмодернізм як стан суспільства і світоглядний та методологічний проект, незважаючи на еклектичність і неоднозначність, має чітко виражені основні інтенції (критика традиційних цінностей, раціоналізму, історизму, традиційного гуманізму, радикальне неприйняття сучасної соціальної самоорганізації та ін.) і значно впливає на різні сфери соціуму, зокрема й на освіту». Причому увага повертається до того, що постмодернізм розповсюджується на філософію освіти, теоретичну педагогіку і стосується масової освітньої практики.

Також Л. Ваховський [1] доводить, що «вплив постмодернізму відчувається на всіх етапах здійснення педагогічного процесу (цілепокладання, реалізації цілей, оцінки результатів освітньої діяльності)». Тобто постмодернізм «...створює більш різноманітний педагогічний ландшафт, ставить у центр освітнього процесу конкретну людину з її особистими життєвими цілями, цін-

ностями, досвідом та спирається на її творчу активність і перетворює сучасну освіту в динамічне й поліфонічне явище». Постмодернізм в освітній практиці керується всім можливим набором методів та технологій, що можуть знадобитися у підготовці кваліфікованого спеціаліста.

Саме тому постмодернізм в освітній діяльності потребує додаткового дослідження того, що стосується журналістської та медіаосвіти.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження перспектив розвитку журналістської та медіаосвіти в контексті постмодерністської освітньої теорії; встановлення рівня потреби запровадження настанов постмодернізму до змістових позицій української медіаосвіти; визначення того, що важливим аспектом журналістської освіти є медійний, а також серед теорій медіаосвіти вагомими є позиції щодо формування критичного мислення та творчого начала в студентів журналістських спеціальностей.

Виклад основного матеріалу. Л. Ваховський [1] у своєму дослідженні доводить, що сучасна освіта постмодерністського періоду передбачає формування особистості, здатної самостійно творити себе, змінюватися та вдосконалюватися, а також вважає пріоритетними індивідуальні цінності особистості. Це є визначальною тезою в запровадженні настанов постмодерної педагогіки в журналістську освіту.

Сучасна освіта постмодерністського періоду має бути спрямована на розвиток особистості та її самореалізацію в майбутньому. Окремим напрямом є визначення гендерної рівності у впровадженні журналістської освіти. Вплив емансипації на освітній процес досліджували польські науковці, які запропонували виокремити три напрями розвитку педагогіки [12, s. 49], що наведено в табл. 1.

Кожен із цих напрямів заслуговує на окрему характеристику. У межах навчальних дисциплін, які впроваджено до площини журналістської освіти в Харківському національному економічному

Таблиця 1

Напрями розвитку педагогіки [12, s. 49]

Назва напрямку	Характеристика	Представники напрямку
Емансипаційна педагогіка	Досліджує способи очищення освіти від ідеології та залучення молоді до процесів суспільних змін і демократичних форм життя	А. Гієсецке, Д. Дам, У. Леймерман, К. Молленгауер
Педагогіка визволення	Досліджує можливості відкриття та вдосконалення умов існування людини за допомогою освіти, розвитку її вміння пізнавати та інтерпретувати світ, взаємодіяти з ним	педагоги, згуртовані навколо відомого бразильського педагога П. Фрейра
Радикальна педагогіка	Досліджує покращення умов навчання (джерела і вияви опору, звільнення від обмежень, які є у навчальних закладах як суспільних інституціях)	Х. Жіроукс, П. Мак-Ларен

університеті імені С. Кузнеця, намагаємось реалізувати найбільш прийнятні для навчального змісту елементи постмодерністського характеру. Так, наприклад, у межах реалізації настанов радикальної педагогіки студенти-журналісти відшукують та пропонують актуальні для них теми та проблемні питання, а необхідні для їх реалізації практичні навички покращуються та закріплюються в межах запропонованих на вибір студента майстер-класів із кращими спеціалістами медійної галузі.

Студенти під час навчання в постмодерністському контексті професії мають бути поінформовані про те, що права й обов'язки журналіста закріплені законами України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про інформацію» та ін. Також журналіст несе відповідальність за перевищення своїх прав і невиконання обов'язків. Головними нормативними джерелами, де відображені стандарти якості журналістського матеріалу, є Кодекс професійної етики українського журналіста, Етичний кодекс українського журналіста, Декларація принципів поведінки журналістів (Міжнародної федерації журналістів) та міжнародні стандарти й принципи журналістської етики [9, с. 11–13]. У такому контексті варто впровадити низку навчальних дисциплін, що могли б полегшити сприйняття цієї інформації, показати те, як норми та закони діють у журналістській практиці.

Для підготовки професіонала в галузі медіа в Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця запроваджено вивчення журналістської етики. У сучасних умовах потужного розгортання інформаційного простору комплексна підготовка фахівців із журналістики та спеціалістів із реклами набуває особливого значення. Саме системний підхід зумовив необхідність вивчення дисципліни «Журналістська етика». Відповідно до настанов постмодернізму в освітньому процесі застосовано проєктні технології (проєктні програми з аналізу медійного простору під час виборчих кампаній), підготовлена низка подань та аналітичних матеріалів для Комісії з журналістської етики (Україна), проведено комплекс навчальних заходів із застосуванням інструментарію перевернутого навчання, організовано творчі конкурси та визначено низку тематичних семінарів, де головними спікерами та натхненниками були студенти.

Здобувачі освіти мають бути ознайомлені з перспективами майбутнього працевлаштування, з вакантними пропозиціями медіаринку, з особливостями роботи у пресцентрах, рекламних

та PR-агенціях. Формування професійної моделі успішного журналіста, рекламіста, медійника, фахівця зі зв'язків із громадськістю має триматися на демократичних засадах, усвідомленні свободи вибору та відповідальності за цей вибір. Вивчення професійних комунікативних засобів буде підґрунтям для виконання професійних обов'язків, по-перше, під час майбутніх практик та стажувань, а згодом і під час професійної самореалізації у бізнес-середовищі, державних та некомерційних установах.

Сучасна освіта постмодерністського періоду пов'язана з тим, що під час створення новинного матеріалу журналісти мають дотримуватися не тільки журналістської етики, а й норм і положень, які закріплені законодавством. Основними журналістськими стандартами якості матеріалу [8; 10; 11, с. 281–282], якими повинен керуватися журналіст у своїй професійній діяльності, є такі: баланс думок і точок зору, своєчасність, оперативність, достовірність (посилання на джерела), відокремлення фактів від коментарів, точність, повнота представлення фактів та інформації з проблеми.

Молоде покоління сьогодні потребує якісної медіаосвіти, саме тому необхідним, на нашу думку, є запровадження низки освітніх компонентів із медійної освіти, журналістської етики, а також дослідницьких технологій у медіа. Власне постмодерністський характер підходів до освіти в галузі медіа спирається на проєктні технології, наявність демократичних засад вибору власної позиції, дотримання прав та свобод людини та вміння рефлексувати, визначати основні соціальні вектори розвитку суспільства тощо. Запорукою такого підходу для реалізації якісної журналістської освіти є введення в навчальний план дисциплін, пов'язаних із медійною освітою та грамотністю.

Зниження в суспільстві імунітету до соціально шкідливих інформаційних впливів спричинило засилля низькопробної медіапродукції, низькоморальних ідеологем та цінностей. Відповідно до Концепції впровадження медіаосвіти в Україні [3] сучасна медіаосвіта пов'язана з вирішенням таких завдань, як запобігання вразливості людини до медіаманіпуляцій і медіанасильства та втечі від реальності; профілактика поширення медіазалежностей тощо.

Дослідження [4, с. 180] доводять, що під час навчання студенти повинні мати навички «декодування» й аналізу медіатекстів в історичному, соціальному та культурному контексті, тому пропонується використання друкованих, візуальних

та електронних медіа із різними цілями. «Під час роботи з медіатекстом студенти можуть аналізувати типи сюжетів, які використовують у рекламі, новинах, документальних та ігрових медіатекстах; здійснювати аналіз кількох сюжетних ліній у тексті». Також сучасна освіта постмодерністського періоду вимагає від студентів під час навчання здійснювати порівняння й аналіз медіатекстів однакових і різних типів (репортажі в різних газетах, на телебаченні, у мережі Інтернет тощо).

Л. Деркач [6, с. 332] уважає, що «важливим аспектом журналістської освіти є медійна освіта». У цьому напрямі треба здійснювати підготовку журналістів з обов'язковим формуванням компетентності щодо критичного сприйняття масмедіа шляхом вивчення специфіки походження і функціонування кожного з них. Це сприятиме обмеженню будь-якого впливу «деструктивних інформаційних потоків» на читача.

У своїх дослідженнях [5, с. 44] науковці доводять, що серед теорій медіаосвіти ваговою є та, яка пов'язана з формуванням критичного мислення.

Ця теорія акцентує увагу на формуванні у журналістів захисту від маніпуляційного впливу медіа та допомагає орієнтуватися в медійному просторі. Вони мають розпізнавати однобічну чи перевернену інформацію, зокрема телевізійну, бо вважається, що вона має більший вплив. Журналісти мають знаходити різницю між загальновідомими фактами і такими, що:

- потребують перевірки;
- має бути визначена надійність джерела інформації;
- потребують перевірки тверджень;
- має бути визначена різниця між головною та другорядною інформацією;
- вимагають доведення логічної несумісності тощо.

Тобто під час навчання у журналістів має формуватися «імунітет до бездоказовості, замовчування, брехні». Сучасна освіта постмодерністського періоду дозволяє формувати такі компетентності: здійснювати «підготовку до сприйняття інформації масмедіа», формувати навички повноцінної оцінки й аналізу інформації, а також учать протистояти маніпуляційним впливам.

На думку О. Мілової [7], постмодернізм акцентує на демократизації навчання та формує діалог між викладачем і студентом. Тобто під час навчання здійснюється обмін інформацією, яка є корисною для обох учасників такої комунікації, а також спостерігається поважне ставлення до

цінностей та інтересів кожного. «Тільки в такій ситуації взаємоповаги та взаєморозуміння, на думку постмодерністських теоретиків освіти, можна досягти ефективних результатів у процесі навчання та оптимального контролю над цим процесом».

Таким чином, під час обміну інформацією та визнання її чинності на перший план виходить рівноправність у взаємовідносинах між викладачем і студентом. Це досягається шляхом використання постмодерністського методу конструювання навчального процесу.

Однією з головних проблем, з якою зіштовхуються викладачі творчих спеціальностей, якою і є журналістика, є оцінка успішності студента. У сучасній університетській освіті оцінювання проходить від викладача до студента. Як відомо, постмодерністська освітня філософія пропонує відходити від нормативних критеріїв в оцінці творчих спеціальностей. Важко в медійній освітній галузі отримувати стандартизовані універсальні результати, що в журналістиці та рекламній діяльності значно залежать від соціального розташування, конкретного контексту, напряму, жанрової належності тощо. Як показала практика, можна орієнтуватися на альтернативні способи оцінювання, освітян та студентів не варто регуляторно, соціально та інституційно обмежувати. Крім того, оцінка є джерелом дискомфорту та стресоутворювальним фактором для студента, може вплинути на його подальшу мотивацію, бажання вчитись та експериментувати з різними практичними кейсами.

По-перше, нами запроваджено проєктні технології, де результатом є медійний продукт, якість якого визначають творчі групи, журі, глядацька та читацька аудиторії, тобто оцінка є колективним рішенням та є прийнятним показником якості роботи. По-друге, сучасна місія викладача полягає у співпраці зі студентом, викладач має консультувати, оцінювати та діагностувати успіхи. По-третє, це запровадження студентських рейтингів, де головним було б зарахування наявності публікацій, творчих робіт, виступів та зроблених сюжетів і програм. А також важливим складником оцінки студентів є участь у творчих конкурсах, виступи на фестивалях тощо.

Таке ставлення до студентів також має привчити їх до налагодження ефективних стосунків із майбутніми клієнтами, відкритості до перемовин та пошуку спільних рішень. Постмодерна педагогіка вбачає в оцінюванні взаємодію між учителем та учнем, викладачем та студентом, що стоять на однакових позиціях, а також ситуації,

де всі голоси зараховуються. Викладач має досвід в оцінці успішності студентів, а студенти мають право на власну думку та повноваження у формуванні критеріїв оцінювання. Заохочення студентів до генерування власних форм та способів оцінювання роботи в майбутньому сприятиме їх орієнтації щодо якості та професійності журналістських робіт, оцінюваних уже безпосередньо ними, як-от залучення голосів слухачів до вибору найкращої конкурсної роботи на медіаконкурсах, проведених у межах навчальних дисциплін. Така система оцінювання поширювалася й на інші роботи студентів, включаючи есе, репортажі, проекти, фото, відеороботи, дискусії та подальші творчі перспективи. Досвід показав, що студенти формують критерії оцінювання, які є доречними, корисними та змістовними.

Висновки і пропозиції. Стрижнем постмодернізму, на який має спиратись сучасна університетська освіта, є плюралізм. Можливість знати, сприймати та аналізувати всю розмаїтість ідей, смислів та перспектив, представлених сучасною цивілізацією, є головною професійною рисою журналіста. Уміння оцінювати себе та бачити власну перспективу – один зі складників постмодерної перспективи, що вже сьогодні має впливати на навчальні програми, де має бути віднайдено чіткий баланс між педагогікою в постмодернізмі, потребами медійної галузі, всезростальним попитом на прагматизм.

На нашу думку, перспективним є використання настанов постмодернізму в освітній теорії та практиці, не є винятком і журналістська освіта.

У межах ідей постмодернізму, втілених у корпусі навчальних дисциплін, запроваджується студентоцентричний підхід, виховання свідомого громадянина, що може аналізувати медійне середовище, вмє визначати тенденції розвитку соціуму та медіа, створювати цікавий творчий та сучасний контент (усе це на засадах дотримання етики та моралі професії журналіста).

Як показує досвід запровадження практико орієнтованих дисциплін, постмодерна ідеологія, знання та професійний досвід мають працювати в річищі філософії освіти, а авторський індивідуалізм має сполучатись із морально-етичними аспектами професій, тобто не варто відокремлювати формування етики відповідальності в журналістській освіті.

Відпрацювання гострих тем сьогодення в межах сучасних курсів із медіаграмотності, професійної етики, дослідницьких технологій у медіа є необхідним складником сучасного працівника в галузі медіа в Україні. Постмодерністське мислення ставить перед педагогікою вищої школи нові виклики, змушує до пошуку нових форм та змістів. Особливо це впливає на медійну галузь, яка гнучко реагує на кожний порух соціуму та суспільних настроїв. Сучасна медіаосвіта має відшукувати шляхи до пропагування настанов кращого гуманнішого суспільства з метою заохочення всього інтелектуального потенціалу людини, зменшувати її агресивність і, відповідно, маніпулятивні впливи, віднайти баланс між визначенням економічного інтересу та збереженням гармонійного та гуманного суспільства.

Список літератури:

1. Ваховський Л. Постмодернізм і сучасна освіта / PRACE NAUKOWE Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie 2015, t. XXIV, s. 15–23. URL: <http://212.87.236.17:8080/Content/3169/2.pdf> (дата звернення 05.07.2021).
2. Швед М. Соціально-критична педагогіка в епоху постмодернізму. *Вісник львів. ун-ту Серія педаг.* 2011. Вип. 27. С. 3–12.
3. Концепції впровадження медіаосвіти в Україні. Схвалено постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року, протокол № 1-7/6-150. URL: http://www.ispp.org.ua/news_44.htm (дата звернення 06.07.2021).
4. Зима О.Г. Обґрунтування застосування медіаосвітніх елементів у вищій школі. *Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи* : збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції. Київ : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. 240 с.
5. Іванов В.Ф., Шкоба О.Я. Медіаосвіта та медіаграмотність: визначення термінів. *Інформаційне суспільство. Проблеми соціальної комунікації*. 2012. Вип. 16. С. 41–52.
6. Деркач Л.М. Стан і перспективи розвитку української журналістської освіти. *Молодий вчений*. 2016. № 7 (34). С. 329–334.
7. Мілова О.Є. Філософсько-педагогічна концепція постмодернізму. URL: <http://www.nbu.gov.ua/Portal/soc-gum/ppmb/texts/2007-02/07monlsp.pdf> (дата звернення 08.07.2021).
8. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / ред.-упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волощенко ; за науковою редакцією В.В. Різуна. Київ : Центр Вільної Преси, 2013. 352 с.

9. Практикум із журналістської етики: навчальний посібник / Передм. В.П. Мостового, В.Ф. Іванов, С.В. Штурхецький; під ред. проф. В.Ф. Іванова. Київ : видавець О. Зень, 2012. 320 с.
10. Чоповський Д. Журнстандарти: огляд – 2011. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/journalistski-standarti-normativna-dovidka-i28622> (дата звернення 08.07.2021).
11. Практична медіаосвіта: авторські уроки. Збірка / Ред.-упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенюк ; за науковою редакцією В.В. Різуна. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 447 с.
12. Palka S. Pedagogika w stanietworzenia. Kontynuacje. Krakow, 2003., s. 49

Ivanova I. B., Zyma O. G., Afanasieva O. M. PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF JOURNALISM AND MEDIA EDUCATION IN THE CONTEXT OF POSTMODERN PEDAGOGY

The features of the development of journalism and media education are analyzed in this article, taking into account the influence of ideas of postmodern pedagogy. In particular, emphasis is placed on the fact that in the postmodern period the learning process should be aimed at the development and self-realization of the individual. The guidelines of this educational theory have only recently begun to be implemented in the practice of Ukrainian higher education, and a special such socially sensitive field as journalism. Therefore, the practical experience of working with student audiences in the field of ideas, tools and pedagogical technologies of postmodern nature is interesting, relevant.

This determined the relevance of the study submitted for consideration. The aim of the article is to establish the need to involve the guidelines of postmodernism in the content positions of Ukrainian media education. The paper identifies that an important aspect of journalism education is the media aspect, thoroughly proves that among the existing theories of media education is important and educational theory, which is associated with the formation of critical thinking. The study used a comprehensive approach.

Working with theoretical material required the use of inductive and deductive methods; the method of interdisciplinary research is used to determine the influence of the defining characteristics of postmodern educational theory and its practical implementation in the media educational space. The use of this method also allows to single out the ideological guidelines that can be implemented in the practice of journalism education as ideological, aesthetic and informative components.

The main hypothesis of the study is that the introduction of postmodern media literacy, journalistic ethics and research technologies in media education will create the prospect of student-centered learning, where “reflective” pedagogical practices and democratic principles of work and creativity will help train a professional. It is a perspective to conduct a set of pedagogical experiments to determine the effectiveness and focus on the formation of a professional journalist of pedagogical technologies based on the educational theory of postmodernism.

Key words: *postmodernism, media education, media pedagogy, journalism, research technologies, media literacy, professional ethics of a journalist.*

УДК 316.774:070.447/.448(477)
DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/33>

Косюк О. М.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ НОН-ФІКШН У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

У статті розглядається нон-фікшн як спільна продукція белетристики та журналістики, яка гіпотетично потребує кардинально різних підходів, залежно від жанрового вияву й співвідношень вигадки та факту. Авторка опрацювала численні наукові праці у царині літературо- та журналістикознавства й вступила у дискусію з провідними науковцями. У процесі обговорень з'ясовано, що вчені із царин журналістики та літератури часто досліджують одне і те ж: щоденники, епістолярій, мемуари, есеї, оповіді, автобіографію, свідчення очевидців тощо, однак, плутаються у жанрології та можливостях й доречностях використання наукового інструментарію. Як вислід – матеріалом наукових реценцій стають реалії різного родо-видового рівня: есеїстика й публіцистика, авторська колонка та нарис тощо. Літературо- та журналістикознавці також послуговуються не тотожними базами даних та науковим підґрунтям, а це проєктує односторонність і надзвичайно вузьку спеціалізацію наукових пошуків. Такі підходи у структурі мультикультурної поліваріантної маргінальної епохи Постмодерну застаріли й потребують перегляду та серйозних корекцій.

У сфері журналістики ситуація ще проблемніша: до категорії «літератури факту» потрапляють не публіцистичні, а власне журналістські жанри (приміром – репортаж), котрі за своєю природою фактичні й не допускають суб'єктивізму та вигадки, а отже, не можуть бути не тільки художніми, а й публіцистичними. Однак, поняття художнього репортажу проникає у журналістську практику, фігурує у назвах академічних дисциплін та підручників, стає темою наукових досліджень. Усе це розмиває фундамент теорії масової комунікації, стимулює неконтрольовану фейкотворчість, дискредитує сучасну журналістику. Задля уникнення плутанини та підміни понять ми детальніше розглядаємо репортаж як жанр інформаційної журналістики, доводимо, чому він не може бути образним, і пропонуємо коректну назву для продукції, еквівалентної так званому «художньому репортажеві». Провідна ідея публікації – необхідність розмежування повноважень журналістико- та літературознавства та об'єднання їх можливостей для досліджень складних явищ художньо-публіцистичного блоку жанрів. Ми вперше окреслюємо безліч актуальних проблем й розраховуємо на подальші дискусії.

Ключові слова: белетристика, журналістика, факт, фейк, образ, нефікційна творчість, репортаж, нарис, документальність, публіцистика, вигадка.

Постановка проблеми. У сферах літературознавства й соціальних комунікацій і до сьогодні ведеться дискусія про статус актуальної книжкової продукції на кшталт видань із популяризації науки: філософії, психології тощо, різноманітних довідників, енциклопедій, щоденників, мемуарних свідчень, есеїв і под. Така література впевнено конкурує із художньою, однак і досі не стала об'єктом чітко окреслених академічних реценцій. Здебільшого вчені називають її нон-фікшн, але поряд існують терміни: «література факту», «популярна» і «не фікційна» літератури, «документалістика», «нова журналістика» тощо. Свідченням амбівалентності й відкритої перспективи можна вважати відокремлено-паралельну працю літературо- й журналістикознавців, котрі під час

досліджень не контактують і навіть послуговуються різними батареями текстів.

Аналіз досліджень. Так, ще 2006 року вийшла ґрунтовна літературознавча монографія за докторськими напрацюваннями Надії Колошук «Табірна проза в парадигмі постмодерну» [2]. Через 10 років (2015 рік) захищалася перша подібна (кандидатська) дисертація із журналістики Лілії Шутяк «Новий журналізм» у медійному дискурсі України: генеза та жанрово-стилістичні ознаки». У теоретичній базі ні прізвищ із попередньої дисертації, ні посилань на працю Н. Колошук, не було.

«Література факту (nonfiction), на думку Н. Колошук, в українському літературознавстві впродовж тривалого часу перебувала на маргінесі: нею зрідка цікавилися критики та історики

й теоретики літератури» [3]. В академічних енциклопедіях до 2006 року навіть позначень цього поняття не існувало. Вочевидь, тому як теоретичну базу дисертантка використовувала напрацювання закордонних науковців Д. Стауффера, П. Кенделла, К. Каколевські, Дж. Барета, Ц. Тодорова, Ф. Лежена, П. Ламарка, С. Г. Олсена, А. Жірарда, Р. Кізера [3]. Окремо у дисертації подається методологічна основа – праці мислителів-екзистенціалістів, герменевтів, феноменологів, представників рецептивної естетики та структурології. Ще одним блоком перелічуються дослідники документалістики.

Л. Шутяк теж покликала до світової традиції: теоретичних настанов новожурналіста Тома Вулфа, експериментів Г. Таліза, Н. Мейлера, М. Геррома, Т. Капоте, Х. С. Томпсона, Д. Дідіона (котрі, на думку науковиці, стали свідками й жертвами історії США 60–70-х рр. XX століття, яка «увінчалась» війною у В'єтнамі, політичними вбивствами, розвитком руху хіпі, боротьбою темношкірих й жінок за рівні права [11, с. 1]). Окрім того, вона виокремлює праці з історії й теорії журналістики та проблем «нового журналізму».

Науковиці вступили у дискусію з різними дослідниками. Маємо лишень два збіги – В. Здоровага (своєрідна «ікона» національної журналістики) і Галич (чомусь у Л. Шутяк з ініціалом «В» і в жіночому роді, хоч це, швидше за все, Олександр Галич – відомий популяризатор науки, співавтор «Теорії літератури»). Можливо, тому що дослідниці брали до уваги різні жанри (бо матеріал дослідження точно не ідентичний: з одного боку тюремно-табірна гулагівська творчість середини XX століття, з іншого – сучасні українська, американська та польська прози)? Однак, у 2017 році захистилася ще одна літературознавча докторська дисертація Олега Рарицького «Документальна проза українських шістдесятників», у якій напрацювання попередниць теж не згадуються й подається кардинально інший варіант теоретичної бази...

Виклад основного матеріалу. Зважаючи на споживаність, популярність, стрімкий ріст і наукову невизначеність блоку нефікційної продукції, спробуємо з'ясувати її природу й статус у сучасному інформаційному просторі.

В інтерпретації Надії Колошук, жанрами літератури факту слід вважати «щоденники, епістолярій, мемуари, есеїстику, публіцистику, автобіографічні нариси тощо». Лілія Шутяк, услід за Т. Вулфом, спершу визначає «платформи» для презентації нон-фікшн: блоги інтернет-ЗМІ,

авторські колонки, книги, а згодом зазначає, що серед жанрів обирає художній репортаж, авторську колонку й подорожні історії, бо, як виявляється, «саме вони найповніше репрезентують стиль «нового журналізму» в українському медіадискурсі». Частково, як зауважила дослідниця, вона «звертається й до мемуаристики та автобіографій, але останні менш представлені в українських ЗМІ й більшою мірою тяжіють до сфери літератури» [11, с. 2].

Якщо врівноважити теоретичні позиції теорій літератури та журналістики – варто зауважити, що досліджується одне і те ж, хіба що з певними домінантами, однак подекуди сплутуються парадигми. Так, Колошук як синоніми подає есеїстику, публіцистику, нариси. Насправді публіцистика – родове поняття (блок жанрів), а есей та нарис – конкретні публіцистичні жанри. Шутяк же презентує авторську колонку як платформу і жанр. Серед платформ вказує також блоги. Реально платформами слід вважати друковані та інтернет-ЗМІ й книги, а блоги, колонки, репортажі, нариси тощо – жанрами. Саме окреслена препозиційна плутанина, яка нефахівцям може здатися несуттєвою, на наш погляд, – причина усіх подальших проблем, особливо – у напрацюваннях з журналістики.

Хоча науковці, з якими ми вступаємо в дискусію, думають по-іншому. Літературознавці переконані: література факту, ніколи не вивчалася сама по собі, а лиш як «додаток» до діяльності визначних митців, тому її естетична й суспільно-історична вартості й досі лишаються «за дужками». Не зачіпається також те, що створили пересічні люди (очевидці), а це «неписана справжня історія» [3]: війни, голокості, репресії... Вчасно не озвучене, вочевидь, зникає не тільки з історії та літературного процесу, а й з масової свідомості. Натомість «ці непретензійні за стилістично-літературною формою тексти, як зазначає Н. Колошук, набувають особливої ваги», бо не були відредаговані та підігнані під офіціоз [3].

Ми дуже сумніваємося, що таку продукцію можна вивчати як белетристику, оскільки літературознавство не має відповідного інструментарію: воно опрацьовує й цінує виключно естетичні вартості, яких точно немає у свідченнях випадкових очевидців. Це допустимо лиш тоді, коли письменник якимось вводить свідчення безпосередньо у структуру художнього твору. До речі, авторка «Табірної прози» теж принагідно наголошує (ніби саму себе заперечуючи), що простежить суто літературні/естетичні фактори: «вияв конфлікту, особливості оповіді, прояви гумору й іронії як концентрацію

амбівалентної, багатозначної авторської позиції, трансформацію жанрових канонів та їх окремих модифікацій [3]».

Нагомість Л. Шутяк вважає, що сучасна журналістика «функціонально зближається з літературою у відображенні стану суспільства й тих змін, які в ньому спостерігаються» [11, с. 1]. Нам же хочеться відразу втрутитись і, щонайменше, помінати місцями акценти й слова, бо це якраз література наближається до журналістики. Белетристика органічно не покликана бути соціально-критичною (і ми на цьому неодноразово наголошували) [4, с. 159-ю 203]. Хоча в інфопросторі дійсно суттєву роль «відіграє стрімкий розвиток аудіовізуальних ЗМІ», «що впливає на формування суспільно-політичного життя та безпосередньо на розвиток журналістики» [11, с. 1], утім не тільки журналістики, й усіх сфер виробництва культури, котрі й презентують соціальну комунікацію епохи Постмодерну.

Варто посперечатися й з приводу думки про те, що «американці зосереджувалися на резонансних подіях, <...> натомість поляки, а за ними й українці, – як пише Л. Шутяк, – свою «новожурналістську» діяльність починали в жанрі подорожніх історій», у яких акцентувалися пізнання «невідомих країв, звичаїв і традицій інших народів» [11, с. 2]. Річ у тім, що українцям, як і полякам, так наболіло впродовж минулого століття, що тут вже не до подорожніх історій...

Якраз у період перших національних опрацювань нефікційної продукції вийшло у світ кілька бестселерів, серед яких – найбільш популярним й неодноразово перевиданим став роман «Бузкові дівчата» Марти Холл Келлі [1], у якому йдеться про долю трьох дівчат: німкені – лікарки нацистського концтабору, яка змушена була проводити експерименти над людьми; французенки-волонтерки та ув'язненої «піддослідної» полячки (котра у вимірі тодішніх кордонів цілком могла би бути україною). Роман створено на основі реальних документів, хоча й образно переосмислено. Яке враження створив би його нехудожній варіант – припустити важко, однак нам здається, що дуже сильне, оскільки жодна образність не здатна перевершити потуги реального факту, особливо, якщо він стосується когось особисто. Журналістика вражає простими констатаціями, тому й уникає образності (епітетів, метафор, порівнянь та ін., які часто створюють неочікувано комічний ефект) та інших фальсифікацій. «Ефектніше», приміром, просто повідомити, де й коли жінка закопала свою новонароджену дитину, аніж розписувати за допомогою багатьох прикметників внутрішні пережи-

вання зловмисниці та потенційних реципієнтів інформації, щоб передати, наскільки це жахливо.

Однак жоден журналістський текст не може розраховувати на популярність літературного. Він топосний, одноразовий, адресований невеликій кількості людей (волинян, наприклад, дуже зачепили «Роздуми про пережите» Х. П. Сеґейди [5], бо вони розповідають та ілюструють трагічні історії місцевих сімей у середині минулого століття, але ці спогади не привертають всезагальної уваги). Відомим документальний текст здатен зробити лиш письменник (так до нас дійшла кримінальна інформація в реінтерпретаціях Стефаніка, Достоевського, Мирного та інші). Але вплив белетристики, написаної на реальних подіях, буде ще сильнішим, якщо міститиме якомога більше реальних фактів (як-от, у книгах нещодавньої нобелівської лауреатки Світлани Алексієвич).

Тут, як справедливо зазначила Н. Колошук, – «непочатий край досліджень». І він дійсно має «розпочатися із окреслення» жанрових (як найбільш стійких у поетиці) ознак [3]. Але, знову ж таки, викликає дискусії думка її опонентки Л. Шутяк про те, що «стандарту опису» варто переносити із літературознавства у систему соціальних комунікацій [11, с. 2], бо це робити не лише не потрібно, а й заборонено – етично та юридично. Це все одно, що легалізувати фейкотворчість. Журналістика та белетристика – не контактують на теоретичному й практичному рівнях, бо перша продукує факт (об'єктивну реальність), друга – образність (суб'єктивну реальність).

Реалії й традиції зарубіжної та української культур та комунікацій теж абсолютно різні, хоч журналістикознавці впевнено виводять їх із: а) «англійського реалістичного роману XIX століття» (чому британського, а не російського (Достоевський, Толстой), французького (Бальзак, Золя) чи навіть – українського (Франко, Нечуй Левицький, Мирний тощо) – не зрозуміло); б) «класичної журналістики провідних американських медіа післявоєнного часу, «жовтої преси» Дж. Пулітцера й В. Херста (це допустимо, якщо врахувати ефект «забороненого плоду», але іде в розріз із реальністю, в якій вже є табірні та дисидентська прози, спогади очевидців історичних катаклізмів, різноманітні фіксування-реінтерпретації тощо; у такій ситуації навряд чи взагалі хтось здатен цікавитися Пулітцером та Херстом); в) «діяльності творчого об'єднання ЛЕФ (Лівий фронт мистецтв), яке існувало в Москві, Одесі та інших містах колишнього СРСР на початку XX століття» (ось це – цілком можливо).

Однак, слід окремо зупинитися на «жанрових різноманітностях», бо саме тут, як ми уже зазначили, – квінтесенція усіх недоречностей, серед яких найгострішою слід вважати проблему розмивання меж журналістики й публіцистики/белетристики, котрі, як ми уже зазначили, виконують різні функції: журналістика констатує факти, пропонує експертизи та коментарі й свідчення у яких медійник виступає посередником, а публіцистика та белетристика презентують погляди, внутрішній світ та ерудицію письменника/журналіста. Журналістика оприлюднюється у формі двох блоків жанрів (інформаційних: замітка, звіт, інтерв'ю, репортаж; аналітичних: кореспонденція, стаття, огляд, коментар, рецензія, пресконференція, ток-шоу). Художня література на рівні прози – це епопея, міф, легенда, притча, казка, оповідання, новела, повість, роман. Художня публіцистика містить образність і факти, тому одночасно належить журналістиці та белетристиці. Її представляють замальовка, есе, нарис (який має безліч різновидів, включно із щоденниками, епістолярієм, мемуарами, автобіографією), фейлетон, памфлет.

Публіцистику можуть одночасно опрацьовувати журналістико- та літературознавці, але – не кожен своє, а комплексно (поетику та фактчекінг), інакше втрачається функціональна суть написаного. Аби здійснити глибоке наукове дослідження, науковець повинен володіти інструментарієм обох наук.

Найбільше в царині нефікційної творчості потерпає репортаж, який чомусь вирішили теж трансформувати в образний. І тенденція відразу проникла у навчальні програми, підручники, стала темою дисертаційних робіт, «з метою популяризації жанру, – як зазначила Л. Шутяк, – видавництво «Темпора» у 2012 році навіть організувало всеукраїнський конкурс художнього репортажу «Самовидець», за результатами якого опубліковано три збірки кращих текстів – «Veni, vidi, scripsi. Світ у масштабі українського репортажу» (2013), «Veni, vidi, scripsi: де, як і чому працюють українці» (2014), «Veni, vidi, scripsi: Історія наживо» (2015), а також художній репортаж тележурналіста О. Криштопи «Україна: масштаб 1:1» [11, с. 9].

Академічний тлумачний словник української мови трактує репортаж як «інформацію, повідомлення, розповідь про поточні події, що публікуються в періодичній пресі або транслюються по радіо і телебаченню» [9]. У словнику іншомовних слів тлумачення ідентичне, однак додатково вказано, що це «жанр публіцистики» [8].

Насправді репортаж – жанр інформаційної, а не аналітичної чи публіцистичної журналістики. Попри різнобій у потрактуваннях, спробуємо визначити його чіткі параметри, головню покладаючись на орієнтири Мітчела Стівенса, котрий, разом із колективом досвідчених журналістів, ретельно, як теоретик і практик, опрацював репортаж у процесі продукування оперативної інформації й написав найґрунтовніший на сьогодні підручник «Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет», який у 2008 році українською (у перекладі Наталії Єгоровець) оприлюднив ВД «Києво-Могилянська академія».

Кожен жанр журналістики – це передусім найоптимальніша «форма» для певних вкладань та оприлюднень фактів, думок, вражень. Інформаційні жанри (репортаж, замітка/новина, звіт та інтерв'ю) констатують факти, а отже – жодним чином не продукують суджень, припущень, прогнозів, емоцій та образності. «Лещатами», які тримають «кістяк» репортажу слід вважати наступні фактори:

- обов'язкову тріаду (експерти, свідки, потерпілі);
- присутність репортера, що визначається реальним часом події, яка миттєво транслюється в ефір;
- реальне «тло» (репортер, як правило, повертається спиною до того, що відбувається);
- конкретні запитання до кожного учасника тріади: експерти (науковці, високопосадовці, медики, пожежники, криміналісти та інші) дають точну інформацію про причини, кількість жертв, можливості розгортання трагедій, радять, як діяти в аналогічній ситуації; очевидці (випадкові свідки) відповідають на запитання «що вони бачили» у хронологічній послідовності; жертви (ті, на кого подія якось вплинула), зважаючи на фізіологічний стан організму, розповідають все, що вважають за потрібне, хоча найчастіше вони взагалі не хочуть й не можуть говорити – і це нормально, тоді їх просто показують повністю, або лиш допустимі етикою та законодавством частини тіла;
- окремими кадрами можуть демонструватися документи (офіційні папери, дописи із сайтів та соцмереж, цитати з мас-медіа тощо), оскільки потрібну інформацію зараз оперативно видають пошукові машини з Інтернету та персональних баз, а експерти рідко бувають миттєво присутні на місцях подій (в експертів, до речі, можна брати коментар телефонічно, але обов'язково у прямому ефірі);

– журналіст не повинен показувати власні емоції та демонструвати ставлення до подій (він з'являється у кадрі на початку з компактною преамбулою-поясненням, яка відповідає на запитання «що?», «де?», «коли?», і насамкінець, аби назватися й вказати, на який ЗМІ працює), репортер лиш технічно озвучує запитання до експертів, свідків, потерпілих й намагається «не тягти хронометраж»;

– репортаж має бути максимально компактним, бо це продукт, який подається поза програмою та чергою, відповідно – щось перекриває й виводить з ефіру (на телебаченні);

– вдалий репортаж може продаватися й виходити у різний час на платформах багатьох ЗМІ (особливо у структурі підбірки новин);

– якщо можливі різні погляди на подію – експертизи та свідчення у репортажі повинні збалансовуватися;

– у структурі репортажу обов'язково слід враховувати протилежні погляди, навіть якщо доводиться розмовляти з небезпечними та неприємними інформаторами;

– на відміну від замітки, яка просто «фіксує» подію, відповідаючи на запитання «що?», «де?», «коли?», репортаж на одне із запитань («що?») відповідає точніше, відразу принагідно враховуючи констатації з «трьох джерел» (так він наче подає подію у форматі 3D);

– репортер сам заповнює ефір, відповідаючи виключно на запитання «чому я тут» і «що я бачу», лиш в тому випадку, коли до події та до тріади немає доступу (це, як правило, трапляється виключно у ситуації глобальних катастроф з великою кількістю загиблих), але навіть за таких умов він має лишатися незворушним й не здійснювати експертизи, бо він виконує роль очевидця і при найменшій нагоді повинен вийти на цифровий зв'язок із найбільш обізнаними експертами.

А тепер спробуємо з'ясувати, чи відповідають окресленим параметрам так звані «художні» репортажі, серед ознак яких дослідники називають «домінування діалогів, що дозволяють краще розкрити характери людей, мотивацію їхніх вчинків; часте використання великої кількості розділових знаків – крапок, тире, багатьох знаків оклику, риторичних питань; фіксація мовлення героїв та його подача без редагування (сленг, звуконаслідування, діалектизми, просторікування) [11, с. 9]. На наш погляд, усі ці «маркери», включно з ефектом прямиї фірності, не роблять текст репортажем. Вони навіть не проєктують типовий нарис (оповідний художньо-публіцистичний твір,

у якому автор зображує дійсні факти, події, конкретних людей). Це швидше за все оповідання або новела (невеликий за обсягом прозовий художній твір, словесне повідомлення; розповідь). Однак, можливо, то лиш теоретичні неточності. Давайте проаналізуємо реальний «художній» нарис Надії Швадчак «Голоси Святогірська», поданий для опрацювання у навчальному посібнику Володимира Павліва «Репортаж: між фактами і емоціями» [6, с. 107].

За сюжетом матеріалу, журналістка зі Львова приїздить до Святогірська, міста на Донбасі, яке дивом оминули бойові дії. І там зустрічається з різними людьми та розмовляє про Україну, війну, вибори тощо. Вже на початку відчувається вміло завуальований суб'єктивний підхід, передусім – у підборі співрозмовників, котрі всі, як на замовлення, виявляються позитивно налаштованими патріотами України (хоч навіть з їх коментарів довідуємось, що таких у місті – меншість). Для репортажу подібне абсолютно не допустиме. Власне звідси й починаються фальсифікації. Далі в хід ідуть пропагандистські стратегії та художні засоби: «Українські прапори у Святогірську можна зустріти на адмінбудівлях, готелі та будинку Алли Валентинівни. «Мене часто питають, чи не боюсь я. Але чого я маю боятися у власній країні? Не вчора ж його повісила. Не сім днів, а сім років висить. Чого я буду перед якимись виродками знімати прапор?». – Щиро дивується жінка. Вона точно знає, що голосуватиме за «Свободу». На мажоритарному вибирає між Іриною Довгань, з якої знущалися в Донецьку, і шестиразовим параолімпійським чемпіоном Віктором Смірновим [6, с. 108]». Упродовж всієї розповіді стиль подачі матеріалу не змінюється: «Але навіть якщо Слов'янськ відвоюють, то ми тоді до Харківської області... Ми ніяким боком не повинні відійти ДНР. Ми за мир, ми любимо Україну і не хочемо війни, – повторює Вікторія як мантру, слабо і тихо [6, с. 113]».

Як бачимо, на репортаж цей текст геть не схожий. Коли було б більше фактів – можна було б вважати цей матеріал прекрасним нарисом, у якому присутні актуальна тема, яскраво виражена позиція автора, сюжет, образні засоби тощо. Однак фактів явно замало. Тому це оповідання, жанр художньої літератури, а не публіцистики чи журналістики.

Висновки і пропозиції. Отже, нефікційна творчість в Україні, начебто, опрацьовується, однак вчені ведуть відособлені та, як вислід, – односторонні (переважно літературознавчі)

дослідження, які до журналістики мають вкрай опосередковане відношення. У результаті нон-фікшн не лише не виконує належних функцій, а й втрачає органічний сенс і створює безліч про-

блем у царинах журналістики, етики, юриспруденції тощо. Аби уникнути подальших проблем, вченим слід об'єднати зусилля та звернутися до першоджерел.

Список літератури:

1. Келлі Марта Холл. Бузкові дівчата : роман / пер. В. Горбатько. Київ : Нора-Друк, 2017. 544 с.
2. Колошук Н. Г. Табірна проза в парадигмі постмодерну : монографія. Луцьк : РВВ «Вежа», 2006. 500 с.
3. Колошук Н.Г. Табірна проза як літературний феномен ХХ століття (на матеріалі української, російської, білоруської та польської літератур) : автореферат. URL: <http://referatu.net.ua/referats/7569/171184>
4. Косюк Оксана. Теорія масової комунікації : навч. посіб. Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. 384 с.
5. Минулих років відгомін : роздуми про пережите / Х. П. Сеґейда. Луцьк : Надстир'я, 2007. 48 с.
6. Павлів Володимир. Репортаж: між фактами і емоціями : практичний посібник для журналістів. Львів : Видавництво Українського католицького університету, 2015. 120 с.
7. Рарицький О.А. Художньо-документальна проза українських шістдесятників: жанрова специфіка і поетика : автореф. дис. ... док. філол. наук : 10.01.01. Київ, 2017. 39 с.
8. Словник іншомовних слів. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%F0%E5%EF%EE%F0%F2%E0%E6>
9. Словник української мови: академічний тлумачний словник (1970–1980). URL: <http://sum.in.ua/s/reportazh>
10. Стівенс Мітчел. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / пер. з англ. Н. Єгоровець. – Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 407 с.
11. Шутяк Л.М. «Новий журналізм» у медійному дискурсі України: генеза та жанрово-стилістичні ознаки : автореф. дис. ... канд. наук із соц. ком. : 27.00.04. Дніпропетровськ, 2015. 20 с.

Kosiuk O. M. SPECIAL ASPECTS IN RESEARCH OF NON-FICTION IN MODERN INFO SPACE

The article deals with non-fiction as a combined product of belles lettres and journalism which theoretically requires completely different approaches depending on genre expression and relationship between fiction and fact. The author studied the latest academic papers in the field of literature and journalism studies and entered into controversy with leading scholars. In the process of discussion it was found that scholars in the fields of journalism and literature often study the same things such as diaries, collection of letters, memoirs, social and political essays, autobiographies, eyewitness accounts etc., however, they become enmeshed in the system of genres, possibilities and appropriateness of use of research tools. As a result, the material of scientific studies is realias of different categories and types: essayistic and publicistic writing, op-ed columns and feature articles etc. Literature and journalism scholars also use different databases and scientific basis and it involves one-sidedness and extremely narrow specialization of scientific inquiries. Such approaches in the structure of the multicultural polyvariant marginal era of postmodernity are out of date and need revision and rigorous updates.

In the field of journalism the situation is even more problematic: the «literature of fact» category embraces not publicistic but actually journalistic genres (for example, news coverage) that are factual by their nature and do not allow subjectivism and fiction, so they can be neither work of fiction nor publicistic writing. Nevertheless, the concept of «imaginative reporting» penetrates into journalistic practice, appears in the titles of academic disciplines and textbooks, and becomes the subject of «serious» research. All of these things erode the foundation of the theory of mass communication, stimulate uncontrolled fake creating, discredit modern journalism. In order to avoid confusion and substitution of concepts, we consider reporting in more detail as a genre of news reporting and demonstrate why it cannot be imaginative and fictional. We also suggest the right name for production that is equivalent to so-called imaginative reporting. The basic idea of the article is, on one hand, a need to separate the scope of powers between journalism and literature studies and, on the other hand, to join their possibilities to investigate complex phenomena in the fiction and journalistic cluster of genres. We have outlined many current issues for the first time and are looking forward to further discussions.

Key words: fiction, journalism, fact, fake, image, non-fiction, reportage, essay, documentary, fantasy.

Плукчи Л. В.

Національний університет «Одеська юридична академія»

РОЛЬ РЕКЛАМИ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ МІСТА

У статті проаналізовано комунікаційний інструментарій формування туристичного іміджу міста. Зокрема, увагу зосереджено на тому, що сучасні Інтернет-технології створюють нові умови для поширення інформаційних повідомлень (текстових та аудіовізуальних) для просування позитивного іміджу міста. Зазначається, що імідж міста складається з низки елементів (географічних, історичних, культурних та ін.), які утворюють загальний образ міста у свідомості аудиторії, викликають певні асоціації. Авторка досліджує рекламні кампанії українських міст, які були проведені для просування позитивного туристичного іміджу на внутрішньому та зовнішньому туристичних ринках, особливо під час пандемії COVID-19. Зазначається, що органи місцевого самоврядування використовують рекламу для просування туристичного іміджу та залучення інвестицій. Постулюється ідея про семантичне насичення реклами певними унікальними образами міста (кліматичні особливості, архітектурні споруди, відомі постаті, реакційні комплекси, ресторани, і т. д.). Ці образи відтворюються у символах та є маркерами іміджу міста, роблять його впізнаваним у масовій свідомості різних сегментів аудиторії. У результаті засвідчено, що реклама повинна відповідати загальній концепції унікальності міста як туристичного центру. Акцентується увага на тому, що інструментом просування позитивного туристичного іміджу міста є подієва комунікація. Установлено, що на ефективність реклами також впливають канали її поширення. Авторка наголошує, що в сучасних умовах потенційна туристична аудиторія отримує інформацію та заощаджує на туристичних услугах в просторі Інтернету. У результаті засвідчено, що поширення реклами на Інтернет-платформах є ефективним для просування позитивного туристичного іміджу міста. Рекомендується використовувати комплекс сучасних тенденцій у рекламі (не зосереджуватися на одному каналі поширення інформації, комбінуючи традиційні путівники, листівки, вуличну рекламу та використовуючи новітні інтеграційні технології, створюючи спеціалізовані портали, сайти, віртуальні тури).

Ключові слова: імідж міста, інтеграційні комунікації, подієвий туризм, реклама, маркери, імідж міста.

Постановка проблеми. В останні роки в науковому дискурсі актуалізувалися дослідження іміджу країни, регіону, міста. У межах міждисциплінарних досліджень обговорюються питання використання маркетингу територій та маркетингу міста для створення позитивного туристичного іміджу міста або регіону. Ці теоретичні доробки впроваджуються в бізнес-стратегіях.

Дослідження ролі реклами у формуванні туристичного іміджу міста здобуло нові перспективи у зв'язку з поширенням пандемії COVID-19 у світі. Традиційні інтеграційні комунікації у просуванні іміджу певного міста стикалися з низкою проблем: закриті кордони, вакцинація населення, створення комфортних та безпечних умов для відпочинку з дотриманням карантинних вимог. Міжнародні подорожі є обмеженими, саме тому туристична галузь зосереджується на внутрішньому ринку. Туристичний імідж міста як складова частина його загальному іміджу потребує

залучення нових технологій для його підтримки. Реклама є повідомленням, яке транслює символіку міста, його унікальні особливості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження реклами у формуванні привабливого туристичного іміджу міста здійснюється у межах брендингу територій, маркетингу територій, паблік рілейшнз, прикладних соціально-комунікаційних технологій. Це міждисциплінарне питання було висвітлено в роботах західних та вітчизняних науковців: А. О. Бондаренко В. В. Герасимчук, Є. Джанджугазової, О. В. Євтушенко, О. І. Карого, Ф. Котлера, О. В. Мороз, Ю. Г. Палафет, О. В. Скориніної, Т. Б. Хомуленко. Серед сучасних українських учених, які займаються дослідженням питань ефективності реклами у формуванні туристичного іміджу, необхідно відзначити І. Л. Білюк, О. В. Мадієвську, Л. В. Оболенцеву. Емпіричною базою дослідження є рекламні кампанії, реклама українських міст, в якій вони позиціонуються як туристичні центри.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз сучасних тенденцій у рекламі, які використовуються для формування туристичного іміджу міста. Існуючі наукові підходи зосереджуються навколо розгляду питань маркетингових технологій просування іміджу території, бренду міста, розроблення технологій залучення інвесторів та туристів. У цьому разі реклама виступає частиною комплексної стратегії просування міста як туристичного бренду. У цих дослідженнях не акцентується увага на семантиці рекламних повідомлень, які є маркерами іміджу міста, а комунікаційні технології Інтернету розглядаються як простір упровадження стратегії. Існує тонка межа між віртуальним світом, насиченим якісною рекламною продукцією, та дійсною нестабільною економічною ситуацією. Саме тому пропонується розглядати рекламу як повідомлення, спрямоване на різні аудиторії.

Виклад основного матеріалу. В умовах розвитку інформаційного суспільства для вдалої презентації міста необхідне формування його іміджу. Фахівці зазначають, що більшість міст України має слабкий імідж, що зумовлено передусім відсутністю інформаційних кампаній, які висвітлюють унікальні особливості та переваги міста за різними соціально-демографічними характеристиками.

Сучасні дослідники на основі аналізу кейсів виокремлюють низку чинників, які впливають на формування образу міста [14, с. 31–33]:

- репрезентація образу міста втілює його сприйняття, асоціації які виникають у свідомість людини;
- образ міста може формуватися в аудиторії неусвідомо;
- культурна спадщина та історія є головними маркерами формування образу міста;
- навколишнє середовище, клімат та географічні умови;
- соціальна якість, комфортність відвідування території, послуги;
- економічний розвиток регіону, рівень доходів населення;
- екологічний стан та розвиток;
- система управління територією;
- наявність доступної інформації про туристичні умови регіону (канали поширення інформації);
- наявність інформації з роз'ясненням міської символіки.

У науковій літературі поряд із поняттям «імідж міста» також використовують поняття «бренд міста». Територіальний брендинг є перспектив-

ним напрямом досліджень, який використовує інтегровані маркетингові комунікації, зусилля паблік рілійшнз, методи стратегічного планування. Стратегія брендингу міста складається з таких основних етапів: аналіз ситуації та формування цілей; розроблення концепції бренду; стратегічне планування впровадження концепції та просування бренду; реалізація плану; оцінка ефективності [5, с. 223].

Імідж міста є складним та семантично насиченим поняттям, яке ґрунтується на історичних, культурно-релігійних традиціях даного регіону, його географічних особливостях. Цей імідж складається з інших іміджів (міжнародного, туристичного, культурного та ін.), кожен з яких виконує певні функції та відтворює загальний образ міста.

Систему іміджу можливо розподілити на дві підсистеми, які діють у масовій свідомості: стихійний образ у масовій свідомості та штучний образ [13, с. 53]. Імідж міста складається з візуальних, вербальних, емоційних характеристик, які притаманні цій території та викликають певні спогади, асоціації в аудиторії. Сукупність цих особливостей є «територіальною індивідуальністю», яка розподіляється на «офіційні» характеристики території (країни, регіону, міста і т. д.) та особливості міста [3, с. 35]. Міська символіка є маркером іміджу міста. Це офіційні символи міста (гімн, герб, прапор), офіційні символи територіальних одиниць міста: назва міста, архітектурно-меморіальні символи.

Важливі структурні елементи реклами міст відзначає І. Л. Білюк: «Вибудовування асоціацій із привабливим для адресата реклами символом часто здійснюється за допомогою поєднання вербального наповнення рекламного тексту з відповідним ілюстративним супроводом без допомоги будь-якого топографічного засобу» [1, с. 150].

У багатьох наукових працях зазначається, що необхідно визначити унікальні особливості міста, які позитивно відрізняють його від інших місць. Ця унікальність репрезентується у маркерах: аудіовізуальних образах, історії та культурній спадщині, які потребують аналізу для побудови іміджу міста.

Таким чином, для розуміння ролі реклами у формуванні іміджу міста необхідно визначити семантику, якою вона насичена. Фахівцям під час створення реклами необхідно визначити маркери, які викликають в аудиторії певні асоціації. Це завдання виконує брендинг території, виокремлюючи унікальні територіальні властивості міста для його подальшого соціально-економічного розвитку.

У сучасній науці також уживається поняття «туристичний образ міста (регіону, території)» – це незмінний географічний образ, привабливий для потенційних туристів та поширений рекламою у засобах масової інформації [8, с. 204–207]. Процес створення туристичного образу міста складається з двох етапів: суб'єктивного формування індивідом власного сприйняття образу міста на основі інформацій, отриманої внаслідок міжособистісної комунікації, ЗМІ, інших джерел; «особистісного, об'єктивного туристичного образу міста», коли суб'єктивні уявлення про місто підтверджуються або спростовуються власним досвідом його відвідування.

Формування та просування іміджу міста залежать від діяльності органів місцевого самоврядування, які відповідають за розроблення стратегії просування його туристичного потенціалу, залучення інвестицій та отримання прибутку [3].

Розмірковуючи про імідж міста, неможливо залишити поза увагою концепцію бренду міста Нью-Йорк, утілений в слогані I love New York. Необхідно зазначити, що цей слоган репрезентується вербально та візуально на численній сувенірній продукції, у творах масової культури, публікаціях ЗМІ. Він виступає маркером розпізнавання міста.

Ефективність упровадження цієї концепції була зумовлена спрямованістю на внутрішню та зовнішню аудиторію, а також інтеграцією в роботу комітету NYC&Company сфери бізнесу, інвестицій, культури, туризму та інших фахівців. Цей логотип, створений Мілтоном Глейзером у 1976 р., неодноразово змінювався та вдосконалювався представниками різних рекламних агентств, які за допомогою цієї аббревіатури та нових технічних можливостей графічного дизайну транслювали маркери іміджу міста різним цільовим аудиторіям залежно від їхніх уподобань. Також необхідно зазначити, що інші міста та країни на підґрунті цієї концепції розробляють власні рекламні кампанії. Аббревіатура міста була змінена під час подій 11 вересня 2001 р. додаванням чорного кольору у червоне серце та нових слів I love NY more than ever.

Розроблення логотипа міста включає врахування смислових сенсів, фотографічного зображення, шрифту та «максимум варіабельності та універсальності для гармонійної взаємодії з будь-яким середовищем» [6, с. 126].

Під час побудови позитивного іміджу міста або регіону ефективним є використання комплексного підходу та створення концепції, яка репрезенту-

ється внутрішніми та зовнішніми комунікаціями, транслюючи унікальність міста, руйнуючи стереотипи в масовій свідомості. Це стратегія з чітко розробленим планом дії та бюджетом, зазначенням джерел фінансування.

Для вдалого просування іміджу міста використовується комплекс інтеграційних комунікаційних технологій. Особливо це стало актуальним під час пандемії COVID-19, коли країни світу надавали переваги розвитку внутрішнього, а не міжнародного туризму.

Створення привабливого образу міста у масовій свідомості необхідне для інвестицій та розвитку туристичного потенціалу як комфортного місця для відпочинку. Імідж міста керується технологіями паблік рілейшнз та маркетинговими комунікаціями. Одними з найбільш ефективних інструментів його формування є прямиї маркетинг, реклама, product placement, подієва комунікація [7, с. 113]. Головні структурні елементи іміджу міста транслюються у ЗМІ, рекламі, кіно, серіалах, сувенірній продукції, аудіовізуальних повідомленнях користувачів (як мешканців міста, так і тих, хто приїхав на відпочинок) соціальних медіа. Необхідно зазначити, що на імідж міста впливають і особисті публікації користувачів соціальних мереж, які діляться своїми враженнями від подорожі, викладають особисті фотографії з пейзажами та локаціями міста, вказуючи геолокацію. Наприклад, у соціальних мережах є хештеги не лише із зазначенням назви міст, локацій (готелі, розважальні та культурні заклади), а й туристичних пам'яток: #майданнезалежності, #мандриукраїною, #київзараз, #київсьогодні, #вулицямикиєва, #вулицямиміста та ін. Цей інформаційний потік також позитивно впливає на формування туристичного іміджу міста.

У рекламній продукції подієвого туризму транслюються маркери іміджу міста. Наприклад, Гуморина є святом сміху, її щорічне проведення в Одесі дає змогу позиціонувати місто як столицю гумору, такими ж рисами наділені мешканці міста. У Києві відбувається низка музичних фестивалів (Atlas Weekend, Upark), благодійний блошиний ринок «Кураж Базар», міжнародний кінофестиваль «Молодість», спортивні змагання та ін. Організація цих івентів включає інформаційну підтримку, рекламу заходу, що позитивно впливає на імідж міста. Проведення міжнародних заходів в Україні є рекламою туристичних можливостей країни.

Також необхідно пам'ятати, що проведення одного заходу недостатньо для просування іміджу міста. Наприклад, проведення спортивних

змагань, фестивалів, конкурсів не є критерієм забезпечення просування позитивного іміджу. Це постійна робота з аудиторією, використання нових технологій.

Прихована реклама або згадування у формі візуалізації маркерів унікальності іміджу міста спостерігаються у масовій культурі. Так, на одному з телеканалів було продемонстровано серіал «Догори дригом» [2], в якому у гумористичній формі розповідається про життєві ситуації мешканців Одеси та Львова у цих містах. Образ мешканців міста, сукупність їхніх властивостей (гостинність, доброзичливість, специфічні риси, вміння) також є маркерами побудови іміджу міста. Також необхідно зазначити, що образ міста різниться у сприйнятті мешканців міста та туристів. Саме тому розроблення стратегії формування туристичного іміджу міста повинна включати додаткові дослідження цих груп.

Традиційною рекламною продукцією є книги та путівники, листівки. В Україні діє кластер *Made in Ukraine*, діяльність якого спрямована на популяризацію продукції українських виробників, туристичних міст та івентів. На офіційному сайті кластера є рубрика «Туризм», в якій розміщено інформацію з виданих путівників про маловідомі цікаві місця в містах України, маршрути архітектурними пам'ятками, загадками та легендами, ресторанами [16]. Деякі путівники присвячені не маршрутам окремих регіонів, а національним паркам, озерам, заповідникам, замкам України.

Основні елементи, на яких будується імідж міста, повинні бути втілені у відеореklamі, яка може бути розміщена на телебаченні, радіо, у соціальних мережах, на Інтернет-платформах. Також у просуванні позитивного іміджу міста допомагають популярні зараз огляди та програми тревел-блогерів, які користуються авторитетом у певної аудиторії.

У межах даного дослідження було проаналізовано інформаційні сайти, рекламу міст, які були розміщені органами місцевого самоврядування. На офіційному сайті Управління туризму та промоцій Київської міської державної адміністрації [4] рубрики розроблені відповідно до різних цільових аудиторій:

- «Я – історик» із зазначенням основних історичних подій та пам'яток в місті;
- «Я – тусовщик» для прихильників тематичних івентів;
- «Я – Споглядач» із зазначенням архітектурних пам'яток та місць, які заворожують своїми пейзажами;

- «Я – гурман» із рекомендаціями локацій, в яких готують традиційні українські страви;
- «Я – романтик» – локації з романтичними історіями, корисні для подорожі закоханих;
- «Я – містик» для тих, хто цікавиться таємницями та легендами;
- «Я – дослідник» із зазначенням музеїв міста;
- «Я – прагматик» – ділові та бізнес локації;
- «Я – екосвідомий» – екологічні ініціативи в місті.

Така сегментація аудиторії дає змогу просувати маркери іміджу міста, чітко визначити переваги та унікальність відпочинку в місті, що сприятиме залученню туристів.

Департамент культури та туризму м. Одеси розмістив проморолик «Одеса – місто, де на тебе завжди чекають!» [9]. Відео починається з кадрів моря з дельфінами, що плавають у ньому. Романтична історія знайомства хлопця та дівчини, які приїхали в Одесу, триває приблизно дев'ять хвилин, на кадрах відео постійно з'являються пейзажі, архітектурні споруди, готелі, музеї, пам'ятки міста. Також департамент культури та туризму м. Одеси організував рекламну кампанію «Ти де? А я в Одесі!». Ця соціальна реклама була розміщена в містах України та була втілена на бігбордах, сітілайтах, зупинках. Відомі одесити були зображені на фоні пам'яток міста, роблячи селфі [10].

Інформаційні та рекламні повідомлення, розміщені органами місцевого самоврядування, також поширюються на тематичних і спеціалізованих сайтах та платформах, які розміщують інформацію для створення позитивного туристичного іміджу. Наприклад, серія коротких відеороликів «Харківщина: туристичні відкриття» [12] або «Харківщина туристична» [11], які розміщені на низці Інтернет-ресурсів.

Необхідно зазначити, що в сучасних умовах розвитку туристичної галузі споживачі, готуючись до майбутніх подорожей, більшість інформації знаходять та перевіряють в Інтернеті. Вони бронюють та купують квитки на літаки, місця в готелях та апартаментах, екскурсійні квитки, що дає змогу заощаджувати. Саме тому створення туристичних порталів значно впливає на зацікавленість туристів. Наприклад, туристичний портал *discover.ua* [15] дає змогу користувачам здійснити віртуальний тур, розробити власний маршрут, для втілення в реальному житті, вибрати гіда.

Висновки і пропозиції. Реклама у формуванні туристичного іміджу міста повинна бути складником загальної концепції формування привабливого іміджу міста для туристів та інвесторів.

Семантика цієї рекламної інформації містить основні історичні, культурні, рекреаційні символи міста, елементи, які мають чітку асоціацію в масовій свідомості, є маркерами іміджу міста. Це дає змогу зробити імідж упізнаваним, зазначити позиціонування порівняно з іншими містами.

Аналіз реклами українських міст як туристичних центрів дає змогу зазначити, що головними тенденціями у сучасній рекламі є орієнтація на внутрішнього туриста (зумовлено пандемією COVID-19), що впливає на семантику повідомлення. Фахівці не зосереджуються на одному каналі поширення інформації, комбінуючи тра-

диційні путівники, листівки, вуличну рекламу та використовуючи новітні інтеграційні технології, створюючи спеціалізовані портали, сайти, віртуальні тури.

Ефективність реклами в просуванні позитивного іміджу туристичного міста залежить також від активності органів місцевого самоврядування, їхньої роботи з фахівцями, власниками готелів, розважальних закладів для залучення інвестицій та виходу на міжнародний ринок. Комплекс дій повинен бути довгостроковим та поширюватися різними каналами комунікації для вдалого залучення аудиторій різної сегментації.

Список літератури:

1. Білюк І. Л. Реклама міст у сучасному комунікативному просторі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія» Серія «Філологічна»*. 2014. Вип. 48. С. 150–155.
2. Догори дригом. Анонс. Офіційний сайт. URL: <https://1plus1.ua/dogori-drigom> (дата звернення: 01.07.2021).
3. Карий О. І. Імідж міста як фактор його розвитку. *Економіка та держава*. 2010. № 10. С. 35–37.
4. Київ : офіційний туристичний сайт міста. URL: <https://kyivcitytravel.com.ua/pro-nas/> (дата звернення: 01.07.2021).
5. Любчук В. В. Брендинг міста як чинник формування його іміджу. *Місто. Культура. Цивілізація: виклики сучасності* : матеріали міжнар. наук.-теорет. Інтернет-конф., м. Харків, квітень 2021 р. Харків, 2021, С. 222–225.
6. Мадієвська О. В. Місто з великої літери. *Вісник КНУТД*. 2012. № 3. С. 124–129.
7. Мороз О. В., Герасимчук В. В., Бондаренко А. О. Комунікаційний інструментарій у формуванні бренду міста. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. № 3(26). С. 108–113.
8. Оболенцева Л. В. Маркетинг території: проблеми формування туристичного іміджу міста. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»*, м. Черкаси, 16–18 березня 2011 р. Черкаси : Чабаненко Ю. А., 2011. С. 204–207.
9. Одеса – місто, де на тебе завжди чекають. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LccaCYrq4Sg> (дата звернення: 01.07.2021).
10. Одесская мэрия разместила рекламу Одессы в городах Украины. *Культурометр*. URL: <https://culturemeter.od.ua/odesskaja-mjerija-razmestila-reklamu-odessy-v-gorodah-ukrainy-99579/> (дата звернення: 01.07.2021).
11. Харківщина туристична. URL: https://www.youtube.com/channel/UC_EH2xa3q5DSMwVoUfIaKvw/videos (дата звернення: 01.07.2021).
12. Харківщина: туристичні відкриття. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=gdUB8WbXSZA> (дата звернення: 01.07.2021).
13. Хомуленко Т. Б., Палафет Ю. Г., Скориніна О. В. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2005. 272 с.
14. Černiková M., Karazijienė Ž. City brand image formation by urban heritage initiatives. *Management : Journal of Contemporary Management Issues*. 2020. Vol. 25. P. 29–42. URL: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=354835 (дата звернення: 01.07.2021).
15. Discover.ua : туристичний портал. URL: <https://discover.ua/about> (дата звернення: 01.07.2021).
16. Made in Ukraine Офіційний сайт. URL: <http://madeinukraine.org/about> (дата звернення: 01.07.2021).

Plukchi L. V. THE ROLE OF ADVERTISING IN THE FORMATION OF THE TOURIST IMAGE OF THE CITY

The article analyzes the communication tools for the formation of the tourist image of the city. In particular, attention is focused on the fact that modern Internet technologies create new conditions for the dissemination of information messages (text and audiovisual) to promote a positive image of the city. It is noted that the image of the city consists of a number of elements (geographical, historical, cultural, etc.), which form the general image of the city in the minds of the audience, evoke certain associations. The author examines

the advertising campaigns of Ukrainian cities, which were conducted to promote a positive tourism image in the domestic and foreign tourism market, especially during the COVID-19 pandemic. It is noted that local governments use advertising to promote the tourist image and attract investment. The idea of the semantic saturation of advertising with certain unique images of the city (climatic features, architectural structures, famous figures, reactionary complexes, restaurants, etc.) is postulated. These images are reproduced in symbols and are markers of the city's image, making it recognizable in the mass consciousness of various segments of the audience. As a result, it is proved that advertising should correspond to the general concept of the uniqueness of the city as a tourist center. Emphasis is placed on the fact that event communication is a tool for promoting a positive tourist image of the city. It has been established that the effectiveness of advertising is also influenced by its distribution channels. The author emphasizes that in modern conditions, the potential tourist audience receives information and saves on tourist services in the Internet. As a result, it is proved that the distribution of advertising on Internet platforms is effective for promoting a positive tourist image of the city. It is recommended to use a set of modern trends in advertising (do not focus on one channel of information dissemination, combining traditional guides, leaflets, street advertising and using the latest integration technologies, creating specialized portals, websites, virtual tours).

Key words: *city image, integration communications, event tourism, advertising, city image markers.*

Синчак Б. А.

Київський університет культури

СВОБОДА СЛОВА ТА ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ В КОНТЕКСТІ БЛОКУВАННЯ «ТЕЛЕКАНАЛІВ МЕДВЕДЧУКА»

У статті порівнюються аргументи про прийнятність чи неприйнятність нововведеного рішення РНБО щодо припинення ефірного мовлення українських телеканалів «112 Україна», «NewsOne» та «Zik». Питання розглядається з точки зору чинного законодавства та відповідності журналістським свободам і стандартам. Особлива увага звертається на журналістську етику, яка, на думку автора, заслуговує особливої уваги при розгляді цієї ситуації. Питання обмеження свободи слова у журналістській діяльності є гостросоціальним у цифровому столітті. Розгляд суперечностей під час виникнення резонансної ситуації із блокуванням телеканалів «112 Україна», «NewsOne» та «Zik» здійснюється крізь призму правових аспектів, що забезпечують та обмежують журналістську діяльність на законодавчому рівні. До переліку положень, що аналізуються під час дослідження питання, насамперед входять пункти Загальної декларації прав людини та Конституції України в контексті свободи слова. Крім того, правовий аспект діяльності телеканалів аналізується з порівнянням відповідності діяльності мовників чинному законодавству, зокрема профільному Закону України «Про телебачення і радіомовлення». Особлива увага звертається на положення, що визначають зловживання свободою діяльності та пункти Закону, що стосуються пролонгування ліцензії. На противагу зазначеним законодавчим критеріям висуваються елементи звіту Тимчасової слідчої комісії 2020 року про дотримання професійних норм після зміни власника телеканалів. Можливості впливу на ситуацію Ради національної безпеки та оборони України розглядаються крізь призму функцій, що зазначені у Законі України «Про національну безпеку». Етичний компонент питання заблокування діяльності телеканалів аналізується через узагальнену сукупність професійних стандартів, що закріплені у вітчизняних та зарубіжних кодексах журналістської етики.

Ключові слова: свобода слова, журналістські стандарти, журналістська етика, блокування «телеканалів Медведчука», українська медіавласність.

Постановка проблеми. Тематика обмеження свободи слова та впливу на вільну журналістську діяльність завжди буде актуальною для країн, чий конституційний лад у своїй основі носить демократичні принципи. В умовах сучасного постіндустріального суспільства зі стрибком у технологізації, новою реальністю з можливостями миттєвого поширення інформації будь-ким, хто має доступ до мережі Інтернет, відбулася революція у реалізації конституційного права на свободу слова та думки. Раніше аспект діяльності цього права мав більш локалізований характер, нині ж з набуттям ознак його масовості доцільним є актуальний перегляд становища питань, пов'язаних із роботою професійних поширювачів інформації. Розмаїття підходів до продукування інформації у мас-медіа зумовило появу різних стандартів, що відображаються у діяльності сучасних медіа. Законодавчо базові професійні стандарти для всіх однакові, але зі зміною форматів та платформ

виникають нові способи інтерпретацій вимог до професійної журналістської діяльності. Моніторинг контенту обов'язковою умовою передбачає його вдалу реалізацію. У цьому аспекті йдеться не про донесення інформації до споживача, а про закріплення необхідних наративів у суспільній свідомості. Під певним кутом мас-медіа завжди розглядалися як інструмент впливу для можновладців, тож українські реалії медіавласності поділяються на своєрідні сектори, де, окрім всього іншого, за редакційною політикою під різними акцентами систематично обстоюється та чи інша позиція. Однак коли висвітлювана позиція загрожує національній безпеці, перед дослідниками правового поля діяльності ЗМІ постають нові дилеми. У контексті цього розгляд питання та суперечностей «нововведеного рішення Ради національної безпеки та оборони (далі РНБО)» [1] про припинення ефірного мовлення телеканалів «112 Україна», NewsOne та Zik займає особливе

місце серед актуальних тем сьогодення завдяки своїй безпрецедентності, адже в Україні за останні два десятиліття подібних ситуацій не виникало.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питання свободи слова в Україні доцільно розділити на дві категорії: на тих, що досліджували його правовий юридичний аспект, та на тих, що пов'язували свої дослідження із роботою мас-медіа. Серед науковців, чії роботи підпадають під першу категорію, фігурують праці: Кушніренко О. Г., Павликівський В. І., Корнієнко М. В., Настечко К. О., Приступенко Т. О. та ін. Для цього блоку характерне позиціонування питань свободи слова у контексті конституційного ладу, забезпечення прав та свобод громадян, балансу між сучасними реаліями та чинним законодавством. У своїх дослідженнях автори переважно підкреслюють винятковість свободи слова для демократії та підіймають питання зв'язку органів державного управління із громадськістю у контексті реалізації цього права. Питання зв'язку свободи слова з мас-медіа досліджували: Приступенко Т. О., Бондар Ю. В., Погоріла Л. П., Бондар Ю. В., Головка І. В., Хименко К. О., та ін. У роботах цих авторів увага переважно акцентується на взаємо-зв'язку поняття свободи слова з роботою ЗМІ. У цьому аспекті у них виникають питання до проблематики функцій донесення правди до суспільства та їх важливості для актуальних реалій. Мета дослідження – порівняти аргументи про прийнятність чи неприйнятність рішення РНБО щодо припинення прямоефірного мовлення телеканалів «112 Україна», «NewsOne» та «Zik» на підставі Міжнародного права, Конституції України та стандартів журналістської діяльності.

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи питання свободи слова, зокрема для ЗМІ, перш за все потрібно звернутися до базових докумен-

тів, що її гарантують. Свобода слова в Україні забезпечується Міжнародним правом та Конституцією. Свобода, обов'язки, та шляхи припинення діяльності телеканалу – Законом України «Про телебачення і радіомовлення» та Законом України «Про національну безпеку». Перші два документи регламентують вимоги, критерії, та права, що гарантуються людині за визначених конституційних умов. У таблиці 1 проілюстровані гарантії для фізичних осіб з обох означених джерел щодо забезпечення свободи слова.

У контексті заявленої проблематики, а саме зв'язку свободи слова з журналістською діяльністю, *Загальна декларація прав людини* наполягає на засадах забезпечення «свободи думки», «свободи переконань і на вільне їх виявлення», «свободу шукати, одержувати і поширювати інформацію та ідеї будь-якими засобами» [2]. У таблиці 1 виділені саме ті тези, що контекстуально граничать із журналістською діяльністю. Розглядаючи основоположні права та свободи людини, можна краще зрозуміти спектр дій журналістів, адже при демократичному суспільному устрої вони працюють для блага суспільства, виходячи зі сприяння забезпеченню перелічених прав. У цьому ж аспекті *Конституція України* (далі КУ) у розділі «Права, свободи та обов'язки людини і громадянина» гарантує суспільним індивідам «свободу думки і слова, вільне вираження своїх поглядів і переконань», «свободу світогляду та захист інтелектуальної власності», разом із тим ці права «не можуть бути обмежені, крім випадків, передбачених КУ», усе вище зазначене «не повинно суперечити цілям і принципам ООН» [3]. Тут ми спостерігаємо близький зв'язок прав та свобод з безпосередньою діяльністю журналіста. Фактично зазначеними положеннями і забезпечується право журналіста здійснювати

Таблиця 1

Положення Загальної декларації прав людини та Конституції України у контексті свободи слова [2; 3]

Загальна декларація прав людини
- «право на свободу думки, совісті »;
- «право на свободу переконань і на вільне їх виявлення ; це право включає свободу безперешкодно дотримуватися своїх переконань та свободу шукати, одержувати і поширювати інформацію та ідеї будь-якими засобами і незалежно від державних кордонів» [2]
Конституція України
- « свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань »;
- « свободу світогляду і віросповідання »;
- «свобода літературної, художньої, наукової і технічної творчості, захист інтелектуальної власності »;
- «конституційні права і свободи людини і громадянина не можуть бути обмежені, крім випадків, передбачених Конституцією України ».
- «здійснення цих прав і свобод ні в якому разі не повинно суперечити цілям і принципам Організації Об'єднаних Націй » [3]

вільну професійну діяльність, працюючи в ім'я суспільного блага. Положення цих двох документів передбачають гарантії свободи слова у законодавчих рамках країни. Якщо ж діяльність суб'єкта є протиправною та порушує рамки взаємодії серед інших людей, свобода слова може бути обмежена на користь чинного законодавства. За згаданих обставин у дію вступають положення профільних законів. Одним із ключових, що регламентує роботу ЗМІ, є Закон України про телебачення і радіомовлення. У таблиці 2 зображено тези, що стосуються правового аспекту діяльності телеканалу, зокрема положення, що торкаються умов та випадків його діяльності.

Закон України Про телебачення і радіомовлення передбачає ряд компонентів, що забезпечують однакові базові стандарти професійної діяльності. Як бачимо, серед них існують визначені процедури щодо медіа, яке не дотримується вимог законодавства. Таким чином, «ліцензію телеканалу може бути анульовано в судовому порядку за поданням Національної ради». Це перший елемент, що привертає нашу увагу в контексті рішення РНБО щодо припинення прямоэфірного мовлення телеканалів «112 Україна», «NewsOne» та «Zik». Однак судячи з усього, саме подання не вирішує проблему, адже його вплив дійсний лише після обвинувального рішення суду. Окрім «виявлення порушення», процедура передбачає, що за умови недотримання «вимог законодавства уповноважений орган вживає до порушника санкції» [4]. Таким органом може бути призначена судом інституція (у т.ч. й РНБО). Важливим елементом Закону є положення, що стосуються зловживання свободою діяльності. Саме про неї чомусь говорять в останню чергу згадуючи про свободу слова. Проте в епоху діджиталізації ЗМІ та помилкової ідентифікації будь-якої інформаційної діяльності,

що нагадує журналістику саме такою, елемент зловживання свободою слова часто може бути визначальним компонентом для визначення відповідності критеріям професійної діяльності. У Законі чітко виокремлюється підпункт, що позиціонує протиправною інформаційну діяльність, яка вдається до «закликів розв'язування агресивної війни або її пропаганди та/або розпалювання національної, расової чи релігійної ворожнечі та ненависті». У сучасних вітчизняних реаліях ці теми є окремо дискусійними з огляду на ситуацію, що розгорнулася на сході України раніше ідентифіковану як зону АТО. Отже, з огляду на проаналізовані положення присутня правова дилема, корінь якої лежить в обґрунтуванні причин позбавлення ліцензії та припинення діяльності телеканалів. З одного боку, для анулювання ліцензії потрібне судове рішення. З іншого, існують варіації запровадження санкцій, які вочевидь і вступили у дію з рішенням президента. Від тлумачення юристами підстав для введення в дію Постанови залежить її статус протиправної або ж такої, що відповідає чинному законодавству.

Наступним етапом дослідження є проблематика того, яку діяльність слід вважати журналістською, а яка, незважаючи на супровідні ознаки, їй не відповідає. У цьому аспекті ключовим є відповідність критеріям до здійснення професійної діяльності. Якщо вони не співпадають із загальноновстановленими, інформаційний продукт не повинен вважатися журналістським. Торкаючись теми відповідності продукції «телеканалів, що пов'язують Медведчуком» [5] журналістським стандартам, слід зауважити характер висунутих звинувачень. Адже в Постанові Верховної Ради [6] 2018 року якою й скористалося РНБО [7] йдеться про «поширення інформаційної пропаганди», водночас припинення діяльності медіа-

Таблиця 2

Правовий аспект діяльності ТК у Законі України Про телебачення і радіомовлення [4]

Про правовий аспект діяльності
- «ліцензію провайдера програмної послуги може бути анульовано в судовому порядку за поданням Національної ради у зв'язку з систематичними порушеннями ним вимог цього Закону, законодавства України про захист суспільної моралі, законодавства України про авторські та суміжні права»;
- «у разі виявлення порушення телерадіоорганізацією або провайдером програмної послуги вимог законодавства уповноважений орган вживає до порушника санкції або надсилає до Національної ради подання відповідно до вимог закону» [4].
Про зловживання свободою діяльності
- «не допускається використання телерадіоорганізацій для: а) закликів до насильницької зміни конституційного ладу України; б) закликів до розв'язування агресивної війни або її пропаганди та/або розпалювання національної, расової чи релігійної ворожнечі та ненависті» [4].

холдингів зумовлюється «забезпеченням конституційних прав і свобод» з акцентом на «збирання, зберігання, використання та поширення інформації, захищеності людини, суспільства і держави від руйнівних інформаційно-психологічних впливів, захисту українського суспільства». Тобто не скасовуючи наявних конституційних свобод, а обороняючи їх «від агресивного впливу деструктивної пропаганди, протидії пропаганді війни». Окрім того, Постановою чітко визначається характер протиправної діяльності телеканалів, а саме «дискурсивних практик російської імперсько-шовіністичної пропаганди», де не на фрагментних засадах, а «на постійній основі фіксуються прояви пропаганди і поширення ідеології тероризму» [6]. Наведені тези явно не характеризують означену діяльність телеканалів як журналістську. Інформаційний контент, що носить таке цільове призначення, є нічим іншим, як пропагандою. Та сама «четверта колона», що активізує свою діяльність до настання силової загрози, працює за таким принципом. У всякому випадку саме так мусить виглядати діяльність телеканалів, що підпадає під опис Постанови. Якщо вона не підлягає під журналістські стандарти, логічним було б позбавлення ліцензії та перекваліфікування діяльності телеканалів.

Стосовно означення поняття дотичності телеканалів до тероризму, внаслідок чого й були накладені санкції РНБО, слід пригадати історію п'ятирічної давнини, що передувала цій Постанові. А саме встановленню причетності «компаній з орбіти Тараса Козака» до «махінацій із контрабандистською торгівлею вугіллям з окупованих територій Донбасу» [8], що тоді дістала класифікацію «фінансування тероризму». Отже, блокуючи активи Козака без необхідності зазіхання на свободу слова, дією санкцій припиняється діяльність медіахолдингів, які можливо фінансу-

валися незаконно отриманими коштами. Однак для позбавлення ліцензії у продукції телеканалів можуть бути окремі чи пов'язані із фінансовими махінаціями підстави, які слід шукати у напрямку «імперсько-шовіністичної пропаганди». Як бачимо, на таке одне з положень Закону й посилається Постанова. Зважаючи на «проросійський вектор» інформаційної політики телеканалів «112 Україна», «NewsOne» та «Zik», можемо відмітити, що формулювання «шовіністична пропаганда» включає в себе ряд перерахованих у пункті «б» Таблиці 2 причин, які вважаються зловживанням свободою слова.

Для функціональної здатності телеканалу, окрім разового отримання ліцензії, потрібно на постійній основі дотримуватися загальних вимог до журналістської діяльності. У таблиці 3 зображені пункти Закону, що характеризують необхідні критерії діяльності для продовження терміну дії ліцензії.

Серед перелічених у таблиці 3 обов'язків діяльності телеканалу особливу увагу привертають ті з них, що контекстуально граничать із суперечливою діяльністю заблокованих «112 Україна», «NewsOne» та «Zik». Серед загального переліку фігурують вимоги: «поширювати об'єктивну інформацію», «попереджати телеглядачів про те, що її програми є платними», «виконувати правила рекламної діяльності і спонсорства», «з повагою ставитися до національної гідності, національної своєрідності і культури всіх народів», не «порушувати презумпцію невинуватості», зробити публічною «інформацію про структуру власності за формою» [4]. Серед перерахованих положень існує інтеграція у журналістську діяльність таких постулатів, що суперечать означеним вимогам. Вочевидь, така ситуація стала можливою внаслідок зміни редакційної політики, що відбулася зі зміною їх власника [9].

Таблиця 3

Пункти Закону Про телебачення і радіомовлення, що стосуються пролонгування ліцензії [4]

Для підтримування функціонування ліцензії необхідно дотримуватися
- «законодавства України та вимог ліцензії»;
- «виконувати рішення Національної ради та судових органів»;
- «поширювати об'єктивну інформацію»;
- «попереджати телеглядачів про те, що її програми є платними»;
- «виконувати правила рекламної діяльності і спонсорства, встановлені законодавством»;
- «з повагою ставитися до національної гідності, національної своєрідності і культури всіх народів»;
- «не поширювати матеріали, які порушують презумпцію невинуватості підозрюваного, обвинуваченого або упереджують рішення суду»;
- «розмістити спростування поширеної інформації, визнаної недостовірною, наклепницькою тощо»;
- «розміщувати на своєму офіційному веб-сайті інформацію про структуру власності за формою, встановленою Національною радою» [4].

У продукції «телеканалів, що пов'язують з Медведчуком» суперечливими є питання балансу точок зору, презумпції невинності, «поваги до національної гідності і своєрідності» українського етносу, прозорості структури власності, та ін. Тож згідно із чинним законодавством за умови наявності відповідної доказової бази про «масові порушення журналістських стандартів, фейки та маніпуляції» [10] сукупність доказів може бути підставою для запровадження компетентними органами обмежувальних заходів. Звіт

з інформацією такого роду був опублікований на сайті Верховної ради України у 2020 р. (див. табл. 4).

Проілюстровані в таблиці 4 елементи звіту Тимчасової слідчої комісії (ТСК) від квітня 2020 року свідчать про наявність «проросійського вектору» інформаційної політики телеканалів «112 Україна», «NewsOne». Нагадаємо, що за матеріалами звіту «ЗІК» було придбано Козаком лише у червні 2019 року. Судячи з оприлюдненої інформації про порушення вимог законодавства

Таблиця 4

Елементи звіту ТСК про дотримання професійних норм після зміни власника телеканалів [11]

Назва телеканалу	
«NewsOne»	«112 Україна»
Інкриміновані правопорушення	
У листопаді 2016 року канал отримав попередження щодо порушення законів України, яке полягало у проведенні політичної агітації у міжвиборчий період, коли це було заборонено.	22 серпня 2015 року попередження всім п'яти телеканалам , що входять до складу телеканалу «112 Україна» за неусунення раніше виявлених порушень : відсутність фільмів і великого інформаційного мовлення, які не відповідають заявленій в ліцензії програмній сітці.
29 листопада 2017 року під час політичного шоу «Український формат», тодішній власник телеканалу «NewsOne» Мураєв, відстоював російські пропагандистські штамп про Майдан та назвав Революцію гідності «державним переворотом».	20 січня 2015 року моніторинг п'яти компаній, за підсумками якого раніше виявлені в серпні 2015 року порушення так і не були виправлені : цифрові ліцензії знову змінили формат мовлення з розважально-інформаційного з кінопоказом на суто інформаційний.
У 2019 році факти Національна рада з питань телебачення та радіомовлення виявила факти «розпалювання національної, расової чи релігійної ворожнечі та ненависті в ефірі каналу» .	Взимку 2015 року телеканал «112 Україна» отримав попередження за трансляцію ток-шоу «Шустер LIVE», на якій був присутній російський журналіст Максим Шевченко, який висловлював проросійські заяви .
У 2019 визнано порушення норм українського законодавства і відповідно до статті 72 Закону України ухвалено рішення застосувати до нього санкцію «стягнення штрафу» за мову ворожнечі.	26 березня 2015 року Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення винесла чергові 5 попереджень за порушення умов ліцензії .
У листопаді 2019 року використання в ефірі телеканалу фраз «партія війни», «партія миру», «братовбивча війна», «механізм розколу православ'я», «Росія захищає свої інтереси» та «світ не визнає Росію агресором».	26 березня 2015 року Національна рада прийняла рішення звернутися до суду з метою анулювання регіональних ліцензій. У вересні 2015 року рішення до суду з метою анулювання регіональних ліцензій. Причина – неусунення порушень вимог ліцензій.
2020 року Регулятор Тимчасова слідча комісія визнав у висловлюваннях, що були поширені 5 листопада 2019 року в ефірі цього мовника, наявність закликів до розв'язування агресивної війни або її пропаганди та/або розпалювання національної, расової чи релігійної ворожнечі та ненависті.	2018 року Незалежна медійна рада визнала звернення Нацради прийнятним (мова ворожнечі), а також те, що «112 Україна» уже не вперше підозрюється у недотриманні вимог законодавства. Встановлено 10 епізодів з порушеннями в ефірі (міркування гостя про фашистське правління в Україні, українських солдатів моральними каліками і вбивцями чужих матерів, виступ на захист терміна «русскій мір»).
Національна рада визнала порушення та оголосила попередження ТОВ «Новини 24 години»; застосувала до мовника санкцію «стягнення штрафу» за вчинення порушень.	2019 року Національна рада після застосування численних санкцій за невиконання законодавчих норм та умов ліцензій відмовила компаніям «Партнер ТВ», «Ариадна ТВ», «Новий Формат ТВ», «Лідер ТВ», «ТВ Вибір» у продовженні строку ліцензій .
Процес монополізації	
У червні 2019 року Козак Тарас Романович об'єднав телеканали «112 Україна», «NewsOne» та «ЗІК» в медіахолдинг «Новини».	
Генеральним продюсером холдингу став російський медіапродюсер Олексій Семенов, який перед цим отримав громадянство України і працював генпродюсером на «112 Україна» (2013–2014), «NewsOne» (2015–2017) і «Прямому» (2017–2019).	
У липні 2019 року було анонсовано пропагандистський телеміст «Треба поговорити», який намагались організувати телеканал «NewsOne» та російський канал «Росія-1».	

означеними телеканалами, проблеми з дотриманням журналістських стандартів розпочалися саме зі зміною власників, а отже, очевидно, узалежуються нововстановленою редакційною політикою видань [9]. У будь-якому випадку такого роду інформаційна діяльність за висновками Національної ради не є прийнятною у контексті дотримання вимог ліцензії. Вказані судові позови та неодноразові накладення санкцій у вигляді штрафів свідчать про наявність систематичних правопорушень з боку означених інформаційних мовників. Інкриміновані у Таблиці 4 правопорушення мають прямі ознаки зловживання свободою слова та недотримання ряду журналістських стандартів.

У контексті виявлення елементів антиукраїнської пропаганди у продукції телеканалів «112 Україна», «NewsOne» та об'єднання їх і «ЗІК» у медіахолдинг «Новини» під керівництвом «російського медіапродюсера Семенкова» слід розглянути ситуацію із накладенням санкцій від РНБО крізь призму окремих положень Закону України про Національну безпеку. У таблиці 5 відображенні елементи закону, що імовірно граничать із дискусійним рішенням.

Таблиця 5

Функції Закону України Про національну безпеку [12]

У контексті накладення санкцій на ТК закон передбачає
- «протидію розвідувально-підривній діяльності проти України»;
- «боротьбу з тероризмом» [12].

Закон України про національну безпеку надає спецслужбам функції «здійснювати неухильне дотримання прав, свобод людини і громадянина». Зокрема, передбачає опір «підривній діяльності проти України» та «боротьбу з тероризмом» [12]. Очевидно, що згідно з матеріалами внутрішніх розслідувань Українські спецслужби повинні оприлюднити певний обсяг доказів, на підставі яких набуло чинності рішення про припинення ефірного мовлення телеканалів. Однак з огляду на зазначені в Таблиці 4 правопорушення, підстави для судового рішення щодо позбавлення ліцензії за недотримання вимог законодавства однозначно присутні.

Окрему увагу у ситуації з блокуванням телеканалів, що пов'язують з Медведчуком, слід приділити питанню етики. Про неї чомусь ледь не в останню чергу говорять у медіапросторі розглядаючи цю ситуацію. Актуальність погляду під

кутом зору професійних етичних парадигм зумовлена специфікою журналістської діяльності, яка передбачає збалансовані стосунки між адресантом та адресатом в ім'я благополучного суспільного співіснування. Етика як наука про стосунки між людьми опікується підтриманням паритету між учасниками масово-комунікаційного процесу. Хоча кодекси журналістської етики у своєму арсеналі не мають вагомих юридичних обмежень, що набувають чинності унаслідок нехтування професійними стандартами, вони тісно переплітаються із Законами «Про свободу слова», «Про телебачення і радіомовлення» та Конституцією України. Крім того, положення кодексів є загально-визнаними журналістською спільнотою та мають у своїй основі об'єктивні моральні засади. Існує низка етичних документів, на які повинні спиратися професійні журналісти. У таблиці 6 зосереджений їхній узагальнений зміст.

Таблиця 6

Сукупність професійних стандартів у кодексах журналістської етики

Основоположне суспільне право
- громадськість має право знати правду;
Обов'язки журналіста перед суспільством
- бути чесним;
- бути безстороннім;
- усвідомлювати власну соціальну відповідальність за медіапродукт;
- поважати приватне життя людини;
- ставити на перше місце громадський інтерес, а не комерційний;
- бути толерантним;
- бути гуманним;
- не порушувати закон під час здійснення професійної діяльності;
- не перешкоджати слідству своєю професійною діяльністю;
- поважати колег;
- чітко відокремлювати аналітику від реклами;
- дотримуватися презумпції невинності;
- робити усе можливе для виправлення неправдивої інформації.

У сукупності кодекси журналістської етики закликають медійників до стандартів, що не суперечать, а оберігають права та свободи людей. Відштовхуючись від основоположного суспільного права знати правду, журналіст повинен: бути чесним, безстороннім, толерантним, гуманним, поважати колег, мати соціальну відповідальність за реалізацію власної діяльності, задовольняти громадський інтерес, а не комерційний, не порушувати закон, відокремлювати аналітику від

реклами, дотримуватися презумпції невинності та ін [13]. Порівнюючи інформацію з Таблиці 4 (матеріали звіту) та Таблиці 6, залишається поставити відкрите запитання до громадськості та журналістської спільноти – чи дотримувалися цих стандартів на «112 Україна», «NewsOne» та «Zik»? Закономірна відповідь свідчатиме про невідповідність діяльності телеканалів журналістським стандартам. З огляду на характер ідентифікованих правопорушень така медійна діяльність є не інформаційною, а пропагандистською.

Висновки. Узагальнення результатів дослідження питання про прийнятність чи неприйнятність рішення РНБО щодо припинення прямого мовлення телеканалів «112 Україна», «NewsOne» та «Zik» носять суперечливий характер. По-перше, анулювання ліцензії телеканалу згідно із чинним законодавством можливе

на підставі рішення суду. По-друге, протизаконна діяльність, ідентифікована як «фінансування тероризму» бенефіціарного власника телеканалів Т. Козака, може бути підставою для накладення санкцій на його активи, в тому числі й на медіахолдинг «Новини». По-третє, факти системних порушень телеканалами журналістських стандартів за оцінками Нацради у ряді випадків є підставою для позбавлення ліцензій інформаційних мовників. По-четверте, з огляду положень щодо свободи слова, які закріплені у Конституції України та Законі України «Про телебачення і радіомовлення» в процесі дослідження не було виявлено наступу на свободу слова та вільну журналістську діяльність означених телеканалів. Обмеження пропагандистської діяльності медіа несумісне з наступом на свободу слова.

Список літератури:

1. Указ Президента України № 43/2021. Президент України Володимир Зеленський Офіційне інтернет-представництво. 2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/432021-36441>.
2. Загальна декларація прав людини / Council of Europe (Рада Європи). URL: <https://www.coe.int/uk/web/compass/the-universal-declaration-of-human-rights-full-version->
3. Конституція України / Верховна Рада України Офіційний вебпортал парламенту України від 01.01.20 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA%96-%D0%B2%D1%80#Text>.
4. Закон України Про телебачення та радіомовлення / Верховна Рада України Офіційний вебпортал парламенту України від 16.10.20 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text>.
5. Тимчасова слідча комісія завершила розслідування щодо каналів Медведчука / ГО «Детектор медіа». 2020. URL: <https://detector.media/infospace/article/176391/2020-04-15-tymchasova-slidcha-komisiya-zavershyla-rozsliduvannya-shchodo-kanaliv-medvedchuka/>.
6. Постанова Верховної Ради України Про схвалення пропозицій щодо застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій) / Верховна Рада України Офіційний вебпортал парламенту України. 2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2589-19#Text>.
7. Зеленський заблокував канали Медведчука: РНБО наклала санкції. *Українська правда*. 2021. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2021/02/2/7282097/#comments>.
8. Нікітін М. Контрабанда вугілля з Донбасу оточення Медведчука. Цій історії п'ять років. *Українська правда*. 2016. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2016/02/3/7097702/>.
9. Складська Г. Що відбувається на ZIK: звільнення, «чорні списки» та перемовини з АП. *Детектор медіа*. 2019. URL: <https://detector.media/community/article/168295/2019-06-20-shcho-vidbuvaetsya-na-zik-zvilnennya-chorni-spysky-ta-peremovyny-z-ap/>.
10. Коментар Рішення РНБО про санкції щодо «трьох телеканалів які називають себе українськими» Ткаченко О.В., Міністра культури і інформаційної політики України. 2021. URL: <https://t.me/otkachenkokuiv/517>.
11. Проект Постанови про звіт Тимчасової слідчої комісії Верховної Ради України для проведення розслідування відомостей щодо дотримання вимог законодавства під час зміни власників інформаційних телеканалів та забезпечення протидії інформаційному впливу Російської Федерації / Верховна рада України. 2020. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=68627.
12. Закон України Про національну безпеку України / Верховна Рада України Офіційний вебпортал парламенту України від 24.10.20 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text>.
13. Кодекс етики українського журналіста / Комісія з журналістської етики. URL: <http://www.cje.org.ua/ua/code>.

**Synchak B. A. FREEDOM OF SPEECH, JOURNALISTIC STANDARDS,
AND BLOCKING OF MEDVEDCHUK TV CHANNELS**

The article compares the arguments about the acceptability or inadmissibility of the newly introduced NSDC decision to terminate the broadcasting of the Ukrainian TV channels “112 Ukraine”, “NewsOne” and “Zik”. The issue is considered from the point of view of current legislation and compliance with journalistic freedoms and standards. Special attention is paid to journalistic ethics, which, according to the author, deserves special attention when considering this situation. The issue of restricting freedom of speech in journalistic activities is acutely social in the digital age. Consideration of disagreements in the event of a resonant situation with the blocking of TV channels “112 Ukraine”, “NewsOne” and “Zik” is carried out through the prism of legal aspects that provide and restrict journalistic activities at the legislative level. The list of provisions that are analyzed in the study of the issue primarily includes the items of the Universal Declaration of Human Rights and the Constitution of Ukraine in the context of freedom of speech. In addition, the legal aspect of the activities of TV channels is analyzed by comparing the compliance of the activities of broadcasters with the current legislation, in particular, the relevant Law of Ukraine On Television and Radio Broadcasting. Particular attention is paid to the provisions defining the abuse of freedom of activity and the clauses of the Law regarding the renewal of the license. In contrast to the specified legislative criteria, the elements of the report of the 2020 Interim Investigative Commission on the observance of professional standards after the change of the owner of the TV channels are put forward. The possibilities of influencing the situation of the National Security and Defense Council of Ukraine are considered through the prism of the functions specified in the Law of Ukraine On National Security. The ethical component of the issue of blocking the activities of TV channels is analyzed through a generalized set of points of professional standards enshrined in domestic and foreign codes of journalistic ethics.

Key words: *freedom of speech, journalistic standards, journalistic ethics, blocking of Medvedchuk’s TV channels, Ukrainian media property.*

УДК 070:004.738.5(410):316.613.434
DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/36>

Сірінюк-Долгарьова К. Г.
Запорізький національний університет

МОВА НЕНАВИСТІ В СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ ОНЛАЙН-МЕДІА

У статті проаналізовано випадки мови ворожнечі в сучасних англomовних онлайн-ЗМІ та з'ясовано, на які соціальні групи спрямована мова ненависті, якими є її прояви в сучасній британській пресі (на прикладі онлайн-видання Daily Mail Online). Автор подає тлумачення поняття "hate speech" / «мова ворожнечі» / «мова ненависті», визначає теоретико-методологічні аспекти функціонування цього феномену, аналізує різні підходи щодо класифікації мови ворожнечі, виявляє її лексичні маркери та стилістичні особливості в британських медійних текстах.

У статті визначено, що мова ненависті є актуальною проблемою, спрямованою на розпалювання ворожнечі, висловлювання образ і презирства до комуніката, виражених сленговою нецензурною лексикою за допомогою мовностилістичних засобів, які створюють негативний образ певної соціальної групи, принижують та ображають її. До таких мовних засобів належать етнофолізми, емоційно забарвлені епітети, порівняння, метафори, прийоми відвернення уваги, створення негативних асоціацій.

У роботі застосовано методи дискурс-аналізу, лінгвістичного спостереження, узагальнення, кількісного аналізу наповнення британського інтернет-ресурсу Daily Mail Online. Проведене дослідження виявило в контенті сайту наявність мови ненависті, спрямованої проти окремих соціальних груп, зокрема людей ісламського віросповідання. Якісний аналіз текстів видання засвідчив наявність расизмів і етнофолізмів, метафор і епітетів, що формують упереджене ставлення аудиторії до мусульман.

Кількісний аналіз контенту сайту здійснено за допомогою техніки генерування хмар слів, що дозволило сформуванню групи ключових слів, релевантних пошуковому запиту "muslim" (мусульманин / мусульманський). Із рандомізованої вибірки, до якої увійшло 100 заголовків і 100 підзаголовків матеріалів видання, відокремлено такі найчастіші ключові слова, як prison (в'язниця), terrorist (терорист), antiMuslim (анти мусульманський), racist (расист, расистський), killed (вбитий), що свідчить про негативний і ворожий контекст висвітлення цієї теми на сайті.

Ключові слова: мова ненависті, ворожнеча, лексичні маркери, хмара слів, онлайн-медіа, англomовні масмедіа, британська преса.

Постановка проблеми. Словосполучення «мова ненависті» (в українській мові частіше використовується інший синонімічний варіант – «мова ворожнечі») – це переклад англomовного терміну *hate speech*. За узагальненим визначенням, це будь-які некоректні висловлювання на адресу етнічних, конфесійних чи інших соціальних груп, спільнот або їхніх окремих представників. Поширення проявів мови ненависті пришвидшилося та стало доступнішим за допомогою новітніх носіїв інформації, зокрема, онлайн-мовних ЗМІ та соціальних масмедіа, котрі нині постають конструктором громадської думки. Виконуючи саме цю функцію в контексті використання мови ворожнечі, Інтернет-ЗМІ формують у своїй аудиторії негативні уявлення і ставлення до різних соціальних груп.

є етнічні спільноти (наприклад, роми), ЛГБТК-спільноти, а також люди, що сповідують певну релігію (наприклад, мусульмани або цілі ісламські держави), біженці, іммігранти, внутрішньо переміщені особи тощо. Актуальність проблеми посилюється зростанням популярності інтернет-ресурсів та питаннями унормування діяльності онлайн-мовних медіа, які донині лишаються невирішеними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітність існуючих поглядів на сутність поняття «мова ненависті» свідчить про його недостатню розробленість у сучасній науці. Детальному розгляду мови ворожнечі присвячені дослідження цілої низки представників різних галузей наукового пізнання. Відомими є праці С. Волкера, К. Аллана та К. Баррідж, І. Еріксона, А. Вебер,

А. Робака та інших. Прояви мови ворожнечі досліджували на пострадянському просторі мовознавці С. Жаботинська, О. Кузик, О. Шмельов; медіазнавці Т. Бондаренко, М. Буткевич, Н. Виговська, Д. Дуцик, Г. Почепцов, О. Тараненко, Г. Шаповалова; соціологи О. Верховський, Й. Дзяложинський, Є. Таратута; правознавці Е. Дібрівна, О. Львова, М. Медведєва та інші. Цей список не є вичерпним, оскільки поняття є актуальним і динамічно вивчається науковцями багатьох дисциплін.

Мова ворожнечі опрацьована й лексикографічно, насамперед у таких словниках, як “Merriam-Webster Dictionary” [7], “Dictionary of International Slurs (Ethnophaulisms)” [9], «Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни» [1], «Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія» [3], «Конфліктно-чутлива журналістика: короткий словник-довідник» [2] та в інших джерелах. Попри значний інтерес до проблематики мови ворожнечі та велику кількість присвячених їй наукових праць, донині залишаються дискусійними шляхи творення, поширення й впливу мови ворожнечі, зокрема в англійськомовних онлайнових медіа, які є платформою міжнародного глобального спілкування з ареалом поширення на сотні мільйонів людей у світі.

Постановка завдання. Мета нашого дослідження – визначення проявів мови ненависті в англійськомовних медіа та окреслення шляхів творення ворожнечі й напруження в публічному дискурсі. Завдання роботи: 1) з’ясувати лексичні та стилістичні характеристики мови ворожнечі в англійськомовних медіатекстах; 2) проаналізувати різні підходи до класифікації мови ворожнечі; 3) встановити лексичні маркери англійськомовної мови ненависті.

Задля вирішення поставлених завдань використані методи лінгвістичного спостереження та аналізу, аналітично-описового методу під час опрацювання теоретико-методологічного матеріалу, а також елементів критичного дискурс-аналізу під час вивчення емпіричного матеріалу. Доцільність використання критичного дискурс-аналізу як методологічного прийому дослідження мови ворожнечі, що втілюється в мовленнєвих актах і масмедійному «дискурсі ненависті», зокрема обґрунтовує турецький науковець З. Озарслан [8]. Вона вказує на те, що негативні асоціації та стереотипи «інших» можуть спонукати людей до використання мови ненависті, яка зазвичай супроводжує злочини на ґрунті ненависті. Ми поділяємо думку дослідниці про те, що мова ворожнечі стає дедалі ширшою багатоаспектною проблемою,

яка часто супроводжує насильницькі дії проти «інших». Вважається, що акти ненависті можуть покласти край соціальній інтеграції «інших» у суспільство, що потенційно веде до сегрегації, маргіналізації або заперечення цих людей.

Виклад основного матеріалу. Взагалі мова ворожнечі розглядається не як статичний словник образливих чи негативних слів, а як результат складного семантичного процесу, пов’язаного із соціальною прагматикою. Відповідно до теорії К. Аллана і К. Баррідж [6, с. 222], мова як система знаків сама по собі є соціальною дією, яка може бути щитом, що захищає від зовнішньої небезпеки того, хто говорить і/або слухає, або, навпаки, зброєю, що дозволяє нападати на супротивника. Теорія Аллана і Баррідж має назву «теорія Х-фемізмів», за якою захисні лінгвістичні механізми називаються евфемізмами, а ті, що використовуються для нападу – дисфемізмами («говорити дисфемізмами» означає «використовувати мову як зброю для атаки на інших»).

Українська дослідниця Г. Черненко подає класифікацію лексики мови ворожнечі в масмедіа залежно від стигматизованих об’єктів – соціальних груп, проти яких спрямовані упередження суспільства та які стають мішенню різноманітних дискримінаційних комунікативних стратегій і тактик. Таку лексику науковець типологізує за гендерною та національною ознакою, за різними віковими категоріями людей, за нестандартною зовнішністю, фізичними особливостями, за певними соціальними верствами, а також одинаків, дітей із неповних родин. Науковець зазначає: «Дискримінаційні комунікативні стратегії, спрямовані проти різних стигматизованих соціальних груп – це пряма вербальна агресія, звинувачення в суспільних проблемах, заклики до позбавлення громадянських прав і свобод, погрози й побажання смерті. При цьому, однак, варіюються топіки, в яких такі висловлювання зустрічаються, лексеми й фразеологізми, що виражають негативне ставлення до стигматизованого об’єкта; історія зародження відповідного упередження; аргументи на користь його легалізації. Виявити й описати ці мовні феномени – означає, по-перше, зробити видимими для суспільства існуючі упередження щодо певної спільноти, по-друге – полегшити процес їхньої деконструкції і спростування» [5, с. 36].

За думкою Г. Черненко, до такої ворожої дискримінаційної лексики належать: *сексизми* – мова ворожнечі, спрямована проти жінок; *расизми* – вияви націоналістичного шовінізму; *ейджизми* – упередження щодо людей молодшого чи старшого

віку; *лукізма* – вияв упередженого ставлення до людей, чий зовнішні дані відрізняються від сучасних уявлень про красу; *ейблїзма* – мовні вияви упереджень до людей із обмеженими фізичними можливостями та психічними хворобами; *менталїзма*, спрямовані проти людей із недостатньо високим, на погляд мовця, коефіцієнтом інтелекту; *класизми* – мовні засоби негативної оцінки груп певного майнового стану, стигматизація певних професій; *локалізма* – мовні засоби вираження упередження щодо мешканців певної місцевості чи населеного пункту, що межують із класизмами та менталїзмами (зазвичай йдеться про опозицію «престижний – непрестижний», яка активізує протиставлення за рівнем доходів, освіти, культури); *матримоніалїзма* – мовні та мовленнєві засоби вираження упереджень щодо родинного статусу.

Ми вважаємо, що до цього переліку категорій лексики мови ворожнечі по праву відносяться й етнофолїзми. Особливо це стосується англійської мови, яка є мовою глобального спілкування, мовою країн із надзвичайно різноманітним етнічним складом населення, отже відображає складні суспільні процеси взаємодії представників різних етносів і народів та дискримінацію одних іншими.

Етнофолїзми (англ. *ethnic slurs* або *ethnophaulisms*) – це слова з негативними конотаціями на позначення представників певної етнічної групи або національності. Вони є просторічними виразами, які часто заради стилістичного ефекту потрапляють в текст, зокрема в мову засобів масової інформації. Термін етнофолїзм (від давньогрецького *ἔθνος éthnos* – плем'я, етнос і *φαῦλος, phaulos* – нікчемний, малозначущий, поганій), що застосовується для зневажливого позначення етнічної групи, був уперше використаний в 1944 році американським психологом А. Робакком. Це пейоративна лексика, за допомогою якої одна етнічна група дає занижену оцінку іншій групі з використанням означень із негативною конотацією [9].

Як зазначає М. Ткачівська, «досить часто певні національні риси можуть стати об'єктом глузування з боку інших націй та етнічних груп: жабоїди, макаронники, дедерони. Такі пейоративи в лінгвістиці називають етнофолїзмами. Причиною насмішок можуть бути не тільки характерні особливості певного народу, але й расистські мотиви. Наприклад, *Nigger, Japse, Judensau* та інші, що вважаються особливо грубими образами» [4, с. 45]. На противагу нейтральних етнонімів (німець, італієць, росіянин) етнофолїзми не тільки ділять групи на опозицію «свій» –

«чужий», але й приписують «чужим» певний сенс або якість. Ці приписувані конотації можуть варіюватися від іронічних до відверто грубих.

Наведемо приклади етнофолїзмів, що трапляються в англійському медійному дискурсі. До них відносяться *іронічні етнофолїзми*: *Abbie* (еврей чоловічої статі, від *Abraham*); *ABC* (*American-born Chinese*, застосовується щодо китайців, які народилися не в Китаї, та підкреслює їхнє незнання мови й культури); *Ali Baba* (громадяни Іраку, підозрювані в тероризмі чи в іншому злочині); *Brownie* (людина змішаного походження, мулат); *Coconut* (людина південноазійського походження, що має смагляву шкіру, асимільована в європейську культуру); *Dago (Dego)* (італієць, іспанець чи португалець; термін, імовірно, запозичений від іспанського імені Дієго); *Eyette* (італієць, ймовірно, пародія на вимову самих італійців); *грубі етнофолїзми*: *Ape* (лексема стосується чорношкірого населення, порівняння з шимпанзе); *Banana* (етнофолїзм, що стосується азіатів, натякає на колір їхньої шкіри); *Buddhahead* (азіати); *Ching Chong* (китаєць; лексема стосується китайської мови та побудована на звуковій імітації тонового звучання мови); *Fritz* (німець; з'явилося від скорочення німецького імені *Friedrich*); *Frog* (француз; посилення на улюблену французьку страву жаб'ячі лапки); *Ikey-mo (ikeymo)* (еврей, від *Isaac and Moses*); *Britannia's huns* (протестанти в північній Ірландії); *Boyo* (житель Уельсу); *Jock* (житель Шотландії).

Іноді нейтральна в своєму первинному значенні лексема в певному контексті може приймати на себе негативне смислове навантаження і ставати етнофолїзмом. Так, у британській пресі нерідко трапляються випадки використання подібної лексики. Яскравим прикладом такого видання є сайт *Daily Mail Online* – інтернет-версія «жовтої» таблоїдної газети *Daily Mail*. Зокрема в публікації від 2 червня 2019 року під заголовком “*Racist AND a fraud: Charity director Pamela Taylor, who infamously made racist remark about former First Lady Michelle Obama is JAILED for embezzling \$18,000 of FEMA cash after lying about her 'flooded' apartment*” йдеться про ув'язнення жінки, звинуваченої у шахрайстві. Крім неправомірних дій героїні історії, у тексті згадуються її расистські вислови, спрямовані проти колишньої Першої леді США Мішель Обами, яку жінка назвала “*Ape*” (від англ. «мавпа»). Хоча зміст публікації (звинувачення особи в шахрайстві) зовсім не стосується теми расизму, видання продовжує спекулювати на цій темі й цитує фейсбук-пост, який вона

оприлюднила після виграшу Дональда Трампа на президентських виборах США в 2016 році: *“It will be refreshing to have a classy, beautiful, dignified First Lady in the White House. I’m tired of seeing a [sic] Ape in heels”* («Стильна, красива, гідна Перша леді в Білому домі буде ковтком свіжого повітря. Я втомився бачити [цю] мавпу на підборах»).

Інші приклади з цього видання ілюструють прояви мови ненависті щодо мусульманського населення Великобританії. Під час критичного аналізу публікацій *Daily Mail Online* виявлено часте використання в якості стилістичних засобів негативно забарвлених емоційних *enimemiv, porivnyany, metafor* стосовно мусульман і пов’язаних із ними подій. Наприклад, у статті від 22 лютого 2017 року під назвою *“‘No remorse’: Millionaire Muslim fraudster who posed as a ‘battling single mother’ so she could live in public housing cries in court as she loses appeal against home detention”* («“Без докорів сумління”), мусульманська шахрайка-мільйонерка, яка видавала себе за «матір-одиначку» задля того, щоб мати можливість займати державне житло, кричала в суді, коли прогнала апеляційний позов щодо надання їй домашнього ув’язнення, використаний епітет *“Muslim fraudster”* («мусульманська шахрайка»). В тексті йдеться про те, що жінка, чий громадянський чоловік має мільйонні статки, незаконно проживала в безкоштовно наданому державою помешканні. Акцент у публікації переноситься з факту вчинку жінки на її релігійну й етнічну приналежність, що є проявом мови ворожнечі, адже напруга це не стосується теми повідомлення. Крім того, візуальний ряд публікації створюють численні фотографії жінки та її чоловіка, на яких вони одягнуті за релігійними мусульманськими традиціями.

Подібний підхід прослідковується в публікації від 13 серпня 2016 року під назвою *“Two Muslim men are accused of defrauding \$27MILLION in benefits for childcare centres that never existed – as police investigate whether money was used to fund ISIS”* («Двох мусульманських чоловіків звинувачують в шахрайстві на 27 мільйонів доларів, що призначалися для допомоги центрам із догляду за дітьми, які ніколи не існували; поліція розслідує, чи було використано гроші для фінансування ІДІЛ»). У статті зосереджено увагу на мусульманському походженні шахраїв, які обдурювали громадян, збираючи кошти нібито для допомоги дітям. При цьому припускається можливість використання цієї суми на користь терористів ІДІЛ, хоча жодних фактів на підтвердження цих припущень видання не надає.

Аналіз свідчить про те, що такий прийом перенесення акцентів від нейтрального висвітлення фактичного матеріалу в емоційну площину є типовим проявом мови ненависті – розпалювання нетерпимості й ворожості щодо окремих груп суспільства (наголос на релігійній та етнічній приналежності правопорушників, подання в бекграунді «новини» нерелевантних до події «гарячих» нюансів щодо расової чи іншої ворожості героїв історій, виділення великим шрифтом певних слів і цифр, наприклад, *racist / pucuct, jailed / uv’язнений, \$27 million / 27 мільйонів доларів США*).

Застосувавши пошук сайтів за категорією “Muslim” і здійснивши кількісний аналіз за ключовими словами, нами виявлено домінування негативної тематики наповнення сайту *Daily Mail Online*. Пошуковий алгоритм видав 50 найбільш релевантних результатів у цій категорії за всі роки архівації матеріалів сайту і 50 текстів – за останній рік (2021). Таким чином, у рандомізовану вибірку потрапило 100 заголовків і 100 підзаголовків сайту за пошуковим запитом «мусульманин / мусульманський». Хмара ключових слів була сформована за допомогою сервісу візуалізації даних Word Cloud Generator, який дозволяє візуально відокремити слова шрифтами більшого та меншого розмірів відповідно до частотності представлення в тексті. Ця техніка кількісного аналізу дозволила згенерувати хмару тридцяти найчастотніших слів означеної вибірки (рис. 1).

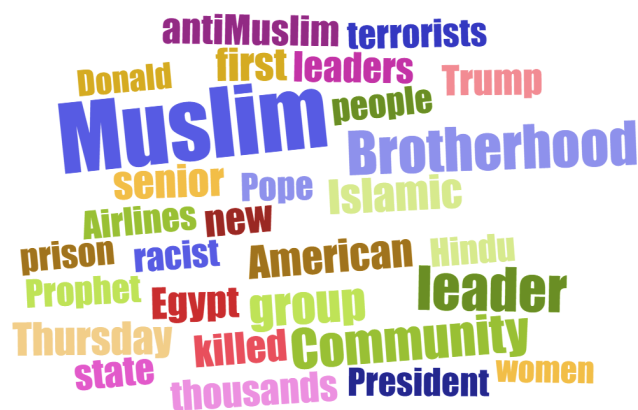


Рис. 1. Хмара слів, сформована з використанням заголовків і підзаголовків текстів, релевантних пошуковому запити “Muslim” на сайті *Daily Mail Online*

За даними рис.1, у контексті мусульманської тематики (ключові слова: *Islamic community / ісламська спільнота, Islamic state / ісламська держава, Muslim Brotherhood / мусульманське братство, Prophet / Пророк [Мохамед]*) домінує така

негативна лексика: *prison* / в'язниця, *terrorist* / терорист, *anti-Muslim* / антимусульманський, *racist* / расист, расистський, *killed* / вбитий. Про суспільний дискурс, в якому поширюється мова ворожечі, свідчать такі ключові слова: *Pope [Francis]* / Папа Римський [Франциск], *American President* / американський президент, *Donald Trump* / Дональд Трамп, *Egypt* / Єгипет, *Hindu* / хінді. Бачимо, що суспільні та геополітичні вектори висвітлення мусульманської тематики лежать у площині протиставлення Заходу і Сходу, християнського та ісламського світу, що теж сприяє поширенню ворожого дискурсу в масмедіа.

Висновки і пропозиції. Проаналізувавши за допомогою якісного та кількісного аналізу наповнення британського онлайн-ресурсу *Daily Mail Online*, можна скласти висновок про наявність в англomовному медійному онлайн-дискурсі мови ненависті,

спрямованої проти різних соціальних груп, зокрема мусульманських країн та окремих громадян ісламського віросповідання, біженців та іммігрантів, власного населення країни різного етнічного, расового чи національного походження. Мова ворожечі насамперед проявляється у використанні сленгової образливої лексики (етнофолізмів), створенні негативних образів певних груп і отождоженні тих чи інших соціальних та етнічних груп із кримінальними / негативними діями чи намірами.

Перспективними дослідженнями в цій сфері, на наш погляд, є аналіз структури та наповнення маніпулятивних текстів із проявами мови ненависті, тактики й стратегії поширення вербальної агресії, особливо в англomовному медійному дискурсі, враховуючи широту поширення і вплив західних медіа на формування порядку денного в глобальному вимірі.

Список літератури:

1. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4 т. Т. 1. Донецьк : ДонНУ, 2012. 402 с.
2. Конфліктно-чутлива журналістика : короткий словник-довідник термінів і понять / уклад. Н. В. Виговська, Ю. В. Любченко, К. Г. Сіріньок-Долгарьова. Запоріжжя : ЗНУ, 2019. 94 с.
3. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К., 2006. 716 с.
4. Ткачівська М. Етнофолізми як перекладацька проблема. *Наукові записки ВДПУ імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство)*. 2017. Вип. 24. С. 45–55.
5. Черненко Г.А. Види мови ворожечі за типом стигматизованого об'єкта в сучасному українському суспільстві. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2015. Вип. 30 (5). С. 35–45.
6. Allan K. and Burrige K. *Euphemism and Dysphemism: Language Used as Shield and Weapon*. New York : Oxford University Press, 1991. 263 p.
7. Merriam-Webster Dictionary. Hate Speech. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/hate%20speech> (date of access: 23.07.2020).
8. Özarslan Z. Introducing Two New Terms into the Literature of Hate Speech: “Hate Discourse” and “Hate Speech Act”. Application of “speech act theory” into hate speech studies in the era of Web 2.0. *Haziran*. 2014. Vol. 20. P. 53–75. URL: <http://iletisimdergisi.gsu.edu.tr/tr/download/article-file/82871> (date of access: 25.07.2020).
9. Roback A. *A Dictionary of International Slurs (Ethnophaulisms)*. With a Supplementary Essay on Aspects of Ethnic Prejudice. Waukesha, Wis. : Maledicta Press, 1979. 324 p.

Sirinyok-Dolgaryova K. G. HATE SPEECH IN MODERN ENGLISH-LANGUAGE ONLINE MEDIA

The article analyzes the cases of hate speech in modern English-language online media. It was found out which social groups the hate speech is aimed at and what its manifestations are in the modern British press based on the example of the online edition Daily Mail Online. The author interprets the concept of “hate speech”, identifies theoretical and methodological aspects of the functioning of this phenomenon, analyzes different approaches to the classification of hate speech, and identifies its lexical markers and stylistic features in British media texts.

The article shows that hate speech is an urgent and topical problem, as it is aimed at inciting hostility, hatred insults and contempt towards a communicator, expressed through slang, obscene language and linguistic and stylistic means that create a negative image of a particular social group, humiliate and insult it. Such linguistic means consist of the ethnopholisms, emotional epithets, comparisons, metaphors, methods of distraction the audience's attention, and creation of negative associations.

The paper uses methods of discourse analysis, linguistic observation, generalization, quantitative analysis of the content of the British Internet resource Daily Mail Online. The results of the study indicate

the presence of hate speech in the content of this web site. The hate speech is directed against certain social groups, including people of Islamic faith. Qualitative analysis of the texts of the publication showed the presence of racisms and ethnophobias, metaphors and epithets that form the biased attitude of the audience towards Muslims.

Quantitative analysis of the content of the web site was performed using the technique of a word cloud generating that allowed to form a group of keywords relevant to the category of a search query "Muslim". From the simple random sample, which included 100 headlines and 100 subheadings of the publication's materials, there were the most frequent keywords such as "prison", "terrorist", "antiMuslim", "racist", and "killed". The research results prove the hostile context in which the topic is covered on the site.

Key words: *hate speech, hostility, lexical markers, word cloud, online media, English language mass media, British press.*

Скалацька О. В.

Національний університет «Одеська юридична академія»

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ LIFESTYLE-ЖУРНАЛІСТИКИ

У статті проаналізовано перспективи розвитку Lifestyle журналістики. Зазначено, що проблематика цих видань балансує між light- та hard-новинами залежно від редакційної політики видання. Особливістю тематики лайфстайл є персоніфікація матеріалів: на прикладі відомих особистостей транслюються певні цінності та розкриваються актуальні проблеми сучасності. Постульовано ідею, що низка інтернет-видань співпрацює з фрілансерами та непрофесійними журналістами, саме тому їхній контент містить оціночні судження, порушує журналістські стандарти та етику. Унаслідок цього засвідчено, що основним джерелом інформації лайфстайл-видань є соціальні мережі (акаунти відомих особистостей), які можуть містити приховану рекламу. Зазначено, що до таких матеріалів додаються гіперпосилання та фотографії. Зокрема увагу зосереджено на тому, що низка сучасних інтернет-видань обирає цільовою аудиторією українців та висвітлює українську культуру та її сучасний стан, розвиток бізнесу та його досягнення. Нами засвідчено, що сенс та поняття «стиль життя» в його філософському та соціологічному розумінні в більшості інтернет-видань обмежується виключно практиками споживання та прикладами історій відомих особистостей. Установлено, що специфікою лайстайл-видань є розмитість жанрових кордонів, домінування візуального контенту, персоніфікація тексту тощо. Тематичне наповнення рубрик лайфстайл-видань орієнтується на висвітлення подій та актуальних процесів у сфері моди, косметології, туризму, їжі та кулінарії, здоров'я. Нами засвідчено, що інколи порушується відповідність теми її розміщенню в рубриці. Зазначено, що розвиток лайфстайл-журналістики можливий за умови збільшення аналітичного контенту, орієнтованого не тільки на сенсаційні заголовки та перехід користувачів до певних інтернет-сторінок, але й на підготовлення мультимедійних матеріалів із дотриманням журналістських стандартів.

Ключові слова: Lifestyle-журналістика, візуальний контент, журналістські стандарти, гіперпосилання, інтернет-видання, соціальні мережі, стиль життя, фотографія.

Постановка проблеми. У медійному просторі за останні роки значно збільшилася кількість онлайн-видань, які висвітлюють стиль життя та соціальні практики індивідів. Більшість подібних видань функціонує в інтернет-просторі, але існують і друковані версії. Розгляд перспектив розвитку цього напрямку журналістики викликає суперечливі думки з боку фахівців, оскільки тематика цих видань балансує на межі журналістських стандартів та інтересів аудиторії. Саме попит на отримання спрощеної розважальної інформації є поштовхом для розвитку цього напрямку журналістики. Слід також зазначити, що ці видання швидко реагують на технологічні новини та зміни в соціальних медіа, що дозволяє їм вносити інновації у журналістику. Деякі інтернет-видання співпрацюють не з професійними журналістами, а з копірайтерами та фрілансерами, домовляються з піар-менеджерами бізнес-особистостей і представників шоу-бізнесу. В таких виданнях існують

певні вимоги щодо обсягу (кількості знаків) тексту та публікуються замовні матеріали, написані інколи з порушенням журналістських стандартів.

Лайфстайл-видання демонструють різноманіття напрямків та журналістських форматів висвітлення контенту соціальних проблем, що залежить від інформаційної політики. Контент цих видань формується в межах між «hard news» та «light news»: будь-яка новина може бути представлена як розважальний контент або як гостра соціальна проблема. «Hard news» – це актуальна, важлива соціальна інформація, що цікавить широку аудиторію. «Light news», навпаки, не є важливими та пов'язані з особистим життям.

Lifestyle-журналістика постійно змінюється та отримує відгуки популярності в аудиторії. Ці матеріали відвертають читачів від соціально-політичних тем, яскраво демонструючи різноманіття нових споживацьких практик і тенденцій інновацій у сферах моди, подорожей, харчування,

кіно, музики та інших. У цих виданнях теоретичні підвалини поняття «стиль життя» репрезентується в дискурсивних роздумах, колумністиці, життєвих історіях (успіху та поразки), при цьому історичні мотиви осучаснюються та містять корисні рекомендації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

В українському наукознавстві проблематика стилю життя досліджується в його сегментах та аналізі глянцевого видань. Слід зазначити низку робіт, присвячених фешн-виданням (Г. Д. Макагон, М. Мельник, К. С. Панченко), тревел-виданням (В. Л. Погребна, Ю. Г. Полежаєв, О. В. Юферева), глянцевою журналістикою (С. Алексенко, Ю. І. Горик, Н. О. Клименко). Відсутність ґрунтовних праць із цієї проблематики можна пояснити ототожнюванням лайфстайл-видань з «жовтою» пресою, та звинуваченням їх у відсутності журналістських стандартів та етики. Це доречно, оскільки деякі інтернет-видання просто повторюють новини рерайтом та копірайтом, не створюючи аналітичні матеріали. Специфіка контенту інтернет-видань досліджується в роботах А. Д. Баранецької, І. Л. Гаврилюк, В. Е. Шевченко, та інших.

Постановка завдання. Незважаючи на попит та споживання аудиторією новин і матеріалів, пов'язаних зі стилем життя, в наукових оглядах існує певна лакуна досліджень контенту лайфстайл-видань та їхніх специфічних особливостей. Аналіз сучасного стану цих видань з відокремленням головних тенденцій їх контенту (переважанню «легких» новин, розважальних та соціальних тем, візуального й тестового формату, дотримання журналістських стандартів та етики, тяжіння до сенсаційності та фейкових новин) є актуальним та дозволить визначити перспективи розвитку lifestyle-журналістики в медійному просторі.

Виклад основного матеріалу. Слід зазначити, що в університетах західних країн вивчення курсів, пов'язаних із напрямками lifestyle-журналістики, мають неабиякий попит серед здобувачів. Більшість цих дисциплін є вузькоспеціалізованими та практичними; вони інтегрують теоретичні знання з мистецтва, архітектури, історії моди, кулінарії, б'юті-індустрії. У вищих навчальних закладах України з кожним роком збільшується кількість спецкурсів, дисциплін і напрямків підготовки, які пропонують студентам отримати знання з виготовлення контенту лайфстайл-видань. Основною проблемою є те, що, незважаючи на значні теоретичні та практичні напрацювання в сучасному журналісткознавстві, відсутнє чітке визначення структури та мети цих видань. Такі

журнали «фокусуються на прагненні до самовдосконалення, підвищення соціального статусу передусім через споживання: видання спираються на схематичний візуальний контент, а також тематику, яка актуалізує механізми опозиції «праця/відпочинок», «повсякдення/свято» та набувають вузької спеціалізації, концентруючи увагу на конкретному туристичному напрямку або діяльності» [13, с. 124].

Розглядаючи перспективи розвитку lifestyle-журналістики, необхідно визначитися зі специфічними особливостями лайфстайл-видань, що функціонують в інтернет-просторі. По-перше, ці видання висвітлюють певний стиль життя. Саме тому необхідно звернутися до теоретичного підґрунтя поняття «стиль життя» в межах соціології, філософії, культурології. Підходи щодо визначення стилю життя ґрунтуються на концепціях А. Адлера, Е. Гідденса, М. Вебера, Г. Зімеля, О. Тоффлера, П. Бурд'є. Наслідком стрімкого розвитку технологій є прискорення життя індивіду, психіка якого не «встигає» адаптуватись до цих соціальних змін. Стиль життя не завжди є результатом вільного вибору соціальних практик серед декількох альтернатив; поведінка індивіда може бути вимушеною, оскільки людина обмежена в ресурсах. О. Тоффлер зазначає, що люди формують стиль життя «зі складових частин мозаїки». В сучасних умовах стиль життя демонструє не статус, а самоідентифікацію людини з певною субкультурою, яка транслює свій життєвий стиль [9, с. 331-332]. Таким чином, тематика лайфстайл-видань є широкою та включає аксіологічні питання, їхні вирішення в повсякденному житті.

Відомий український журналіст Олексій Тарасов (екс-головред Esquire Україна, екс-рівник *Vivo* 24/7) зазначає, що головною особливістю лайфстайл-видань є їхня спрямованість на створення розважального контенту. Ці медіа містять також посилання щодо споживання, що є прикладом відволікання людини від проблем повсякдення [7]. Концентрування видання тільки на практиці споживання не означає виготовлення виключно рекламних матеріалів у форматі «порад», «знижок». Це можуть бути біографічні та аналітичні матеріали, в яких на прикладі досвіду відомих особистостей демонструється покращення та самовдосконалення людини, зміна її цінностей.

Прикладом висвітлення певного стилю життя є матеріали, присвячені скандинавському стилю життя, до якого входять данське хюге, шведське лагом, норвезьке фрілуфтслів, фінське сісу.

В західних ЗМІ також поширюється стиль життя інших культур (японське ікігай та вабі-сабі, йога, медитація). У 2016 році данське слово «хюге» стало номінантом на премію «Слово року» за версією Оксфордського словника. Висвітлення теми скандинавського стилю життя в журналістських матеріалах демонструє перехід від «легких» новин до актуальних соціальних подій. Наприклад, в американському щотижневикі «The New Yorker» опубліковано матеріал [14], в якому пояснювалася специфіка данського стилю життя, його етимологія, сприйняття аудиторією та популярність цього терміну в країнах світу. В низці українських видань цей стиль життя репрезентувався в рубриках «дизайн» із корисними рекомендаціями, як облаштувати дім за принципами скандинавського щастя [2].

Лайфстайл-видання висвітлюють також стиль життя певної субкультури (вегетаріанство, здоровий спосіб життя та інші), розкриваючи її світогляд із поясненням цінностей і соціальних практик. Прикладом такого медіа є інтернет-видання «Anywell», в якому тематично розкриваються питання здорового способу життя, можливість обирати варіанти соціальних практик для того, щоб зробити своє життя здоровим та повноцінним [15]. Рубрики видання надають корисні поради щодо покращення здоров'я, містять коментарі експертів, статистичні дані, подорожі, причому поради стосовно краси межують з оздоровленням та медициною.

Питання диференціації аудиторії лайфстайл-видань є актуальним. Українські дослідники пропонують розподілити журнали та сайти туристичної спрямованості на наступні групи залежно від аудиторії: користувачькі (різноманітна тематика та широка аудиторія), спеціалізовані (рибальство, екзотика островів, пошук локацій для відпочинку та інші), бортові медіа (журнали авіакомпаній, в яких інтегруються фахові та загальні питання) [11, с. 9].

Візуалізація контенту завжди була головною ознакою глянцевого журналістики та світської журналістики. Ці тенденції також притаманні лайфстайл-виданням. Візуалізація контенту є «когнітивно-інформаційною моделлю реальної дійсності», яка «акумуляує в собі різноманітні шляхи та інструментарії, способи, засоби та методи інтерпретації і подання інформації [1, с. 15-16]. Ознакою професійного видання є те, що невербальний контент також повинен відповідати на запитання «що?», «де?», «коли?», «як?» [12, с. 103]. Використання мультимедійних технологій дозволяє створювати якісний візуальний контент, що зацікавлює аудиторію не менше сенсаційних заголовків. В умовах

нових медіа простежується тенденція до зменшення кількості друкованих знаків у матеріалах, оскільки читачі «з інфографіки, карикатури, малюнка чи фотографії отримують більш місткі відомості, запам'ятовують таку історію швидше та на більш тривалий час із меншими зусиллями» [12, с. 8]. Більшість матеріалів, розміщених на порталі «JetSetter» є візуальними, наповненими фотографіями. Портал орієнтований на висвітлення подій світського життя, послуг в luxury-сегменті, підтримку всього українського задля того, щоб в аудиторії сформувалися власні смаки [17].

На нашу думку, необхідно чітко розмежувати якісну та непрофесійну lifestyle-журналістику. В деяких випадках «легкі новини» ґрунтуються на недостовірних джерелах, із можливими припущеннями. Навіть якщо інформація була розміщена на офіційному сайті зірки, це повідомлення може бути PR-акцією, спрямованою на підтримку позитивного іміджу або на рекламну кампанію певного бренду.

Тенденції лайфстайл-видань залежать від технічних можливостей інтернет-комунікацій. Серед специфічних особливостей цих медіа необхідно зазначити такі:

- розмиті жанри, що поєднуються з мультимедійним форматом;
- текст поступається візуальним компонентам (фотографіям, інфографіці, скріншотам, вбудованим постами, айфреймам (гіперпосиланням на пости в соціальних мережах);
- візуальний контент складає більшу частину матеріалів;
- рейтинги та рекомендації (матеріали із заголовком «топ-5», «найкращі книжки» та інші) не завжди зазначають критерії, за якими були обрані ці номінанти;
- існують порушення журналістських стандартів та етики;
- джерелом інформації є соціальні мережі, що вможливує поширення недостовірної інформації;
- в тексті наявні гіперпосилання (в тому числі на офіційні акаунти представників шоу-бізнесу, інфлюенсерів, політичних діячів), що натякає на замовні матеріали;
- персоніфікація текстів;
- наявність рекламних матеріалів.

Популярність лайфстайл-видань серед аудиторії пояснюється її контентом, який є легким та відрізняється від актуальних соціальних новин. Фахівці відносять до лайфстайл-видань елітарні глянци «Vogue», «Elle», «Esquire» та численні інтернет-видання.

Необхідно зазначити, що лайфстайл-тематика в сукупності її тематичних напрямків у багатьох виданнях представлена в рубриці «стиль життя». Наприклад, тематика лайфстайл в інтернет-виданні «Сьогодні.ua» розміщена на окремому сайті та розподілена за наступними рубриками: зірково, смачно, здорово, гарно, психо, фаново, partner [8]. На новинному порталі УНІАН (Українське Незалежне Інформаційне Агентство Новин) є рубрика «лайт», в якій містяться наступні підрубрики: зірки, кіно і музика, астрологія, свята, краса та стиль, рецепти. Наприклад, на порталі 16 червня 2021 року розміщено вісім новин, одна з яких має назву «День природної краси: як виглядають українські зірки без тьюнінгу» [3], присвячена Дню природної краси. Новина доповнена фотографіями зірок українського шоу-бізнесу. Всі інші новини за цей день у рубриці «зірки» пов'язані з подіями в особистому житті представників українського шоу-бізнесу. Тематика «здоров'я» та «туризм» є окремими рубриками.

Подібний мультимедійний формат «легких» новин притаманний більшості видань. Інколи зустрічаються порушення журналістських стандартів та етики, що зумовлено підготовкою матеріалів фрілансерами та написанням сенсаційного заголовка за правилами seo-тексту задля його клікабельності. Наприклад, матеріал «36-річна Кароль показала себе без прикрас – у звичайному одязі і без грама косметики (фото)» [4]. Сенсаційний заголовок з елементами ейджизму та наявністю фото спонукає аудиторію читати новину та переходити за гіперпосиланням. У тексті наявне також питання, спрямоване на зворотний зв'язок із аудиторією.

Серед україномовних інтернет-видань існує тенденція формування контенту виключно для української аудиторії із висвітленням питань історії, культури, сьогодення та досягнень сучасних українців. Інтернет-видання «Clutch.ua» позиціонує себе як жіноче ЗМІ, в якому наявні авторські колонки, інтерв'ю, редакторські огляди та «статті незалежних журналістів» [16]. Інформаційно-розважальна веб-платформа UaModna [18] також обирає своєю цільовою аудиторією українців, яким розповідають про українське. Редакція пропонує співпрацю авторам, що відбивається на контенті, відсутності в ньому журналістських стандартів.

Видання «Українки» [10] створено для українок, контент розповідає про українське життя та українок. Специфіка видання – орієнтування на сучасних жінок із їхніми потребами та інтересами, а не на ілюзорний штучний образ жінки глянце-

вого журналу. Видання містить такі рубрики: все нове, класні лайфхаки, своя справа, жіночий клуб, довідка «де, що, по чому». Тематика статей є різною: корисні поради, історії про видатних українців, приклади створення власного бізнесу, поради щодо краси, цікаві факти, події та історії.

В Україні найвідомішими є лайфстайл-видання «The Village» та «Buro 24/7». Видання «The Village.Україна» позиціонує себе як міська інтернет-газета, контент якої «допомагає покращити життя в місті». Видання містить наступні рубрики: новини, місто, бізнес, їжа, стиль, культура, знання, діти, а також подкасти, що мають підрубрики: нове місце; офіс місця, де ти живеш; перші сторінки; власний рахунок; квартира тижня; покупка тижня; люди в місті. У виданні висвітлюються теми моди, урбаністики, екології, розумного споживання, культури їжі, подорожей та інші. У виданні також існують матеріали з гіперпосиланнями та зазначенням певних брендів, оглядові статті з фотографіями та дотриманням журналістських стандартів та етики. Наприклад, в матеріалі «Як знести історичну будівлю в Києві, щоби мені за це нічого не було. Інструкція для забудовника» [6] висвітлюється гостра соціальна проблема забудови міст в Україні, яка розкривається з додаванням фотографій і думок експертів. У виданні багато матеріалів із порадами, як людина може змінити свої практики споживання, зробити їх свідомими, щоб не нашкодити довкіллю. Саме такий контент є концептуальним, відповідає загальній місії видання та створює комплекс соціальних практик певного стилю життя.

Інтернет-журнал «Buro 24/7» (buro247.ua) розповідає про стиль життя, моду, красу та культуру. Відповідно до цієї тематики функціонують рубрики з підрубриками. Матеріал «Як кетсьюит став символом інклюзивності та «нового» світу після пандемії» [5] висвітлює історію цього виду комбінезону, його варіації у сучасній моді з персоналізацією зірок та дизайнерів, причому візуалізація здійснена з посиланням на соціальні мережі. В матеріалах видання розкриваються модні тенденції, інновації із поясненням їх соціально-культурного сенсу, що дозволяє читачу поглибити свої соціальні практики.

Висновки. Стрімке поширення лайфстайл-видань пов'язано з бажанням аудиторії відволіктися від гострих соціальних питань та поринути у світ світського життя та життєвих рекомендацій. У комунікаційному просторі необхідно чітко відрізняти інтернет-видання, котрі не дотримуються журналістських стандартів та етики, натомість

висвітлюючи тільки особисте життя представників шоу-бізнесу та поширюючи рекламні й замовні матеріали. Ці недоліки властиві виданням, що співпрацюють із фрілансерами. Якісні лайфстайл-видання інтегрують низку тем, присвячених стилю життя та соціальних практик індивіда з їх поясненням, коментарями, думками експертів та балансом думок. У деяких виданнях, незважаючи на чітку рубрикацію, простежується розмивання та перетинання тематики (тревел та фешн, тревел та фуд тощо), що обумовлено інтересами аудиторії та наявністю актуальних новин.

Серед україномовних лайфстайл інтернет-видань простежується тенденція визначення аудиторії не тільки за гендерною та іншими соціально-демографічними характеристиками, стилем життя, але й виключно для українців та про

українське. Ці видання також місять новини, але аналітичних матеріалів, що відповідають стандартам, на жаль, стало значно менше.

Сучасні лайфстайл-видання мають низку специфічних рис, обумовлених їхнім функціонуванням в інтернет-просторі: розмивання жанрів, використання мультимедійних форматів, домінування візуального контенту, персоніфікація тексту, інформаційним джерелом є соціальні мережі, гіперпосилання на джерело інформації та подібні матеріали.

Подальший розвиток lifestyle-журналістики залежатиме від орієнтування та якості контенту лайфстайл-видань, здатних збільшувати кількість аналітичних матеріалів, висвітлюючи питання стилю життя з урахуванням різноманіття соціальних практик та розкриттям їх семантичного коду.

Список літератури:

1. Баранецька А. Д. Візуалізація інформації як складник наповнення медіаконтенту. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2019. № 3. С. 13–17.
2. Бойко О. Вдома краще: як шведи та японці шукають сенс життя. П'ять головних правил «домашнього» світогляду – від хюге до ікігай. *The Village*. 2018. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/service-shopping/style-guide/268597-vdoma-krasche-yak-shvedi-ta-yapontsi-shukayut-sens-zhittya> (дата звернення: 01.07.2021).
3. День природної краси: як виглядають українські зірки без «тюнінгу». *VHIAN*. URL: <https://www.unian.ua/lite/stars/den-prirodnoji-krasi-yak-viglyadayut-ukrajinski-zirki-bez-tyuningu-11455216.html> (дата звернення: 01.07.2021).
4. Наливайко Н. 36-річна Кароль показала себе без прикрас – у звичайному одязі і без грама косметики (фото). *Clutch.ua*. URL: <https://stars.clutch.net.ua/uk/72136-36-letnyaya-karol-pokazala-sebya-bez-prikras-v-obychnoy-odezhde-i-bez-gramma-kosmetiki-foto> (дата звернення: 01.07.2021).
5. Павленко Є. Як кетсьюит став символом інклюзивності та «нового» світу після пандемії. *Buro 24/7*. 2021. URL: <https://www.buro247.ua/fashion/trends/catsuit.html> (дата звернення: 01.07.2021).
6. Панченко О. Як знести історичну будівлю в Києві, щоби мені за це нічого не було. Інструкція для забудовника. Руйнування міста для чайників. *The Village*. 2021. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/city/architecture/311627-yak-znesti-istorichnu-budivlyu-schob-meni-nichogo-ne-bulo> (дата звернення: 01.07.2021).
7. Сидько А. Усі думають, що лайфстайл для ідіотів, але насправді він для всіх нас. *MediaLab*. 2017. URL: <https://medialab.online/news/usi-dumayut-shho-lajfstajl-dlya-idiotiv-ale-naspravdi-vin-dlya-vsikh-nas/> (дата звернення: 01.07.2021).
8. Сьогодні. *Life*. URL: <https://lifestyle.segodnya.ua/ua/> (дата звернення: 01.07.2021).
9. Тоффлер Э. Шок будущего / пер. с англ. Е. Руднева и др. Москва : ООО «Издательство АСТ», 2002. 557 с.
10. Українки. URL: [//ukrainky.com/chesno-pro-nas-abo-vse-shcho-vy-hotily-spytaty](http://ukrainky.com/chesno-pro-nas-abo-vse-shcho-vy-hotily-spytaty) (дата звернення: 01.07.2021).
11. Шевченко В., Малиш Н. Тематична спрямованість туристичних медіа. *Образ*. 2020. Вип. 1 (33). С. 6–20.
12. Шевченко В. Е. *Форми візуалізації в сучасному журналі: монографія*. Київ : Паливода А. В., 2013. 340 с.
13. Юферева О.В. Принципи медіа-ритуалізації в українських трепел-журналах. *Держава та регіони*. 2013. № 1(13). С. 121–124.
14. Altman A. The Year of Hygge, the Danish Obsession with Getting Cozy. *The New Yorker*. 2016. URL: <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/the-year-of-hygge-the-danish-obsession-with-getting-cozy> (дата звернення: 01.07.2021).
15. Anywell. URL: <https://anywellmag.com/uk/about/> (дата звернення: 01.07.2021).
16. Clutch.ua. URL: <https://clutch.net.ua/uk/o-proekte> (дата звернення: 01.07.2021).
17. JetSetter. URL: <https://jetsetter.ua/o-proekte/> (дата звернення: 01.07.2021).
18. UaModna. URL: <https://uamodna.com/about/> (дата звернення: 01.07.2021).

Skalatska O. V. TRENDS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF LIFESTYLE JOURNALISM

The article analyzes the prospects for the development of Lifestyle journalism. It is noted that the issues of these publications balance between «light» and «hard» news, depending on the editorial policy of the publication. A feature of the theme of lifestyle is the personification of materials, on the example of famous people broadcast certain values and reveal current issues of today. The idea is postulated that a number of online publications cooperate with freelancers and non-professional journalists, which is why their content contains evaluative judgments, violates journalistic standards and ethics. As a result, it is proved that the main source of information for lifestyle publications are social networks (accounts of celebrities), which may contain hidden advertising. It is noted that hyperlinks and photos are added to such materials. In particular, attention is focused on the fact that a number of modern online publications select the target audience of Ukrainians and cover Ukrainian culture and its current state, business development, business development and achievements. As a result, it is shown that the meaning and concept of "lifestyle" in its philosophical and sociological sense, in most online publications, is limited solely to consumer practices and examples of stories of famous people. It is established that the specifics of lifestyle publications are: blur genre boundaries, the dominance of visual content, the personification of the text, etc. The thematic content of the sections of lifestyle publications focuses on coverage of events and current processes in the field of fashion and cosmetology, tourism, food and cooking, health. As a result, it is shown that sometimes the correspondence of the topic to its placement in the rubric is violated. It is noted that the development of lifestyle journalism is possibly provided the increase of analytical content focused only on sensational headlines and the transition of users to certain Internet pages, and the preparation of multimedia materials in compliance with journalistic standards.

Key words: *Lifestyle journalism, visual content, journalistic standards, hyperlinks, online publications, social networks, lifestyle, photography.*

Супрун Л. В.

Університет економіки та права «КРОК»

СУГЕСТОГЕННІСТЬ СЕМАНТИКИ АКЦІОНАЗВ У ДИСКУРСІ ЖУРНАЛІСТИКИ І ПОЛОВИНИ ХХ СТОЛІТТЯ

Статтю присвячено дослідженню сугестії концептуального поля «воля» у вісниківській публіцистиці Дмитра Донцова.

Спостережено, що напрям сугестії журналіста спричинений специфікою українського менталітету, у якому домінують надмірні м'якість, толерантність, емоційність з її вибуховістю й короткотривалістю, замкненість на собі чи на малій групі, нецілеспрямованість, відсутність вірності. Ці риси, на думку Д. Донцова, деструктивні для розвою нації, перешкоджають утвердженню національної ідеї й усамостійненню України. Тому він постійно й особливо на сторінках «Літературно-Наукового Вісника» («Вісника») наполягає на необхідності ментальних змін.

У статті наголошено, що з-поміж усіх аксіологічних концептів Донцов-вісниківець надає перевагу тим, які, на його думку, навантажені функцією трансформації української мовної ментальності в напрямку її волюнтаризації. З'ясовано, що експлікація в дискурсі ЛНВ концептуального поля «воля» підпорядкована сугестивній стратегії журналіста: його спробі зробити волю одним із концептуальних шпилів мовної ментальності українців, тобто волюнтаризувати українську мовну ментальність. Недостатню репрезентацію волі в національному характері українців Д. Донцов вважає його неприпустимою слабкістю, яка прогнозує дуже сумнівне майбутнє українського етносу. Силою публіцистичного слова він намагається виховати волю в численній аудиторії часопису.

Доведено, що, попри відому волелюбність українського етносу, журналіст наснажує концептуальне поле «воля» особливою, «донцовською», семантикою: у комунікативній стратегії Д. Донцова це «воля до життя», «воля до чогось на відміну від волі від чогось». Простежується також певна специфіка функціонування вісниківських аксіоназв «свобода», «незалежність», «самостійність», «сепаратизм», які покликані стати інструментом прихованого переконання.

Зроблено загальний висновок, що волюнтаризація української ментальності, за Д. Донцовим-вісниківцем, – обов'язкова умова державності України.

Ключові слова: комунікативна стратегія, технології впливу, аксіоназви, концептуальне поле «воля», Д. Донцов-журналіст, дискурс «Літературно-Наукового Вісника» («Вісника»), волюнтаризація української мовної ментальності.

Постановка проблеми. Успіх соціальної комунікації значною мірою залежить від переконливості мовноментального позиціонування образу автора й ефективності врахування журналістом особливостей мовної ментальності реципієнтів інформації, а також майстерності відтворення взаємодії комуніканта з комунікатом у масово-комунікаційному дискурсі. Провідні журналісти кінця ХІХ – початку ХХ століть не обмежувалися врахуванням специфіки мовної ментальності комунікатив й основною метою соціальної комунікації вважали трансформацію цієї ментальності. Вони намагалися вивести українську мовну ментальність на якісно новий рівень концептуалізації світу, маніфестації цінностей та моделей поведінки в соціумі. Кожний із них обирав свій, на його думку, найрелевантніший вектор корекції

ментальності аудиторії. Так, Іван Франко покладав надії на європеїзацію української мовної ментальності, Михайло Грушевський уважав за необхідне здійснити інтелектуалізацію мовної ментальності українців, а Дмитро Донцов – її волюнтаризацію.

Віддавши належне матеріалізму, Д. Донцов став прихильником ірраціоналізму-волюнтаризму, через посередництво якого сприймав навколишнє середовище з 1913 р. Чимало прислужилися до світоглядної еволюції майбутнього вісниківця волюнтаристичні ідеї Шопенгауера та Ніцше. Услід за ними він доводив, що найголовнішу роль у суспільних процесах відіграє воля, «сліпа воля, воля без раціональної мети, як імпульс до самооб'єктивізації, до існування...» [10, с. 490]. Пріоритетна роль у житті особи й суспільства відводиться ірраціональній

«волі до життя». На сторінках «Літературно-Наукового Вістника» («Вістника») журналіст позиціонує її як «внутрішній стимул до боротьби» [3, с. 207].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичному осмисленню актуалізованої у статті проблеми сприяють праці О. В. Богуславського, С. В. Безчотнікової, М. В. Бутиріної, Л. Є. Василик, В. Д. Демченка, В. Й. Здоровеги, С. М. Квіта, Т. А. Космеди, С. А. Костя, С. І. Кравченко, І. В. Крупського, В. В. Лизанчука, А. І. Мамалиги, І. Л. Михайлина, О. Г. Мукомели, Н. Ф. Непийводи, Л. С. Павлюк, О. Д. Пономарева, О. Г. Почепцова, О. А. Сербенської, Ю. Е. Фінклера, В. І. Шкляра, М. Г. Яцимирської та інших.

Нині ми можемо констатувати початок ходження проблеми мовної ментальності в оперативне поле соціальних комунікацій. Так, Н. Кутуза досліджує політичні слогани як маркери ментального лексикону і закликає рекламистів максимально враховувати лінгвоментальність реципієнтів у процесі творення політичних рекламних слоганів. В. Мороз студіює мовну та мовленнєву ментальність як чинник формування комунікативного простору національномовної особистості. О. Сухомлин, оперуючи поняттям «ментальність реклами», студіює категорію менталітету як параметр рекламного образу. О. Хобта простежує зв'язок між ефективністю рекламного впливу й інтенсивністю врахування етнічних особливостей аудиторії. В. Лернатович проводить дослідження, у яких визначається співвідношення між ментальністю та ЗМІ. О. Бакун з'ясовує залежність журналістських оцінок подій в Україні і країнах Європи від специфіки національної ментальності. Л. Василик аналізує роль публіцистики літературно-художніх видань у творенні національної ідентичності. О. Александров визнає необхідною умовою публіцистичної комунікації спільні для автора інформаційного продукту й реципієнта ментальні платформи, що архівовані в глибинах колективного підсвідомого. Утім, заявлений у нашій статті аспект проблеми не представлений жодною з наявних наукових праць.

Формулювання цілей статті. Мета статті – дослідити аксіоназви з потенційними можливостями пробудження державницьких устремлінь реципієнтів у дискурсі «Літературно-Наукового Вістника» («Вістника»).

Виклад основного матеріалу. Із широкого спектру аксіологічних концептів Донцов-вісниківець особливо акцентує ті, які, за його переконанням, покликані сприяти трансформації

української мовної ментальності в напрямку її волонтаризації. У теорії соціальних комунікацій за певними лексемами визнається особлива персвазивна енергетика. Так, В. Манакін пише: «Найбільший вплив справляють такі мовні одиниці, які потенційно заряджені більшою енергетичною пам'яттю, яка плюсується до особистісної психоемотивної енергії мовця/слухача...» [6, с. 102]. Зрозуміло, що лексема *воля* і синонімічні *свобода*, *незалежність*, *самостійність*, *сепаратизм*, а також похідні від них не становлять собою okazіоналізмів Д. Донцова. Крім того, відома волелюбність українського етносу. Проте журналіст наснажує концепт «воля» особливою, «донцовською», семантикою. Простежується також певна специфіка функціонування вісниківських аксіоназв.

У монографії «Лінгвістика впливу» В. Різун, Н. Непийвода і В. Корнєєв поряд з іншими технологіями впливу розглядають методи еріксонівського гіпнозу [9, с. 111–113]. Практика використання Д. Донцовим ключових лексем української культури із сугестивною метою видається нам близькою до запропонованої американським психіатром Мілтоном Еріксоном. Свідоме й цілеспрямоване акцентування слів-символів, які необхідно донести до об'єкта маніпулювання, підпорядковане визначеній меті: видозмінити українську мовну ментальність, волонтаризувати її. Аксіоназви покликані стати інструментом прихованого переконання.

В українській комунікаційній традиції лексема «воля» посідає почесне місце, пор.: «Воля дорожча за життя»; «І золота клітка для пташки неволя»; «Або волю здобути, або дома не бути»; «Степ та воля – козацька доля»; «На чужому полі не матимеш волі» тощо. Донцов-вісниківець запропонував своє бачення волі, тим самим збагативши українську політичну думку. У хрестоматії С. Жижка з-поміж інших міркувань про волю вирізняються думки теоретика модерного українського націоналізму, які бодай у вузькому колі вибраних українців уже стали афористичними [4, с. 254–262]. Деякі з них засвідчені й у дискурсі ЛНВістника, як-от: *На світі дійсно все мана, oprіч одної річи – волі життя. Волі яка не дає себе вести на паску жадному ключеві, лиш їх – запрягає на службу собі; яка ні над собою не знає жадних абсолютів, ані не прагне себе нічим виправдувати. Якій і пекло, що йде за апокаліптичним їздцем, не заїмпоує й з рівноваги не виведе. Волею насичений світ, обдертий з глупих масок ріжних ідео-льоїй: острим, відсвіжуючим повітрям гірських*

шпилів (Д. Д., По тр.іл.: 68–69) та ін. Воля визнається обов'язковою умовою суспільного життя.

Прямих дефініцій донцовської волі в «Літературно-Науковому Вістнику» («Вістнику») традиційно не зафіксовано. Натомість чимала кількість кваліфікаторів допомагає реципієнтові усвідомити суть поняття, наприклад: *незломна воля* (Д. Д., Що т.»укр.» Укр. :1108); *непохитною волею* (Д. Д., М.Хв. :600); *воля імпонуюча своїм і чужим відвагою в ставленню і рішенню питань і вірою в справу* (Д. Д., М. і пр. :348); *політичної волі* (Д. Д., До конс. :303); *сильної волі* (Д. Д., До ост.п. :164); *виразної волі* (Д. Д., Bell.s.c. :64); *інтензивну волю* (Д. Д., Bell.s.c. :65); *неустаючу волю* (Д. Д., Bell.s.c.: 70); *неугнуту волю* (Д. Д., Bell.s.c.: 70); *«зорганізовану і одностайно кермовану людську волю»* (Д. Д., Персп.: 463); *волі – накинути себе і свою доктрину цілому оточенню* (Д. Д., Сов.мол. і ми: 25); *волею пановання* (Д. Д., Персп.: 459); *завдяки волі ковалів держави і нації* (Д. Д., Що т.нац.: 360); *волі чину* (Д. Д., Два ант.: 659); *волею виявитися назверх* (Д. Д., М.Хв.: 600); *волю... досягнути свою мету всякими способами* (Д. Д., Ав.нас.: 740); *Волі – не бути «гальмом стихії, а її провідником, рівним їй запалом і рішучістю»* (Д. Д., Ав.нас.: 809–810); *волю примусити прийняти її (свою думку – Л.С.) – своїх і чужих* (Д. Д., Конф. на Д.С.: 672); *волі українського народу жити самостійно* (Д. Д., Між м. а к.: 382); *волю, якій кориться юрба* (Д. Д., Bell.s.c.: 70); *воля, що вміла приказувати* (Д. Д., Аг.больш.:683); *волі «протиставлення», без якої нема нації* (Д. Д., Г.тр.: 611); *волі, що організує довкола себе країну* (Д. Д., Санчо-Панца: 597); *ясної думки й сильної волі, які не бояться брати на себе відповідальності* (Д. Д., До ост.п.: 164) тощо.

Розлогість кваліфікативів волі свідчить на користь висновків науковців про те, що вона є «найбільш опрацьованим поняттям ідеології Донцова» [560, с. 111]. Наголошуючи на необхідності подальшого дослідження й популяризації цієї аксіологічної домінанти, головний вісниківець здійснює ревізію наявного теоретичного матеріалу. На сторінках «Літературно-Наукового Вістника» («Вістника») закарбовані комунікаційні стратегії визначних духовних провідників України. «Таким, – зауважує Донцов-журналіст, – був Мазепа, про якого я – в 1918 році – писав: «Мазепа був романтиком... Знав і чув, що чинить лиш **ВОЛЮ** того містичного абсолюта, якого називають розумом світової історії» (Д. Д., Зг. в сім.: 598). Психологічно-волюнтаристичний

підхід публіцист помітив у дискурсі М. Гоголя: *Гоголь писав... про козацькі пісні: «Скрізь проймає їх, скрізь дихає в них ся широка воля козацького життя»* (Д. Д., Н.д.: 84); І. Франка: *Ще Франко в своїм «Ізмарагді» писав: «О горе мамо! Воля, слава, сила відмірюється мірою боротьби», а не «великого страждання»...* (Д. Д., Пам.в.в.: 72). Особливо імпонує Д. Донцову комунікативна позиція Т. Шевченка, який волю розглядає не тільки в національному, а й у державному аспекті: *А Шевченко, коли й думав про волю, то була то «воля більш усього своєї породи, воля національна й державна»* (Д. Д., Два ант.: 655). Натомість мудрість державної філософії не зміг досягнути М. Драгоманов. «Ся остання **воля**, – продовжує Донцов виклад у статті «Два антиподи», – для Драгоманова була – нічим, він думав лише про соціальну, при чім вірив, що вона можлива навіть в «братерській спілці» з іншими народами» (Д. Д., Два ант.: 655–656). Вияв одвічних українських ментальних розслаблюючих і безвольних комплексів публіцист виявляє в дискурсі Г. Сковороди: *«Воля! – гукає Сковорода. – О, нечистий аде! ...Усім ти отрута. День і ніч позіхаєш щелепами... Якби цього змія вбити? Так! Тоді знищено буде весь ад»* (Д. Д., Санчо-Панца: 599).

Інтерпретуючи на шпальтах «Літературно-Наукового Вістника» («Вістника») світоглядно-концептуальні стратегії своїх сучасників, Д. Донцов особливо гостро й категорично критикує діяльність Центральної Ради: *...Не дивно, що 2-м універсалом Центральної Рада ще раз підкреслила свою волю «не відділяти України від Росії»...* (Д. Д., Ав.нас.: 744). Журналіст з розчаруванням констатує, що таку деструктивну для української державності волю вітає багато українців, яких він наділяє збірним ім'ям *Шульгіни*. У вісниківський виклад вплетено висловлювання таких Шульгіних, як-от: *«А тепер – патос руйнування натхнув... і представників власне того руського племені, яке тоді, разом з Богданом виявило таку племінну волю до здійснення єдності...»* (Д. Д., П.лег.: 276). Теоретик державності України помічає й вітає щонайменші вияви орієнтації на національно-волюнтаристичну домінанту серед українського загалу, пор.: *...Священик говорив... про «сонце волі української державності»...* (Д. Д., Ав.нас.: 751); *Не знаходить гармонії й Гадзінський: «Чому ми не з волею кричі», питається він...»* (Д. Д., Н.д.: 78).

Дискурс ЛНВісника засвідчує той факт, що, вибудовуючи свою волюнтаристичну ідеологію, головний редактор концептуально користав не

тільки в А. Шопенгауера й Ф. Ніцше. Його зарубіжними респондентами стали особливо поважаний О. Шпенглер (*Сей інстинкт – се лише друга назва на шпенглерівську «волю сильнішого»: «рушійні сили майбутнього такі самі, як і минулого: воля сильнішого, здорові інстинкти, раса, воля посідати і володіти»...* (Д. Д., Зг. в сім.: 596)); Г. Фереро (*«Безлад (desordre) волі – писав він (Г. Фереро – Л. С.) – се недуга, на яку вмирає наша доба»* (Д. Д., Пам.в.в.: 67)); Х. Ортега-і-Гассет (*Нація – се «гра сил, воля – щось спільно творити»...* (Д. Д., Зг. в сім.: 598)); Б. Муссоліні (*«Я думаю, що народи коли хочуть жити, мусять розвинути певну волю могутности, инакше – тільки животитимуть як здобич сильніших рас, які сю волю міцніше в себе виплекали»...* (Д. Д., Про бар. і бар.: 53)); А. Розенберг (*«Кождий світогляд, каже А. Розенберг, є якраз такий сильний, як воля його визнає боронити його»* (Д. Д., 1937: 55)); Е. Ренан (*«Спільні тріумфи в минулім і спільна воля сучасності, спомини великих діл і готовість до нових, ось істотні передумови існування народу...»* (Д. Д., Що т.нац.: 358)); Ф. Фош (*«...Вийти з сього зачарованого кола не дають їм не об'єктивні причини, а брак фошівської волі «піти вперед, не знаючи, чи матимеш успіх, чи ні»* (Д. Д., Ф. і Ф.: 457)); Ю Бенда (*«Всяка збірна істота мусять мати волю з'єднання і волю протиставлення...»* (Д. Д., І.тр.: 607)) і навіть Демосфен (*Демостен говорив... про конечність для нації мати не лише «любов», до собі подібних, не лише «волю спокуси», але і «волю протиставлення»* (Д. Д., І.тр.: 609)).

Толеруючи свою ідеологію широким українським масам, публіцист вважає за потрібне ознайомити їх з поглядом на актуальну проблему пересічних європейців, напр.: *Ми маємо – кінчить француз – не так дбати про абстрактні засади демократії, як про «волю життя, волю боротися з силами, які стремлять знищити нас»* (Д. Д., Аг.больш.:683); *Коли в Америці недавно вибирали «кандидата на будучого Едісона», на запитання, що є передумовою успіху, той відповів: воля!* (Д. Д., Ще про «П.» і «А.»: 566).

Неоднозначне ставлення виявляє Донцов-вісниківець до вольової моделі Льва Толстого. Він то поділяє – з певною похибкою – погляди російського письменника-мислителя, то різко відхиляє їх, навіть ототожнюючи з ученням В. Леніна, пор.: *« Коли під «гнобленням» розуміти активну волю накинути свою ідею нації, то Л. Толстой мав рацію: тільки, хто має сю волю, може провадити нацією...»* (Д. Д., Шат.мал.:273-274);

...Ся рівність большевицька се «воля до упрощення, воля до дикости», до зрівнання всього. Так учив Л. Толстой, так учив В. Ленін (Д. Д., В. Лен.: 323).

Категоричне неприйняття журналіста викликає концепція Ж.-Ж. Руссо, що заперечує одну з трьох базових ідей донцовського націоналізму, а саме «ініціативну меншість», недієздатність якої зумовлює й особливості двох інших – «волі як закону життя» і «творчого насильства». Д. Донцов пише: *«В відношенню до мас, до демоса лібералізм поклоняється догмі «суверенности народа», видуманій Руссом фікції «загальної волі», без якої жадна ініціативна меншість не сміє нічого вчинити, а тим менше накинути їй свою волю»* (Д. Д., Аг.одн.д.: 64).

Аналогічне негативне ставлення виявляє ідеолог чинного націоналізму й до теорій, що заперечують творче насильство. Неодноразово у вісниківському дискурсі Донцов апелює до висловів опонентів: *Чи не читали ми недавно в однім емігрантськім журналі: «...З двох волей сильніша є та, що вміє зробити по своєму без насильства»* (Д. Д., Єд., що є:84); *Читаємо в органі одної нашої еліти: «...З двох волей сильнішою є та, що вміє зробити по своєму без насильства...»* (Д. Д., М. і пр.:277).

Найприкрішим журналіст вважає той факт, що зазначені міркування не тільки не поодинокі, але й не випадкові. Вони експлікують ті концептуальні шпилі, які актуалізувала наявна тоді українська мовна ментальність. Дискурс «Літературно-Наукового Вістника» («Вістника») рясніє негативними відгуками головного редактора щодо національної невиразності українців, їхньої схильності до служіння чужим державним ідеям тощо. Однією з причин культурно-ментальної несконденсованості українства патріарх українського націоналізму вважає ослаблену волю. *«Брак віри і брак волі», – наголошує С. Кость, – для Д. Донцова було симптомом національної неповноцінності, духовного кастратства, роздвоєння душі»* [5, с. 284]. На шпальтах ЛНВ відверто заявлена позиція публіциста: *Досі в нас волю, щоб силу мати – заступається волею щоб жити спокійно і «сито», філософією остаточної стабілізації...»* (Д. Д., Кр.вп.: 176); *Атрофія думки, атрофія волі, атрофія почуття* (Д. Д., Зр.амф.: 598); *Брак власної думки і волі – створює серед них ту атмосферу єдиного фронту і взаємної поблажливості...»* (Д. Д., Два ант.: 663) тощо.

Необхідної волі немає – що, на думку Донцова-вісниківця, симптоматично – в українських політиків першої ланки. Він пише: *В офіційнім українськім*

таборі не чути сеї **волі** (Д. Д., Шат.мал. : 274); *Інакше кажучи: єдиний момент – «волю спільно щось робити» – який творив націю, взяв її в цілість, окрему від інших, – якраз той момент ігнорували наші політики...* (Д. Д., Аг.больш.: 690); *Це є та «центральна воля», що бракує нам, це є те, чого відрухово шукає молодь, і чого їй не дають сучасні наші Зевси Олімпійські* (Д. Д., Бор. за м.: 722).

Утім, у світоглядно-ідеологічній матриці, яка лежить в основі різних сфер духовної і практичної діяльності українців від мистецтва до політики, воля наявна. Її мали давні українці, тому вона складає одну з концептуальних вершин праукраїнської мовної ментальності. Однак довгі століття бездержавності здійснили вкрай негативний вплив на морально-психологічний стан українського етносу. Так, в інтелігентському середовищі був сформований комплекс меншовартості. С. Кость підкреслює, що Донцов-публіцист першим звернув увагу на цей факт як на одну з головних причин поразки визвольних змагань [236, с. 225–226]. Разом із тим головний вісниківець акцентує геній Т. Шевченка, який зумів зберегти споконвічні українські ментальні домінанти: «...*Ся його* (Т. Шевченка – Л.С.) *«фавствіська» філософія вічної напруженості, вічного горіння, упоєння чином, рухом... помогла перемогти той «безлад волі», на який терпів його і терпить наш вік...*» (Д. Д., Пам.в.в.:74).

Закликаючи українців плекати вольові якості характеру, вісниківський редактор параметризує головні вияви рекламованої волі. Розглянемо їх.

1. Насолода ризиком кореспондує, наприклад, у таких фрагментах дискурсу ЛНВ: *...Так само у Емі Лявел, яка проповідує рух і авантуру, бо лише на сьому полі воля може розгорнутися широко і вільно* (Д. Д., Д.ам.:366); *Воля європейської людини жене її на змагання з тим більшим завзяттям, чим більше безнадійною видається ситуація* (Д. Д., Укр.вас.: 142).

2. Героїзм, що проповідується в таких вісниківських інтекстах, як: *Ні нарікання, ні розпачи... лише – стриманість, певність себе і сильна воля перед обличчям мертвої природи і живого ворога...* (Д. Д., Н.літ.г.: 69); *Воля японця потрафить зважитися на найвищу посвяту, коли сього вимагає честь або коли се корисно країні* (Д. Д., Коли вм.лег.: 299).

3. Жадоба панування, яка іррадіює через весь «Літературно-Науковий Вістник» («Вістник»): *...Як в усі переломові епохи, доконується сей здвиг невеличкою групою, що непохитно вірить в своє післанництво і яка, не числючись з іншими, наки-*

дає свою волю і свою ідею нації (Д. Д., До ост.п.: 165); *...Свою амбіцію добачали (провідники – Л.С.) не в тім, щоби за масою шкандибати, лише, щоби її вести, щоби рішати часом проти волі і пасивного загалу...* (Д. Д., М. і пр.: 265).

Такі головні вияви донцовської «волі до життя», яку журналіст, своєрідно модифікувавши, запозичив в А. Шопенгауера. На противагу іншим дослідникам Г. Васькович твердить, що Д. Донцов не повністю перейняв філософську теоретико-пізнавальну систему Шопенгауера. В ученні німецького філософа розглядає концепт символізує душу, яка одночасно являє собою принцип світу і першопричину буття, а в ідеолога українського націоналізму воля – це лише суть душі. Д. Донцов, політик і публіцист, ґрунтує свою концепцію не лише на волі як метафізичній основі світу, а на душі як конституювенті буття, що його можна дослідити феноменологічно [1, с. 122]. Ототожнення «волі до життя» Шопенгауера й «волі до влади» Ніцше, яке визнається більшістю дослідників помилковим, на думку М. Сосновського, спричинене особливостями комунікативної стратегії Донцова, який таким чином намагався звільнити свою волюнтаристичну ідеологію від шопенгауєрівського песимізму [12, с. 269]. Свідчення цього знаходимо й у дискурсі «Літературно-Наукового Вістника» («Вістника»): *Чом не засвоїти нам особливо одної з тих старих чеснот, почуття гумору? Ціла філософія життя міститься в тім почутті, яка дозволяє поконати життя або його перетравити. У нас се почуття щезло. Любимо ми плавитися в журбі, апстеозувати терпіння, є ми поважні мов на похоронній процесії: в політиці, на забавах, в «веселих» фелстонах. Емерсон каже, що добрий гумор і веселість є прикметою героїзму... «Велика воля не знижується до того, щоби робити щось поважно, все мусить бути веселе, мов спів канарка»* (Д. Д., Н. і В.: 254). Такий гумор притаманний і самому Д. Донцову, пор. хоча б: *A vulgus – як відомо – viit desipri, має плебейську ментальність, бажання позбутися власної волі, бути веденим, бажання, – не самому випити (бо це припускає почуття відповідальності), а щоби тебе «зв'язали і в рот горілки наляли»...* (Д. Д., Бол.дем.: 932).

Донцовознавці зауважують в аналізованих дискурсах також ототожнення між волею та експансією. Причому Д. Донцов збагачує узуальне значення лексеми «експансія» («1. Розширення сфери панування монополістичних об'єднань або держав, що здійснюється як економічними, так і неекономічними методами... 2. Розширення,

розповсюдження чогось за межі яких-небудь початкових ареалів» [11, с. 340]) семантичним нюансом *заперечення волі до життя в інших* [13, с. 112–113]. У вісниківському дискурсі це знаходить таке вираження: *Націоналізм ставляє понад усе агресивність, дух анексіонізму, волю мати і волю посідати, стремління до захвату, хоч би проти волі иншого* (Д. Д., Аг.одн.д.: 65); *Експанзія! Ось ми й знайшли те слово, яким найкраще означити ту волю до життя, волю вийти геть поза дроти, – яка така хирлява в нас* (Д. Д., Санс.: 150). Щодо цього аспекту донцовської ідеології Л. Павлюк справедливо зауважує: «Ідеологічно-семантична вакансія Д. Донцова пов'язана із зменшенням дефіциту наступальності і експансивності в українському психологічному типі» [7, с. 11–12].

Продовжуючи характеристику засобів вербалізації донцовської стратегії волюнтаризації української мовної ментальності, в подальшому плануємо розглянути інвентар лексем, семантично близьких базовій. Безсумнівно, публіцист враховував їх потенційні можливості пробудження державницьких устремлінь реципієнтів вісниківського дискурсу. «...У постійному арсеналі журналістів, – пише Х. Дацишин, – які спеціалізу-

ються на політичній тематиці, є слова і вислови, що дають змогу передавати інформацію «над текстом», привертати увагу, впливати на емоції, викликати у реципієнтів певні запрограмовані реакції» [2, с. 427]. Мовленнєве забезпечення переконання на шпальтах «Літературно-Наукового Вістника» («Вістника»), за задумом його головного редактора, виконують слова «незалежність», «свобода», «сепаратизм», «суверенність» та їхні численні деривати. Крім спільної функції в комунікативній системі часопису, вони поєднані також кореляційними зв'язками з донцовською волею «як волею до чогось на відміну від волі від чогось» [8, с. 147].

Висновки. Таким чином, Дмитро Донцов уважав за необхідне здійснити волюнтаризацію української мовної ментальності. Цю журналістську стратегію, окрім іншого, вербально репрезентували лексеми з потенційними можливостями пробудження державницьких устремлінь реципієнтів. Багаторазова фіксація в дискурсі ЛНВістника аксіоназви «воля» закономірна: вона спричинена стремлінням журналіста до збагачення ментального тезаурусу українців лексикою волюнтаристичного характеру і в перспективі – спонукання їх до відповідних дій.

Список умовних скорочень:

- Д.Д., Ав.нас. – Донцов Д. Авіронове насіння. *Вістник*. 1937. Річник V. Том IV. Книжка 10. С. 731–755; Книжка 11. С. 803–830.
- Д.Д., Аг.больш. – Донцов Д. Агонія большевизму і Еклезіяст. *Вістник*. 1933. Річник I. Том III. Книжка 9. С. 673–694.
- Д.Д., Аг.одн.д. – Донцов Д. Агонія одної доктрини (Під новий рік). *Літературно-Науковий Вістник*. 1924. Річник XXIII. Том LXXXII. Книжка I-IV. С. 56–67.
- Д.Д., Бол.дем. – Донцов Д. Болячка демократизму. *Вістник*. 1933. Річник I. Том IV. Книжка 12. С. 929–936.
- Д.Д., Бор. за м. – Донцов Д. Боротьба за молодь. *Літературно-Науковий Вістник*. 1931. Річник XXX. Том CVI. Книжка VII-VIII. С. 717–723.
- Д.Д., В.Лен. – Донцов Д. В. Ленін. *Літературно-Науковий Вістник*. 1924. Річник XXIII. Том LXXXII. Книжка I-IV. С. 322–333.
- Д.Д., Г.тр. – Донцов Д. Гальванізатори трупів. *Вістник*. 1935. Річник III. Том III. Книжка 7-8. С. 592–611.
- Д.Д., Д.ам. – Донцов Д. Дух американізму. *Літературно-Науковий Вістник*. 1929. Річник XXVIII. Том XCIII. Книжка IV. С. 357–371.
- Д.Д., Два ант. – Донцов Д. Два антиподи (Шевченко і Драгоманов). *Вістник*. 1938. Річник VI. Том III. Книжка 9. С. 653–666.
- Д.Д., До конс. – Донцов Д. До консолідації. *Вістник*. 1934. Річник II. Том II. Книжка 4. С. 301–307.
- Д.Д., До ост.п. – Донцов Д. До останніх подій. *Літературно-Науковий Вістник*. 1925. Річник XXIV. Том LXXXVII. Книжка VI. С. 161–168.
- Д.Д., Єд., що є – Донцов Д. Єдине, що є на потребу (Новорічні рефлексії). *Літературно-Науковий Вістник*. 1930. Річник XXIX. Том CI. Книжка I. С. 74–85.
- Д.Д., Зг. в сім. – Донцов Д. «Згода в сімействі». *Вістник*. 1936. Річник IV. Том III. Книжка 7-8. С. 587–606.
- Д.Д., Зр.амф. – Донцов Д. Зрада амфіктіонів. *Вістник*. 1938. Річник VI. Том III. Книжка 7-8. С. 591–599.
- Д.Д., Коли вм.лег. – Донцов Д. Коли вмирає легенда... (під Великдень). *Вістник*. 1936. Річник IV. Том II. Книжка 4. С. 294–306.
- Д.Д., Конфл. на Д.С. – Донцов Д. Конфлікт на Далеких Сході і український Кобленц. *Вістник*. 1938. Річник VI. Том III. Книжка 9. С. 667–673.

- Д.Д., Кр.вп. – Донцов Д. Крок вперед (До «літературного» спору). *Літературно-Науковий Вістник*. 1926. Річник XXV. Том ХСІ. Книжка Х. С. 167–183.
- Д.Д., Мик.Мак. – Донцов Д. Микола Макіявель (1527–1927). *Літературно-Науковий Вістник*. 1927. Річник XXVI. Том ХСІV. Книжка Х. С. 169–183.
- Д.Д., Між м. а к. – Донцов Д. Між молотом а ковалом. *Вістник*. 1938. Річник VI. Том II. Книжка 6. С. 371–386.
- Д.Д., М. і пр. – Донцов Д. Маса і провід. *Літературно-Науковий Вістник*. 1930. Річник XXIX. Том СІ. Книжка III. С. 263–279; Книжка IV. С. 331–351.
- Д.Д., М.Хв. – Донцов Д. Микола Хвильовий. *Вістник*. 1933. Річник I. Том III. Книжка 7-8. С. 591–609.
- Д.Д., Н.д. – Донцов Д. Невільники доктрини. *Літературно-Науковий Вістник*. 1928. Річник XXVII. Том ХСVІІ. Книжка IX. С. 69–87.
- Д.Д., Н. і В. – Донцов Д. Нині і Вчора. *Літературно-Науковий Вістник*. 1931. Річник XXX. Том СV. Книжка III. С. 239–255.
- Д.Д., Н.літ.г. – Донцов Д. Наше літературне гетто. *Літературно-Науковий Вістник*. 1932. Річник XXXI. Том СVІІІ. Книжка I. С. 68–84.
- Д.Д., Пам.в.в. – Донцов Д. Памяти великого вигнанця (До 65 роковин смерті Т.Шевченка). *Літературно-Науковий Вістник*. 1926. Річник XXV. Том ХС. Книжка V. С. 66–74.
- Д.Д., Персп. – Донцов Д. Перспективи (по 25 травня 1926). *Вістник*. 1936. Річник IV. Том II. Книжка 6. С. 452–469.
- Д.Д., П.лег. – Донцов Д. Переяславська легенда. *Літературно-Науковий Вістник*. 1929. Річник XXVIII. Том ХСLІІІ. Книжка III. С. 275–278.
- Д.Д., По тр.іл. – Донцов Д. По трупах ілюзій. *Вістник*. 1934. Річник II. Том I. Книжка 1. С. 65–69.
- Д.Д., Про бар. і бар. – Донцов Д. Про баронів середовіччя і баранів з байки. *Вістник*. 1936. Річник IV. Том I. Книжка 1. С. 50–66.
- Д.Д., Санс. – Донцов Д. Сансара. *Літературно-Науковий Вістник*. 1928. Річник XXVII. Том XV. Книжка II. С. 149–158.
- Д.Д., Санчо-Панца – Донцов Д. Санчо-Панца в нашій дійсності. *Вістник*. 1934. Річник II. Том III. Книжка 7-8. С. 575–601.
- Д.Д., Сов.мол. і ми – Донцов Д. Совітська молодь і ми. *Вістник*. 1933. Річник I. Том I. Книжка 1. С. 17–32.
- Д.Д., 1937 – Донцов Д. 1937. *Літературно-Науковий Вістник*. 1937. Річник V. Том I. Книжка I. С. 54–66.
- Д.Д., Укр. вас. – Донцов Д. Українське васуит і рідна колтунерія. *Вістник*. 1934. Річник II. Том I. Книжка 2. С. 137–146.
- Д.Д., Ф. і Ф. – Донцов Д. Фош і «Фошісти». *Літературно-Науковий Вістник*. 1929. Річник XXVIII. Том ХСІХ. Книжка V. С. 452–458.
- Д.Д., Шат.мал. – Донцов Д. «Шатость малоросійская». *Літературно-Науковий Вістник*. 1927. Річник XXVI. Том ХСІІ. Книжка III. С. 265–275.
- Д.Д., Ще про «П.» і «А.» – Донцов Д. Ще про «Пилипа» і «Атенців». *Літературно-Науковий Вістник*. 1930. Річник XXIX. Том СІІ. Книжка VI. С. 559–569.
- Д.Д., Що т.нац. – Донцов Д. Що таке нація? *Вістник*. 1937. Річник V. Том II. Книжка 5. С. 354–360.
- Д.Д., Що т.»укр.» Укр. – Донцов Д. Що таке «українізація» України? (трохи соціології). *Літературно-Науковий Вістник*. 1929. Річник XXVIII. Том ХСХ. Книжка XII. С. 1097–1111.
- Д.Д., Bell.s.c. – Донцов Д. Bellua sine capite (З нагоди пятилітніх роковин проголошення незалежності України). *Літературно-Науковий Вістник*. 1923. Річник XXII. Том LXXIX. Книжка I. С. 58–71.

Список літератури:

1. Васькович Г. Національна ідеологія Донцова. *Дві концепції української політичної думки. В'ячеслав Липинський – Дмитро Донцов*. Б.м., 1990. С. 121–141.
2. Дацишин Х. Політична метафора в індивідуальній мовотворчості журналіста. *Вісник Львівського ун-ту. Серія журналістики*. 2004. Вип. 25. С. 427–433.
3. Дорожинський П. Дмитро Донцов – критика деяких його поглядів на націоналізм (Дмитро Донцов і організований український націоналізм). *ОУН: минуле і майбуття* : збірник / відп. редактор С. Таран, відп. за випуск Н. Караванська. Київ : Фондація ім. О. Ольжича, 1993. С. 203–212.
4. Жижко С. Нація як спільнота. Київ : Дніпро, 2008. 808 с.
5. Кость С. А. Західноукраїнська преса першої половини ХХ ст. у всеукраїнському контексті (засади діяльності, періодизація, структура, особливості функціонування). Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2006. 514 с.
6. Манакін В. М. Мовна енергетика й соціальні комунікації. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2011. Т. 42. Січень–березень. С. 98–102.

7. Павлюк Л. С. Структурно-семантична організація полемічно-дискусійного дискурсу (За матеріалами української політичної публіцистики першої пол. XX ст.) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. Київ, 1996. 19 с.
8. Павлюк Л. С. Структурно-семантична організація полемічно-дискусійного дискурсу (За матеріалами української політичної публіцистики першої пол. XX ст.) : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. Київ, 1996. 162 с.
9. Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнеєв В. М. Лінгвістика впливу : монографія. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. 148 с.
10. Сайко О. Мова і нація: філософський та психологічний аспекти. *Вісник Львівського ун-ту. Серія журналістики*. 2004. Вип. 25. С. 488–491.
11. Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних словосполучень / уклад. Л. О. Пустовіт та ін. Київ : Довіра, 2000. 1018 с.
12. Сосновський М. Дмитро Донцов: політичний портрет: З історії розвитку ідеології українського націоналізму. Нью-Йорк; Торонто : Trident International, Inc., 1974. 419 с.
13. Шліхта І. В. Дмитро Донцов як ідеолог і теоретик українського націоналізму : дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01. Київ, 2005. 263 с.

Suprun L. V. SUGESTOGENICITY OF AXIONASE SEMANTICS IN THE DISCOURSE OF JOURNALISM AND THE MIDDLE OF THE XX CENTURY

The article is devoted to the study of the suggestion of the conceptual field «will» in the journalism of Dmitry Dontsov.

It is observed that the direction of the journalist's suggestion is caused by the specifics of the Ukrainian mentality, which is dominated by excessive softness, tolerance, emotionality with its explosiveness and short duration, isolation in oneself or in a small group, unfocusedness, lack of loyalty. These features, according to D. Dontsov, are destructive for the development of the nation, hinder the establishment of the national idea and the independence of Ukraine. Therefore, he constantly and especially in the pages of the "Literary-Scientific Bulletin" («Bulletin») insists on the need for mental change.

The article emphasizes that among all axiological concepts Dontsov prefers those which, in his opinion, are burdened with the function of transformation of the Ukrainian language mentality in the direction of its voluntarization. It was found that the explication of the conceptual field "will" in the discourse of LNV is subject to the suggestive strategy of the journalist: his attempt to make the will one of the conceptual spiers of the Ukrainian language mentality, ie to voluntarize the Ukrainian language mentality. Insufficient representation of the will in the national character of Ukrainians D. Dontsov considers it an unacceptable weakness, which predicts a very doubtful future of the Ukrainian ethnic group. By the power of the journalistic word, he tries to cultivate freedom in a large audience of the magazine.

It is proved that despite the well-known love of freedom of the Ukrainian ethnic group, the journalist inspires the conceptual field "will" with a special semantics of Dontsov: in D. Dontsov's communicative strategy it is "will to live", "will to something as opposed to will from something". There is also a certain specificity of the functioning of the Visnyk axioms "freedom", "independence", "independence", "separatism", which are designed to become an instrument of hidden belief.

The general conclusion is made that voluntarization of the Ukrainian mentality, according to D. Dontsov, is an obligatory condition of the statehood of Ukraine.

Key words: *communicative strategy, technologies of influence, axionames, conceptual field "will", D. Dontsov-journalist, discourse of "Literary-Scientific Bulletin" ("Bulletin"), voluntarization of Ukrainian language mentality.*

УДК 007

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/39>**Теребус О. Л.**

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Рожило М. А.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ПРОБЛЕМА САМОРЕГУЛЯЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА

У статті проаналізовано механізми регулювання професійної діяльності журналістів в Україні. Наголошено на особливостях державного та недержавного регулювання ЗМІ в Україні, розглянуто законодавчі положення, що стосуються діяльності українських медіа та журналістів. Увагу зосереджено на проблемі заборони втручання у професійну діяльність журналістів, неприпустимості контролю за змістом поширюваної інформації. Акцентовано на ролі журналістів, які виконують чи не найважливішу функцію у демократичному суспільстві: забезпечують право громадян на інформацію. Артикульовано потребу оновлення інформаційного законодавства України, а також визначено необхідність із боку держави визнавати організації, які беруть участь у саморегулюванні мас-медіа.

Для того, щоб механізми саморегуляції та співрегуляції запрацювали в Україні, потрібно бажання, розуміння значення медіа та їх впливу на суспільство, фаховість і готовність працювати за правилами, незалежно від того, чи подобаються вони журналістам. Також повинно бути узгодження та здатність регулятора впливати на забезпечення певної якості медіапродукту, певних гарантій захищеності найбільш вразливих груп аудиторії від можливого шкідливого контенту, необхідно і з боку держави визнавати такі організації та їхню роль у саморегуляції.

В Україні є достатньо об'єднань та спілок, які б могли більш активно займатися питаннями саморегуляції ЗМІ. Однак Україна ще не створила надійних інструментів, які могли б запобігати порушенню права громадян на об'єктивну, чесну та якісну інформацію. Але й громадянське суспільство повинне бути готове для сприйняття високоякісного медійного продукту, бути вимогливим та критично мислячим. Адже некритичне сприйняття аудиторією інформації прямо впливає на кількість джінси, фейків та маніпуляцій у медіа. Якби аудиторія належним чином оцінювала якість матеріалів, то вона б відмовлялася від незбалансованих новин. А це, у свою чергу, спонукало б і журналістів змінюватися. У державі головною причиною невисокого рівня дотримання етичних принципів медійниками є економічна залежність. Хоча продовж останнього десятиліття й держава, й журналісти, й власники ЗМІ працюють над формулою регулювання, вдосконалено Кодекс етики українського журналіста, переформатовано роботу Комісії з журналістської етики, тривають дискусії, круглі столи на різних рівнях, вивчається досвід інших країн.

Ключові слова: діяльність журналіста, механізми регулювання, співрегулювання, саморегулювання мас-медіа, демократія, свобода ЗМІ.

Постановка проблеми. В українському мас-медійному просторі впродовж кількох років піднімаються питання про саморегуляцію ЗМІ, їх свободу від власників, дотримання журналістами професійних та етичних стандартів тощо. Проводяться зустрічі, круглі столи, дискусії, ініціативами яких є Національна спілка журналістів України, Комісія з журналістської етики, Незалежна медійна рада, представники влади та громадськості. Досвідом діляться закордонні експерти. Проте однозначного рішення ще не прийнято.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Про саморегуляцію ЗМІ говорять як науковці (О. Кузнецова, В. Іванов, С. Квіт, А. Кострубіцька),

так і експерти (Т. Назарук, Я. Шеремета, М. Прохасько), представники професійних об'єднань та громадськості.

Формулювання цілей статті. Опираючись на європейський досвід, українська медійна спільнота широко обговорює можливості саморегуляції та співрегуляції ЗМІ. Але більшою мірою ці дискусії ведуться на різних майданчиках та їх досвід не систематизовано. Автори статті спробували різносторонньо розглянути проблему та систематизувати власне український досвід.

Виклад основного матеріалу. Свобода ЗМІ є основою всіх демократичних свобод. Коли держава не гарантує цієї свободи, то всі інші свободи

перебувають під загрозою, як і сама демократія та суспільство в цілому.

Журналісти виконують чи не найважливішу функцію у демократичному суспільстві – забезпечують право громадян на інформацію. Відповідно до ст. 24 Закону України «Про інформацію» забороняються втручання у професійну діяльність журналістів, контроль за змістом поширюваної інформації, зокрема з метою поширення чи непоширення певної інформації, замовчування суспільно необхідної інформації, накладення заборони на висвітлення окремих тем, показ окремих осіб або поширення інформації про них, заборони критикувати суб'єкти владних повноважень, крім випадків, встановлених законом, договором між засновником (власником) і трудовим колективом, редакційним статутом.

Для покращення якості медіа та збереження незалежності поряд із державним варто, враховуючи закордонний досвід, створювати й недержавне регулювання ЗМІ, що якісно впливає на них та «сприяє демократичному розвитку суспільства, його моральності» [3, с. 225]. Поведінку журналіста, за словами О. Кузнецової, можуть оцінювати за «критеріями журналістської етики спеціально створені незалежні від влади інстанції... У багатьох демократичних країнах світу існують системи саморегулювання ЗМІ, що за основу діяльності беруть кодекси журналістської етики, звичаєве або прецедентне право...» [3, с. 225].

Саморегуляція ЗМІ, на думку експерта «Детектор.Медіа» Т. Назарука, є «оптимальним механізмом для збалансування прав журналістів та їхньої відповідальності перед суспільством, а також захисту від впливу власників і держави» [4]. Дослідниця А. Кострубіцька наголошує, що у вузькому розумінні «термін саморегулювання являє собою процес визначення, встановлення та санкціонування правил членами професії. У широкому розумінні саморегулювання трактується західними науковцями як медіа-підзвітність, що включає в себе не лише професіоналів царини ЗМК, але й потенційних користувачів до процесу, шляхом залучення інструментів медіа-підзвітності задля відповідальності перед суспільством... У загальному розумінні саморегулювання ЗМК фактично являє собою стандарти, засновані на відповідних принципах діяльності мас-медіа, які є необхідними для свободи слова та процес, що дозволяє ці стандарти моніторити» [4, с. 50].

Країни Західної Європи, Європейський Союз заявляють про себе як про приклад для наслі-

дування у справі забезпечення свободи преси. В багатьох країнах контроль мас-медіа з боку влади неприпустимий, адже це означало б крах демократичних цінностей, тому там сформувалася своя система контролю за роботою засобів масової комунікації – неурядові органи, діяльність яких спрямована на те, щоб преса, радіо та телебачення діяли в інтересах суспільства, а також саморегулювання та самодисципліна.

В Україні, опираючись на Конституцію України, Кримінальний та Цивільний кодекси, розроблено та введено в дію низку законів стосовно різних галузей діяльності ЗМІ: Закони України «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення та радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про рекламу», «Про авторське право і суміжні права», «Про доступ до публічної інформації», «Про державну підтримку ЗМІ та соціальний захист журналістів», «Про державну таємницю», «Про авторське право і суміжні права», «Про видавничу справу», «Про Суспільне телебачення та радіомовлення України» та ін.

Крім законів України щодо діяльності ЗМІ, розвиток їх визначають й інші документи, нормативні акти, постанови, укази, які приймаються владними структурами (Укази Президента України, Постанови Верховної Ради, Постанови Кабінету Міністрів України тощо). Також у своїй діяльності журналісти керуються міжнародними актами і постановами, зокрема Загальною Декларацією прав людини та Європейською Конвенцією про захист прав людини і основних свобод, Міжнародним пактом про громадянські і політичні права, Конвенцією про свободу асоціацій і захист права на організацію та ін.

Сьогодні, попри норми законодавства, існують певні проблеми, пов'язані з реальним втіленням свободи журналістської діяльності та правом на інформацію. В Україні склалася загрозлива ситуація у справі забезпечення основних прав та свобод людини й громадянина на отримання повної, неупередженої інформації та забезпечення права журналіста на вільне, без зовнішнього тиску виконання своїх професійних обов'язків, що зумовлено впровадженням політичної вітчизняної та міжнародної цензури. Тиск на ЗМІ став однією з найбільш поширених форм політичної цензури. Найактивнішим суб'єктом здійснення такого тиску стала державна та місцева виконавча влада, податкова адміністрація, правоохоронні органи.

Залежність системи судової влади в Україні від виконавчої влади та її корумпованість роблять

неефективними для ЗМІ звернення до судових органів у разі порушення прав журналістів та редакційних колективів. В Україні наявна фактична безкарність чиновників за незаконне обмеження прав ЗМІ. Жодного з державних службовців не було звільнено з роботи за перешкоджання діяльності журналістів.

ЗМІ втрачають належні їм у демократичному суспільстві функції посередника між владою та суспільством, перетворюються на знаряддя політичного впливу та маніпулювання. Діяльність журналістів в Україні впродовж останніх десятиліть перебуває під пильним оком громадськості. Десятки журналістів в Україні загинули через виконання своїх професійних обов'язків. Зафіксовано сотні прикладів побиття, залякувань, погроз журналістам, цензури, тиску на ЗМІ, перешкоджань виконанню професійних обов'язків.

В Україні напрацьовано низку законів, інших нормативних документів, які обумовлюють засади діяльності журналістів. Вони відповідають європейським і світовим стандартам. Але для того, щоб вони успішно функціонували, ще досі не створено відповідний суспільний ґрунт, не узгоджено понятійний апарат, не розроблено шляхи їх реалізації, що, як свідчать практики, досить довготривалий процес. Великі надії покладаються на процес подальшої демократизації суспільства, інтегрування його в європейську спільноту, а також пошук форм самостійного регулювання медіа.

Ще однією проблемою, що постала у сфері забезпечення свободи слова, є те, що основні закони у сфері забезпечення свободи слова та функціонування ЗМІ були прийняті у 90-х роках ХХ століття. Окремі їхні положення застаріли або містять певні неузгодженості й потребують уточнень. Питання оновлення інформаційного законодавства неодноразово піднімалося, розглядалося ряд проєктів, проте однастайності досі немає.

В Україні власники медіа використовують редакції та журналістів для однобокого висвітлення політичних та економічних подій, конфліктів у власних інтересах. Незалежність, безпеку та захист від будь-якого тиску мають гарантувати закон, держава та суспільство, яке повинно бути зацікавленим у якісній журналістиці.

Давно назріло питання про відповідну державну політику в інформаційній сфері, яка забезпечила б умови для незалежної діяльності медіа, обмежила вплив з боку органів державної влади та забезпечила б право громадян на вільний доступ до засобів масової комунікації, а також створила б та забезпечила законодавчі, економічні

на інші умови для функціонування медіа, захист їхньої діяльності та прав і свобод їх працівників.

Упродовж останніх років розглядалося кілька законопроєктів про аудіовізуальні послуги, про медіа, але до сьогодні жодного не прийнято. Медіа-експерти, спираючись на досвід інших демократичних країн та враховуючи стан справ в Україні, впевнені, що спів- чи саморегулювання можливе, коли його механізми будуть прописані у законодавстві, тобто будуть прописані певні правила гри.

У часи цифрових викликів, фейків, маніпуляцій та провокацій порушуються основні професійні та етичні норми, від яких залежить, чи отримають громадяни важливу об'єктивну інформацію. Тому «саморегулювання медіа є оптимальним механізмом для збалансування прав журналістів та їхньої відповідальності перед суспільством, а також захисту від впливу власників і держави, надмірного регулювання та обмежень свободи слова», – зазначає Т. Лебедева, почесна голова Національної асоціації медіа [5].

Саморегуляція дозволить зберегти редакційну незалежність, допоможе мінімізувати втручання держави, покращить якість медіа, підвищить відповідальність їх за свою роботу та полегшить доступ аудиторії до ЗМІ [4].

На думку О. Кузнецової, дотримання журналістами етичних вимог повинні контролювати самі журналісти, керівники відділів, редакцій, програм, творчі професійні організації (Національна спілка журналістів України), громадські організації (Комісія з журналістської етики) [3]. Цілком прийнятним було б використовувати досвід омбудсменів у редакціях газет, котрі б виконували стримувальну функції для журналістів, могли б надати їм юридичну консультацію, а також швидко розв'язати проблему ображених читачів.

Над питанням саморегуляції в Україні з початку 2000-х років активно працюють Національна спілка журналістів України, Незалежна медіа-профспілка України, Національна асоціація медіа, Українська Асоціація Медіа Бізнесу, Комісія з журналістської етики, Незалежна медійна рада, Індустріальний гендерний комітет з реклами, Рух «Медіа за усвідомлений вибір», Національний прес-клуб, професійні та громадські об'єднання й організації.

Державний регулятор Національна рада з питань телебачення та радіомовлення є конституційним, наглядовим та регуляційним органом України в галузі телерадіомовлення, який стежить за дотриманням законодавства у цій галузі,

здійснює аналіз стану телерадіомовлення в Україні, приймає рішення про створення та розвиток каналів мовлення, мереж мовлення, телемереж, які передбачають використання радіочастотного ресурсу, сприяє включенню телерадіоорганізацій України до світового інформаційного простору і здійснює їх діяльність відповідно до міжнародних стандартів, бере участь у розробці пропозицій щодо вдосконалення законодавства у цій сфері, здійснює співробітництво з питань телебачення і радіомовлення з міжнародними організаціями, з органами державної влади та неурядовими організаціями інших країн тощо.

Зараз Національна рада має реальні повноваження встановлювати порушення та застосовувати санкції, а саморегуляторні органи у своїй роботі спираються на етичні норми та можуть застосовувати лише дружнє попередження чи осуд.

Національна спілка журналістів України є національною творчою спілкою, яка об'єднує журналістів та інших працівників ЗМІ, що професійно займаються журналістською чи публіцистичною діяльністю. Метою Спілки є сприяння розвитку журналістики в Україні, захист соціальних, економічних та творчих інтересів журналістів. НСЖУ співпрацює з різними установами й організаціями ООН, ЄС, Ради Європи, з Міжнародною федерацією журналістів, розвиває міжнародні зв'язки з об'єднаннями працівників преси інших країн, укладає угоди про співробітництво у сфері професійної діяльності та обміну інформацією, налагоджує журналістські обміни. Співпрацює й з українськими державними структурами та інституціями.

Незалежна медіа-профспілка України – перша всеукраїнська профспілка працівників медіасфери. Профспілка фінансується за рахунок членських внесків, об'єднує журналістів по всій країні та входить до Міжнародної федерації журналістів. Медіа-профспілка захищає професійні, соціальні, економічні, трудові інтереси своїх членів у відносинах з роботодавцями, владними структурами, з іншими організаціями.

У грудні 2013 року на пленумі Національної спілки журналістів був прийнятий Кодекс етики українського журналіста, раніше затверджений Незалежною медіа-профспілкою України. В основу Кодексу закладені положення Кодексу професійної етики українського журналіста, схваленого 2002 року на з'їзді Національної спілки журналістів України. За дотриманням положень Кодексу стежить Комісія з журналістської етики,

діяльність якої переформатовувалася та реорганізувалася.

Нині Комісія з журналістської етики – орган саморегуляції роботи журналістів та редакцій, який дозволяє обговорювати та пропонувати шляхи вирішення конфліктних ситуацій, керується Кодексом етики українського журналіста. Комісія розглядає конфліктні ситуації етичного та професійного характеру, що виникають в журналістському середовищі, а також між середовищем та громадськістю під час виконання журналістами професійних обов'язків.

Діяльність Комісії з журналістської етики спрямована на формування професійної культури та чесної журналістики, становлення довіри до медіа, усвідомлення журналістами визнаних на міжнародному рівні правил поведінки та необхідності дотримуватися їх у повсякденній діяльності, а відтак утвердження довіри до ЗМІ та зміцнення принципу свободи слова в Україні. Сам факт публічного реагування на неетичну поведінку чи поширення недостовірної інформації сприяє оздоровленню медійного середовища, а також виховує свідомого медіаспоживача.

Медіаексперти вважають, що в Україні саме Комісія з журналістської етики може стати єдиним органом саморегуляції. Проте не всі медіа та не всі журналісти сприймають її заяви або зважають на них. Також діяльність Комісії та її рішення сприймають не всі власники ЗМІ.

У Законі України «Про телебачення і радіомовлення» записана норма про створення редакційних рад з редакційними статутами, які, на думку експертів Т. Котюжинської, К. М'яникової, С. Остапи, С. Томіленка та ін., могли б бути своєрідною групою підтримки Комісії з журналістської етики та розглядали локальні етичні проблеми на каналах.

Незаангажований професійний орган саморегулювання у медійній сфері – Незалежна медійна рада, створена 2016 року. Одним із ключових завдань медійної ради є вирішення спорів та конфліктів за зверненнями громадян чи органів влади щодо дотримання медійного законодавства, міжнародних стандартів висвітлення інформації у ЗМІ, порушень норм журналістської етики. Досить часто рішення Незалежної медійної ради лягають в основу рішень Національної ради з питань телебачення та радіомовлення. Членами Ради було ініційовано підписання актів узгодження щодо захисту дітей від сексуального насильства при залученні до медіавиробництва, спільних правил висвітлення участі дітей

у збройних конфліктах, спільних правил висвітлення в медіа теми суїциду, спільного акту узгодження висвітлення засобами масової інформації випадків насильства та жорстокості тощо.

Захистом свободи слова, розвитком вільного медіаринку займається найбільше професійне об'єднання українських медіа – Національна асоціація медіа. Донедавна цей орган називався Незалежною асоціацією телерадіомовників. Асоціація представляє інтереси членів об'єднання в органах державної влади, зокрема в процесі підготовки нормативних актів, надає правову підтримку, створює сервіси для підвищення професійного рівня фахівців галузі телерадіомовлення, допомагає телерадіокомпаніям у наповненні ефіру якісною аудіовізуальною продукцією тощо.

Українська Асоціація Медіа Бізнесу (Українська Асоціація Видавців Періодичної Преси) об'єднує видавців з метою сприяння розвитку ринку друкованих ЗМІ, спрощення правил та регулювань, покращення умов для ведення бізнесу. Докладає Асоціація зусиль і до покращення законодавства та норм, які регламентують видавничий бізнес, покращення рівня професійної освіти фахівців, підвищення стандартів професійної журналістики, створення рівних та сприятливих умов для ведення видавничого бізнесу в Україні.

Для саморегуляції українського рекламного ринку створена організація – Індустріальний гендерний комітет з реклами, яка перевіряє дотримання рекламодавцями стандарту щодо заборони дискримінаційної реклами за ознакою статі. Отримавши скаргу, Комітет у двотижневий термін її розглядає, здійснює експертизу й складає свій висновок.

Для того, щоб механізми саморегуляції та співрегуляції запрацювали в Україні, потрібно бажання, розуміння значення медіа та їх впливу на суспільство, фаховість і готовність працювати за правилами, незалежно від того, чи подобаються вони журналістам. Також повинно бути узгодження та здатність регулятора впливати на забезпечення певної якості медіапродукту, певних гарантій захищеності найбільш вразливих груп аудиторії від можливого шкідливого контенту, необхідно і з боку держави визнавати такі організації та їхню роль у саморегуляції.

Висновки. Отже, в Україні є достатньо об'єднань та спілок, які б могли більш активно займатися питаннями саморегуляції ЗМІ. Однак Україна ще не створила надійних інструментів, які могли б запобігати порушенню права громадян на об'єктивну, чесну та якісну інформацію. Але й громадянське суспільство повинне бути готове для сприйняття високоякісного медійного продукту, бути вимогливим та критично мислячим. Адже некритичне сприйняття аудиторією інформації прямо впливає на кількість джінси, фейків та маніпуляцій у медіа. Якби аудиторія належним чином оцінювала якість матеріалів, то вона б відмовлялася від незбалансованих новин. А це, в свою чергу, спонукало б і журналістів змінюватися.

В Україні головною причиною невисокого рівня дотримання етичних принципів медійниками є економічна залежність. Хоча продовж останнього десятиліття й держава, й журналісти, й власники ЗМІ працюють над формулою регулювання, вдосконалено Кодекс етики українського журналіста, переформатовано роботу Комісії з журналістської етики, тривають дискусії, круглі столи на різних рівнях, вивчається досвід інших країн.

Список літератури:

1. Закон України «Про інформацію». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>.
2. Кострубіцька А. Особливості державного регулювання діяльності засобів масової комунікації у Європейському Союзі : дис. ... канд. наук ... URL: <http://academy.gov.ua/pages/dop/137/files/bafd02be-d2eb-4d77-a7f2-fd29513fdc25.pdf>.
3. Кузнецова О. Професійна етика журналістів. Львів : ПАІС, 2007. 246 с.
4. Назарук Т. Саморегуляція в медіа. URL: <https://ms.detektor.media/print/13308/>.
5. Шеремета Я. Скопіювати системи саморегулювання медіа зі Швеції та Данії неможливо, треба їх адаптувати – експерти. URL: <http://detektor.media/community/article/176772/2020-04-29-skopiyuvati-sistemi-samoregulyuvanna-media-zishvetsii-ta-danii-nemozhливо-treba-...>

Terebus O. L., Rozhylo M. A. THE PROBLEM OF SELF-REGULATION OF THE UKRAINIAN MEDIA

The article analyses the mechanisms of regulation of journalists' professional activity in Ukraine. The peculiarities of state and non-state regulation of mass media in Ukraine are emphasized, the legislative provisions concerning the activity of Ukrainian media and journalists are considered. Attention is focused on the problem of banning interference in the journalists' professional activity, the inadmissibility of control over

the content of disseminated information. Emphasis is placed on the role of journalists, who perform perhaps the most important function in a democratic society: ensuring the right of citizens to information. The need to update the information legislation of Ukraine was identified, as well as the need for the state to recognize organizations involved in self-regulation of the media.

In order for the mechanisms of self-regulation and co-regulation to work in Ukraine, a desire, understanding of the importance of the media and their impact on society, professionalism and willingness to work by the rules are required, regardless of whether journalists like them. There should also be coordination and the ability of the regulator to influence the provision of a certain quality of the media product, certain guarantees of protection of the most vulnerable audiences from possible harmful content, the state should recognize such organizations and their role in self-regulation.

There are enough associations and unions in Ukraine which could be more active in media self-regulation. However, Ukraine has not created reliable tools that could prevent the violation of the right of citizens to objective, honest and high-quality information. But civil society must also be ready to accept a high-quality media product, be demanding and think critically. After all, the uncritical perception by the audience of information directly affects the amount of hidden advertising, fakes and manipulations in the media. If people properly evaluated the quality of the materials, they would refuse unbalanced news. And this, in turn, would encourage journalists to change. In the state, the main reason for the low level of adherence to ethical principles by the media is economic dependence. Although over the last decade the state, journalists and media owners have been working on the regulatory formula, the Code of Ethics for Ukrainian Journalists has been improved, the work of the Commission on Journalism Ethics has been reformatted, discussions and round-tables are ongoing at various levels, experience of other countries is being studied.

Key words: *activity of a journalist, mechanisms of regulation, co-regulation, self-regulation of mass media, democracy, freedom of the media.*

Фенько Н. М.

Центральноукраїнський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка

КОМПОНЕНТИ СТОРИТЕЛІНГУ В ТРЕВЕЛ-ПРОГРАМАХ РЕГІОНАЛЬНИХ ФІЛІЙ СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ

У статті досліджується сторителінговий дискурс тревел-програм регіональних філій Суспільного мовлення. Успішний розвиток тревел-формату сприяє активізації наукового звернення до специфіки цієї телепродукції та механізмів зацікавлення нею широкої аудиторії.

Об'єктом вивчення постають регіональні тревел-проекти Вінницької («Роздивись»), Дніпровської («Я вдома»), Сумської («Край пригод») і Кропивницької («Недалечко») філій Суспільного мовлення. Пропонується аналіз цих тревел-програм у розрізі сторителінгового дискурсу. Мистецтво розповіді робить телевізійні «подорожні нотатки» привабливими для глядача, який хоче не просто почути історію подорожі, а й бути залученим до неї, співпереживати й співтворити разом із ведучими програми.

Актуалізується думка, що сторителінг у телевізійних тревел-програмах реалізується через такі компоненти, як «герой», «момент», «емоції» й «деталі». Компонент сторителінгу «герой» активно виявляє себе в усіх тревел-програмах через ведучих, за подорожніми пригодами яких стежить глядач. Компонент сторителінгу «момент» виявляється через часопросторову специфіку тревел-формату й додає сторителінговому дискурсу програм ту необхідну динаміку, яка змушує глядача уважно спостерігати за подіями. Компонент «емоції» надзвичайно важливий для тревел-формату, адже глядач свідомо приходить за новими емоціями й переживаннями. Сторителінговий компонент «деталі» відповідає в тревел-програмах за створення ефекту присутності, який дає змогу глядачеві повністю поринути в подорожні пригоди.

Пропонується підтримати збільшення частки проєктів регіональних філій у перспективному плані розвитку Суспільного мовлення, зокрема, за рахунок програм тревел-формату. Подібні програми не тільки формують в аудиторії певну картину світу й уявлення про культуру інших регіонів, а й поглиблюють усвідомлення історичного та культурного багатства рідного краю.

Ключові слова: Суспільне мовлення, регіональні філії Суспільного, телевізійна тревел-програма, сторителінг, компоненти сторителінгу.

Постановка проблеми. Телевізійний тревел-контент має нині значний сегмент уваги аудиторії. Культурно-освітній потенціал телевізійних тревел-програм оцінило й Суспільне мовлення, яке підтримує в Україні відповідальне ставлення до створення якісного інформаційно-розважального продукту, зокрема регіонального спрямування.

2020 рік став щедрим для регіональної телевізійної аудиторії на лінійку тревел-програм, які мали максимально зацікавити глядача місцевими проєктами. Одним із інструментів зацікавлення бачиться сторителінг із його високою ефективністю впливу на аудиторію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Глядацький успіх телеподорожей змусив науковців звернутися до вивчення специфіки цього продукту та механізмів зацікавлення ним широкої аудиторії. Утім першим дослідникам довелося протистояти стереотипам про жанрову «легкість» такого виду журналістики.

Дослідниця Інна Показаньєва в роботах відстоює право тревел-журналістики на «серйозність», адже «саме цей напрям журналістики впливає на національну самоідентифікацію людей, перетворює інформацію з одного культурного контексту в інший, формує в аудиторії певний образ різних культур» [2].

Значення тревел-формату для зацікавлення життям різних регіонів країни важко переоцінити. Нашу увагу привернули наукові розвідки Юрія Полежаєва, який фокусується на потенціалі тревел-журналістики саме для регіонів.

Він справедливо зазначає, що «формування образу країни в цілому неможливе без формування образів її регіонів. Необхідність створення іміджу кожного регіону, відображення його в суспільній свідомості сприяють залученню уваги до регіону» [3, с. 102]. Ну, і, звичайно, ніхто так точно не розкаже про місцеву туристичну специфіку, як місцеві ЗМІ. Саме на них покладається

місія формування в масовій аудиторії «особистої співпричетності до долі малої батьківщини».

Сторителінг як інструмент туристичної сфери вже має високу оцінку дослідників, зокрема нас зацікавили наукова стаття Олега й Олександри Афанасьєвих, які вважають, що мандрівки й подорожі дають змогу людині вийти зі щоденної реальності, змінити соціальну роль, бути органічно залученим у певну туристську подію. Але багатьох людей зупиняють зайва активність або відчуття небезпеки, пов'язані з туристичними атракціями. І от якраз сторителінг, зазначають автори, «може послужити дієвим інструментом для подолання цієї обмеженості й залученням до занять активним туризмом широких верств населення» [1, с. 8].

Дослідники наголошують на історіях-комунікаторах, які дають змогу аудиторії зблизитися емоційно з оповідачем [1, с. 9]. Ці історії передають цінності, мотивують до співпраці, обмін знаннями тощо. На нашу думку, такі історії й варто використовувати в телевізійних тревел-програмах, де за 15–20 хвилин необхідно створити відповідне емоційне поле, яке б сформувало довіру аудиторії до ведучого програми. У всіх регіональних програмах чітко простежується інтерес до локальних історій.

Про компоненти сторителінгу докладно пише американська авторка Кіндра Холл у книжці «Сторителінг, який не залишає байдужим» [4].

Постановка завдання. У пошуках відповідного маркеру, який би дав змогу максимально об'єктивізувати оцінювальне поле для вибраних тревел-програм, ми зупинилися на сторителінгу, бо саме «розповідання історій» стає стрижнем для кожного випуску програми.

Завдання статті полягає в оцінці сторителінгового потенціалу регіональних тревел-програм, який впливає на якість телепродукту та його сприйняття аудиторією. Від цього прямо або опосередковано залежить рішення про збільшення частки подібних тревел-проектів в ефірній сітці Суспільного мовлення, зрештою, залежить розвиток регіональних філій і зацікавлення глядачів культурно-історичною спадщиною різних регіонів України.

Виклад основного матеріалу. Для дослідження ми вирішили сфокусуватися на чотирьох тревел-програмах різних регіональних філій Суспільного: тревел-шоу «Роздивись» (Вінницька філія), туристична програма «Я вдома» (Дніпровська філія), квест-мандрівка «Край пригод» (Сумська філія), тревел-шоу «Недалечко» (Кропивницька філія).

Контент цих програм проаналізуємо за чотирма компонентами сторителінгу, які пропонує Кіндра Холл, а саме: упізнаваний характер, справжня емоція, особливий момент, специфічні деталі [4, с. 57].

За впізнаваним характером криється *герой*, який пробуджує інтерес і бажання реципієнта ототожнювати себе з ним. Завдяки щирим *емоціям* реципієнт історії відчуває емпатію. Особливий *момент* конкретизує простір, час чи обставини, виділяючи з низки подій саме історію. Специфічні *деталі* вмикають уяву аудиторії, занурюючи її у світ історії.

Герой

Героями тревел-програм є ведучі. Інна Показаньєва влучно зазначає, що «важливу роль відіграють творчі, часто акторські здібності ведучого: він, як провідник позитивної інформації й хорошого настрою, відповідальний за аудіовізуальне задоволення від програми» [2].

Ведучі програми «*Роздивись*» – Ірина і Віта. Це типаж простих дівчат із сусіднього двору. Цікава історія завжди базується на співпереживанні герою. Глядачі цієї програми дійсно переживають, чи вдасться дівчатам виконати три завдання, які вони отримують перед початком мандрівки. Поява завдань має виразно оповідний характер. По-перше, їх три – казковий прийом. А по-друге, вони навіть звучать, як у казці. Наприклад, у першій програмі одна з ведучих отримує такі завдання: 1) зробити бруківку зі сміття; 2) погодувати дитинча косулі; 3) дістати космічний камінь. У програмі є ще третій герой – оповідач, закадровий голос, який веде з дівчатами умовні діалоги, сповіщає про подальший хід подій. Закадровий голос звучить професійно, з нотками гумору та іронії. Сприймається гармонійно й доречно. Численними персонажами (характерами) стають люди, що трапляються ведучим під час мандрівки.

Двоє ведучих програми «*Я вдома*» здійснюють веломандрівку. Макс Семенов – керівник Дніпровської асоціації екстремальних видів спорту. Світлана Шаповалова – телеведуча. Макс стриманий, неговіркий. Світлана – весела щebetуха. Вони доповнюють один одного. Закадровий голос представляє програму й ведучих. Є закадрове начитування довідок про місцевість. Гумору менше, ніж у «Роздивись». Усе більш урочисто й пафосно, можливо, через намагання продемонструвати глибину історичної спадщини регіону. Історичних екскурсів багато, іноді навіть забагато. Через відсутність конфлікту або інтриги не виникає виразної лінії співпереживання глядача за героїв.

У програмі «*Край пригод*» маємо оригінальний підхід до вибору ведучих. Участь у тревел-квесті беруть люди, які стали відомими своїми справами. Це місцеві художники, ресторатори, громадські активісти, дизайнери, актори театру тощо. Таким чином, у кожну програму додатково інтегрується історія успіху сучасника. Героя супроводжує закадровий голос оповідача. Глядач має змогу приєднатися до кожного героя програми, адже це квест, де треба виконувати завдання. Кожне завдання – це нова локація, нові відкриття й виклики. Герою допомагають експерти – краєзнавці, спортсмени, митці тощо.

У програмі «*Недалечко*» двоє колег-телеведучих вирушають у подорож. Їхня мета, як зазначається на початку програми, – «відшукати вражаючі фото для своїх соцмереж, варті тисячі лайків». Ведучі постійно роблять селфі або фотографують місця, де знаходяться. Це дещо незвична поведінка для ведучих у кадрі. Такий підхід краще сприймається молодіжною аудиторією. А от для більш старшої аудиторії це може бути незрозумілим. Ведучі практично не з'являються вдвох, кожен працює на своїй локації. З одного боку, це додає динамічності програмі, але дещо втрачається сила взаємодії ведучих.

Зрештою компонент сторителінгу «герой» активно реалізується в усіх тревел-програмах через ведучих, за подорожніми пригодами яких уважно стежить глядач. Посилюється цей компонент у програмах, де є спеціальні акценти на цікавих людях, що трапляються ведучим у їхніх подорожах. Історії простих людей «із цікавинкою» можуть виглядати дещо наївними. Але разом із тим вони поглиблюють сторителінговий дискурс щирістю та свіжістю сприйняття, непідробним прагненням поділитися своїми живими враженнями.

Момент

Компонент сторителінгу «момент» реалізується через часопросторову специфіку тревел-програм.

Так, у програмі «*Роздивись*» кожна ведуча має свій напрямок мандрів. Закадровий оповідач дає кожній місцині коротку характеристику. Більше того, усі завдання, які отримують дівчата, так чи інакше пов'язані з різними локаціями. Таким чином, перед глядачами розвертається своєрідна туристична карта місцевості із цікавими місцями й людьми, яких там можна зустріти. Причому в кожній місцевості знаходиться «родзинка», яка спрацьовує як якір уваги для телеглядача. Про Іллінці дізнаємося, що там є астроблема – кратер від метеориту, а Цекинівка славиться фестивалем

вина й голубців. Глядача намагаються постійно дивувати, адже кожне завдання героїв – це якась цікава локація. Так, щоб зробити бруківку зі сміття, треба побувати на смітесортувальній станції й попрацювати там; щоб погодувати дитинча косулі, треба побувати в сімейному притулку для тварин, а щоб дістати космічний камінь, треба спуститися до кратера. Кожна локація супроводжується історіями про людей, які опікуються тою чи іншою справою.

Ведучі програми «*Я вдома*» подорожують разом. Підкреслюється момент велоподорожі. Обирається цікава локація з історичним бекграундом. Наприклад, подорож у Петриківку була пов'язана з відомим на увесь світ петриківським розписом. Ведучі були й у центрі художнього розпису, і спілкувалися з майстринями, із цілими династіями майстрів. Було начебто глибоке занурення в тему, але не вистачило ефекту присутності. Було забагато награності, постановності. Локації змінюються повільно, це дає змогу досить великий, майже півгодинний хронометраж програми.

У програмі «*Край пригод*» зміна учасників і локацій надзвичайно динамічна, і це створює додатковий інтерес до програми. Герой виконує нестандартні завдання. Приміром, назбирати лікарських рослин або віднайти білого тельця. Усе супроводжується оповідками давніх легенд, народних вірувань (закадровий голос). Кожна локація подається цікаво й захопливо.

У програмі «*Недалечко*» в кожному містечку обираються локації з цікавою історією, незвичним бекграундом, нестандартною людиною тощо. Наприклад, у програмі про Помічну була щемка історія про вагон, яким вивозили жителів до Сибіру. Потім було цікава бесіда з радіоаматором. Після було «сталкерське містечко» Липняжка з моторошними кадрами покинутих будинків. Якщо до цього додати ще демонстрацію цікавих пам'яток Помічної, гастрономічні враження, перебування на хуторі «Козацька долина», то можна уявити високу динаміку програми, яка місцями нагадує калейдоскоп із подій і вражень. Комусь може здатися, що така подорож дещо поверхова, без заглиблення в історію краю. А от для молоді аудиторії такий «інстаграм стайл» буде зрозумілим і цікавим.

Сторителінговий компонент «момент» додає тревел-програмам саме тої динаміки, яка змушує глядача уважно стежити за подіями. Тут важливим постає баланс динаміки і змістової глибини подорожі. З одного боку, при надто високій динаміці

втрачаються моменти занурення в краєзнавчий ексклюзив місцевості, а з іншого – низька динаміка подій не може забезпечити увагу глядача протягом усієї програми.

Емоції

Компонент «емоції» надзвичайно важливий для тревел-формату, адже глядач свідомо приходять за новими емоціями й переживаннями.

Щоб викликати емоції в програмі «*Роздивись*», використовується низка прийомів. Один із найпопулярніших – залученість глядача, який разом із ведучою крутить голубці, бігає за страусом, спускається до кратера. Усе це відбувається невимусно й навіть дещо непередбачено. Наприклад, селфі зі страусом довго не виходило через страх ведучої підійти впритул до великого птаха. Дівчата ведуть себе природно, емоційно реагують на виклики мандрів. Глядач, відповідно, так само переживає емоційні сплески.

У програмі «*Я вдома*» створюється загалом позитивний емоційний фон. Розмови з майстрами повинні були максимально залучити глядачів, адже розказується багато історій – особистих і родинних. Але всі вони занадто зрежисовані. Не вистачає емоційних сплесків, переживань. Ведуча більше спостерігає за подіями. Ведучий активніше залучався до експериментів – і малював, і гончарством займався, і коня годував.

Формат тревел-квесту в програмі «*Край пригод*» максимально занурює в події. Глядач співпереживає герою під час кожного виконання завдання. Дискурс давніх легенд створює своєрідний флер утаємничості й загадковості тієї чи іншої місцевості. Наприклад, один із випусків був присвячений Могриці, яка утворилася на місці прадавнього океану. Як недолік зауважимо на відсутності людей у кадрі. Герой спілкується переважно з експертами. Звичайні люди практично не потрапляють до кадру. Від цього програма набуває певної селекційності та втрачає тепло спілкування, моменти непередбаченої щирості.

У програмі «*Недалечко*» відповідальною за емоції можна вважати ведучу, а ведучий більше відповідає за драйв. Олена часто експериментує, намагається попрацювати з майстрами, відчути смак їхнього захоплення. Вона може заплакати від зворушення або щиро засміятися. Це утворює емоційне поле глядацької довіри.

Для сторителінгу надзвичайно важливою є щирість емоцій. Ведучі повинні не грати емоції, а по-справжньому виражати їх. Емоційне поле тревел-програм збагачується різними учасниками програми. Тому так важливо для ведучих уміння

спілкуватися не тільки з експертами, а й зі звичайними людьми. Така комунікація вносить у програму безпосередність і натуральність вражень.

Деталі

Сторителінговий компонент «деталі» відповідає в тревел-програмах за створення ефекту присутності, який дає змогу глядачеві повністю поринути в подорожні пригоди.

Ефект присутності в програмі «*Роздивись*» максимальний. Коли ведуча робить бруківку зі сміття, то боїться обпектися. Вона працює в спеціальних рукавицях. Ця деталь указує на те, що все відбувається насправду. Глядач вірить ведучій. Багато деталей приховано в історіях людей: тут і родина, яка підбирає в лісі поранених тварин і виходжує їх; і виноградар, три покоління сім'ї якого займаються цієї справою. Але треба визнати, що ці деталі занадто скупі, багато залишається за кадром. Це, звичайно, додає мандрівці динамічності, утім страждає переконливість.

У програмі «*Я вдома*» багато зовнішніх яскравих деталей. Ведучі одягають вишиванки, намагаються зануритися в тему. Але не вистачає щирості, усе якось поверхнево. Навіть розмови із цікавими людьми занадто зрежисовані. Акцент робиться на історичний екскурс, через що програма інколи нагадує екскурсію великим музеєм.

У тревел-квесті «*Край пригод*» окремим планом постає природа й історичні пам'ятки Сумщини. Усе це заворожує і вабить глядача. Є той самий ефект присутності. Але все виглядає занадто підготовленим. У кадрі мало людей, мало їхніх голосів, думок і вражень.

У програмі «*Недалечко*» в пошуках вдалих кадрів для фото ведучі знаходять цікаві деталі. Селфі Жені з дрезиною або фото Олени з козенятами досить милі й чудово пасують до інстаграму. Але динаміка зміни картинки така висока, що глядач не встигає сфокусуватися на цих деталях. Від того картинка виглядає дещо штучною. Як зазначено в одному із коментарів: «... відео занадто напомуажене».

Деталі місцевих реалій відображають колорит архітектури, традицій, пам'яток тощо. Деталі створюють у сторителінговому дискурсі ефект упізнаваності для глядача, який повинен захопити побачити їх на власні очі.

Висновки і пропозиції. Дослідження сторителінгового дискурсу тревел-програм регіональних філій Суспільного переконує в силі локальних історій, які презентують унікальність місцевості, її значення для національної історії та культури.

На наш погляд, регіональні тревел-проекти демонструють складне явище одночасної глобалізації й локалізації, адже, з одного боку, спостерігається формування в аудиторії певної картини світу й уявлень про культуру інших регіонів, а з іншого – поглиблюється усвідомлення культурного багатства рідного краю. Повністю погоджуємося з думкою Юрія Полежаєва, що «націленість місцевої тревел-журналістики на поширення комплексу знань про рідний край перетворює її в істотний потенційний інформаційний ресурс стимулювання внутрішнього туризму на локальних і регіональних масштабах» [3, с. 103].

Аналіз тревел-програм регіональних філій Суспільного мовлення, який ми здійснили за основними компонентами сторителінгу, підтверджує високу оцінку якості підготовки циклів програм «Роздивись», «Я вдома», «Край пригод», «Недалечко» тощо.

Пропонуємо й надалі збільшувати частку проектів регіональних філій при розробці перспективного плану розвитку Суспільного мовлення. Усі вибрані для аналізу тревел-програми регіональних філій Суспільного мовлення свідчать про підвищення інтересу аудиторії до регіональних традицій, до місцевого прояву національної культури, до тих людей, які роблять свій край неповторним і привабливим.

Список літератури:

1. Афанасьєв О. Е., Афанасьєва А. В. Сторителлінг дестинацій як сучасна технологія туризму. *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2017. № 3. С. 7–24. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-destinatsiy-kak-sovremennaya-tehnologiya-turizma> (дата звернення: 10.06.2021).
2. Показаньєва І. В. Проблемне поле тревел-журналістики як явлення сучасного медіапространства. *Медіаскоп*. 2013. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1385> (дата звернення: 10.06.2021)
3. Полежаєв Ю. Г. Особливості місцевої тревел-журналістики в контексті розвитку внутрішнього туризму. *Держава та регіони. Серія «Соціальні комунікації»*. 2013. № 2. С. 102–105. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2013_2_22 (дата звернення: 10.06.2021).
4. Холл Кіндра. Сторителінг, який не залишає байдужим / пер. з англ. Оксани Олійник. Київ : Yakabbo Publishing, 2020. 240 с.

Fenko N. M. STORYTELLING COMPONENTS IN TRAVEL PROGRAMS OF REGIONAL BRANCHES OF PUBLIC BROADCASTER

Storytelling discourse in travel programs of regional branches of Public Broadcaster is investigated in the article. The successful development of the travel formats contributes in the intensification of scientific research of this television production and mechanisms of interest to it by the wide audience.

The objects of research are regional travel TV-projects of Vynnytsya ("Look around"), Dnipro ("I'm at home"), Sumy ("Adventure land") and Kropyvnytskyi ("Not far") branches of Public Broadcaster. Analysis of storytelling discourse of these travel programs is proposed in the article. The art of telling makes television "travelling notes" attractive to the viewers, who wants not only hear and see the story of the trip, but wants to be involved in it, empathize and co-create with the hosts of the program.

The idea that storytelling in television travel programs are realized through such components as "moment", "character", "emotions" and "details" is actualized in the article. Storytelling component "character" manifests itself in through hosts, whose adventures are watched by the viewer. Storytelling component "moment" is revealed through spatiotemporal specifics of the travel formats and it adds necessary dynamics, which make the viewers attentively watch over the events. Storytelling component "emotions" is extremely important for the travel programs, because the viewer comes for the new emotions and experiences. Storytelling component "details" is responsible for creating the effect of presence which allows the viewer to immerse fully in travel adventures.

It is proposed to increase the part of projects, made by regional branches of Public Broadcaster in its long-term plan, travel programs in particular. Such programs not only form in the audience a certain picture of the world and ideas about the culture of other regions, but deepen the awareness of the historical and cultural richness of the native land.

Key words: *Public Broadcaster; regional branches of Public Broadcaster; television travel program, storytelling, components of storytelling.*

Шульська Н. М.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Костусяк Н. М.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Римар Н. Ю.

Білоцерківський національний аграрний університет

КОМУНІКАТИВНО-ЛОГІЧНІ СТРАТЕГІЇ ТВОРЕННЯ ЗАГОЛОВКІВ У СУЧАСНИХ ОНЛАЙНОВИХ ЗМІ (НА ПРИКЛАДІ РЕГІОНАЛЬНИХ ВИДАНЬ)

У статті представлено аналіз функційного потенціалу заголовків журналістських текстів щодо комунікативно-логічних стратегій їхнього творення. Визначено основні аспекти клікбейту й ексклюзивності медіаназв (на матеріалі регіональних ЗМІ). Досліджено риси неклікабельних заголовків у мережевому контенті Волині. Проведено власне опитування щодо з'ясування читачьких вимог й уподобань та комунікативно-прагматичного спрямування вдалих назв журналістських матеріалів. Матеріалом наукової розвідки слугували заголовки волинських онлайн-ЗМІ, вилучені із журналістських публікацій методом суцільної фіксації упродовж останніх років.

Проаналізувавши заголовковий контент інтернет-видань Волині, ми виокремили такі найбільш типові ознаки клікабельних заголовків, якими послуговуються регіональні журналісти: 1) заголовки, у яких є вказівка на зображальний контент, тобто фото або відео; 2) заголовки, що стосуються життя відомих людей, у яких реалізовано «правило трьох «С»: смерть, секс, скандал; 3) інтригуювальні заголовки; 4) заголовки, що стосуються безпеки і життя людей; 5) короткі, лаконічні заголовки; 6) заголовки, що містять лексеми-мотиватори; 7) повноінформативні заголовки; 8) заголовки-проблеми; 9) заголовки із вказівкою на регіональний аспект; 10) заголовки, оформлені влучними, оригінальними цитатами; 11) заголовки із важливими цифрами.

Серед ознак, що знижують клікабельність заголовків у проаналізованих нами інтернет-виданнях, ми вказуємо на такі: 1) заголовок надто великий, складний, не лаконічний; 2) заголовок містить нагромадження цифр і відсотків; 3) подання в заголовку часто незрозумілої аббревіатури; 4) уміщення незрозумілих імен та прізвищ; 5) заголовок повідомляє суть усієї новини; 6) вияв перебільшеної емоційності; 7) уживання не завжди унормованих лексем, термінів, незрозумілих читачам слів; 8) заголовок занадто абстрактний; 9) гіперболізація подій; 10) тавтологія; 11) містить марковану або приховану рекламу.

Ключові слова: заголовок, інтернет-видання, журналістський текст, медіа назва, клікбейт, комунікативні стратегії.

Постановка наукової проблеми. Зважаючи на те, що діяльність ЗМІ – соціально зумовлений процес, у якому задіяні всі суб'єкти суспільства (продуценти та реципієнти інформації, або ті, що поєднують ці риси одночасно), тому дослідницький фокус масмедійного дискурсу сьогодні змістився в такі наукові царини, як прагматика, когнітивістика, соціолінгвістика, психолінгвістика тощо. Це зумовлено й функційним потенціалом журналістських текстів. Особливого статусу надаємо заголовку як засобу експресивізації, смислової актуалізації, певної сти-

лістичної орнаменталізації медіатексту, а також комунікативно-прагматичного складника висловлення.

Зацікавлення інформаційним наповненням будь-якого сучасного масмедіа відбувається передовсім через оригінальну, влучну, логічну палітру заголовкової системи. Відомо, що заголовок – невіддільний конститuent журналістського тексту, який виразно «працює» на читача, керує його увагою. Зробити заголовковий комплекс цікавим та інтригуювальним, допомогти читачеві зорієнтуватися в порушеній проблемі, точно передати

зміст і використати мінімум словесного матеріалу – важливе завдання сучасних компетентних ЗМІ. Закономірно, що особливу увагу журналісткознавців у дискурсі масмедіа привертають структурні засоби вираження, функційний потенціал, маніпулятивний вплив, комунікативні стратегії, логічність у творенні заголовкової системи.

Медіаназви як комунікативно-прагматичні одиниці особливі тим, що їхній «вік» ще надто молодий: вони функціують у мові ЗМІ недовго, тому потрібна їхня вчасна фіксація. Багато з них – це мовні унікалії: мають оказіональний характер, є власне авторськими новотворами на лексичному, словотвірному, структурному, синтаксичному рівнях, часто повністю руйнують закони мовного етикету, словесної грамотності, правопису, структурної організації тексту тощо.

Попри великий інтерес до подібного роду явищ із боку читачів та фахівців у цій галузі, дотепер у науковій сфері відсутнє якісне визначення поняття журналістського заголовку, не вироблено єдиних класифікаційних критеріїв щодо його різновидів та виконуваних функцій. Часто поза увагою дослідників залишаються заголовки онлайн-видань, хоча, як засвідчує статистика, саме з них сьогодні читачі черпають основний масив інформації. Доведено, що інтернет-споживач хоче довідатися про новину одразу, не затрачаючи багато часу для її пошуку. Зважаючи на це, дуже важливо задовольнити потреби реципієнта якісною, стислою та змістовно наповненою медіаназвою. Це підтверджує актуальність пропонуваної розвідки, зумовлена загальною спрямованістю сучасних журналісткознавчих досліджень та необхідністю вивчення функційної специфіки й комунікативно-логічної складової заголовків регіональних мережеских видань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливістю, що характеризує складнощі наукового опису заголовка, є його двояка природа: з одного боку – це елемент, що передує самому тексту, знаходиться поза текстом та має певну самостійність, а з іншого – структура, тобто повноправний елемент тексту, входить до його складу та тісно пов'язана з іншими елементами.

У вітчизняних дослідженнях медіаназви проаналізовано в кількох аспектах: 1) розглянуто особливості їхньої архітекtonіки (М. Ріпей [12–13], В. Шевченко [17]); 2) з'ясовано лексико-семантичну, лексико-стилістичну специфіку, типологічні різновиди (Н. Шульська [18–19], Г. Шаповалова [16], Л. Солodka [14–15]); 3) описано як засіб впливу на суспільну свідомість (В. Шевченко

[17]); 4) представлено проблему способів вираження (Л. Майборода [9]); 5) зацентровано увагу на функціях заголовкового комплексу (В. Михайленко [10]) тощо. На сьогодні вже наявні напрацювання українських дослідників у сфері аналізу заголовків онлайн-видань: щодо експресивної специфіки (В. Красавіна [7]), впливу на збільшення відвідуваності сайту (О. Гусак [1]), заголовкостворення новинного контенту, ефективності й мовних маніпуляцій (А. Дедушкіна [2], Х. Децишин [4], М. Нагорняк [11]), редакторського опрацювання (А. Дем'янова [3]) тощо. Але зазвичай ці дослідження базовані переважно на матеріалі конкретного інтернет-ресурсу. У цьому контексті важливо зосередити увагу на комунікативних стратегіях та логічному структуруванні під час формування заголовкового комплексу в онлайн-виданнях ЗМІ, основних принципах пошукової оптимізації медіаназв та покращення результатів їхньої клікабельності при редакторському опрацюванні контенту мережеского видання, зокрема на регіональному рівні.

Постановка завдання. Мета наукової статті – здійснити аналіз функційного потенціалу заголовків журналістських текстів щодо комунікативно-логічних стратегій їхнього творення; визначити основні аспекти клікбейту й ексклюзивності медіаназв (на матеріалі регіональних ЗМІ); дослідити риси неклікабельних заголовків у мережескому контенті Волині; провести власне опитування щодо з'ясування читацьких вимог й уподобань та комунікативно-прагматичного спрямування вдаєх назв журналістських матеріалів. Матеріалом слугували заголовки волинських онлайн-видань ЗМІ, вилучені із журналістських публікацій методом суцільної фіксації упродовж останніх років.

Під час здійснення наукового дослідження використано методи класифікації та синтезу, моніторингу, лінгвістичного опису мовних фактів із залученням прийомів структурно-семантичного та трансформаційного аналізу.

Виклад основного матеріалу. Заголовок виконує низку складних функцій, зокрема, сприяє цілісності тексту, не лише інформує читача про тему публікації, а й спонукає його до роздумів, використання власних знань і досвіду для розуміння змісту тексту. Автор журналістського матеріалу не тільки натякає на перебіг подій, а й стимулює до їх передбачення, налаштовує реципієнта на діалог із ним особисто та його твором. У світлі зазначеного можна стверджувати, що заголовок – багатоаспектне поняття.

Процес творення медіаназви не менш важливий та цікавий, ніж праця над самою публікацією. Він не повинен бути обмеженим часовими рамками, адже, як і будь-яка творчість не терпить обмежень, регламентів, а потребує уважності та зосередженості. Деякі дослідники навіть вважають, що заголовок може бути «мірилом літературного вміння, таланту, культури автора» [5, с. 108]. Ця думка, на наш погляд, звучить досить узагальнено, не містить конкретики, а тому кожен креативний, неординарний, мислячий представник ЗМІ може його по-різному трактувати. Однак не погодитися з тим, що потрібні знання, досвід, вміння та талант, аби створювати ексклюзивні та хороші заголовки, – неможливо.

Влучна назва допомагає скласти перше враження про публікацію, спрогнозувати про що йтиме мова і таким способом зробити висновок, чи варто йому прочитати текст. Читач не захоче дізнатися суть публікації, якщо заголовок незрозумілий йому, не висловлює головну думку, а є відображенням другорядних елементів у змісті. Крім того, матеріал ризикує бути непрочитаним, якщо він перетворився на штамп чи стереотип. Цієї ж думки дотримується А. Колесниченко, однак, щоб донести своє бачення, вдається до порівняння, яке зрозуміле кожному. За його словами, вивіска та вітрини – це обіцянка, що в магазині можна знайти певний товар. Заголовок журналістського матеріалу є такою ж обіцяркою, що в публікації буде висвітлена певна інформація [6, с. 96]. Судячи із цього, можемо стверджувати, що назви журналістських творів повинні зорієнтувати читача, однак не обманути його очікувань. Приміром, коли автор, аби зацікавити аудиторію заголовком, робить акцент на другорядних деталях публікації, а в тексті розповідає про дещо інше, – він обіцяє те, що насправді відсутнє, або просто повідомляється кількома словами в контексті. Цілком очевидно, що публікація не виправдає очікування читача, роздратує його, тому він втрачить довіру до видання й не захоче марнувати свій час для пошуків у тексті того, про що там не сказано.

Журналісти постійно перебувають в пошуку нових ідей для створення назв журналістських публікацій. Прагнуть весь час дивувати читача, підігрівати його інтерес до текстів і відповідно – до видань. Шаблонність у заголовках не викликає поваги у читачів й відштовхує їх від бажання пізнавати навіть цікавий матеріал, який, окрім того, що має бути корисним, повинен бути ще й конкурентно-спроможним. У журналістському тексті важливе кожне слово й кожен розділовий

знак, тому до створення ексклюзивних заголовків потрібно підходити з усією відповідальністю та серйозністю. Шукати варіанти того, як сформулювати фразу, яким висловленням головної думки можна більше зацікавити аудиторію з іншого боку екрана. Варто не боятися експериментувати, знаходити креативні підходи до створення назви журналістського матеріалу, аби пропонувати читачеві цікаву публікацію, яка його полонить з перших слів. Створити ексклюзивний заголовок не просто. Він має втілювати креативну ідею і водночас відповідати певним вимогам, які, як дослідили вчені, сприяють тому, що заголовок приверне увагу читача до публікації й спонукає до прочитання. Серед основних – чіткість, стислість, мовна ощадливість, однозначність, інформативність, зрозумілість, експресивність, рекламність, поєднуваність з іншими елементами заголовного комплексу тощо.

На нашу думку, клікабельний і читабельний заголовок у сучасних медіа повинен відповідати таким основним вимогам: 1) він має спонукати читача звернути увагу на матеріал, тому в першу чергу має бути коротким, лаконічним, чітким, виразним; 2) він не повинен містити двозначностей і штампів; 3) не мусить повторюватися і дублювати лід чи врізку; 4) має уміщувати найголовнішу інформацію з публікації, бути в міру інтригуювальним, цікавим; 5) не містити скорочень, аббревіатур, маловідомих цифр тощо. Деякі дослідники рекомендують вводити в назви дієслова та підсилення ефекту дії.

Кожен заголовок, очевидно, має бути конкретним, що передбачає формулювання його у формі чіткого і якісного гасла, узагальнювального висновку, влучної характеристики повідомлювальних фактів або у вигляді стисло викладеного єдиного факту, що відображає основний зміст матеріалу тощо. Доцільно також формулювати заголовки у формі якогось елемента, що виражає сутність матеріалу, підсумкових даних, влучного висловлювання, характерного факту тощо. Отже, для назви кожного матеріалу важливий власний ступінь конкретності, тобто чим конкретнішим є матеріал, тим конкретнішим, точнішим, чіткішим має бути заголовок. Зважаючи на те, що назва журналістського тексту дає змогу зробити читачеві вибір, тому заголовок має бути найбільш зрозумілим, виразним, точно окресленим.

Заголовок також спонукає клікнути на матеріал, тому він працює на імідж видання, адже читач завжди впізнає свій ЗМІ саме за стилем заголовкового комплексу. Вдалий, а відповідно

і клікабельний, це той заголовок, який виражає єдність форми й змісту матеріалу; забезпечує актуальність і конкретність публікації; передає ставлення автора й редакції до описуваних подій, процесів, явищ; підкреслює значення повідомлюваного факту й, отже, активно впливає на читача. Основне призначення журналістського заголовка можна диференціювати за такими напрямками: 1) зацікавити читача, бо перше, що впадає в око реципієнтові, це заголовки; 2) стисло й виразно донести до аудиторії головну ідею публікації (повідомити основний зміст); 3) привернути увагу читачів до мережевого матеріалу (тобто спонукати його прочитати надруковане під заголовком).

Проаналізувавши заголовковий контент інтернет-видань Волині, ми виокремили такі найбільш типові ознаки клікабельних медіаназв, якими послуговуються регіональні журналісти:

1. Вказівка на зображальний контент, тобто інформація про фото або відео винесена в заголовок, наприклад: «*Лучанка придбала у супермаркеті печиво з хробаками. Відео*» («ВолиньОнлайн», 21.10.2018); «*Дідове літо: останній теплий подих осені в луцькому парку. Фото*» («Таблоїд Волині», 23.10.2018); «*На Волині жінка знайшла рідкісного гриба. Фото*» («ВолиньPost», 18.10.2018); «*Величезне болото: опублікували фото «Бандершрату» 10-річної давності*» («ВолиньPost», 18.10.2018); «*Стародавня Волинь на картинах XIX століття. Ретрофото*» («ВолиньPost», 19.10.2018). В окремих випадках такі фото або відео надзвичайно оригінальні.

2. Акцентуація на темах, пов'язаних із життям відомих людей, у яких зrealізовано «правило трьох С»: смерть, секс, скандал»: «*Зірка «Дизель шоу» загинула в ДТП*» («ВолиньОнлайн», 20.10.2018).

3. Наявність прихованої інтриги: «*Інший Луцьк: дивовижна фотопрогулянка річкою Стир*» («Таблоїд Волині», 23.10.2018); «*Як святкуватимуть Хелоуїн у «Фіглі Міглі»*» («Таблоїд Волині», 22.10.2018); «*Яка будівля вразила луцьку візажистку у Вашингтоні. Фото*» («Таблоїд Волині», 24.10.2018); «*Коли та чому переходять на зимовий час*» («Таблоїд Волині», 23.10.2018); «*Лучанка здобула золото на «Іграх Нескорених». Фото*» («Волинська правда», 26.10.2018); «*Назвали найнебезпечніше місто України*» («Волинська правда», 26.10.2018); «*В Україні посилять контроль за призначенням субсидій: що будуть враховувати*» («ВолиньPost», 18.10.2018); «*Ціни на газ для населення зростуть на чверть*» («ВолиньОнлайн», 19.10.2018); «*Назвали рівень смертності на волинських дорогах, які тепер пильнують*

з радарми» («ВолиньPost», 18.10.2018); «*Синоптики розповіли, скільки ще протримається тепла погода*» («ВолиньPost», 19.10.2018).

4. Винесення в заголовки тем, що стосуються безпеки і життя людей: «*ВООЗ попереджає: у Конго новий спалах лихоманки Ебола*» («ВолиньОнлайн», 17.10.2018); «*У Луцьку чоловік створив стихійне сміттєзвалище*» («ВолиньОнлайн», 24.09.2018); «*Волинянка порізала колишнього співмешканця*» («Волинська правда», 26.10.2018); «*У Луцьку раптово загорівся автомобіль. Фото*» («Волинська правда», 26.10.2018); «*Вечірня аварія у Луцьку: автівки знесли світлофор (ФОТО)*» («Волинська правда», 28.10.2018); «*Небезпечна зона: волинян попереджають про авіаційні навчання*» («ВолиньPost», 19.10.2018).

5. Короткі, лаконічні медіаназви: «*Лучанам пропонують пригадати музику молодості та дитинства*» («ВолиньОнлайн», 19.10.2018); «*Малечу кличуть в осінній табір*» («Таблоїд Волині», 24.10.2018).

6. Уживання лексем-метиваторів: «*Під Луцьком провели унікальний екстрим-тренінг*» («Таблоїд Волині», 23.10.2018); «*Чим вражатиме анімаційний фестиваль у Луцьку. Програма*» («Таблоїд Волині», 23.10.2018); «*У Луцьку пенсіонер відкрив унікальний музей краваток*» («Волинська правда», 23.10.2018); «*На Львівщині в жакливій аварії загинув 22-річний патрульний*» («Волинська правда», 21.10.2018).

7. Повноінформативні заголовки: «*Адреналін Сіті організовує осінній табір для дітей*» («Таблоїд Волині», 23.10.2018).

8. Назви, що висвітлюють актуальні проблеми: «*Чи повинні діти мити у школі підлогу: у Facebook розгорілася суперечка лучан*» («Таблоїд Волині», 24.10.2018).

9. Заголовки із вказівкою на регіональний аспект: «*Учасниця «Голосу країни» з Луцька записала новий сингл*» («Таблоїд Волині», 24.10.2018); «*У Луцьку молодь з усієї України говорила про молодіжні центри*» («Таблоїд Волині», 24.10.2018); «*Івана Корсака нагородили посмертно*» («Волинська правда», 24.10.2018); «*У центрі Луцька встановили «червоних Мавп»*» («ВолиньPost», 22.12.2016); «*На Волині засудили вбивцю*» («ВолиньPost», 22.12.2016); «*Де у Луцьку не буде світла 23 грудня*» (22.12.2016).

10. Уведення до заголовкової палітри влучних, оригінальних цитат: «*Лишитися без мами – це далеко не побите колінце, – відомі волинянки закликають вчасно обстежуватися на рак*» («Таблоїд Волині», 20.10.2018).

11. Використання важливого числового матеріалу: «Стрілянина в синагозі: загинули 11 осіб» («Волинська правда», 28.10.2018); «У волинки в магазині вкрали телефон за 10 тисяч» («Волинська правда», 26.10.2018); «З потяга евакуювали 800 людей через п'яного пасажира» («ВолиньPost», 19.10.2018); «Волинський підприємець заплатить понад мільйон за неоформлених працівників» («ВолиньPost», 19.10.2018).

Незважаючи на різницю між регіональними інтернет-ЗМІ, при виборі медіаназв журналісти припускаються однакових, типових помилок, одна з них – повтори. Нерідко навіть в одному й тому ж випуску видання трапляються заголовки, що повторюються майже повністю. Ще частіше в стрічці новин з'являються назви з повтором одного чи декількох слів. Це свідчить або про обмеженість словникового запасу редакційних працівників, або про їхню неуважність. Неодноразово трапляються новинні матеріали із занадто довгими заголовками, що важко сприймаються, і взагалі зникає бажання читати такий текст. Не менше уваги вимагає й постановка заголовка поруч з ілюстрацією, адже іноді виникає їхнє невіддале поєднання.

Серед ознак, що знижують клікабельність заголовків у проаналізованих нами інтернет-виданнях, вказуємо на такі:

1. Заголовок надто великий, складний, не лаконічний, а відповідно часто й нелогічний, напр.: «Більше 60% боржників сплачують борг після відключення, – ПАТ «Волиньгаз»» («Волинська правда», 26.10.2018); «Момент для нашої Церкви, як ніколи», – митрополит УПЦ про Томос автокефалію» («Волинська правда», 22.10.2018); «Волинські спецпризначенці вирушили в чергову ротацию в зону проведення ООС» («Волинь Онлайн», 01.10.2018); «Держенергоєфективності та ЄБРР закріпили співпрацю у сфері сертифікації енергоєфективності будівель в Україні» («Волинь Онлайн», 23.09.2018); «Взяли під варту мешканця Дніпропетровщини, який пограбував пенсіонерку на Волині» («Волинь Онлайн», 19.10.2018).

2. Назва містить нагромадження неважливих цифр і відсотків: «Більше 60% боржників сплачують борг після відключення, – ПАТ «Волиньгаз»» («Волинська правда», 26.10.2018).

3. Подання в заголовку часто незрозумілої аббревіатури: «Волинські митники допомагали нелегально ввезти сотні автівок, – ГПУ» («Волинська правда», 26.10.2018); «У Ковельському МТМО – новітнє обладнання (ФОТО)» («Волин-

ська правда», 22.10.2018); «На Волині на хабарі викрили посадовців ДСНС та Держспродспоживслужби. Фото» («Волинь Онлайн», 07.10.2018); «В унікальному МСУМКУ влаштували паті для луцьких вчителів» («Таблоїд Волині», 19.10.2018).

4. Уміщення маловідомих імен та прізвищ: «РПЦ є продовження російських спецслужб», – Габсбург» («Волинська правда», 23.10.2018).

5. Заголовок повідомляє суть усієї новини, тому, очевидно, що матеріал у такому випадку часто не читають: «Волинянка злетіла автівкою у кювет та врізалась в дерево: дівчина – в реанімації (ФОТО)» («Волинська правда», 26.10.2018); «Кінотеатр «Адреналін» запрошує на українську комедію про молодого й амбітного дзідзьо» («Таблоїд Волині», 23.10.2018); «Музично-розважальна забава «Меломан» зібрала у луцькому пивному клубі анилах» («Таблоїд Волині», 22.10.2018); «Кіноказку «Чорний козак» покажуть у кінотеатрі «Адреналін»» («Таблоїд Волині», 23.10.2018); «Фермер з Волині отримав овець, яких він виграв на шоу «Громада на мільйон»» («ВолиньPost», 18.10.2018).

6. Вияв перебільшеної емоційності: «У Луцьку патрульні затримали п'яних агресивних водіїв (ФОТО)» («Волинська правда», 27.10.2018); «З'явився фантастичний кавер на найпопулярнішу українську пісню (ВІДЕО)» («Волинська правда», 21.10.2018).

7. Уживання неунормованих лексем, складних термінів, незрозумілих читачам слів: «Наковтлася таблеток: у Луцьку жінка намагалася вкоїти суїцид» («Волинська правда», 26.10.2018); «Мережа «Наш край» відкрила два нових магазини на умовах франчайзингу» («Таблоїд Волині», 23.10.2018).

8. Заголовок абстрактний: «Тасмниці газового дорожчання» («Волинська правда», 23.10.2018); «Лучан запрошують на баскетбол» («Таблоїд Волині», 23.10.2018).

9. Присутня гіперболізація події: «У ПортCity – нашестя роботів» (у самому матеріалі сказано про виставку роботів) («Таблоїд Волині», 23.10.2018); «У Ковелі затримали нетверезого та агресивного водія» («Волинь Онлайн», 11.09.2018).

10. Невиправдана тавтологія: «У Луцьку молодь з усієї України говорила про молодіжні центри. Фото» («Таблоїд Волині», 24.10.2018).

11. Містить марковану або приховану рекламу: «Західний Олімп» пропонує сучасні квартири за доступними цінами» («ВолиньPost», 18.10.2018); «У «Промені» відбудеться фестиваль анімації «Задзеркалля»» («ВолиньPost», 18.10.2018).

Із метою дослідження читецького сприйняття і визначення ознак клікабельності/неклікабельності заголовків у волинських інтернет-виданнях ми провели опитування респондентів, у якому взяло участь 50 осіб різної вікової категорії – від 18 до 50 років. Опитування було проведене в соціальній мережі «Фейсбук». На основі аналізу заповнених віртуальних анкет ми одержали такі результати: 1. На запитання «Чи обираєте Ви для читання публікацію за її заголовком?» 78% людей відповіли «Так». 2. На запитання «Який елемент новини, на Вашу думку, найбільше привертає увагу?» 45% вказали «Заголовок». 3. На запитання «Які ознаки вдалого (клікабельного) заголовка можете вказати?» респонденти дали такі відповіді: 28% зазначили, що «Інтрига», 25% – «Оригінальність», 22% – «Наявність фото/відео», 16% – «Лаконізм і зрозумілість», 9% – «Інформативність». 4. Щодо запитання «Які способи оформлення заголовків вам найбільше імпонують?», то відповіді розподілено так: 38% – «Коротке речення або словосполучення», 32% – «Цитата, 17% – «Запитання», 13% – «Довге інформативне речення». 5. На запитання «Яку негативну рису у заголовках волинських інтернет-ЗМІ

можете назвати? (виберіть один із варіантів)» результати такі: 24% – «Заголовки не привертають увагу», 22% – «Заголовки занадто складні для читання», 18% – «Заголовки традиційні», 17% – «Заголовки абстрактні», 8% – «Неінформативні заголовки», 7% – «Заголовки занадто емоційні». 6. На запитання «Чи натрапляли Ви на маніпуляції у волинських медіааналізах?» 65% сказали «Так».

Висновки і пропозиції. На основі аналізу інтернет-ресурсів волинських ЗМІ, а також напрацювань і порад журналістикознавців, медіаекспертів, редакторів, журналістів-практиків ми вказали на важливі рекомендації журналістам і редакторам волинських інтернет-ЗМІ щодо підвищення клікабельності заголовків, їх пошукової оптимізації в мережі Інтернет. Серед них, зокрема, такі: заголовок має бути простим і лаконічним, інформативним, не надто емоційним, оптимально відповідати змісту, бути унікальним, не повторювати попередні назви. Не варто вживати у заголовковому комплексі ненормативні лексеми, вузькоспеціалізовані терміни, маловідомі імена та прізвища, аббревіатури. Заголовок повинен в міру інтригувати, відповідати суті новини, бути правдивим і читабельним.

Список літератури:

1. Гусак О. Заголовок як інструмент збільшення відвідуваності сайту інтернет-ЗМІ. *Держава та регіони. Серія «Соціальні комунікації»*. 2013. № 2(14). С. 70–73.
2. Дедушкіна А. До проблеми ефективності заголовків новин в інтернет-ЗМІ. *Обрії друкарства*. № 1 (3)/2014. С. 234–241.
3. Дем'янова А. Редакторське опрацювання заголовків інтернет-новин. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2010. Т. 41. Жовтень–грудень. С. 172–176.
4. Дацишин Х. Мовні маніпуляції в заголовках. Інтернет-версії телевізійних новин (на прикладі інтернет-сторінки програми «ТСН»). *Теле- та радіожурналістика*. 2014. Вип. 13. С. 204–209.
5. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручн. 2-ге вид., перероб. і допов. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
6. Колесниченко А. Практическая журналистика : учебное пособие. Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2008. 123 с.
7. Красавіна В. Заголовки-експресиви в сучасних інтернет-виданнях. *Культура слова*. 2017. № 86. С. 214–221.
8. Майборода Л. І. До проблеми лаконічності та семантичної місткості газетних заголовків. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2003. Т. 12. С. 59–63.
9. Майборода Л. І. Типологія заголовків за їх інформаційною функцією. *Лінгвістичні студії* : зб. наук. пр. Черкаси, 2006. Вип. 2. С. 185–193.
10. Михайленко В. Заголовковий комплекс як базовий елемент журналістського тексту. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 50. Січень–березень. С. 239–244.
11. Нагорняк М. Заголовок новини: як зробити його ефективним (на матеріалах інформаційних передач першої програми Національної радіокомпанії України. URL : <http://www.journ.univ.kiev.ua/trk/publikacii>).
12. Ріпей М. В. Газетний заголовок: відповідність поліграфічним нормам. *Зб. пр. Наук.-дослід. центру періодики*. 2009. Вип. 2(17). С. 447–453.
13. Ріпей М. В. Особливості архітектоники газетного заголовка. *Вісн. Львів. ун-ту. Серія «Журналістика»*. Львів : Вид-во Львів. нац. ун-ту ім. І. Франка, 2011. Вип. 35. С. 295–302.
14. Солодка Л. І. Лексико-семантичні особливості газетних заголовків : автореф. дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій. Київ, 2008. 14 с.

15. Солодка Л. Повтор газетного заголовка в медіатексті як засіб його лексико-семантичного увиразнення. *Мовознавчий вісник* : зб. наук. праць. Вип. 12-13. С. 268–273.

16. Шаповалова Г. В. Лексико-стилістичні особливості заголовків у сучасних українських друкованих ЗМІ. *Уч. записки Таврич. нац. ун-та ім. В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. Симферополь, 2011. Т. 24(63). № 4. Ч. 1. С. 204–210.

17. Шевченко В. Е. Заголовки як спосіб впливу на суспільну свідомість. *Наук. записки Луган. нац. пед. ун-ту* : [зб. наук. праць]. Серія «Філологічні науки» : у 3-х т. Луганськ : Альма-матер, 2004. Вип. 5. Т. 1. С. 388–397.

18. Шульська Н. М. Синтаксичні засоби оформлення заголовків журналістських текстів у волинських медіа. *Літопис Волині*: всеукраїнський науковий часопис / гол. ред. І. Я. Коцан, С. Радчук. Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2011. Ч. 10. С. 110–113.

19. Шульська Н. «Фактична брехня», або Про ще один різновид текстових аномативів у мові ЗМІ. *Південний архів*: збірник наукових праць. Філологічні науки. Вип. 66. Херсон : Гельветика, 2017. С. 227–230.

Shulska N. M., Kostusyak N. M., Rymar N. Yu. COMMUNICATIVE-LOGICAL STRATEGIES OF TITLE CREATION IN MODERN ONLINE MEDIA (ON THE EXAMPLE OF REGIONAL)

The article presents an analysis of the functional potential of the titles of journalistic texts on the communicative and logical strategies of their creation. The main aspects of clickbait and exclusivity of media names (on the material of regional mass media) are determined. The features of non-volatile headlines in the network content of Volyn are studied. An own survey was conducted to find out the requirements and preferences of readers and the communicative and pragmatic direction of successful titles of journalistic materials. The material of scientific intelligence was the headlines of the Volyn online media, removed from journalistic publications by the method of continuous fixation in recent years.

Having analyzed the headline content of online publications in Volyn, we have identified the following most typical features of clickable headlines used by regional journalists: 1) headlines that have an indication of the image content, ie photos or videos; 2) headlines concerning the lives of famous people, in which the rule of three S is implemented: death, sex, scandal; 3) intriguing headlines; 4) headlines concerning the safety and life of people; 5) short, concise headlines; 6) titles containing tokens-motivators; 7) full informative headlines; 8) headings-problems; 9) headlines indicating the regional aspect; 10) titles, decorated with accurate, original quotations; 11) headlines with important numbers.

Among the signs that reduce the clickability of titles in the online publications we analyzed, we point out the following: 1) the title is too large, complex, not concise; 2) the title contains an accumulation of numbers and percentages; 3) representation in the title of an often incomprehensible abbreviation; 4) placement of incomprehensible names and surnames; 5) the headline informs the essence of the whole news; 6) manifestation of exaggerated emotionality; 7) the use of not always standardized tokens, terms, words incomprehensible to readers; 8) the title is too abstract; 9) hyperbolization of the event; 10) tautology; 11) contains marked or hidden advertising.

Key words: headline, online publication, journalistic text, media title, clickbait, communication strategies.

УДК 07(=512.19:477.75-074)«2014/2021»
DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/42>

Юксель Г. З.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ПРО ФОРМУВАННЯ КРИМСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-МЕДІЙНОЇ ПАРАДИГМИ В КОНТЕКСТІ ОКУПАЦІЇ 2014 РОКУ (2014–2021)

Метою наукової статті є з'ясування еволюції кримської інформаційно-медійної парадигми (системи понять, уявлень, цінностей, форм реалізації) як основи інформаційної політики України, спрямованої на деокупацію тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя. Досягнення мети стає можливим шляхом виконання завдання з розкриття поняття «кримська інформаційно-медійна парадигма», опису її ідейно-змістового та функціонального аспектів. Формування кримської інформаційно-медійної парадигми розглядається в контексті окупації 2014 року невіддільної частини незалежної України – Автономної Республіки Крим і міста Севастополя – та її наслідків: примусової трансформації медійної сфери Криму, формування принципів і засад інформаційної політики України щодо тимчасово окупованої території півострову.

Загальна методологія дослідження заснована на розгляді проблеми окупації Автономної Республіки Крим і міста Севастополя 2014 року як окремого соціально-політичного явища, яке зайняло своє місце в політичному житті України й формуванні внутрішньої та зовнішньої політики держави. У роботі використані загальнонаукові методи емпіричного дослідження: аналіз, узагальнення, систематизація, абстрагування тощо.

Висновки. Ми розглядаємо кримську інформаційно-медійну парадигму як систему знань і цінностей, що визначає пріоритет у виборі цілей і засобів їх досягнень, як конструкцію із цілісного осмислення пізнавальної та практичної діяльності з наявною кінцевою метою. Головним поняттям (кінцевою метою) у діяльності державних інституцій і громадянського суспільства необхідно вважати деокупацію півострова через реалізацію заходів військового або політичного характеру, проведених з метою повернення контролю держави або встановлення контролю міжнародними організаціями над раніше окупованими територіями України. Система цінностей, ідеологічні установки стосовно оцінювання та розвитку подій, погляди та громадянська позиція, концептуальний підхід суспільства в цьому питанні, які цементують поняття «кримська інформаційно-медійна парадигма», базуються на міжнародних і державних нормативно-правових актах щодо визнання окупації Криму як злочину. Попри те що термін «деокупація» не має правового визначення в законодавстві України, він зображає й сучасний процес, і кінцеву мету дій України стосовно тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і міста Севастополя на загальнонаціональному та міжнародному рівнях.

Ключові слова: Україна, Крим, ЗМІ, парадигма, мас-медіа, окупація, свобода слова.

Постановка проблеми. Формування й установа кримської тематики в медійному просторі України в контексті окупації (термін «окупація» використовується відповідно до Резолюції Генеральної Асамблеї ООН від 19 грудня 2016 року № 71/205, яка засвідчує «тимчасову окупацію» Криму, – прим. авт.) Автономної Республіки Крим і міста Севастополя 2014 року – складне, багатоаспектне та багаторівневе явище. Воно відрізняється різноманітністю подій, заходів, соціальних явищ, процесів, у який включені представники державної влади та громадянського суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін «парадигма» у філософію науки вперше

впровадили Г. Бергман, Л. Й. Вітгенштайн, однак справжній пріоритет у його використанні й поширенні належить Т. Куну, який у книзі «Структура наукових революцій» (1962) [8] пише про можливість виділення двох основних аспектів парадигми: епідемічного й соціального. Автор здійснив спробу елімінувати із сучасного філософського дискурсу нормативістські (властиві, зокрема, неопозитивізму та критичному раціоналізму) образи науки. За Т. Куном, наукова революція – це зміна парадигм, точніше, повна або часткова зміна «дисциплінарної матриці» [14, с. 471].

У сучасних теоретико-методологічних наукових роботах, які присвячені сутності терміна

«парадигма», її розвиток розглядається дослідниками в різних галузях: мова та література, наука, освіта, економіка, політика, соціальні комунікації. Питання існування парадигми як методології наукової діяльності описано в роботах таких авторів, як М. Фуко, І. Лакатос, Ю. Яковець, Д. Бом, Р. Шейдрек, К. Прибрама, Дж. Марголіс, М. Кастельс та ін. До проблеми тлумачення та змістового наповнення терміна «парадигма» («парадигмальний підхід», «парадигмальність як методологічний підхід для дослідження діяльності соціальних інститутів») у сфері економіки зверталися У. Бек., С. Бобилев, В. Воронкова, Я. Корнай, В. Лук'янов, Г. Кривобороденко; у галузі політологічних наук: К. Гаджієв, І. Алексеєнко, Г. О. Москаленко, Л. Хорішко, Г. Ярчук, С. Романюк, Г. Сенкевич, А. Старостин; у сфері культури та масових комунікацій: Д. Дюжев, І. Кисарець, З. Портико, О. Соболев, Й. Фрідмен, О. Шепеляк та ін.

У новітніх працях, зокрема, у сфері лінгвістики, економіки, соціальних комунікацій дослідники звертають увагу на проблему становлення інформаційно-медійної парадигми. «Її формування зумовлене новими інформаційними технологіями, що впливають на комунікативно-когнітивну діяльність людини, у рамках яких визначають поняття «світ глобального доступу до інформації»; «інформаційний привід»; «інформаційно-медійна мовна особистість»; «інформаційне поле особистості», «інформаційне поле тексту»; «інформаційні хвилі» [4].

Постановка завдання. Метою наукової статті є з'ясування еволюції кримської інформаційно-медійної парадигми (системи понять, уявлень, цінностей, форм реалізації) як основи інформаційної політики України, спрямованої на деокупацію тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя.

Досягнення мети стає можливим шляхом виконання завдання з розкриття поняття «кримська інформаційно-медійна парадигма», опису її ідейно-змістового та функціонального аспектів. Формування кримської інформаційно-медійної парадигми розглядається в контексті окупації 2014 року невіддільної частини незалежної України – Автономної Республіки Крим і міста Севастополя – та її наслідків: примусової трансформації медійної сфери Криму, формування принципів і засад інформаційної політики України щодо тимчасово окупованої території півострову.

Загальна методологія дослідження заснована на розгляді проблеми окупації Автономної Республіки Крим і міста Севастополя 2014 року як окре-

мого соціально-політичного явища, яке зайняло своє місце в політичному житті України та формуванні внутрішньої та зовнішньої політики. У роботі використані загальнонаукові методи емпіричного дослідження: аналіз, узагальнення, систематизація, абстрагування тощо.

Виклад основного матеріалу. Кримська інформаційно-медійна парадигма – сукупність явищ теоретичної й суспільно-політичної дійсності, які об'єднують певний конгломерат цінностей і поглядів, що сформувалися, еволюціонували та продовжують свою трансформацію в контексті такого потужного соціально-політичного явища в історії сучасної України, як тимчасова окупація Автономної Республіки Крим і міста Севастополя 2014 року з боку Російської Федерації. «Прагнення згрупувати окремі явища суспільного життя через визначення одного чинника, що детермінує та призводить сучасних авторів до розуміння парадигмальності. Парадигмальний підхід дає можливість для «створення інструментарію, здатного охопити весь багатовимірний спектр взаємодії політичних інститутів і засобів, методів, звичаїв, підходів до управління, що існують у конкретному суспільстві», – зазначає український дослідник І. Алексеєнко [2]. Якщо спроектувати такий підхід на кримський сценарій, стає можливим охоплення, систематизація, структуризація всього спектру явищ і подій в інформаційній сфері України після окупації Криму 2014 року до однієї системи, яка має певні ознаки, риси, характеристики.

Окупація Криму – багатоаспектне явище, яке призвело до переформатування чинного порядку функціонування всіх сфер життєдіяльності українського суспільства. В інформаційному вимірі це також різноманітний процес, який характеризується наявністю взаємопов'язаних дій, явищ, властивостей. Природа подій, пов'язаних з окупацією Криму, виступила основою для формування та еволюції кримської інформаційно-медійної парадигми. До 2014 року не існувало засад для виникнення «кримської» парадигми, бо не було основи для розробки окремої інформаційної політики стосовно Криму. Обговорення й змістове наповнення її почалося після новітнього етапу подій в історії сучасної України, яка опинилася в ситуації зовнішньої агресії та викликів.

В основу філософського осмислення й соціально-правового функціонування кримської інформаційно-медійної парадигми покладено низку рішень міжнародних організацій, чинних нормативно-правових актів (закони, постанови,

рішення) Української держави, документи із захисту безпеки й територіальної цілісності країни, зокрема Концепцію національної безпеки, складником якої є Воєнна доктрина України (2003), Доктрина національної інформаційної безпеки (2017), Стратегія інформаційної реінтеграції Криму (2018), Стратегія воєнної безпеки України (2021), Стратегія деокупації Автономної Республіки Крим та м. Севастополь (2021). З 2014 року створена нормативно-правова база, яка регламентує порядок роботи з тимчасово окупованою територією Автономної Республіки Крим і м. Севастополя [2]. Протягом сьомого року окупації Криму на державному рівні прийнято стратегічні документи стосовно «Кримської стратегії», зокрема Указ Президента України № 117/2021, Рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про Стратегію деокупації та реінтеграції тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та міста Севастополя» від 11 березня 2021 року [11], Указ Президента України № 121/2021, Рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про Стратегію воєнної безпеки України» від 25 березня 2021 року [12], які ще раз закріплюють норми державної політики в цьому питанні. На підтримку України з питання захисту територіальної цілісності й недоторканності власних кордонів за 2014–2021 роки прийнято 9 резолюцій Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй (ООН) [19], 5 резолюцій Ради ООН з прав людини, майже 15 резолюцій Європейського Парламенту [17; 18], 21 резолюція Парламентської Асамблеї Ради Європи (ПАРЄ) на підтримку територіальної цілісності України [21], 7 резолюцій Парламентської Асамблеї Організації з безпеки та співробітництва в Європі (ПА ОБСЄ) стосовно порушення з боку РФ міжнародного права щодо України, 12 рішень Виконавчої Ради ЮНЕСКО щодо моніторингу ситуації в Криму [22], численні рішення НАТО на підтримку України, складено 4 позовів України до міжнародних судів, зокрема Міжнародного суду ООН, Європейського суду з прав людини.

Саме такий підхід, як парадигмальний, надає розуміння й можливість для систематизації подій і явищ у медійному середовищі. Мова йде про комунікаційні процеси на різних рівнях: державних інститутів (виконавча, законотворча влада, місцеві органи самоврядування); громадянського суспільства (громадські організації, волонтерські об'єднання, благодійні фонди, громадські рухи, групи або спільнот за інтересами); впливові особи (громадяни, активісти). Ідеологічні принципи, які

покладені в основу чинної парадигми, формують притаманні риси, наповнюють функціонування кримської інформаційно-медійної парадигми. Наявність таких елементів цементує кримську інформаційно-медійну парадигму та представляє її як цілісну систему світогляду, а саме:

- система цінностей та ідейного наповнення;
- концептуальний підхід до реалізації та втілення рішень;
- наявність чітко окресленої головної кінцевої мети;
- принципи діяльності, яких дотримуються майже «за умовчанням»;
- функціональність і різноманітність форм реалізації ідей – від викритих до підпільних;
- велика кількість акторів, активність гравців (акторів) і їхній вплив на державну політику й формування суспільної думки;
- різні рівні діяльності: державний, суспільний, індивідуальний;
- відносна синхронність і швидка реакція в діях гравців;
- велика внутрішня мотивація для діячів.

Одним із показників наявності ціннісних установок у парадигмі є протистояння кримського суспільства проти інформаційних «вбросів» різноманітних ідей стосовно окупованого Криму, більшість із яких були досить провокативні. Протягом окупації час від часу вони з'являються в медійному середовищі України та пропонуються українському суспільству, але більшість із них не знаходить підтримки та не руйнує ідейно-концептуальних основ медійної парадигми. Так, різноманітними політиками та діями пропонувалося отримати контрибуцію від Російської Федерації за окупований Крим, розглянути питання здачі Криму в оренду, «заморозити», тобто відкласти, питання повернення Криму на певний час. Наприкінці 2020 – протягом 2021 років таким провокативним питанням стала проблема водопостачання дніпровської води в тимчасово окупований Крим. Однак такі пропозиції не знайшли відгук в українському суспільстві, серед представників кримської спільноти як неприпустимі й такі, що не відповідають позиції та законодавству України.

Висновки і пропозиції. Більшість дослідників погоджується, що в епістемічному плані «парадигма» – це сукупність фундаментальних знань, цінностей, переконань і технічних прийомів, що виступають як зразок наукової діяльності. У соціальному вимірі «парадигма» характеризується через конкретну наукову спільноту, що поділяє її, цілісність і межі якої вона визначає.

Таке багатогранне поняття, як «парадигма», залежить від обумовленого часом та обставинами контексту й представляє сталі на певний період теоретичні засади (стиль, традиція, концепція, генеральна ідея, закон) і їх практичне втілення.

Такий потужний і складний соціально-політичний процес, як окупація Автономної Республіки Крим і міста Севастополя 2014 року, не міг не відбитися в медійному просторі України та світу. Формування й установлення кримської тематики в медійному просторі України саме в контексті окупації відрізняється різноманітністю подій, заходів, процесів, явищ, тенденцій, ініціатив, у які включені представники як державної влади, так і громадянського суспільства. Аналіз проблеми повернення території Криму під контроль України впливає з розуміння наявності на сучасному історичному етапі двох шляхів: військового та політико-дипломатичного. Політико-дипломатичний напрям охоплює різні сфери діяльності: політичну, дипломатичну, правову (у тому числі правозахисну), соціально-гуманітарну, культурно-інформаційну. Висвітлення діяльності акторів процесу в усіх цих напрямках формує та наповнює «кримську інформаційно-медійну парадигму».

Ми розглядаємо кримську інформаційно-медійну парадигму як систему знань і цінностей,

що визначає пріоритет у виборі цілей і засобів їх досягнень, як конструкцію із цілісного осмислення пізнавальної та практичної діяльності з наявною кінцевою метою. Головним поняттям (кінцевою метою) в діяльності державних інституцій і громадянського суспільства необхідно вважати деокупацію півострова як процесу реалізації заходів військового або політичного характеру, проведених з метою повернення контролю держави або встановлення контролю міжнародними організаціями над раніше окупованими територіями України. Система цінностей, ідеологічні установки стосовно оцінювання та розвитку подій, погляди та громадянська позиція, концептуальний підхід суспільства в цьому питанні, які цементують поняття «кримська інформаційно-медійна парадигма», базуються на міжнародних і державних нормативно-правових актах щодо визнання окупації Криму як злочину. Попри те що термін «деокупація» не має правового визначення в законодавстві України, він зображає і сучасний процес, і кінцеву мету дій на загальнонаціональному та міжнародному рівнях України стосовно повернення тимчасово окупованої території Автономній Республіці Крим і міста Севастополя й установлення української державності.

Список літератури:

1. Актуальні орієнтири державної політики щодо тимчасової окупації Автономної Республіки Крим та м. Севастополя. Київ, 2020. URL: <https://cutt.ly/JmWme9u> (дата звернення: 01.02.2020).
2. Алексєєнко І. Г. Соціально-гуманітарні дослідження форми правління: парадигмальний контекст. *Політичні проблеми міжнародних систем та глобального світу. Економічний часопис*. 2011. № 1-2. С. 6–9.
3. Бобылёв С. Устойчивое развитие: парадигма для будущего. *Мировая экономика и международные отношения*. 2017. Том 61. № 3. С. 107–113.
4. Болотнов А. В. О некоторых ключевых понятиях формирующейся информационно-медийной парадигмы в русистике. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-nekotoryh-klyuchevyh-ponyatiyah-formiruyusheysya-informatsionno-mediyuoy-paradigmy-v-rusistike> (дата звернення: 01.02.2020).
5. Гаджиев К. С. Общественно-политическая парадигма: понятие и основные характеристики. Москва: Политическая наука, 1994. URL: <http://politics.ellib.org.ua/pages-996.html> (дата звернення: 01.02.2020).
6. Грубов В. М. Ліберальна парадигма в формуванні європейської колективної безпеки XXI століття: автореф. дис. ... докт. політ. наук : 21.01.01 / Рада національної безпеки та оборони України, Національний ін-т проблем міжнародної безпеки. Київ, 2008. 34 с.
7. Кисарець І. А. Політико-культурна парадигма державної інформаційної політики: автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.03. Київ: Нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2008. 18 с.
8. Кун Т. Структура научных революций / пер. с англ. И. З. Налетова. Москва: Прогресс, 1975. 278 с.
9. Лук'янов В. Синергетична парадигма розвитку фінансових ринків та фінансової економіки. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 9 (135). С. 17–24.
10. Портико З. Сучасна парадигма теорії інформації. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія «Філологічні науки»*. 2008. Вип. 17. С. 36–40.
11. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 11 березня 2021 року «Про Стратегію деокупації та реінтеграції тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та міста Севастополя»: Указ Президента України № 117/2021. URL: <https://bit.ly/3uzwKVt> (дата звернення: 12.03.2021).
12. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 25 березня 2021 року «Про Стратегію воєнної безпеки України»: Указ Президента України № 121/2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1212021-37661> (дата звернення: 26.03.2021).

13. Федірко О. Парадигма локального інноваційного розвитку в економіці ЄС : автореф. дис. ... докт. екон. наук : 08.00.02 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини». Київ : КНЕУ, 2017. 37 с.
14. Философский энциклопедический словарь. Київ : Абрис, 2002. 751 с. URL: <https://bit.ly/3wwVht6> (дата звернення: 01.02.2020).
15. Чужиков А. В. Медійна таксономія в системі глобальних парадигм. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2018. Вип. 136. С. 67–83.
16. Шепетяк О. Поняття парадигми у філософії мови і науки. *Науковий вісник Чернівецького університету. Серія «Філософія»* : збірник наукових праць. Чернівці : Рута, 2008. Вип. 389–390. С. 169–172.
17. European Parliament (2014), Recent developments in Ukraine: threats to the functioning of democratic institutions / Resolution 1988 (2014) Final version. URL: <https://bit.ly/3jWqsva> (accessed: 20.12.2014).
18. European Parliament (2015), Situation in Ukraine. European Parliament resolution of 15 January 2015 on the situation in Ukraine (2014/2965(RSP)). URL: <https://bit.ly/3yseX2y> (accessed: 22.02.2015).
19. General Assembly of the United Nations (2014), Resolution adopted by the General Assembly on 27 March 2014 [without reference to a Main Committee (A/68/L.39 and Add.1)] 68/262. Territorial integrity of Ukraine. URL: <https://bit.ly/3xqiH4v> (accessed: 05.12.2014).
20. Kuhn Th. *The New Encyclopedia Britannica*. Volum 7. London : Britannica, 2003.
21. The PACE Resolutions on Ukraine (2019). URL: <https://coe.mfa.gov.ua/en/partnership/pace-resolutions-ukraine> (accessed: 31.01.2020).
22. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2021), Provisional Timetable of The Programme And External Relations Commission (PX)1 (22 January 2021 – In presential meeting). URL: <https://bit.ly/3qROgBO> (accessed: 23.01.2021).

Iuksel G. Z. THE FORMATION OF THE CRIMEAN INFORMATIONAL AND MEDIA PARADIGM IN THE CONTEXT OF THE OCCUPATION OF CRIMEA (2014–2021)

The purpose of the scientific article is to clarify the evolution of the Crimean information and media paradigm (system of concepts, ideas, values, forms of implementation) as the basis of the information policy of Ukraine aimed at deoccupation of the temporarily occupied territory of the Autonomous Republic of Crimea and Sevastopol. Achieving the goal becomes possible by fulfilling the task of revealing the concept of “Crimean information and media paradigm”, a description of its ideological and semantic and functional aspects.

The formation of the Crimean information and media paradigm is considered in the context of the 2014 occupation of an integral part of independent Ukraine – the Autonomous Republic of Crimea and the city of Sevastopol – and its consequences: forced transformation of the Crimean media sphere, Ukraine’s information policy principles formation. The general methodology of the study is based on the problem of occupation of the Autonomous Republic of Crimea and the city of Sevastopol in 2014 as a separate socio-political phenomenon that has taken its place in the political life of Ukraine and the formation of domestic and foreign policy. The general scientific methods of empirical research are used in the work: analysis, generalization, systematization, abstraction, etc.

We consider the Crimean informational and media paradigm as a system of knowledge and values that determines the priority in the choice of goals and means of their achievement, as a construction for a holistic understanding of cognitive and practical activities with the existing ultimate goal. The main concept (ultimate goal) in the activities of state institutions and civil society should be considered the deoccupation of the peninsula as a process of military or political measures taken to regain state control or establish control by international organizations over the previously occupied territories of Ukraine. The system of values, ideological attitudes towards the assessment and development of events, views and civic position, the conceptual approach of society in this matter, which cement the concept of “Crimean information and media paradigm” are based on international and state regulations recognizing the occupation of Crimea as a crime. Although the term “deoccupation” has no legal definition in Ukrainian law, it depicts both the current process and the ultimate goal of Ukraine’s actions in relation to the temporarily occupied territory of the Autonomous Republic of Crimea and the city of Sevastopol at the national and international levels.

Key words: *Ukraine, Crimea, mass media, paradigm, mass media, occupation, freedom of speech.*

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

УДК 007:655.1

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/43>

Кошелюк О. В.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Благовірна Н. Б.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Рожило М. А.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ДЛЯ ЧИТАЧІВ: ВИКЛИКИ, РЕКОНСТРУКЦІЇ, СВІТОВИЙ ВИДАВНИЧИЙ ДОСВІД

У статті проаналізовано особливості комунікаційної взаємодії та реалізації комунікаційних потреб читачів, авторів та видавців у найбільш поширених соціальних мережах. Упровадження Стратегії розвитку читання в Україні на 2021–2025 рр. посилює акцент популяризації книжкового продукту як національної перспективи культурного розвитку, щоправда, проблему залучення соціальних медіа (зокрема, й створення спеціалізованих – власне читачьких) у проєкті не згадано. Пропоноване дослідження розглядає три вектори: перший охоплює читачькі групи у популярних соціальних медіа, зокрема, у найбільшому сегменті української аудиторії Facebook. Враховано особливості інформаційного наповнення найбільших читачьких груп в локальному («Луцьк читає») та загальноукраїнському інфопросторі («Зараз я читаю»). Другий вектор дослідження розглядає мережеву комунікацію через акаунти видавців, зокрема, як порівняння українського та закордонного досвіду. Розглянуто та проаналізовано досвід п'яти найбільших видавців 2020 у світі – RELX, Thomson Reuters, Pearson, Bertelsmann, Wolters Kluwer. Лідери світового книговидавництва для комунікації з читачами використовують від трьох (Pearson) до шести (Bertelsmann) соціальних мереж. Третій вектор дослідження пропонує реконструкції характеристик існуючих спеціальних читачьких соцмереж Bookvibe, Glose, Read Social, ReadUps, Tablo Publishing, Wattpad та створення прототипу окремої соцмережі N для українських читачів. Створення та популяризація подібних спеціальних соціальних платформ для читачів може слугувати прикладом тісної взаємодії цифрових технологій, конвергентних стратегій видавця, пошуку читачької аудиторії та заохочення соціуму до читання й купівлі книг.

Ключові слова: комунікація, книжковий ринок, видавнича стратегія, соціальна мережа, акаунт, промоція, цільова аудиторія.

Постановка проблеми. Останнім часом в українському медіапросторі видавничі стратегії зазнали значних трансформацій. З одного боку, незалежно від кризових чи післякризових періодів діяльність видавців віртуалізується, відбувається пошук нових форм і залучення онлайн-аудиторій за допомогою соціальних медіа. З іншого ж, пандемія коронавірусу, яка від початку 2020-го посилила і без того проблемні тенденції книжкового сектору, призвела до актуалізації ще однієї проблеми – потребу розгалуженості мережевих

комунікацій видавництва. Стає очевидним, завдяки спілкуванню з аудиторією через соціальні мережі видавництва посилюють промоційний вплив, реалізують піар-стратегії, стимулюють інтернет-продажі та заохочують до читання. Упровадження Стратегії розвитку читання в Україні на 2021–2025 рр. посилює акцент популяризації книжкового продукту як національної перспективи культурного розвитку, щоправда, проблему залучення соціальних медіа (зокрема, й створення спеціалізованих – власне читачьких) у проєкті

не згадано [6]. З огляду на це актуальність нашої розвідки значно зростає.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальні мережі як об'єкт вивчення перебувають у полі зору вчених різних галузей знань. Соцмережі дослідники розглядають як освітнє явище (О. Ковальчук), із позицій маркетингових функцій (О. Дзюбіна), у контексті політичної комунікації (Т. Краснополська, Т. Неприцька), інтернет-медіа та крос-медіа (Л. Василик, Б. Потятиник, Л. Городенко, М. Кіца, О. Федорова). На соціальні мережеві комунікації у розвитку сучасної книжкової культури звертають увагу як українські науковці (Н. Зелінська, Е. Огар, Л. Дмитрів, О. Курбан, О. Скібан), так і закордонні (П. Крумова, Т. Бронвен, М. Мартенс, П. Бермудез та інші).

Постановка завдання. Мета статті – проаналізувати роль соціальних мереж у видавничих комунікаціях українських та закордонних видавців і створити прототип нової нішевої соціальної мережі для читачів.

Виклад основного матеріалу. Комунікаційні потреби читачів у спілкуванні з авторами, видавцями, загалом, як і потреби міжособистісної комунікації, активно виходять на соціальні мережі. Останні з часу своєї появи так стрімко перебрали на себе роль посередників між різними групами соціально та комунікаційно активної аудиторії, що розглядати культурний поступ людства, принаймні, книжковий його бік, чи «навколокнижковий культурний бекграунд» [5, с. 59], як назвала б його Е. Огар, без урахування подібних технологій просто неможливо.

Аудиторія соціальних медіа поділяється на кластери за інтересами. Особливу нішу тут займають віртуальні об'єднання – групи. У соцмережі Facebook, яка за даними звіту дослідження Українського інституту книги «лишається основною мережею для обговорення книжок» [2], читацькі групи існують із кількістю від кількох сотень до кількох десятків тисяч підписників. Об'єднання у спільноти за книжковими інтересами та можливість обміну читацькими враженнями та книжковими новинами має великий потенціал у розвитку видавничого ринку та просування видавничої медіапродукції, цікавістю до читання.

Нижче (рис. 1) подаємо найбільш активні читацькі групи у мережі Facebook та співвіднесення з кількістю фоловерів.

Як бачимо, найбільш популярними і багаточисельними серед читачів є групи «Зараз я читаю», «Моя книга», «Книжкова барахолка BOOKS», «Читаємо разом з дітьми», «Найкращі книги світу», «Книжковий базар». Від них зі значним відривом ідуть «Книга в тренді», «ПРОКНИГИ: книги українських авторів і відгуки на них», «Почитати. Читацький клуб» і «Луцьк читає». Остання мережева спільнота (1,2 тис. учасників) є групою команди літературно-мистецького щорічного фестивалю «Фронтера» (м. Луцьк). Потреба створення локальних спільнот свідчить про актуальність для невеликих міст у регіонах і об'єднання здебільшого молоді навколо культурно-мистецького, зокрема, книжкового життя краю.



Рис. 1. Читацькі групи у соціальній мережі Facebook із кількістю підписників станом на квітень 2021 р.

Аналізуючи книжкові групи, серед їх контенту особливо часто бачимо: 1) пости-анонси, 2) пости-рецензії на видання, 2) пости-поради з вибору літератури, 3) пости-дописи розважального характеру на тему читання, 4) пости-обговорення конкретного твору чи автора, 5) новинні пости про випуск книг, екранізацію творів, виставки і книжкові форуми, інші книжкові події, які популяризують адміністратор або учасники групи («отримавши інформаційний продукт або відвідавши подію, читач може поширювати власну інформацію» [1, с. 246–247] і тим самим прикладом зацікавлювати інших). Прикметно, у групах є постійні рубрики (власні чи партнерські). Наприклад, у групі «Луцьк читає» існує рубрика Волинської обласної бібліотеки для дітей «В гостях у видавництва: знайомимось, вибираємо, читаємо», що знайомить читачів із українськими видавництвами, розповідає історію їх створення та презентує репертуар друкованої продукції. Дописи у рубриці «В гостях у видавництва: знайомимось, вибираємо, читаємо» представлено у вигляді коротких відеооглядів та/або яскравих презентацій для промоції читання книг. Як слушно зауважує І. Шарова, «модель промоції книг змістилася майже повністю в онлайн формат» [7, с. 221], що тягне за собою зміну усталених парадигм взаємодії. Від промоції книг залежить не тільки подальший розвиток країни, потенціал книжкового ринку, а й індивідуальна культура населення, яка формується в тому числі й через читання.

Однак, подібні спільноти у соцмережах не можуть повністю забезпечити якісне спілкування

читачів. Книжкові групи часто є закритими або з неактуальним контентом, користувачі соціальних медіа не завжди орієнтуються тільки на одну групу, відволікаються на інші, на стрічку новин, сторінки улюблених засобів масових комунікацій, інші акаунти. Активність групи часто залежить від активності фоловерів та наявності вільного часу в адміністратора/адміністраторів, тому графік виходу оновлень і постів у групі часто буває спорадичним, нечітким, а користувачі швидко втрачають інтерес і перестають слідкувати за подіями.

Інший формат цифрової взаємодії з читачами – акаунти самих видавництв у соціальних медіа. Найактивніше соціальними медіа користуються закордонні видавничі корпорації: зокрема, серед п'ятірки світових лідерів книговидавництва 2020 (RELX, Thomson Reuters, Pearson, Bertelsmann, Wolters Kluwer) співвідношення з соцмережами виглядає так (рис. 2):

Цей розподіл показує, що світові лідери книговидавництва для комунікації з читачами використовують від трьох (Pearson) до шести (Bertelsmann) соціальних мереж. Усі видавці зареєстровані та мають читачів у соцмережах LinkedIn, Twitter, ще двома соцмережами Facebook та YouTube користуються 80% з указаних видавців. Німецький видавничий концерн Bertelsmann на відміну від своїх конкурентів у світовому книговидавництві зареєстрований також у локальній соціальній мережі для професіоналів Xing.

Найменш популярним серед поширених соціальних медіа виявився Instagram-простір: тільки троє з п'яти найбільших видавців світу тут

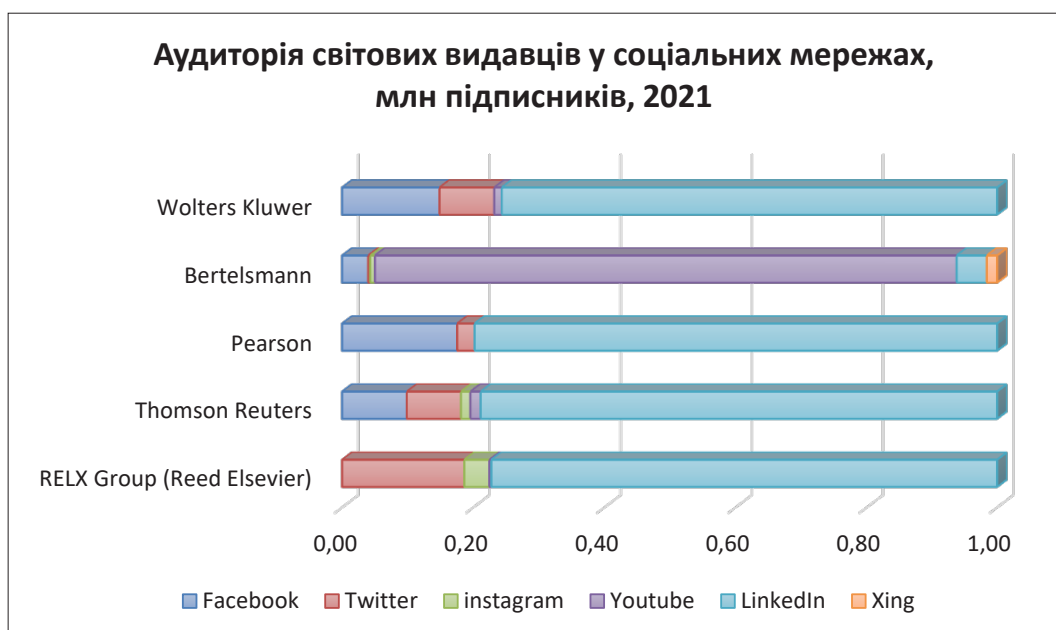


Рис. 2. Аудиторія світових видавців у соціальних мережах станом на квітень 2021 р.

zareestrovani ta gotovi vesti komuniakatsiu z chytachami. Bil'she toho, yaksho podivitisia na foloveriv цих видавничих компаній у мережі Instagram, то бачимо: ці спільноти не такі вже розгалужені. Найбільшу кількість Instagram-підписників (27,3 тис.) має американська видавнича корпорація Thomson Reuters, на другому місці зі значним відривом – німецький Bertelsmann (5,071 тис.), останнє місце – у лідера світового рейтингу видавців RELX Group (Reed Elsevier) із підписниками у 2,138 тис. Це, очевидно, можна пояснити кількома факторами: по перше, видавець завжди орієнтується на свою цільову аудиторію і на те, яким соціальним мережам остання надає перевагу (дослідження Т. Бронвена [8]); по друге, відіграє роль також і контент, який пропонує і готова поширювати у конкретних соцмедіа видавнича компанія; третє, не менш суттєве, мультикультурний контекст. Лідер видавничого світу RELX Group (Велика Британія-Нідерланди-США) не використовує Facebook – основної соцмережі українського читача (див. рис. 2), замінюючи її на Twitter, який для українського споживача «найменш активний та найменш фокусований на конкретних книжках, майже всі дописи стосуються читання в цілому» [2].

Українські видавництва потенціал соціальних медіа використовують не завжди активно: часто, як і закордонні видавничі компанії, розвивають 3–6 популярних соціальних медіа. Наприклад, українське «Видавництво Старого Лева» користується шістьма соцмережами, серед яких Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, Telegram, YouTube, а ТОВ «Видавництво «Ранок» тільки трьома: Facebook, Instagram, Telegram, при цьому маючи майже однакову кількість фоловерів. Порівняймо, до прикладу, у мережі Facebook «Видавництво Старого Лева» має 119,731 тис. підписників, «Видавництво «Ранок» – 100,306 тис. Instagram-підписників «Видавництва Старого Лева» нараховуємо 69,9 тис., в той час, як у конкурента (Видавництво «Ранок») – 86,1 тис. На цьому прикладі видно стратегію роботи з соціальними мережами та орієнтацію на цільову аудиторію видавництва. Цікаво, що серед популярних медіа активного використання набув також Telegram. Тут в основному дублюється фейсбук-контент, адже український книжковий простір практично повністю підпорядкований цій соцмережі: «Найбільш популярні сторінки Facebook – це сторінки видавництв, які ведуть активну піар-роботу» [2]. Розвиток соціальних медіа для найактивніших українських видав-

ництв є частиною піар-стратегій та рекламування, творення власного бренду.

Загалом робимо висновок: соціальні мережі для видавництв-лідерів як українських, так і закордонних, – це можливість повідомити новини книжкового світу, анонси заходів та подій, представити новинки друку, презентувати нового чи нагадати про ювілей вже відомого автора, оприлюднити рейтинги, зокрема, й фінансові (закордонні видавці вважають це формою відкритої медіадіяльності; натомість у стрічках соцмереж українських видавництв та на їх основних сайтах фінансову інформацію публікувати не прийнято). Соцмережі ще й чудовий спосіб поширювати інформацію про вакансії, започатковувати волонтерські видавничі проекти, стажування, освітні курси, а також проводити різного роду розіграші та акції. Також закордонні видавці часто презентують свою команду, директора, редактора/редакторів, які через соціальні медіа можуть спілкуватися з читачами, робити прямі ефіри, збирати відгуки, запитання та відповідати на них. У такий спосіб іде утримання цільової аудиторії, яка очікує міжособистісної комунікації від видавця, редактора, авторів. Останнє сприяє утвердженню позитивного ставлення, довіри, впізнаваності видавничої марки.

В інформаційному просторі видавець закономірно намагається якнайчіткіше окреслити і виявити «свого» читача, а отже, назріває потреба комунікувати на окремих соціальних ресурсах, повністю прилаштованих до подібних активностей. Н. Зелінська зазначає, «автори й видавці зацікавлені у найширшому використанні можливостей мережі у просуванні своїх видань і творів» [3, с. 98]. Ними можуть стати, на наш погляд, і нішеві соціальні медіа, які сприяють більш предметній комунікації та швидкому зворотному зв'язку. Спеціалізовані читацькі соцмережі, які сьогодні бачаться «панацеєю та затишним майданчиком для профільного спілкування» [4], дозволять обмінюватися потрібною інформацією, професійно розвиватися і навіть будувати бізнесвідносини з іншими учасниками видавничого процесу як автор, рецензент, редактор або читач.

В Україні подібних спеціалізованих читацьких соцмережових майданчиків поки що немає; та й у світі це радше новаторство. Видавничих платформ, які пропонують окремий читацький онлайн-простір соціальної взаємодії, небагато, відчувається непристосованість до українського сегмента інтернет-простору. Якщо робити зріз найпопулярніших закордонних читацьких нішевих соцмереж (Bookvibe, Glose, Read Social, ReadUps, Tablo Publishing, Wattpad), то можемо

Характеристики спеціалізованої читацької соціальної мережі N

Відповідність до існуючої соцмережі	Характеристики читацької соцмережі N	Відповідність до існуючої читацької соцмережі
YouTube	Об'єднання авторів книг, публікація	Tablo Publishing
Twitter	Щотижневий список книг для прочитання, рекомендації	Bookvibe
Бібліотека	Ідея соціального (спільного) читання	Glose Read Social ReadUps
Facebook	Написання історій, живий діалог	Wattpad

спроєктувати, якими могли б постати нішеві соціальні медіа для читачів в Україні. Нижче у таблиці наведемо характеристики прототипу української соцмережі N для читачів та співвіднесеність із популярними існуючими світовими соціальними мережами та спеціалізованими читацькими платформами.

На наш погляд, умовна читацька соцмережа N як комунікаційний майданчик повинна, як видно з таблиці 1: 1) об'єднувати авторів книг, читачів, видавців, редакторів, коректорів, перекладачів (за потреби), ілюстраторів та всіх, хто причетний до створення видавничого продукту; 2) давати можливість опрацювання та створення оригіналу, його публікацію; 3) живий діалог при та під час написання історій; можливість соціального (спільного) читання; 4) підвищувати рівень культури, словесної майстерності, натхнення, зокрема, й через створення списків для читання, рекомендацій літератури для особистого зростання, те, що у західному світі відоме як «word-of-mouth recommendation» [9].

Ці риси часто вже присутні в існуючих спеціалізованих читацьких соцмережах, але немає однієї, яка б враховувала ці характеристики одночасно. У таблиці ми спробували це представити сукупно: до прикладу, для можливості опрацювання та створення оригіналу, його публікації можна скористатися досвідом видавничої онлайн-платформи Tablo Publishing (див. маркер у правій колонці таблиці 1), яка за принципом роботи схожа на соцмережу YouTube (див. маркер у лівій колонці таблиці 1).

Висновки і пропозиції. Наші спостереження приводять до висновку, що читацьких груп чи

акаунтів видавців у соціальних медіа для активної взаємодії з читачами недостатньо. Аналізуючи інтернет-спільноти читачів, зокрема, у найбільшій за читацькою аудиторією мережі Facebook, бачимо ряд недоліків, які впливають на якісь комунікації: 1) закритість/відкритість або слабке управління групою, 2) актуальність/неактуальність контенту, 3) розсіювання уваги на різні групи, стрічку новин, сторінки улюблених засобів масової комунікації, інші акаунти. Так само недосконалим є варіант спілкування виключно на сторінці самих видавців – очевидно, що туди потраплятимуть тільки ті, хто цікавиться діяльністю чи випущеним продуктом цієї видавничої марки. Щоб отримати інший контент, потрібно шукати відповідно іншу сторінку видавця, що незручно і не налаштовує на постійність. А отже, видавнича комунікація зазнає втрат.

Створення окремої спеціалізованої соцмережі для читачів, на наш погляд, зможе заповнити цю комунікаційну ланку, до того ж сприятиме постійному «перебуванню в темі», у видавничих та книжкових новинах, орієнтуватися у пропозиціях книжкового ринку, активно висловлювати враження, спільно створювати тексти, бути співавторами та навіть співвидавцями. Наша пропозиція прототипу спеціалізованої умовної соцмережі N для читачів полягає в тому, аби взяти найбільш позитивні характеристики вже існуючих, врахувавши ці риси, створити нішевий тип українського соціального медіа для популяризації книги та культури читання.

Список літератури:

1. Дмитрів Л. Видавничі комунікації у соціальній мережі Facebook. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 53. С. 246–247.
2. Дослідження 2020. Дослідження читання в контексті життєконструювання та медіаспоживання. Український інститут книги. URL: <https://book-institute.org.ua/uk/activity/doslidzhennya/doslidzhennya-2020> (дата звернення: 10.05.2021).
3. Зелінська Н. Просування книжкових видань у традиційних та новітніх українських медіа у контексті європейської практики. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 56. С. 96–99.

4. Кисіль К. Соціальні мережі для читачів – право на власну територію. URL: https://ms.detector.media/web/social/sotsialni_merezhi_dlya_chitachiv_pravo_na_vlasnu_teritoriyu/ (дата звернення: 10.05.2021).
5. Огар Е. Книжкові інтернет-медіа в контексті культурної журналістики. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2020. № 2. С. 56–61.
6. Стратегія розвитку читання: книга як каталізатор культурного та економічного розвитку країни. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KDw9IkpVeiA> (дата звернення: 10.05.2021).
7. Шарова І. Способи просування українських видавництв у соціальній мережі Facebook під час карантину. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика*. 2021. Вип. 49. С. 216–223. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2021_49_23 (дата звернення: 10.05.2021).
8. Bronwen T. The #bookstagram: distributed reading in the social media age. *Language Sciences*, 2021, Volume 84. URL: <https://doi.org/10.1016/j.langsci.2021.101358> (дата звернення: 10.05.2021).
9. Bury L. How do you read BookVibe? URL: <https://www.theguardian.com/books/booksblog/2013/jul/29/bookvibe-book-discovery> (дата звернення: 10.05.2021).

Kosheliuk O. V., Blahovirna N. B., Rozhylo M. A. SOCIAL NETWORKS FOR READERS: CHALLENGES, RECONSTRUCTIONS, WORLD PUBLISHERS' EXPERIENCE

The article deals with the features of communication interaction and realization of communication needs of readers, authors and publishers in the world popular social networks. Implementation of the Reading Development Strategy in Ukraine for 2021-2025 strengthened the emphasis on the promotion of the book product as a national perspective of cultural development, however, the problem of involving social media (including the creation of specialized ones – social networks for readers) is not mentioned in the project at all. The proposed study considers three vectors: the first vector covers readers' groups in popular social media, in particular, in the largest segment of the Ukrainian audience, Facebook. The peculiarities of the information content of the largest readers' groups in the local («Lutsk reads») and Ukrainian information space («Now I read») are taken into account. The second vector of the study deals with network communication through publishers' accounts as we saw it in a comparison of Ukrainian and foreign experience. The experience of the five top publishers of 2020 in the world RELX, Thomson Reuters, Pearson, Bertelsmann, Wolters Kluwer is considered and analyzed. Leaders of world book publishing use from three (Pearson) to six (Bertelsmann) social networks to communicate with readers. The third vector of the study offers reconstructions of the existing special readers' social networks like Bookvibe, Glose, Read Social, ReadUps, Tablo Publishing, Wattpad characteristics and creation of a separate social network N for Ukrainian readers prototype. The creation and promotion of such special social platforms for readers can serve as an example of the close interaction of digital technologies, convergent publisher strategies, finding a readership and encouraging society to read and buy books.

Key words: communication, book market, publishing strategy, social network, account, promotion, target audience.

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 808.5

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/44>

Ковнік С. І.

Криворізький державний педагогічний університет

СТОРИТЕЛІНГ ТА ЙОГО СПЕЦИФІЧНІ ПЕРЛОКУЦІЇ В РІЗНИХ ТИПАХ ПРОМОВ

У статті йдеться про специфіку перлокутивного ефекту сторітелінгу в різних видах промов. Авторка статті використовує багатий фактичний матеріал, акцентуючи увагу на тому, що сторітелінг має неабиякі перлокутивні функції, здатні змінити не тільки психоемоційний стан адресата, а і його свідомість та поведінку. Саме з позиції суб'єкта впливу перлокуція є важливим елементом промови, який варто враховувати у стратегіях спічрайтингу. У статті розглядаються технології різних видів історій та транслювання за їх допомогою необхідної інформації, котра має потужний перлокутивний ефект на слухача. Сторітелінг потенціально розширює психофізіологічні можливості промови: розповіді з життя значно легше сприймаються, вони цікавіші, ніж логічні аргументи й сухі міркування, тому здатні викликати в слухачів довіру й мотивувати їх до певних дій, створювати ефект очікування інформації про унікальний досвід, який легко асоціюється з особистим. У сторітелінгу функціональне навантаження має історія, яка повинна мотивувати слухачів до дій, учинків, досягнення успіху, просування власної ідеї тощо. Різноманіття сторітелінгових технологій сьогодні суттєво вплинуло на спічрайтинг, зокрема на структуру різних типів промов. Реакція адресата (перлокуція) особливо швидко виявляється у результаті застосування тієї чи іншої технології сторітелінгу. Сторітелінг формує в уяві адресата чітке розуміння про моральні, духовні цінності, уводить у світ міфів, які нагадують про те, чого варто уникати в житті, аби бути щасливим та успішним. Це історії успіхів, злетів, падінь, потрясінь, родинних перипетій, на які чекає аудиторія, слухаючи той чи інший тип промови. Цікава і вмотивована історія викликає співпереживання в слухачів, які співвідносять ту чи іншу історію зі своїм досвідом, тому їхня увага утримується тривалий час. У своїй сутності історія має сенс, який промовець прагне донести до слухача, аби той зробив правильні висновки. Застосовуючи той чи інший вид історії, оратор має великі шанси завоювати аудиторію, а для цього йому треба дуже добре орієнтуватися у формах сторітелінгу (знати брендові легенди, історії успіхів, припчі, міфи тощо).

Ключові слова: перлокутивний ефект, стратегія, психоемоційний стан, досвід, сутність, технологія.

Постановки проблеми. Технологія сторітелінгу нині набуває неабиякої популярності та розповсюдженості. Сторітелінг сьогодні використовують не тільки у галузі маркетингу, а й у блогосфері, рекламній, педагогічній комунікації. Окрім цього, сторітелінг розглядають як новий підхід до написання текстів промов, адже саме історії у тексті промови здатні викликати у слухачів низку емоцій, діапазон яких буде коливатися від нейтральних до вибухових. Це можуть бути такі емоційні стани: співпереживання, співчуття, радість, здивування, несподіваність тощо. Зазначимо, що технологія сторітелінгу на сучас-

ному етапі розвитку освітньої системи США National Education Technology Standards сприяє формуванню в учнів таких якостей, як креативність та інноваційність, комунікативність та гнучкість у співробітництві, а також грамотність, уміння швидко вирішувати проблеми тощо.

Психологи вказують на той факт, що людина запам'ятовує краще ту інформацію, яка викликала у неї потужні емоції. Автор, який переповідає таку історію, перетворюється на доброго знайомого, котрий (завдяки унікальності процесу розказування) стає ближчим до аудиторії, розповідає випадки з життя, які близькі слухачам, доступні

та дають їм можливість уявити себе на місці головного героя оповіді. Особливої популярності набуває сторітелінг у сфері спічрайтингу, де переконливі історії здатні завоювати, підкорити або ж прихилити будь-яку аудиторію.

Ось тому дуже важливо підібрати та розповісти історію так, щоб вона мала потужний перлокутивний ефект для великої аудиторії слухачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасний сторітелінг став об'єктом досліджень таких учених: Н. Бондаренко, К. Гавриловської та Ю. Дем'янчук, М. Кірносова. І. Побідаш. У працях зазначених науковців порушуються питання структурування змісту історій, способів їх презентації, шляхи розвитку психологічної пружності засобами сторітелінгу та ін. Нам імпонує думка Н. Бондаренко про те, що *Storitelling «... дає змогу мотивувати, аналізувати, порівнювати, засвоювати й передавати знання, ефективно доносити інформацію, презентувати власну ідею, візуалізувати, деталізувати, збагачувати й розвивати мовлення, творчі здібності, уяву, виявляти емоції, здобувати високі результати; запобігає конфліктам і нівелює наявні; сприяє взаєморозумінню, самопізнанню. Складники успіху – правдивість історії, її докладність, конкретність»* [1, с. 131].

Проте ще не достатньо вивченою з точки зору сторітелінгу залишається сфера спічрайтерства, де вказана технологія виконує одну з визначальних функцій – створює перлокутивний ефект.

Постановка завдання. У статті шляхом аналітичного осмислення будуть представлені особливості перлокуції різних прийомів сторітелінгу у сфері спічрайтингу, а також способи та методи створення історій.

Виклад основного матеріалу. Основними прийомами технології сторітелінгу є такі: конструювання подорожі головного героя, який долає перешкоди; метод «учимося на помилках героя», де автор пропонує реальний приклад невдач героя у певній сфері, які він подолав успішно; метод «рамки», або «нанизування епізодів», тобто автор постійно додає цікаві для аудиторії епізоди, фрагменти або ж нових героїв, на які очікує реципієнт. Саме ефект очікування є важливою функцією сторітелінгу, адже цей процес тримає увагу слухачів, інтригує, дозволяє пригадати важливі моменти зі свого життя, котрі перегукуються з тими, про які розповідає оратор. Під час таких історій використовують прийоми «озирніться на минуле», «згадати мить», «історія мети» тощо. Усі ці та інші прийоми націлені на те, щоб викликати справжні емоції в слухачів. Люди люблять слухати історії

тому, що людська свідомість пристосована до шаблонів, а також здатна з легкістю розпізнавати метафори із казок, які нам розказували у дитинстві, а ще процес розказування історії особливо розвиває уяву. Саме тому люди краще засвоюють інформацію, котру їм передають через непрямі історії (казки, легенди, притчі, міфи). Через це навіть для цікавих історій варто шукати нестандартний спосіб подання, щоб підвищити ефективність розказування. Одна з технік стимуляції мисленнєвого процесу та генерації ідей базується на тому, щоб примусити себе думати так, як думає хтось інший, спробувати стати іншою людиною або іншою твариною, тобто завдяки уяві перетілитися, набути унікальних рис, подолати труднощі. Саме процес перевтілення особливо захоплює слухачів та підсилює увагу реципієнтів.

Дослідниця І. Побідаш слушно зазначає, що *«емоції – необхідний інструмент сторітелінгу»* [7, с. 148]. Окрім цього, процес розповідання історій передбачає цілеспрямовану мовленнєву дію, двосторонній процес передавання повідомлення від мовця (автора, адресанта) реципієнтові (адресатові) за допомогою системи мовних знаків. Процес розповідання історій – це унікальна мовленнєво-психологічна операція, в якій важливу роль відіграє досконале знання мови, вміння контролювати та володіти темпом, ритмом мовлення, відчувати необхідність підвищення або зниження висоти звучання голосу, використання пауз тощо.

Через історію можна передати досвід, працювати із запереченнями, надихати на нові звершення, презентувати себе, навчити розповідати про складні речі простими й доступними словами, формувати корпоративну культуру, переконувати, завойовувати довіру тощо.

У нашій статті «Перлокутивний ефект тексту як журналістська стратегія» (2016) ми торкнулися психологічного аспекту, котрий прихований у перлокуції журналістського тексту [5]. Зазначимо, що емоції, настрої від почутих історій та й сам процес розповідання здатні максимально збуджувати нервову систему реципієнта, спонукати до появи нових смислів, асоціацій тощо. Цієї думки дотримується науковиця М. Кірносова, яка пропонує під час побудови історій використовувати піраміду нейрологічних рівнів Р. Ділтса, яка описує ієрархію рівнів процесів, що впливають на дії та взаємодію особистості й групи [4, с. 22].

Учена презентувала низку цікавих прийомів сторітелінгу, котрі, на нашу думку, мають потужний перлокутивний потенціал і можуть успішно

культивуватися у сфері спічрайтингу. Так, наприклад, прийом «гора» у сторітелінгу дає можливість налаштувати аудиторію на сприйняття інформації про невдалий досвід головного героя історії, про всі перипетії неспіхів, але досвід, який він отримав, став цінним для нього. Цей прийом дозволяє максимально представити кульмінаційний момент. Уважаємо, що прийом «гора» добре реалізується на прикладах казкових персонажів з усної народної творчості, котрі здатні долати перешкоди і досягати мети та успіху (попри все).

Такого формату історію можна використовувати у судових промовах (адвокатська промова), академічних промовах (шкільна промова), для підбадьорювання спортсменів перед виступами тощо. Прийом «гора» виконує повчальні, пізнавальні, мотиваційні функції, надає впевненості слухачам, які переконуються в тому, що досвід – це те, що має величезну силу для свідомості реципієнтів, адже вони вчаться розпізнавати власні помилки, убезпечувати себе і своїх близьких від необачних учинків, набиратися досвіду.

У процесі підготовки історії варто дуже добре продумати те, якою буде зворотна увага слухачів, як вони сприйматимуть історію, а тому доречно вибудувати систему таких самозапитань: що буде думати людина, коли почує цю історію? Як вона відреагує на неї? Який епізод може викликати у неї певні емоції? Такі питання сприяють ефективному формулюванню ключового повідомлення і дозволяють продумати стратегію виступу. Отож, дуже важливо у процесі підготовки до виступу переформатувати перлокуцію на особу оповідача, чим на собі перевірити можливі наслідки оповіді.

Перлокутивний ефект створюється завдяки такому прийому сторітелінгу, як «Sparklines», котрий реалізує принцип «як було та як би могло бути». Сутність використання цього прийому полягає у тому, що під час розповіді формулюється проблема, описується контраст між реальністю та бажаним результатом. Такого типу історія має бути максимально емоційно насичена, вона інтригує аудиторію, спонукає її включити фантазію та домисел, мотивує на те, щоб дослухати оповідь до кінця. Цей прийом залучає слухачів до діалогу, адже в них виникає низка питань: чому саме так усе сталося? Чим це закінчиться? Які причини призвели до такого випадку? Прийом «Sparklines» доречно застосовувати у церковно-богословських, військових промовах тощо. Прийом «Sparklines» має потужний мотиваційний складник, спонукає до дій, підбадьорення, пробудження надії, азарту, пошуку прихильників ідеї.

І тут дуже важливо, щоб у будь-якій історії людина впізнавала себе. При цьому краще такі історії не вигадувати, а шукати, адже придумувати їх дуже складно. Вигадана історія буде занадто штучною, а тому реципієнт одразу відчує це. У технології сторітелінгу є важливий процес – пошук історії, який завжди цікавий та має пізнавальні функції. У рекламній сфері використовують такі інструменти, як форуми, де люди розповідають такі життєві історії, які вигадати не видається можливим.

Раптовість та неочікуваність завжди захоплюють увагу аудиторії, а тому промовцеві доречно використовувати прийом «фальстарт», за допомогою якого історія починається несподівано й так само несподівано обривається, а потім починається заново. Сутність перлокутивного ефекту від цієї історії полягає в тому, що оратор захоплює аудиторію помилковим відчуттям безпеки, а потім перевертає все з ніг на голову. Формат і можливості цього прийому добре підходять для розповідей про ті моменти життя, які демонструють незвичайне вирішення проблем, ілюструють злети і падіння, які змушували автора історії повертатися до того, щоб ще раз переосмислити або переглянути причини своїх невдач. Історії у форматі «фальстарт» принципово руйнують очікування реципієнтів, які від подиву та зацікавленості змушені дослухати розповідь до кінця. Цей прийом доречно використовувати у промовах, де є необхідність продемонструвати переваги гнучкого підходу в управлінні командною роботою.

Перлокутивний ефект має прийом «In rediares», котрий починається з важливого або центрального епізоду. У цьому епізоді увага оповідача повинна бути сфокусована на тому, щоб детально пояснити причини чи передумови того, через що саме наратор потрапив у конкретну ситуацію. Процес розповідання тут пов'язаний із тим, щоб максимально довго приховувати факти, котрі слухачам допоможуть зрозуміти те, як саме оповідач опинився у тій чи іншій ситуації. У межах цього прийому перлокутивний ефект набуває процесуальної форми, тому значно затягується у часі, що загострює увагу реципієнтів, які постійно перебувають у стані очікування.

Удало побудовану історію потрібно включати у текст промови, адже це допомагає ораторові не тільки донести важливу інформацію до аудиторії, а й сфокусувати увагу на основній ідеї виступу. Власний досвід оратора від пережитих моментів життя, історії з минулого або з досвіду друзів, видатних особистостей дозволяє не тільки

аудиторії дізнатися цікаві факти, а й дають змогу слухачам гуртуватися навколо ідеї. А однією з важливих функцій промови є згуртування реципієнтів.

Використання технологій сторітелінгу спічрайтерами є запорукою того, що промови стають переконливішими, допомагають ораторові презентувати себе. Герої історій повинні бути дуже схожими або подібними до цільової аудиторії. У такому разі реципієнт максимально перебирає на себе всі перипетії життя головного героя оповіді, переживає разом із ним відповідні емоції. Отож, для створення історії важливо добре орієнтуватися у цільовій аудиторії, вивчити її інтереси, соціальний статус, ментальні та регіональні особливості тощо.

У головного героя будь-якої історії має бути чітка мета – побороти свої страхи, стереотипи, розбагатіти, самовдосконалитися, досягти перемоги тощо. Завдяки конкретизації мети перелокуція від історії занурює реципієнта в саму сутність події, котра може мати такі форми: подія-факт, подія-епізод, подія-фатум, подія-слово. Здивування, непередбачуваність – це ті стани, котрі довгий час зберігає людська пам'ять. Отже, в пам'яті реципієнтів залишається та історія, яка його здивувала або ж перевершила його очікування, дала йому можливість переосмислити свої життєві принципи, стати впевненішим, побороти в собі образи та змусити себе рухатися далі так, як це робив герой почутої історії. Сильні герої для історій – це також герої, які мають силу волі, стійкі риси характеру та високий рівень національної свідомості.

На думку Кіндри Холл, у будь-якій історії повинен бути представлений цікавий конфлікт або протистояння, бо саме протистояння здатне тримати слухачів у напруженні, а перлокутивний ефект від нього максимально затримує увагу реципієнтів. Особливу, на нашу думку, силу мають внутрішні конфлікти героїв історій, адже кожна людина щодня переживає внутрішні протистояння, суперечки. Ось тому в промові варто використовувати такі історії, в яких людина переборола свої комплекси, пододала певні життєві труднощі тощо. Такі історії мають зачин на зразок: «Одного разу...», «Якось зі мною трапилося...», «Пам'ятаю той день, коли...» тощо. Саме такі початки розповідей зацікавлюють слухачів, тримають їх у стані очікування тощо. При цьому важливо не губитися у розповіді, щоб не відійти від головного меседжу оповіді.

Спічрайтеру варто пам'ятати, що для будь-якого виду історій універсальними будуть такі мовностилістичні засоби: емоційно насажена

лексика, притаманна художньому стилю мовлення, іншомовні слова, але ними бажано не переобтяжувати оповідь, сленгові вирази, епітети, метафори, прийоми градації, контрасту. Під час розповідання історії важливі функції відіграють дієслова, котрі здатні максимально динамізувати оповідь, інтенсифікують події, а також наповнюють процес розповідання діями, котрі пов'язані з органами зору: «уявіть собі», «подивіться на цю історію під іншим кутом зору», «сфокусуйте свою увагу на...», «озирніться...», «киньте оком...» тощо. Оповідь оратора у форматі сторітелінгу повинна мати природний характер, а це завойовує довіру слухачів.

Технологія сторітелінгу у сфері спічрайтерства є дуже цінною, адже вона функціонально спрямована на те, щоб підняти авторитет оратора, сформувати образ промовця таким чином, щоб асоціації аудиторії з героєм були тісно пов'язані з тим, хто презентує ту чи іншу історію. Сам процес розказування історії здатен максимально скоротити відстань між спікером та реципієнтами, а це гарантує міцний зв'язок та формує довіру слухачів. Успішність сторітелінгу базується ще й на тому, що людині властиво мислити образами, тому цю унікальну особливість мозку варто використовувати на повну потужність.

Зазначимо, що Storytelling є універсальною технологією, адже синтезує здобутки кількох галузей науки (журналістики, медіа, реклами, PR-комунікацій, культурології, соціології, лінгвістики, психології, педагогіки, театрознавства та інших). Змодельовати історію, яка стане вагомим інформаційним та ідейним ядром виступу оратора, спічрайтеру також допоможуть знання з усної народної творчості, світової літератури, адже саме у цих галузях філології можна знайти цікаві за структурою сюжети, котрі мають місце в сучасному житті.

Висновки і пропозиції. Отже, аналітичне осмислення сутності найвідоміших прийомів сторітелінгу з точки зору перлокуції дозволило стверджувати, що у сфері спічрайтингу ця технологія дуже цінна, бо має значні функціональні потужності. Зазначимо, що, безумовно, аудиторія краще сприймає інформацію у форматі сторітелінгу.

Перлокутивний ефект кожного з прийомів сторітелінгу – це один із важливих моментів психологічної пружності аудиторії під час виступів ораторів. Перлокуція в сторітелінгу – це можливість впливати на адресата, його свідомість та поведінку. Вона передбачає досягнення мовцем

(оратором) поставленої мети відповідно до іллокуції автора й може класифікуватись як позитивна чи негативна реакція адресата на висловлення, що зумовлює успішну комунікацію. Завдяки прогнозованості результату мовленнєвого акту під час розповідання історії прийоми сторітелінгу дозволяють передбачити можливу реакцію аудиторії.

І саме завдяки технології сторітелінгу оратор має всі шанси об'єднати слухачів навколо ідеї, котру він культивує у своєму виступі.

На наше переконання, цікаво вивчити можливості перлокуції сторітелінгу не тільки у сфері спічрайтингу, а й у сферах брендингу, блогсфери тощо.

Список літератури:

1. Бондаренко Н. Storytelling як комунікаційний тренд і всепредметний метод навчання. *Молодь і ринок*. № 7 (174). 2019. С. 130–135.
2. Гавриловська К., Дем'янчук Ю. Сторітеллінг як засіб розвитку психологічної пружності особистості. *Актуальні проблеми психології. Психологія обдарованості: збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*. 2020. С. 84–90.
3. Кіндра Холл. Сторітелінг, який не залишає байдужим; пер. з англійської Оксани Олійник. Київ : Yakaboo Publishing, 2020. 240 с.
4. Кірносова М. Сучасні тенденції розвитку сторітеллінгу у цифровому маркетингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. № 2. С. 16–26.
5. Ковпик С.І. Перлокутивний ефект тексту як журналістська стратегія. *Держава і регіони*. 2016. № 2 (26). С. 59–62.
6. Криворучко С.І. Лінгвопрагматичні властивості перлокутивних оптимізаторів у сучасному німецькомовному дискурсі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спеціальність 10.02.04 – германські мови. Харків, 2011. 21 с.
7. Побідаш І. Сторітеллінг: ознаки «гарної» історії. *Обрії друкарства*. 2019. № 1 (7). С. 144–150.
8. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2010. 844 с.

Kovpik S. I. STORYTELLING AND ITS PERLOCUTION SPECIFICS IN DIFFERENT TYPES OF SPEECHES

The article deals with the specific perlocution effects of storytelling in different types of speeches. On the basis of various factual materials it is noticed that storytelling has remarkable perlocution functions which can change not only the psycho-emotional state of the recipient, but his consciousness and behavior. In terms of the subject of influence, perlocution is an important element of speech that should be taken into account in speechwriting strategies. The paper investigates technologies of different story types and their usage in broadcasting the necessary information, which has a powerful perlocution effect on the recipient. Storytelling has powerful psychophysiological features: life stories are much easier to perceive, they are more interesting than logical arguments and plain reasoning, and therefore it can inspire confidence in the recipient, motivate certain actions, and create the effect of waiting for information about unique experiences that are easily associated with personal experience. In storytelling a story has a functional load, which should give recipients reasons for actions, deeds, success, promotion of their own ideas, etc. The variety of storytelling technologies today has significantly affected speechwriting, and in particular the structure of different types of speeches. The reaction of the addressee (perlocution) is especially rapidly detected as a result of applying storytelling technologies. Storytelling creates clear ideas about moral, spiritual values in the imagination of the addressee; it introduces myths that remind us of dangerous things in life, which should be avoided, as well as the ways of being happy and successful. Among them are the following: stories of success, ups, downs, crises, and family troubles, which the audience is waiting for, listening to this or that type of speech. An interesting and motivating story evokes the empathy of listeners who relate the story to their experience, and accordingly their attention is held for a long time. Basically, the story has a meaning that the speaker seeks to convey to the recipient so that he can draw the right conclusions. Applying this or that type of story to catch the audience, and the speaker can should be aware of storytelling forms, know brand legends, success stories etc.

Key words: perlocution effect, strategy, psychoemotional state, experience, essence, technology.

УДК 007:659.4.

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/45>**Кодацька Н. О.**

Університет митної справи та фінансів

Шевченко Т. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Жихарева-Толстік Г. О.

Університет митної справи та фінансів

ПРИКЛАДНІ РЕКЛАМНІ ТЕХНОЛОГІЇ: ВИКОРИСТАННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ

У представленій статті автором здійснюється аналіз практики використання сучасних рекламних технологій та визначення їх ефективності. Вивчаються форми діалогу між рекламодавцем і споживачем, невід'ємними атрибутами якого є такі соціально-психологічні компоненти, як зворотний зв'язок, взаєморозуміння, які впливають на ефективність реклами. Розглядаються практичні завдання, які виконує сучасна реклама. Виокремлено найбільш розповсюджені технології в рекламі, як-от асоціації, розпливчаті формулювання, акції, стадний ефект, повторення. Визначено, що рекламну діяльність можна розглядати як певну міфотворчість, оскільки в сучасній рекламній продукції можна простежити основні властивості міфу: злиття реального та ідеального; опору на несвідоме; синкретизм сприйняття, коли явище не підкоряється законам формальної логіки; імперативність думки; спонукання до якоїсь дії самим фактом свого існування у свідомості. Констатовано, що розробка та просування фірмового стилю підприємства є ефективною рекламною технологією, що широко використовується в рекламній практиці. Надано рекомендації щодо створення основних елементів фірмового стилю: товарного знака, фірмового шрифтового напису (логотипу), фірмових кольорів, фірмового девізу (слогану), корпоративного героя (маскота), упаковки, айдентики, оформлення офісу й точок продажу, корпоративної реклами. Виокремлено найбільш поширені підходи до визначення ефективності рекламних заходів, як-от ефективність психологічного впливу реклами на свідомість людини та економічна ефективність реклами. Розкрито сутність ефективності психологічного впливу реклами, що полягає у визначенні ступеня привернення уваги потенційних покупців, глибини їх сприйняття, емоційного піднесення, фіксуванням у пам'яті.

Ключові слова: ефективність рекламного впливу, складники брендингу, соціально-психологічні компоненти, сучасні рекламні технології, фірмовий стиль підприємства.

Постановка проблеми. Реклама є невід'ємною частиною життєдіяльності будь-якої організації, її основу становить філософія спілкування з клієнтом та культура взаємодії між співробітниками. Реклама популяризує саме підприємство, його товари, послуги, різні види робіт за допомогою засобів масової інформації, різноманітної друкованої продукції, електронних носіїв. Рекламна діяльність в організації передбачає наявність виробника продукції, послуги, тобто рекламодавця і споживача, який на основі реклами приймає рішення про купівлю товару або використання послуги. Планування та організація рекламної кампанії має надзвичайно вагомe значення, передбачає визначення мети, результатів, термінів, вартості, засобів масової комунікації, відповідальних

за створення, просування рекламного продукту, аудиторії, на яку вона розрахована. Для виконання зазначених цілей використовуються прикладні рекламні технології, вивченню ефективності яких і присвячено це дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тематика прикладних рекламних технологій перебуває в процесі активного дослідження як в Україні, так і у світових наукових школах. Джерелами дослідження стали наукові роботи С. Алаєва, К. Веркман, Д. Райгородської, Дж. Сівулкі, Є. Доценко, І. Грошева, О. Феофанова, Д. Ольшанського, В. Зазикіна, М. Кузьменко, Є. Ромат, І. Єрмакова, В. Іванова, В. Патрушева, В. Матвієнко, Ю. Сурміна, М. Туленкова.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз практики використання сучасних рекламних технологій та визначення їх ефективності.

Виклад основного матеріалу. Будь-яка технологія є сукупністю прийомів і способів одержання, обробки й переробки матеріалів або інформації, що здійснюються у різних галузях виробництва. Рекламна технологія передбачає отримання конкретного заданого результату, а технологічні процедури будуються таким чином, щоб найефективніше реалізувати проектні вимоги в конкретному продукті [4].

Наразі рекламну діяльність розглядають як форму діалогу між рекламодавцем і споживачем, невід'ємними атрибутами якого є такі соціально-психологічні компоненти, як зворотний зв'язок, взаєморозуміння, які впливають на ефективність реклами. Сучасна реклама не впливає на волю споживача, а підсилює потребу, допомагає йому зробити вибір, а також виконує такі завдання, як:

- доведення до відома споживачів інформації про існування певних товарів і послуг, можливості отримання їх за певною ціною;
- стимулювання роздумів про товари і послуги з наведенням аргументів на їх користь (раціональна реклама);
- стимулювання відчуття потреби в конкретних товарах, послугах (асоціативна реклама).

Серед ефективних та найбільш розповсюджених технологій у рекламі можна виокремити асоціації, розпливчасті формулювання, акції, стадний ефект, повторення. Перша технологія полягає в асоціюванні продукту, що рекламується, з чимось бажаним для цільової аудиторії, що викликає у них емоційну реакцію, яка потім асоціюється з продуктом та робить його більш привабливим. Так, наприклад, у рекламі дитячих товарів найчастіше можна побачити радісних дітей, що граються; у рекламі спортивних товарів знімаються успішні спортсмени, а в рекламі косметики бачимо красивих та доглянутих знаменитостей. Техніка розпливчастих формулювань дозволяє рекламодавцям заявляти про «сенсаційні» властивості свого продукту, які вирізняють його з-поміж інших, без конкретних даних, що підтверджують такі заяви. Серед найчастіше вживаних є формулювання «бореться з...», «допомагає» (а не зупиняє щось небажане), «кращий», «покращений» (якщо не вказаного, наскільки та порівняно з чим), «практично», «до...», однак вони не надають точних даних, уводять в оману. Реклама, що пропонує знижки, бонуси, подарунки, розіграші призів та інші акції, добре працює для підвищення

інтересу споживачів до певного бренду. Такі технології створюють резонанс та можуть додавати відчуття терміновості за допомогою обмеження періоду дії, кількості акційної продукції. Технологія стадного ефекту базується на типовому людському бажанні належати до групи. У рекламі демонструється, яка величезна кількість тих, хто вже користується продуктом, що рекламується, які вони ним задоволені, як багато втрачає людина, коли обирає не цей, а інший продукт.

Щодо повторення, то ця рекламна техніка полягає у повторенні ключової інформації, на яку мають звернути увагу споживачі. Так, майже в кожному рекламному ролику повторюється назва бренду, що допомагає покращити його впізнаваність. Для того, щоб не відштовхнути споживачів занадто частим повторенням, ефективно використання прийому поєднання аудіо та візуального повторення, як-от озвучення назви продукту та демонстрація її на екрані, а також ротація кількох варіантів ролика, які відрізняються за змістом, але несуть ту ж інформацію [2].

Загалом, рекламну діяльність можна розглядати як певну міфотворчість, оскільки в сучасній рекламній продукції можна простежити основні властивості міфу: злиття реального та ідеального; опору на несвідоме; синкретизм сприйняття, коли явище не підкоряється законам формальної логіки; імперативність думки, спонукання до якоїсь дії самим фактом свого існування у свідомості. Аналіз різних рекламних повідомлень із цієї точки зору може показати очевидні паралелі між змістом, формою подання рекламної інформації і міфом. Так, рекламовані предмети нерідко характеризуються певними символічними значеннями, загадковістю, таємничістю або здатністю магічно перетворювати і наділяти його володаря новими властивостями. У рекламних технологіях також широко використовується анімізм, тобто одухотворення об'єктів навколишнього світу, яке в рекламі допомагає зробити цей об'єкт більш привабливим, зрозумілим і міфічним. Отже, в цьому підході вплив реклами заснований на зверненні до глибинних пластів людської психіки [4].

Розробку та просування фірмового стилю підприємства можна визначити як ефективну рекламну технологію, що широко використовується в рекламній практиці. Фірмовий стиль є одним зі складників брендингу, тому допомагає вирішувати низку завдань, зокрема щодо ідентифікації бренду, відбудування від конкурентів, створення привабливого образу бренду, створення емоцій та вражень, асоціювання образу бренду зі

стилем життя цільової аудиторії, допомагає ухвалити рішення про покупку тощо. Під час побудови потужного бренду (продукт, організація та інші види) саме завдяки розробці фірмового стилю створюються певні асоціації та стійкі образи організації або продукту у свідомості споживача [1].

До основних елементів фірмового стилю (переважно візуальних) належать: товарний знак; фірмовий шрифтовий напис (логотип); фірмові кольори; фірмовий девіз (слоган); корпоративний герой (маскот); упаковка; айдендика; оформлення офісу й точок продажу (дизайн інтер'єру, оформлення фасаду офісу, магазину (вітрина, вивіска тощо)); корпоративна реклама.

Перелік елементів фірмового стилю важко зобразити вичерпно, адже специфіка компанії (продукту), інноваційні й креативні ідеї розробників сприяють створенню нових форм і форматів корпоративного стилю. Варто також зазначити, що для кожного бренду необхідно підбирати свій перелік елементів фірмового стилю, обґрунтовуючи доцільність такого вибору.

Розглянемо головні правила й приклади розробки основних елементів фірмового стилю. Товарний знак і логотип є обов'язковими складниками фірмового стилю. Логотипом є графічний елемент (символ, емблема, напис), що допомагає відрізнити бренд від інших, передає смислове та емоційне значення про бренд. Концепція логотипу (зміст, вид, форма, стиль) ретельно розробляється з урахуванням низки факторів. Під час створення логотипу мають бути враховані такі принципи: унікальність, запам'ятовуваність, простота, довговічність, універсальність, відповідність сфері діяльності компанії. Фірмові кольори – цей елемент також важливий для ідентифікації бренду, демонстрації певного іміджу й формування бажаного сприйняття. Кольори – це перше, на що у фірмовому стилі звертають увагу люди, а 60% приймають рішення про покупку. Важливо використовувати у фірмовому стилі ті кольори, які відповідають специфіці компанії або продукту, а також правильно застосовувати поєднання різних кольорів, використовуючи колірне коло. Фірмовий девіз (слоган) – це емна фраза, що передає головне повідомлення бренду. Слоган одразу позначає, що саме бренд пропонує в контексті емоційного і споживчого досвіду. Слоган має легко запам'ятовуватися, асоціюватися з брендом, бути стислим (до 4-х слів), звучним, унікальним. Щоб зробити слоган привабливим і підвищити запам'ятовуваність, варто дотримуватися певних стилістичних прийомів, як-от алітерація

(повторення у фразі однорідних приголосних звуків, що допомагає підвищити інтонаційну виразність) й асонанс (повторення у фразі однорідних голосних звуків) («Розетка. Щоразу що треба», «Славутич. Пиво найкращих часів»), римування (співзвучність закінчень у фразі) («M&M's. Відпадні шоколадні», «Мезим – шлунку добре з ним»), метафора (переносне значення, порівняння) («Red Bull надає крила»), гіпербола (перебільшення) («Спортмайстер. Жодного дня без спорту», «Duracell працює довше, до 10 разів довше»). Корпоративний герой (маскот) – це персонаж бренду, його символ, характер, образ, що передає якості бренду (людина, тварина, рослина, предмет (Містер Пропер, кролик Duracell, драже M&M's)). Маскотів дуже ефективно використовувати в рекламних кампаніях як сувенір. Персонаж бренду має такі функції: впізнаваність бренду, емоційний зв'язок з аудиторією, залучення аудиторії до комунікації. Маскота доцільно використовувати в будь-якому виді бізнесу, проте найчастіше це роблять із брендами споживчих і дитячих товарів, у ритейлі, адже там високий рівень конкуренції. Упаковка є важливим складником фірмового стилю, має повністю відповідати концепції бренду й передавати її споживачам через такі елементи, як вид і якість матеріалу упаковки, дизайн (форма, кольори, шрифт тощо), можливість подальшого використання тощо. Айдентику можна визначити як сукупність різноманітних предметів, дизайн яких зроблений у єдиному корпоративному стилі й передає концепцію бренду. Айдентикою є: сувенірна продукція, канцтовари, візитівки, листівки, календарі, стиль слайдів презентації, оформлення сайту, соцмереж (єдиний шаблон обкладинок постів), вебелементи (стікери для меседжерів, символи, іконки, графіка), фірмові бланки та розсилка e-mail (фірмовий заголовок електронного листа і його оформлення), меню (для закладів громадського харчування), цінники, квитки, дисконтні картки, сертифікати, паперові стакани для кави, одяг співробітників; оформлення корпоративних автомобілів тощо. Помилково вважати айдентикою будь-який предмет із логотипом бренду. Айдентикою обов'язково має бути спеціально розроблений предмет, вид і дизайн якого ще до нанесення логотипу має чітко відповідати концепції бренду [7].

Ефективність використання різноманітних рекламних технологій визначається декількома способами. Психологічна ефективність рекламного впливу визначається як психологічне ставлення, яке виявляється в оцінці споживачем

рекламного повідомлення як вартого довіри, цікавого, корисного, здатного задовольнити потреби, а також коли інформація, викладена в рекламі, трансформується в особисті знання, переходить у переконання, стає стимулом до дії. Психологічно безпечна реклама є рекламою, що не порушує права людини, не завдає шкоди особистості, фізичному і психічному здоров'ю людини, а також його майну. Будь-який тип реклами в ЗМІ (друкованої, телевізійної або радіореклами) використовує різноманітні психологічні прийоми. Реклама, впливаючи на споживача, намагається об'єднати уявлення про продукт реклами з його глибинними та основними потребами, тому вплив на людину може здійснюватися різними методами та способами. Серед найпоширеніших психологічних методів впливу, що використовуються в рекламі, можна виокремити переконування, наслідування, зараження, стереотипізацію, ідентифікацію, НЛП, маніпулювання свідомістю, навіювання. Стереотип визначається як раніше прийняте уявлення в спрощеній формі, яке не ґрунтується на власному досвіді. На думку Р. Чалдіні, «...стереотипи впливають на людину із самого дитинства і протягом усього життя переслідують нас». У рекламі та PR стереотип може використовуватися як система психологічного впливу. В основі цієї концепції лежить учення російського психофізіолога А.А. Ухтомського про домінанту. Сприйняття людиною реклами залежить не тільки від впливів на людину, скільки від наявних у людини домінант або стереотипів [5, с. 172].

Ефективність психологічного впливу реклами можна оцінювати за трьома основними напрямками:

- ефективність впливу на когнітивну сферу (сприйняття реклами, привернення уваги, запам'ятовуваність, зрозумілість повідомлення);
- ефективність впливу на емоційну сферу споживача (реклама викликає позитивне ставлення до рекламованого продукту в товарній рекламі або негативне ставлення до небажаного поведіння в соціальній рекламі, тобто саме ті емоції, які необхідні для досягнення цілей рекламної кампанії);
- вплив реклами на мотиваційно-особистісну сферу, що забезпечує запуск потрібної поведінки щодо рекламованого об'єкта.

Ефективність реклами повинна з'ясувати зміну попиту, зумовленого проведенням рекламних заходів, установити природи обсягу продажу і доходу, зумовленого як самою рекламою, так і затратами на її здійснення. Найбільш поширеними є такі підходи до визначення ефективності рекламних заходів: ефективність психологічного

впливу реклами на свідомість людини (привернення уваги до реклами, фіксування у пам'яті) та економічна ефективність реклами [6, с. 214].

Суть ефективності психологічного впливу реклами полягає у визначенні ступеня привернення уваги потенційних покупців, глибини їх сприйняття, емоційного піднесення, фіксування у пам'яті. Це особливо необхідно на стадії впровадження товару на ринок. Для визначення ефективності психологічного впливу реклами використовують різні методи: тести на запам'ятовуваність, тести на словесні асоціації (подібність), лабораторні тести, опитування думок і ставлення до рекламного заходу тощо [3, с. 86].

Ефективність психологічного впливу рекламних засобів характеризується кількістю охоплення споживачів, яскравістю і глибиною враження, які ці засоби залишають в пам'яті людини, ступенем залучення уваги. Ефективність психологічного впливу реклами на споживача можна визначити шляхом спостережень, експериментів, опитувань. Метод опитування належить до активних методів визначення психологічного впливу реклами. Цей метод трудомісткий, але набагато достовірніший за інші, оскільки дозволяє виявити безпосередньо у самого споживача його ставлення не тільки до рекламного засобу в цілому, а і до окремих складників цього засобу. Використовуючи метод опитування, можна оцінити вплив рекламного засобу на споживачів і встановити, які елементи його оформлення привертають до себе найбільшу увагу і краще запам'ятовуються. Шляхом опитування можна встановити, який рекламний засіб найбільше впливає на споживача під час придбання певного товару.

Висновки і пропозиції. Отже, рекламні технології є широким та багатограним поняттям, їх можна визначити в широкому сенсі як обсяг знань, використовуваних для проведення рекламної кампанії з економічних ресурсів. Також рекламні технології становлять процес, що використовує сукупність методів і засобів, які забезпечують збір та обробку маркетингової інформації щодо просування, створення та передання рекламного повідомлення цільової аудиторії. У вузькому розумінні рекламні технології можна представити як виробництво рекламного продукту, що досягає цільової аудиторії і забезпечує найбільш повне її задоволення в необхідній інформації. До основних завдань прикладних рекламних технологій необхідно віднести розробку реклами, створення інноваційних рекламоносіїв, удосконалення виробництва рекламних засобів та забезпечення ефективного медіапланування.

Список літератури:

1. Бренд-менеджмент: теорія і практика : навч. посібник. Тернопіль : Прінт-офіс, 2015. 204 с.
2. Бажеріна К.В. Використання маніпуляційних технологій у рекламі. URL: <http://www.econpmu.nauka.com.ua/?op=1&z=3835> (дата звернення 15.06.2021)
3. Мельник Ю., Божкова В. Реклама та стимулювання збуту. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 208 с.
4. Островська Н.В. Прикладні соціально-комунікаційні технології : навчальний посібник. Електрон. дані. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017.
5. Психологія реклами : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 384 с.
6. Томас М. Посібник The Financial Times зі стратегії для соціальних медіа. Київ : Фабула, 2020. 304 с.
7. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера. Санкт-Петербург : Питер, 2011. 208 с.

Kodatska N. O., Shevchenko T. S., Zhykhareva-Tolstik H. A. APPLIED ADVERTISING TECHNOLOGIES: USE AND EFFECTIVENESS

In the presented article the author analyzes the practice of using modern advertising technologies and determines their effectiveness. Forms of dialogue between the advertiser and the consumer are studied, the integral attributes of which are such socio-psychological components as feedback, mutual understanding, which affect the effectiveness of advertising. The practical tasks performed by modern advertising are considered. The most common technologies in advertising, such as associations, vague wording, promotions, herd effect, repetition, are highlighted. It is determined that advertising can be considered as a kind of myth-making, because in modern advertising products can be traced the main properties of the myth: the fusion of real and ideal; resistance to the unconscious; syncretism of perception, when the phenomenon does not obey the laws of formal logic; the imperative of thought, the motivation for some action by the very fact of its existence in consciousness. It is stated that the development and promotion of corporate identity is an effective advertising technology that is widely used in advertising practice. Recommendations for creating the main elements of corporate identity: trademark; branded font inscription (logo); corporate colors; brand motto (slogan); corporate hero (mascot); packaging; identities; registration of office and points of sale; corporate advertising. The most common approaches to determining the effectiveness of advertising activities, such as the effectiveness of the psychological impact of advertising on human consciousness and the cost-effectiveness of advertising. The essence of the effectiveness of the psychological impact of advertising is revealed, which consists in determining the degree of attracting the attention of potential buyers, the depth of their perception, emotional uplift, fixation in memory.

Key words: *effectiveness of advertising influence, components of branding, socio-psychological components, modern advertising technologies, corporate identity of the enterprise.*

Колесник Г. О.

Національний університет «Львівська політехніка»

«МОВА ВОРОЖНЕЧІ» ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ТА ЛІНГВІСТИЧНИЙ ФЕНОМЕН

Статтю присвячено дослідженню лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів, які впливають на функціонування «мови ворожнечі» в українському суспільстві. Автор вивчає чинники, які породжують «мову ворожнечі», визначає її типологію, семантичні та структурні особливості. Доведено, що соціальна, економічна, політична дестабілізація, а також упередженість у суспільстві сприяють виникненню «мови ворожнечі». Із розвитком медіа-простору слова ненависті, закинуті у глобальний інформаційний простір, викликають резонанс у користувачів мережі, підхоплюються ЗМІ та виходять за межі інтернету, підбурюючи до масових сутичок. Також встановлено, що «мова ворожнечі» має не тільки вербальний вияв, адже факторами агресії та дискримінації можуть бути не лише слова, а й жести, міміка, поведінка, мему, символи тощо. Доведено, що «мова ворожнечі» має руйнівну силу, становить небезпеку насильства і призводить до поляризації суспільства. Отже, в результаті дослідження запропоновано шляхи протидії та запобігання впливу «мови ворожнечі» на формування «спільної думки» та провокування агресії.

Ключові слова: мова ворожнечі, агресія, дискримінація, інгрупа, аутгрупа.

Постановка проблеми. Протягом усієї історії існування люди постійно перебувають у стані боротьби думок, що призводить до розпалювання конфліктів різного масштабу (від побутових до світових війн). Перші роки ХХІ століття не стали винятком і ознаменувалися міжнаціональною, міжетнічною та міждержавною ворожнечею в багатьох країнах світу. На жаль, у 2014 році народ України зазнав зовнішньої агресії та був утягнутий у гібридну війну, що потребує пошуку шляхів зміцнення національної безпеки, підтримання національно-патріотичного настрою та забезпечення територіальної цілісності держави. Як відомо, гібридна війна поєднує класичні військові дії та неklasичні, як-от економічні та політичні чинники, а також пропаганда та інформаційний тиск через медіапростір. Процеси, які відбуваються в суспільстві, впливають на мову, яка також є зброєю під час гібридної війни. Зараз набув поширення термін «мова ворожнечі» як аналог англійського «hate speech». Цей термін уживається для позначення висловів, які мають вкрай негативну конотацію щодо представників окремих соціальних груп за расовою, етнічною, мовною, релігійною, сексуальною приналежністю, людей із певними фізичними або розумовими вадами, а також соціальних процесів, які не підтримуються певним прошарком суспільства. Із розвитком соціальних мереж «мова ворожнечі» набула гігантського розмаху, миттєво охоплюючи

широку аудиторію. Отже, вивчення феномену «мова ворожнечі» стає дедалі більш актуальним, оскільки в реаліях дестабілізації як внутрішньої, так зовнішньополітичної ситуації, «мова ворожнечі» призводить до агресії та ескалації конфліктів. До того ж усе частіше «мова ворожнечі» стає виявом домашнього насильства, булінгу в дитячих та підліткових колективах, а також у службових стосунках, що спричиняє моральне пригнічення, провокує агресію чи стає причиною суїциду.

Постановка завдання. Метою дослідження є:

- визначення факторів, які породжують «мову ворожнечі»;
- визначення семантичних та структурних особливостей «мови ворожнечі»;
- визначення типології «мови ворожнечі»;
- виявлення шляхів протидії та запобігання впливу «мови ворожнечі» на формування «спільної думки» та провокування агресії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення такого явища, як «мова ворожнечі», є досить актуальним і привертає увагу дослідників із середини ХХ століття. Уперше термін Antilocution (антилокуція), що є аналогічним сучасному терміну «мова ворожнечі», вводить американський психолог Г. Олпортом у 1954 році, який запропонував шкалу упередженості в суспільстві. Під антилокуцією розуміють жарти, спрямовані на представників меншин за будь-якою ознакою. Згідно з цією шкалою

антилокуція є першою сходинкою на шляху до фізичного насильства і навіть повного знищення людини або групи [1, с. 14–15]. Нідерландський лінгвіст Тен Адріанус ван Дейк акцентує увагу на тому, що мова в сучасних умовах є засобом впливу на свідомість людини, поштовхом до ідеологічних змін, породженням настроїв страху, тривоги, скептицизму в суспільстві [2]. Лінгвістичні та екстралінгвістичні аспекти «мови ворожнечі» в сучасному суспільстві розглядаються в роботах Н. Купіної, С. Жаботинської, К. Рускевич. [6; 12; 15] На думку О. Гладіліна, будь яке висловлювання або дія, які є образливими для певної групи, можна вважати «мовою ворожнечі», яка основана на упередженнях, дискримінації та стереотипах [4]. Більшість українських дослідників розглядають «мову ворожнечі» у контексті дискурсу ЗМІ [3; 11; 16]. Особливий інтерес для українських учених становить вербалізація ворожнечі щодо певних етнічних меншин [9]. Також «мова ворожнечі» докладно вивчається в межах кампанії Ради Європи «Рух проти мови ненависті».

Проте нині немає комплексного аналізу «мови ворожнечі» з урахуванням лінгвістичних (семантичних, структурних) та екстралінгвістичних аспектів вивчення цього феномену. Отже, актуальність дослідження зумовлена недостатнім розкриттям питання лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів функціонування «мови ворожнечі».

Виклад основного матеріалу. «Мова ворожнечі» – складне явище, яке потребує комплексного міждисциплінарного вивчення в лінгвістичному, соціологічному, психологічному, політичному та юридичному дискурсі. Так, у Рекомендації Комітету Міністрів Ради Європи № 97(20) «мова ворожнечі» (англ. hate speech) розглядається як усі види висловлювань, котрі поширюють, розпалюють, підтримують або виправдовують расову ненависть, ксенофобію, антисемітизм та інші форми ненависті, викликані нетерпимістю, зокрема такою, що виявляється у формі агресивного націоналізму та етноцентризму, дискримінації меншин і ворожого ставлення до них, а також іммігрантів та осіб, що за своїм походженням належать до іммігрантів [14]. При цьому «мова ворожнечі» може бути спрямована як на окрему особу, так і на групу людей, які не відповідають певним критеріям, тому піддаються дискримінації.

«Мову ворожнечі» треба відрізнити від нецензурної лайки, образливої лексики, кривдження. Про «мову ворожнечі» можна говорити лише у тому разі, коли агресивна лексика щодо людини

стосується його належності до певної соціальної групи за будь-якими ознаками: політичними, релігійними, етнічними, сексуальними тощо. Не належить до «мови ворожнечі» контент, який має вкрай негативну оцінку дій адресата і навіть погрози, якщо вони стосуються конкретної особи і не ототожнюють її з конкретною соціальною групою. Агресивна лексика, спрямована на окрему людину або на групу, здатна завдати морального болу, принизити гідність, викликати обурення, але вона не викликає масового обурення і протесту, тоді як «мову ворожнечі» (згідно із «Загальнополітичною рекомендацією Європейської комісії проти расизму та нетерпимості № 15: протидія мові ворожнечі») використовують із наміром до підбурювання або, як можна обґрунтовано очікувати, вона здатна призвести до підбурювання інших чинити акти насильства, залякування, ворожнечі або дискримінації проти тих, на кого спрямовано «мову ворожнечі», що є особливо важкою формою такої мови [7]. ОБСЄ визначає «мову ворожнечі» як «різноманітні види висловлювань, засновані на ворожнечі, що демонструють чи розпалюють ворожнечу щодо групи осіб (чи окремої особи) через її належність до групи». [8] В Україні Кримінальним Кодексом України передбачена кримінальна відповідальність за використання та поширення «мови ворожнечі». [10] Згідно зі ст. 161 Кримінального кодексу України «умисні дії, спрямовані на розпалювання національної, расової чи релігійної ворожнечі та ненависті, на приниження національної честі та гідності, або образа почуттів громадян у зв'язку з їхніми релігійними переконаннями, а також пряме чи непряме обмеження прав або встановлення прямих чи непрямих привілеїв громадян за ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, за мовними або іншими ознаками», караються штрафом від двохсот до п'ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеженням волі на строк до п'яти років (із позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років або без такого). Також в Україні є можливість протидії «мові ворожнечі» у цивільному процесі. Судова практика показує, що це можна зробити в межах звернення з позовом про захист честі, гідності та ділової репутації та спростовування недостовірної інформації. Але здебільшого йдеться про публічні висловлювання, що стосуються засобів масової інформації та публічних людей, переважно політиків.

Саме посадові особи державних органів влади, депутати, політики різної ланки влади викликають особливе занепокоєння, використовуючи «мову ворожнечі», оскільки ділять суспільство на «таких» та «інших», «своїх» та «чужих». Публічні особи застосовують ці засоби для підняття власного рейтингу, не усвідомлюючи силу слова, яке підштовхує суспільство до агресії. Найбільш відомими прикладами є виступи Гітлера, Муссоліні, а також сучасних можновладців, висловлювання яких вплинули на розвиток історії. У 2019 році під час президентської передвиборчої кампанії виборців кандидата у президенти України Володимира Зеленського прихильники його опонентів називали дебілами, а самого кандидата іменували особово-вказівним займенником «ВОНО», що є класичним прикладом дегуманізації представника аутгрупи. Останнім часом платформа для поширення інформації значно розширилась завдяки численним шоу та соціальним мережам, які здатні охопити максимальну кількість населення. За даними системи Інтернет-безпеки Websense, є більше 15 000 сайтів, контент яких містить елементи ненависті та злоби, причому їх кількість постійно збільшується. У 2019 році Марк Цукерберг визнав значення соціальних мереж під час виступу перед студентами Джорджтаунського Університету: «Люди, які мають владу масштабного самовираження, становлять новий вид сили у світі – «п'яту владу» (разом з іншими структурами влади у суспільстві)». Слова ненависті, закинуті у глобальний інформаційний простір, викликають резонанс у користувачів мережі, підхоплюються ЗМІ та виходять за межі інтернету, підбурюючи до масових сутичок. Соціальні маніпулятори, які породжують «мову ворожнечі», створюють інгрупу (свої) та аутгрупу (чужі), повністю виключаючи можливість ідентичності: *майдауни, майдануті, укри, укroppи, диванні війська, ватники, колоради, свідоміти, правосеки тощо*. Також носії «мови ворожнечі» представляють аутгрупу такою, що становлять загрозу для інгрупи, наділяючи її рисами, що не є притаманними загальноприйнятим стереотипам суспільства. Так, наприклад, на початку війни на Донбасі на тимчасово окупованих територіях розповсюджувалися плітки, що «бандерівці» їдять немовлят російськомовних українців. Усі дії інгрупи апріорі визнаються добродійними.

У чому ж полягає феномен «мови ворожнечі»? Чому агресивна лексика не викликає такого обурення і резонансу, як «мова ворожнечі»? Як уже було зазначено вище, «мова ворожнечі» – це

мовні засоби паплюження людської гідності за расовими, етнічними, мовними, релігійними, політичними, сексуальними ознаками, а також станом здоров'я. Отже, йдеться про образу духовно споріднених людей. Гюстав Лебон, вивчаючи механізм утворення колективу, вводить поняття «колективна душа» – соціальний організм, який підпорядковується закону духовної єдності гурту. [5] При цьому спостерігається нівелювання особистості на користь спільної думки, віри, цілі та спільного протесту. Відбувається перехід особистості до загальної соціальної ідентичності, духовної єдності, саме тому слова ненависті, спрямовані на окремого індивідуума, сприймаються як образа духовної спільноти. Колективна тотожність, яка визначається діленням на «своїх» та «чужих», украй чутлива до зовнішньої агресії. Будь-яке інакодумство протилежної групи провокує обурення і спонукає зовсім незнайомих людей, яких об'єднують спільні цінності, колективна пам'ять, ставати на захист своєї гідності та гідності своїх однодумців.

Є підстави стверджувати, що «дієвою речовиною» «мови ворожнечі» є складені суспільством стереотипи. Чому деякі слова, які мають нейтральну семантику, отримують негативну конотацію, коли вживаються представниками аутгрупи? «Мова ворожнечі» містить лексику, яка викликає негативні асоціації в певному контексті та соціальному оточенні. Так, наприклад, слово ватник асоціюється із сільськими мешканцями Росії, лісорубами або в'язнями. Відповідно до цього «ватниками» називають людей, які підтримують проросійську агітацію. Лексика «мови ворожнечі» часто підтримується подіями, які її породили, однак із часом утрачають актуальність, маючи оказіональний характер. Так, слово «фрїци», актуальне в часи Другої світової війни та повоєнний період, не лише означало «солдат німецької армії», а й ототожнювалось із мешканцями Німеччини. Але сьогодні це слово майже не вживається, як і слово «душман», яким за часів військової операції Радянського Союзу в Афганістані називали моджахедів. Такою є доля слів, які з'являються у періоди економічної, політичної або соціальної турбулентності і стають зрозумілими лише за певного контексту: *порохоботи і Зеленофіли, «весна без пороха», «час садити петрушку», ЗЕдебіли, ковідіот, ковідник, колоради, укropp, тітушки, Ленінопад, розп'ятий хлопчик, хунта тощо*. Інші слова передаються через покоління, стають звичними, замінюють собою подібні, але менш агресивні поняття і поповнюють арсенал

вербальної зброї: *москаль, кацап, варвар, хохол, чурка, іуда, холоп, фарисей, вициганити, поні-хали, нацмени, куркуль*. Мова постійно змінюється і розвивається, тому слова, які колись були нормативними (жид, негр, фарисей), із часом стають образливими.

«Мова ворожнечі» має не тільки вербальний вияв, адже факторами агресії та дискримінації можуть бути не лише слова, а й жести, міміка, поведінка, меми, символи, фотожаби тощо. Усім відомий факт вияву «футбольного расизму» в Росії під час матчів за участю темношкірих легіонерів, коли з трибун звучала популярна у 2004 році пісня «Вбили негра», а темношкірих гравців фанати зустрічали викриками, що імітують звуки мавп, і кидали в них банани та апельсини. Часто можна спостерігати, як люди переходять на інший бік вулиці, побачивши ромів або представників молодіжної субкультури.

Контекстуально показниками «мови ворожнечі» можуть бути навіть прийменники, пунктуація або інші допоміжні засоби. Так, деякі російські діячі, щоб підкреслити своє зневажливе ставлення до України, вживають прийменник «на» замість «в», як-от на Україні, тим самим заперечуючи її державність. Відомо, що прийменник «на» вживають тоді, коли говорять про регіони, які не є самостійними. У текстах англійською мовою інколи можна побачити зневажливе «the Ukraine», де означений артикль також указує на несамостійність країни.

«Мова ворожнечі» утворюється різними способами, як-от:

- асоціація з історичними фактами або посталями (іуда, фашист, хунта, п'ята колона);
- ототожнення із соціальними групами, етносами або расами (кацап, село, хохол, чорномазій);
- за допомогою порівняльних характеристик (хитрий, як жид; брудний, як циган; тупий, як чукча; працювати, як негр на плантації);
- дегуманізація аутгрупи (укроп, колоради, чурки, звірі, теляча мова, воно);
- непривабливий ракурс (загнивальний капіталізм, руський мир);
- ототожнення з літературними персонажами (Швондер, Шаріков, синя панчоха, Казанова, дядько Том)
- утворення слів ворожнечі за допомогою контамінації (лугандонія, майдауни, рашисти, таріфоцид, порохоботи). Негативно-емоційні контаміанти мають образливий, зневажливий характер, психологічно впливають на реципієнта. Коли звичні слова не призводять до очікуваного

резонансу, то штучно утворюються більш експресивні вирази, здатні вражати новизною форми і семантики. Аналізуючи події сьогодення, можна стверджувати, що подібні слова стають передвісниками агресії, виконуючи функцію вербальної зброї в ідейних протистояннях, посилюючи відчуття групової єдності і витісняючи не причетних до певної групи осіб.

Висновки і пропозиції. Отже, світ «мови ворожнечі» обширний і різноманітний, а люди змагаються в креативності, вигадуючи нові способи образ. Руйнівна сила і небезпека «мови ворожнечі» не викликає сумнівів, оскільки призводить до ключової проблеми сьогодення – поляризації суспільства. З одного боку, мова змінюється разом із людьми, миттєво реагуючи на будь-які події в суспільстві, з іншого – здатна впливати на устрій суспільства і змінювати розвиток історії. Висловлювання, які спочатку здаються дотепними і кумедними, за короткий проміжок часу змінюють життя цілих соціальних груп. Саме «мова ворожнечі» є першим кроком до насильства. Саме тому гостро постає питання про протидію «мові ворожнечі» на різних рівнях. В Україні боротьба з «мовою ворожнечі» здійснюється на законодавчому рівні (ст. 161 Кримінального Кодексу України передбачає кримінальну відповідальність за розпалювання ненависті або ворожнечі; ст. 295 Кримінального Кодексу України – заклики до вчинення дій, що загрожують громадському порядку; ст. 300 Кримінального Кодексу України – розповсюдження творів, що пропагують культ насильства і жорстокості, расову, національну чи релігійну нетерпимість та дискримінацію; ст. 436 Кримінального Кодексу України – пропаганду війни). Але чинний закон не захищає всі вразливі категорії населення, до того ж винуватця до відповідальності можна притягнути лише за умови звернення з позовом. Проти поширення «мови ворожнечі» також діє Закон України «Про телебачення та радіомовлення», який передбачає недопущення загострення уваги на війні, насильстві і жорстокості, розпалюванні расової, національної та релігійної ворожнечі або позитивного їх подання (трактування) [13]. На жаль, медіуми «мови ворожнечі» не обмежуються контрольованими державою джерелами. Письмові антилокуції можна побачити на фасадах будинків, парканах, шкільних партах тощо, а з розвитком соціальних мереж обмін інформацією набув нових масштабів і не має перешкод. Безумовно, держава мусить регламентувати доступний для населення контент, але це вже боротьба з наслідками проблеми.

Марк Цукерберг, засновник мережі Facebook, бачить шляхи вирішення проблеми в об'єднанні різних таборів через спільні інтереси, проведення просвітницьких кампаній щодо толерантності, починаючи з дитячих садків, щоб використати стереотипи, упередження, нетерпимість і дискримінацію серед людей.

Ще одним рішенням проблеми ксенофобії та дискримінації може стати використання гумору як відомої ефективної зброї проти люд-

ських пороків і вияву вищості над кривдниками. Так, у площині гумору з'явився батальйон територіальної оборони «УКРОП», а кандидат у президенти В. Зеленський обеззброїв опонентів, які називали його клоуном, удягнувши накладний клоунський ніс під час звернення до виборців. Таким чином, гумор може бути важливою стратегією в боротьбі з «мовою ворожнечі», вивчення якої виходить за межі нашого дослідження і є перспективним.

Список літератури:

1. Allport G.W. *The Nature of Prejudice*. Massachusetts, 1966.
2. Teun A. Van Dijk. *The Mass Media Today: Discourses of Domination or Diversity?* *Journal of the European Institute for Communication and Cultural*. 1995. Vol. 2. URL: <https://doi.org/10.1080/13183222.1995.11008592> (дата звернення: 05.06.2021).
3. Антіпова О.П. Феномен мови ворожнечі в умовах сучасного інформаційного простору. *Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія*. 2020. №1(31).
4. Гладилин А.В. Язык вражды как коммуникация. Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. №11 (19). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-vrazhdy-kak-kommunikatsiya/viewer> (дата звернення: 05.06.2021).
5. Гюстав Лебон. Психология народов и масс. Киев : Издательство Андронум, 2020. 210 с.
6. Жаботинская С.А. Язык как оружие в войне мировоззрений. URL: https://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk_kak_oruzhie.pdf (дата звернення: 05.06.2021).
7. Загальнополітична рекомендація Європейської комісії проти расизму та нетерпимості (ЄКРН) № 15: протидія мові ворожнечі URL: <https://rm.coe.int/ecri-general-policy-recommendation-no-15-on-hate-speech-ukrainian-tran/1680a11674> (дата звернення: 05.06.2021).
8. Злочини на ґрунті ненависті: попередження та реагування. Інформаційно-довідковий посібник для громадських організацій у регіоні ОБСЄ. URL: <https://www.osce.org/uk/node/180336> (дата звернення: 05.06.2021).
9. Кислова О., Кузіна І., Дирда І. Дослідження онлайн мови ворожнечі щодо ромської меншини в українському інтернет-просторі. URL: <https://doi.org/10.36169/2227-6068.2020.01.00021> (дата звернення: 05.06.2021).
10. Кримінальний Кодекс України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*, 2001, № 25–26, ст. 131 / *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14> (дата звернення: 05.06.2021).
11. Кузнецова Т.В. «Мова ворожнечі» в друкованих ЗМІ (на матеріалі преси Сумщини). *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2008. № 3(142). С. 79–85.
12. Купина Н.А. Тоталитарный язык: словарь и речевые реакции. Екатеринбург, Пермь : Издательство Уральского университета, 1995. 448 с.
13. Про телебачення і радіомовлення : Закон України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*, 1994, № 10, ст. 43 / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12> (дата звернення: 05.06.2021).
14. Рекомендація № (97) 20 Комітету міністрів Ради Європи державам-учасницям з питань «розпалювання ненависті». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_093 (дата звернення: 05.06.2021).
15. Рускевич К. Риторика ненависті. URL: <https://liva.com.ua/ritorika-nenavisti.html> (дата звернення: 05.06.2021).
16. Чічановський А.А., Шкляр В.І. Світ інформації: особистість, суспільство, держава (Медитації і маргіналії). Київ; Москва : Видавництво «Слов'янський діалог», 1995. 52 с.

Kolesnyk H. O. HATE SPEECH AS SOCIAL AND LINGUISTIC PHENOMENON

The article is devoted to the study of linguistic and extralinguistic factors that influence the functioning of “hate speech” in Ukrainian society. The author investigates the factors that give rise to “hate speech”, determines its typology, semantic and structural features. The article defines the term “hate speech” as a linguistic means of insulting human dignity on racial, ethnic, linguistic, religious, political, sexual grounds. So, it refers to the image of spiritually related people. Any dissent of the opposite group provokes indignation and encourages complete strangers who share common values and collective memory to defend their dignity and the dignity of their like-minded people. It is proved that social, economic, political destabilization, as well

as prejudice in society contribute to the emergence of “hate speech”. With the development of the media space, words of hatred, allocated in the global information space, are picked up by the media and go beyond the Internet, inciting mass clashes. It is also established that “hate speech” has not only a verbal manifestation, the factors of aggression and discrimination can be not only words but also gestures, facial expressions, behavior, memes, symbols and so on. In the framework of this study, a typology of the formation of “hate speech” was proposed, such as: association with historical facts or figures; identification with social groups, ethnic groups or races; using comparative characteristics; dehumanization of the outgroup; unattractive angle; identification with literary characters; formation of words of hatred with the help of contamination. It has been proven that “hate speech” has destructive power, constitute a danger of violence and leads to the polarization of society. Thus, as a result of the study, ways to counteract and prevent the influence of “hate speech” on the formation of “common opinion” and provoke aggression were proposed. The international experience of preventing the use of hate speech in journalistic practice and tools for overcoming the problem of its incorrect collection and coverage of information about it are considered. According to the author, an effective method of combating hatred can be humor as a well-known effective weapon against human vices and a manifestation of superiority over offenders.

Key words: *hate speech, aggression, discrimination, ingroup, outgroup.*

Чекиштуріна В. М.

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ ФЕНОМЕНА МОВИ ВОРОЖНЕЧІ В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ

У статті розглянуто проблеми пошуку витоків мови ворожнечі, досліджено варіації її проявів.

Мета статті – здійснити соціокомунікаційний аналіз мови ворожнечі, класифікувати за тематикою вислови, притаманні мові ворожнечі, провести моніторинг соціальних мереж та Інтернет ЗМІ в Україні, дослідити динаміку онлайн запитів основних синонімічних дефініцій: мова ворожнечі (hate speech), вербальні образи (verbal abuse), вербальна агресія (verbal aggression), запропонувати шляхи профілактики мови ворожнечі в он-лайн просторі.

Дослідження базується на принципах і методичному апараті психосемантики, використано аксіоматичний метод, встановлено кореляцію між психосемантичною картиною світу суб'єкта та його проявами мови ворожнечі. Метод контентного аналізу статей, коментарів у соціальних мережах і ЗМІ використовувався під час проведення он-лайн моніторингу мови ворожнечі. Методи: анкетування, узагальнення даних, аналіз – використовувалися в емпіричній частині дослідження.

У ході дослідження на першому етапі було обрано три групи студентів спеціальності «Журналістика» (загальна кількість – 60 осіб) і запропоновано долучитися до моніторингу мови ворожнечі в Україні. За результатами збору інформації виявлено й розподілено за тематикою слова і фрази, які є образливими та можуть підбурювати до дискримінації. На другому етапі дослідження проаналізовано механізми протидії громадськості явищу мови ворожнечі в Інтернеті.

Виділені групи слів найчастіше зустрічаються в коментарях провокативних публікацій (національні, політичні, соціальні, медичні маркери), відносяться до поширеніших прикладів використання мови ворожнечі, що демонструє доречність пояснення виникнення витоків мови ворожнечі як належності людини до певної соціальної групи за етнічною, політичною, соціальною ознакою й наявністю у комуніканта усталеної психосемантичної моделі сприйняття соціального світу «свій» і «чужий».

Запропоновано використовувати візуальні образи соціальної реклами як засоби профілактики мови ворожнечі, проводити комплексні інформаційні кампанії для формування нової психосемантичної моделі сприйняття людиною світу як «рівний-рівному» та «я у світі рівних» з урахуванням думок кожного представника соціальної групи «людство».

Ключові слова: мова ворожнечі, психосемантика, комунікація, картина світу, вербальні образи, вербальна агресія, соціальна реклама.

Постановка проблеми. Протягом декількох десятиліть приділяється пильна увага проблематиці пошуку витоків мови ворожнечі, варіаціям її проявів, наслідкам тощо. Феномен мови ворожнечі є об'єктом досліджень різних наукових напрямів: фахівці з політології, юристи, як правило, досліджують наслідки проявів мови ворожнечі, які призвели до конфліктів; психологи вивчають витoki вербальної агресії, патерни поведінки вербального агресора й жертви; філологи приділяють увагу лінгвістичним конструкціям дискримінаційної риторики; культурологи визначають критерії громадянської та правової культури в полікультурному суспільстві, у якому мають існувати рівноправні й толерантні взаємозв'язки

між представниками різних культур; соціологи досліджують стратифікацію соціуму за різними ознаками й визначають рівні безпеки, умови комфортного існування кожної особистості; фахівці з інформаційної он-лайн безпеки визначають маркери мови ворожнечі та розробляють алгоритми виявлення й блокування проявів агресивно спрямованої письмової комунікації в соціальних мережах тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-практичному осмисленню феномену мови ворожнечі приділяють увагу фахівці різних наукових напрямів, серед них потужний вклад у статистичне узагальнення цього поняття здійснила дослідницька група А. Tontodimamma,

Е. Nissi, А. Sarra [15]. Учені провели аналіз, у ході якого «систематично відсортували відповідні міжнародні дослідження, зробивши візуальний аналіз 1614 документів, опублікованих у базі даних Scopus, і сформували велику кількість емпіричних даних та інформації, що стосуються мови ворожнечі, опублікованих у 995 різних джерелах. Ця велика кількість свідчить про широкий спектр дослідницьких тем і мультидисциплінарний характер предмета, який передбачає безліч дисциплін. Зокрема, до основних галузей публікацій належать соціальні науки, інформатика, мистецтво та гуманітарні науки, психологія». Більшість наукових статей присвячена дослідженню мови ворожнечі в Інтернеті. «В останні роки на динаміку та корисність комунікацій у соціальних мережах серйозно впливає мова ворожнечі, яка стала величезною проблемою. Увага, яка приділяється мові ненависті з боку науково-дослідницького співтовариства та політиків, є реакцією на поширення мови ворожнечі в усіх її різних формах у багатьох соціальних мережах і на інших інтернет-платформах». Дослідники також наголошують на небезпеці соціальних мереж з приводу руйнівних дискримінаційних процесів у комунікаційному середовищі. Науковці зазначають: «Обсяг наукових праць, опублікованих у репрезентативній вибірці, з 1992 по 2019 роки демонструє значне збільшення наукових публікацій після 2010 року» [15]. Таким чином, ми спостерігаємо пильну увагу науковців до цієї проблематики, що свідчить про поширення уваги суспільства до реально існуючого небезпечного явища – мови ворожнечі. Дослідницька група (А. Tontodimamma, Е. Nissi, А. Sarra) також виділяє основні два етапи еволюції досліджень мови ворожнечі в Інтернеті. «Вдалося виділити початкову стадію розвитку (1992–2010 рр.), за якою слідував швидкий розвиток (2011–2019 рр.). Виявлено, що більшість досліджень проводилося в контексті західних країн із високим рівнем доходу». Помітна кількість публікацій належить дослідникам зі Сполучених Штатів і Сполученого Королівства. Крім того, емпіричні висновки свідчать про спроможність країн побудувати значне співробітництво в галузі досліджень [15]. За результатами ґрунтовного дослідження, вчені «розділили теми на три кластери:

- основні теми мови ненависті;
- публікації, що зосереджуються на автоматичному виявленні та класифікації мови ненависті за допомогою стратегій технічних засобів;

- третій кластер фокусується на конкретних темах гендерної мови ворожнечі та кіберзнущання [15].

У дослідженні приділимо більше уваги психосемантиці проявів мови ворожнечі в інтернет-комунікаціях і зосередимося на картині ментального світу комуніканта, який відправляє дискримінаційні повідомлення.

О. Лозова розглядає психосемантику «як засіб об'єктивного виміру суб'єктивного змісту самосвідомості, психосеміотику – як засіб об'єктивного виміру знаково-символічної природи етносоціокультури, що являє собою змістове наповнення етнічної самосвідомості. Відомо, що сприймання й усвідомлення людиною світу зумовлене (й обмежене) тією конкретно-історичною системою значень, яка вбирає в себе сукупний суспільний досвід спільноти (зокрема її культури), що до неї належить людина. Звідси постульовані в психосемантиці поняття картини світу, притаманної кожній культурі, уявлення про опосередкованість людського сприймання системами значень (Л. С. Виготський, О. М. Леонтьєв, О. Р. Лурія)» [7].

Дослідниця В. Горбунова описує завдання психосемантики: «До завдань психосемантики, за визначенням В. Петренко, належить реконструкція індивідуальної системи значень, через призму якої відбувається сприймання суб'єктом світу, інших людей, самого себе, а також вивчення її генези, будови та функціонування. Психосемантика досліджує різні форми функціонування значень в індивідуальній свідомості (образи, символи, комунікативні ритуальні дії, а також мовні поняття)» [15].

Група дослідників: Н. Афанасьєва, Н. Світлична, О. Шауда – також аналізувала завдання сучасної психосемантики: «... дослідження різноманітних форм існування значень у свідомості людини (образи, символи, символічні дії, а також знакові та вербальні форми); аналіз впливу мотивації та емоцій на формування системи значень, семантичної організації знань; розкриття психологічних механізмів інтерпретації й розуміння сприйняття фактів, слів, вчинків, подій та інших людей залежно від сформованих індивідуальних значень; розвиток психічних процесів, прийняття рішень під впливом індивідуальних значень; виявлення механізмів значення й категоризації; структури множини значень і способів їх організації тощо» [1]. Учені визначають: «Основним методом експериментальної психосемантики є багатомірне шкалювання – побудова суб'єктивних

семантичних просторів. Семантичний простір є дослідницькою моделлю структури індивідуальної свідомості, на основі якої відбувається сприймання людиною об'єктів, їх класифікація та порівняння. При реконструкції категоріальних структур індивідуальної свідомості, що опосередковують сприйняття певного об'єкта, відбувається моделювання суб'єктивної картини світу (або окремої проблеми)» [1].

Реалізація психосемантичного підходу стосовно дослідження проявів використання мови ворожнечі дає змогу зануритися в семантику образів людини і знайти витoki зародження ксенофобії. О. Дробот досліджує ксенофобію як один із головних чинників виникнення ворожого ставлення «одних» до «інших». «Ксенофобію зазвичай розуміють як страх або ненависть до кого-небудь або чого-небудь чужого, незнайомого, незвичного; сприйняття чужого як незрозумілого, неосяжного, а тому небезпечного та ворожого; негативну установку, ірраціональний страх і ненависть до чужинців. Так чи інакше, джерелом ксенофобії є страх перед представниками інших груп людей. Ідеологічна обробка цього неусвідомленого почуття призвела до появи расизму – сукупності концепцій, основу яких становлять положення про фізичну або психічну нерівноцінність людських рас і вирішальний вплив расових відмінностей на історію та культуру суспільства. Поширенню ксенофобії сприяють такі психологічні чинники, як відчуття незахищеності, вразливість, відсутність можливостей до самореалізації, депресивні стани. Усі ці особистісні стани компенсуються за рахунок перенесення негативної енергії із себе на інших. Саме умовно «інші» (подібна дихотомія відбувається легше, якщо більше фіксується візуальних, очевидних відмінностей між соціальними групами) звинувачуються в усіх бідах і нещастях, уважаються джерелом усіх проблем. Таким чином, аутоагресія трансформується в агресію, спрямовану назовні, і може проявлятися в активній або пасивній формах. При цьому інтенсивність особистісних переживань буде впливати на силу ксенофобних проявів. Наявність останніх змінює й саму людину, яка їх продукує. Зростає конфліктність, кількість негативних емоційних станів, людина прагне ізолюватися від неприємної для неї категорії осіб або ж від соціуму в цілому, через що почувається самотньою, що, у свою чергу, призводить до зростання тривожності – одного з базових джерел агресії. Людина, яка є ксенофобом, має дуже жорсткі межі сприйняття осіб, яких вона відносить до чужинців. Для неї такі люди втрача-

ють персоніфікований характер і розглядаються узагальнено, згідно з наявними стереотипами, не як особистості, а як представники ворожого категорії [3]. Однак зазначимо, що людина не народжується в «чистому полі», на формування стійкого уявлення «своїї групи» впливає оточуюче середовище, у якому зростає особистість; культурні цінності, традиції, дискурс, які створюють картину світу суб'єкта.

О. Дробот також підкреслює значущість «ідеологічних та інституційних компонентів культурно-психологічної підсистеми суспільства, на які лягає фундаментальне функціональне навантаження щодо збереження власне соціальних підстав співіснування тієї чи іншої групи людей у межах певних кордонів. Завдяки життєздатності неформальних (моральних, релігійних тощо) норм, культурних традицій, естетичних уподобань, духовних засад загальносоціального дискурсу й колективно-несвідомих, архетипічних переживань забезпечується поступальність розвитку суспільства, взаємозв'язок поколінь. Завважимо, що базовим структурним компонентом поширення расизму та ксенофобії є негативна соціальна установка, яку можна уявити як відносно стійку в часі систему поглядів, уявлень про соціальний об'єкт чи подію. Провідною негативною установкою в механізмі ксенофобії є упередження, тобто негативне ставлення до представників будь-якої соціальної групи, зумовлене лише їх належністю до цієї групи» [3]. Автор приділяє певну увагу когнітивному компоненту: «Когнітивний компонент установки включає досвід, знання, переконання, уявлення, інші інтелектуальні елементи, сформовані в результаті соціального пізнання, зокрема усвідомлену індивідами «відмінність» між «нами» і «ними», яка базується на розрізненні, дуальній опозиції «свої»/«чужі». Важливе місце в такому протиставленні належить когнітивним елементам, що використовуються для категоризації соціального світу. І хоча в кожній людині чи групі є свої системи чужорідності, усі вони забезпечуються єдиним психологічним механізмом виділення розбіжностей і протиставлення. Д. Майерс, аналізуючи дослідження в царині сприйняття людьми схожостей і відмінностей між ними, доходить таких висновків: «Оцінюючи людей, ми схильні перебільшувати схожість усередині групи та відмінності між групами; сам поділ на групи часто спричиняє ефект внутрішньогрупової гомогенності – відчуття, що «всі вони» на одне лице й суттєво відрізняються від «нас»; природним наслідком цих

процесів є надання переваги своїй групі». Расистські та ксенофобські установки підтримуються негативною стереотипізацією свідомості. Під соціальним стереотипом зазвичай розуміють спрощений, схематизований, емоційно забарвлений і стійкий образ певної соціальної групи чи спільноти, що легко поширюється на всіх її представників. Стереотипи відіграють важливу соціальну роль як фактор консолідації та фіксації певної групи, вони дуже рано засвоюються, важко корегуються, є грубими й недиференційованими, легко проявляються і стають більш вразливими та ворожими в момент передконфліктності. І хоча механізм стереотипізації діє на різних рівнях і щодо різних соціальних об'єктів, асоціативними супутниками стереотипів є виділення груп за расовими, етнічними, географічно-територіальними, рідше гендерними та віковими критеріями» [3]. Т. Ісакова наголошує на соціокомунікативному аспекті мови ворожнечі: «Сутність мови ворожнечі визначає найважливіший чинник: вона ґрунтується на таких явищах, як соціальні стереотипи, упередження й дискримінація. Вона є частиною ширшого і складнішого феномена – комунікації, заснованої на упередженнях і дискримінації. Це комунікація, що ґрунтується на стереотипних когнітивних схемах, негативних установках і дискримінаційних інтенціях щодо будь-яких груп людей або окремих індивідуумів як членів цих груп» [4].

У часи Інтернет-комунікацій, де кордони не заважають спілкуванню, з'являється відкрита платформа для комунікаційної взаємодії між різними соціальними групами, і ми спостерігаємо за протистоянням різних психосемантичних моделей суб'єктів, які відносяться до різноманітних культурних, політичних, релігійних дискурсів. Саме в Інтернет-просторі людина відкрито починає висловлювати своє ставлення до інших, часто не бажаючи знаходити порозуміння, а, навпаки, використовує мову ворожнечі для піднесення своєї унікальності й належності до «правильнішої групи». Найбільш агресивно спрямовані суб'єкти об'єднуються у віртуальні товариства, уже колективно використовують дискримінаційну риторику, що породжує інформаційні війни, гібридні війни (за Г. Прищепю), які з часом переходять із «on-line» простору в «off-line». Саме тому цьому питанню приділяє велику увагу не тільки наукова спільнота, а й представництва міжнародних організацій.

Організація Об'єднаних Націй визначає: «Незалежницькою риторикою є будь-якого роду комунікація в усній, письмовій або поведінкової

формі, яка має ворожий характер або використовує зневажливі або дискримінаційні формулювання щодо будь-якої особи або групи осіб за ознакою того, хто вони є, або, іншими словами, за ознакою їхньої релігії, етнічного походження, національності, раси, кольору шкіри, соціального походження, статі й інших факторів ідентичності» [11].

«Міжнародне право забороняє підбурювання до дискримінації, ворожнечі й насильства. Незалежницька риторика, яка не досягає порогу підбурювання, не є чимось, що міжнародне право вимагає від держав забороняти. Однак навіть у тих випадках, коли незалежницького риторики не заборонено, вона може завдавати шкоди» [8].

Постановка завдання. Мета статті – консолідувати міждисциплінарні знання, здійснити психосемантичний аналіз мови ворожнечі, класифікувати за тематикою вислови, притаманні мові ворожнечі, провести моніторинг соціальних мереж та Інтернет ЗМІ в Україні, дослідити динаміку он-лайн запитів основних синонімічних дефініцій: мова ворожнечі (hate speech), вербальні образи (verbal abuse), вербальна агресія (verbal aggression) – як реакцію громадськості на дискримінаційні події, запропонувати шляхи профілактики мови ворожнечі в он-лайн просторі.

Методи й методики дослідження. Дослідження базується на методологічних принципах і методичному апараті соціальних комунікацій, психосемантики, що дало змогу виокремлювати функціонування значень, на яких базується свідомість індивідуумів (образи, символи, комунікативні ритуальні дії, мовні поняття тощо), змоделювати картину світу користувачів мови ворожнечі, якій притаманні розподіл оточуючих на «своїх» і «чужих».

На основі аналізу міждисциплінарних досліджень використано аксіоматичний метод, який передбачає висунення положення, що не потребує доказів. У дослідницькому полі це аксіоматичне існування кореляції між психосемантичною картиною світу суб'єкта та його проявами мови ворожнечі.

Метод контентного аналізу статей, коментарів у соціальних мережах і ЗМІ використовувався під час проведення он-лайн моніторингу мови ворожнечі. Практичні методи: анкетування, узагальнення даних, аналіз популярності запитів основних дефініцій дослідження: мова ворожнечі (hate speech), вербальні образи (verbal abuse), вербальна агресія, (verbal aggression), використані для ранжування за частотністю використання, описування результатів.

Виклад основного матеріалу. У ході дослідження на першому етапі було обрано три групи студентів спеціальності «Журналістика» (загальна кількість – 60 осіб) і запропоновано долучитися до моніторингу мови ворожнечі в Україні. За результатами моніторингу ЗМІ та соціальних мереж студентки і студенти заповнювали онлайн-форми, розроблені харківським офісом Моніторингової місії з прав людини ООН в Україні в рамках пілотування нових інструментів моніторингу: «Лексикон ненависницької риторики» [6], «Моніторинг ненависницької риторики» [8]. За результатами збору інформації виявлено й розподілено за тематикою слова і фрази, які є образливими та можуть підбурювати до дискримінації (загальна кількість – 70 форм), потенційно спонукати до насилля на ґрунті ненависті в Україні.

Аналіз онлайн-форм дав змогу виділити групи слів, що найчастіше зустрічаються в коментарях провокативних публікацій і якраз відносяться до поширеніших прикладів використання мови ворожнечі, що демонструє доречність пояснення виникнення витоків мови ворожнечі як належність людини до певної соціальної групи за національною, етнічною ознаками (36,4%), політичними вподобаннями (32,6%), соціальними маркерами (18%), що свідчить про наявність у комуніканта усталеної психосемантичної моделі сприйняття соціального світу.

На другому етапі дослідження проаналізовано механізми протидії громадськості явищу мови ворожнечі в Інтернеті. Виявлено, що найчастіше дискримінаційну риторику називають мова ворожнечі (hate speech), вербальні образи (verbal

№	Тематика	Приклади лексику	Показники %
1	Національність, етнічна приналежність, раса	Москаль, хохол, жид, циган, негр та ін.	36,4
2	Політична приналежність	Фашист, бандерівець, ватник, порохобот та ін.	32,6
3	Соціальні маркери	Бомж, барига, потаскуха, шльондра, байстрюк, переселенець та ін.	18
4	Інші маркери	Інвалід, наркоман, debil та ін	13

Рис. 1. Аналіз поточних результатів онлайн-моніторингу за анкетною «Лексикон ненависницької риторики»

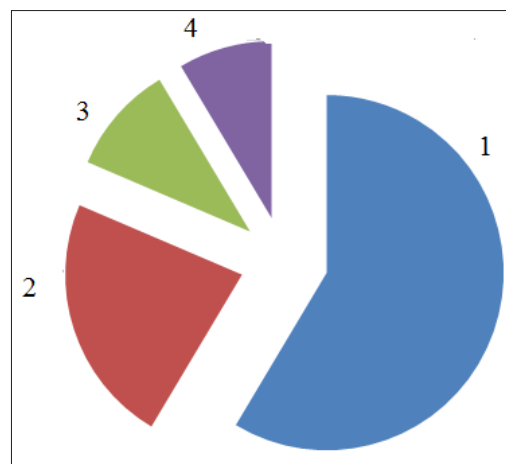


Рис. 2. Діаграма аналізу поточних результатів онлайн-моніторингу за анкетною «Лексикон ненависницької риторики»

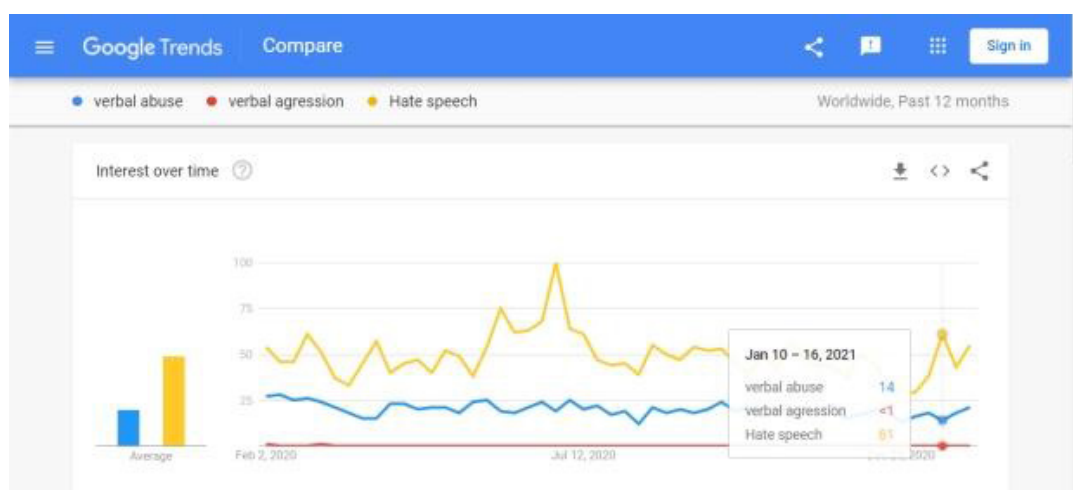


Рис. 3. Порівняння показників популярності запитів за трьома висловами «hate speech» (верхня лінія), «verbal abuse» (середня), «verbal aggression» (нижня)

abuse), вербальна агресія (verbal aggression). Однак рівень частотності використання цих маркерів ненависницької лексики є різним. На прикладі соціально активного Інтернет середовища США проаналізовано частотність запитів вищезазначених висловів за період минулого року за допомогою Google сервісу «Google.trend.com».

На цьому графіку ми можемо спостерігати підвищення популярності запитів у кризових конфліктних періодах, які вже відбувалися в офлайн просторі. Перше зростання було влітку 2020 р. у зв'язку з висвітленням у медіа багатомільйонних акцій після загибелі Джорджа Флойда, другий пік реагування й обговорення подій відбувався після захоплення Капітолію в січні 2021 р.

Отже, ці діаграми демонструють, як саме маркують прояви найнебезпечнішої ненависницької лексики в Інтернет середовищі ті, хто розуміє, до яких наслідків призводить дискримінаційна риторика. Правильне маркування дає можливість для проведення більш лінгвістично коректних превентивних заходів.

Одним із дієвих заходів профілактики мови ворожнечі, на нашу думку, є візуальні соціально-рекламні повідомлення. Соціальна реклама дає змогу через образи віддзеркалити комуніканту зображення його комунікативної поведінки, безпосередньо вплинути на психосемантичну модель його уявлення самого себе.

У ході наступного етапу дослідження з групою студентів третього курсу (25 осіб), які брали участь у здійсненні вищезазначеного моніторингу, розроблено постери для спонукання певних категорій населення до замислення над моделями власної взаємодії із соціумом і мотивування їх до припинення використання мови ворожнечі.

Під час презентації рекламних постерів студенти спеціальності «Журналістика» продемонстрували глибокий інтерес до проблематики, усвідомили важливість здійснення моніторингу мови ворожнечі в Інтернеті, виявили, що слова і фрази, які є образливими, можуть підбурювати до дискримінації, потенційно спонукати до

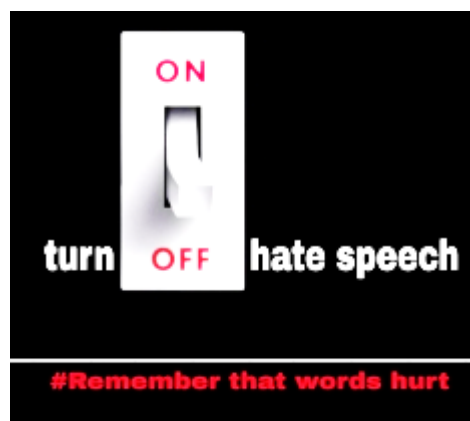


Рис. 4. Приклад постеру «Turn off hate speech» (авторка К. Манченко, студентка 3 курсу)

здійснення насилля в реальному житті на ґрунті ненависті.

Висновки і пропозиції. Отже, використання соціокомунікативного та психосемантичного підходів до аналізу феномена «мова ворожнечі» дало змогу констатувати, що формування усталеної психосемантичної моделі сприйняття суб'єктом світу як «свій» і «чужий», на цій основі розподіл людей на «своїх» і «чужих» відбувається в певному соціокомунікативному середовищі протягом життя, базуючись на культурних, політичних, соціальних стереотипах існування соціальної групи. Людина відчуває захист і підтримку певного товариства, так виправдовує власну агресивну комунікацію відстоюванням цінностей групи.

У ході отримання результатів дослідження дійшли висновків, що як засоби профілактики та корекції можуть використовуватися візуальні образи соціальної реклами, проведення комплексних інформаційних компаній, які будуть ґрунтуватися на принципах цілей сталого розвитку й формувати нову психосемантичну модель сприйняття людиною світу як «рівний-рівному» та «я у світі рівних» з урахуванням думок кожного представника соціальної групи «людство» з толерантною комунікаційною взаємодією.

Список літератури:

1. Афанасьєва Н., Світлична Н., Шайда О. Психосемантичний аналіз уявлень психологів-практиків про місце психологічного консультування. *Psycholinguistics*. 2019. № 26 (1). С. 37–50. URL: <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2019-26-1-37-50>.
2. Горбунова В. В. Структура психосемантичного дослідження. *Соціальна психологія*. 2007. № 1. С. 170–178.
3. Дробот О. Психосемантична теорія свідомості у вітчизняній психології як основа психосемантичного дослідження. *Актуальні проблеми психології*. 2013. № X (25). С. 110–120.
4. Ісакова Т. О. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. *Стратегічні пріоритети. Серія «Політика»*. 2016. № 4. С. 90–97. URL: <http://ippi.org.ua/sites/default/files/isakova.pdf>.

5. Кислова О., Кузіна І., Дирда І. Дослідження онлайн мови ворожнечі щодо ромської меншини в українському інтернет просторі. *Ideology and Politics Journal*. 2020. С. 252–278 URL: <https://www.ideopol.org/wp-content/uploads/2020/10/UKR.-1.13.-Kyslova-Kuzina-Dyrda-.pdf>.
6. Лексикон ненависницької риторики. URL: <https://airtable.com/shrptCJ9u8WQdf47L>.
7. Лозова О. М. Психосемантика етнічної свідомості: проблеми й тенденції розвитку. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО*. 2006. Вип. 12. С. 162–168.
8. Моніторинг ненависницької риторики. URL: <https://airtable.com/shr6TEpl4BUmc3Rs4>.
9. Прібиткова Н. О. Характеристика культурно-психологічних факторів поширення расизму та ксенофобії. *Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ*. 2017. Вип. 3. С. 80–88. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhnvvs_2017_3_14.
10. Прищепка Г. «Мова ненависті» як лінгвістичний маркер «гібридної війни». *Психолінгвістика*. 2017. Вип. 22 (2). С. 98–112. URL: <https://psycholing-journal.com/index.php/journal/article/view/35/24>.
11. Стратегия и план действий Организации Объединённых Наций по борьбе с ненавистнической риторикой. URL: https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action_plan_on_hate_speech_RU.pdf.
12. Холод О. М. Кореляція вербальної агресії інтернет-читачів і даних електронного декларування чиновників України (в період з 23 серпня по 7 листопада 2016 року). *Психолінгвістика*. 2017. Вип. 21 (2). С. 118–150. URL: <https://psycholing-journal.com/index.php/journal/article/view/62/49>.
13. Brown A. What is so special about online (as compared to offline) hate speech? *Ethnicities*. 2018. № 18 (3). P. 297–326.
14. Teh, Phoey Lee and Cheng, Chi-Bin and Chee, Weng Mun Identifying and Categorising Profane Words in Hate Speech, 2018, Association for Computing Machinery, New York, NY, USA. URL: <https://doi.org/10.1145/3193077.3193078>.
15. Tontodimamma A., Nissi E., Sarra A. et al. Thirty years of research into hate speech: topics of interest and their evolution. *Scientometrics*. 2020. URL: <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03737-6>.

Chekshturina V. M. SOCIO-COMMUNICATIVE ANALYSIS OF THE PHENOMENON OF HATE SPEECH IN THE INTERNET ENVIRONMENT

The problems of searching for origins of hate speech are considered in the article, variations of its manifestations are researched.

To carry out psychosemantic analysis of hate speech, classify the expressions inherent in hate speech by subject, monitor social networks and the Internet media in Ukraine, explore the dynamics of online requests for basic synonymous definitions: hate speech, verbal aggression (verbal abuse), verbal abuse (verbal abuse) verbal aggression), to suggest ways to prevent hate speech in the online space.

The research is based on the principles and methodological apparatus of social communication and psychosemantics, the axiomatic method is used, the correlation between the psychosemantic picture of the subject's world and its manifestations of hate speech is established. The method of content analysis of articles, comments on social networks and the media was used during the online monitoring of hate speech. Methods: questionnaires, generalization of data, analysis were used during the empirical part of the research.

In the course of the research, at the first stage, three groups of students majoring in Journalism (a total of 60 people) were selected and invited to join the monitoring of hate speech in Ukraine. As a result of the collection of information, words and phrases that are offensive and may incite discrimination were identified and distributed by topic. In the second stage of the study, the mechanisms of public opposition and the phenomenon of hate speech on the Internet were analyzed.

Selected groups of words are most often found in the comments of provocative publications (national, political, social, medical markers), and are more common examples of the use of hate speech, which demonstrates the relevance of explaining the origins of hate speech as a person belonging to a particular social group by ethnic, political, social feature and the presence of the communicant's established psychosemantic model of perception of the social world "own" and "foreign".

It is proposed to use visual images of social advertising as a means of preventing hate speech, conducting comprehensive information campaigns, to form a new psychosemantic model of human perception of the world as "equal-equal" and "I am equal in the world", taking into account the views of each social group "humanity".

Key words: hate speech, psychosemantics, communication, picture of the world, verbal images, verbal aggression, social advertising.

Богущ Л. А.

Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені Академіка Степана Дем'янчука

**РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ВИСВІТЛЕННІ
ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ У СВІТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ ПІДХІД**

У статті на основі історичного розвитку соціально-політичних відносин в умовах ринкового виробництва і теоретичних досліджень сутності понять «медіа», «мас-медіа», «засоби масової інформації» визначено їх особливості. З'ясовано, що з допомогою зазначених умов і особливостей виникли об'єктивні передумови для перетворення інформації в продукт купівлі-продажу у форматі товару, який виконує розважальну, інформаційну і просвітницьку функції.

Здійснено теоретичний аналіз сутності сучасних збройних конфліктів і доведено, що у їх висвітленні ключову роль відіграють ЗМІ. Визначено, що основними чинниками переростання конфліктів у збройні є структурні і процедурні. До структурних чинників належать: структура суспільства, рівень економічного розвитку і його регіональна збалансованість, до процедурних – політика, що проводиться учасниками конфлікту.

Ключові слова: *медіа, мас-медіа, засоби масової інформації, інформація, інформаційні відносини, продукт, збройний конфлікт, військова сутічка, військовий інцидент.*

Постановка проблеми. Під час розвитку конфліктів і по їх завершенні важливу роль відіграють засоби масової інформації (ЗМІ), які формують думку аудиторії про конкретне явище та його наслідки. Нині розвитку конфлікту сприяють саме засоби масової інформації, які, маніпулюючи думками аудиторії та пропагуючи певні ідеали, зумовлюють виникнення реакції своєї аудиторії, яка в подальшому й впливає на перебіг конфліктної ситуації. Вивчення впливу медіа на аудиторію дасть можливість сформувати основні способи та методи впливу сучасних ЗМІ на перебіг конфлікту, визначити основні чинники впливу, створити механізми захисту громадян від них.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем ролі ЗМІ у збройних конфліктах займалися такі вітчизняні вчені як А. Алексеева, О. Батрименко, О. Воронюк, Л. Землянова, В. Конев, Н. Луман, О. Мережко, М. Неліп, А. Нікітін, І. Панарін, В. Радецький, В. Савчук, О. Чікін та інші.

Однак, незважаючи на численні публікації та значні досягнення у визначенні ролі ЗМІ, існують питання, які потребують системного вирішення, зокрема такі, як: з'ясування особливостей понять «медіа», «мас-медіа», «засоби масової інформації» і виокремлення факторів, що впливають на зародження та розвиток збройних конфліктів у світі.

Постановка завдання. Мета статті полягає у створенні теоретичних підходів щодо визна-

чення ролі засобів масової комунікації у збройних конфліктах в світі.

Виклад основного матеріалу. Відомо, що ЗМІ формують думку аудиторії про будь-яке явище та його наслідки, надають можливості перетворити маленький конфлікт на велике протистояння або, навпаки, – швидко нівелювати серйозну проблему. Саме від ставлення ЗМІ до події, їхньої упередженості та заангажованості значною мірою залежить перебіг самого конфлікту. Тому вивчення ролі ЗМІ під час конфліктів набуває дедалі більшої актуальності.

З метою з'ясування ролі засобів масової комунікації у збройних конфліктах у світі, необхідно розглянути теоретичні підходи до визначення понять «ЗМІ» і «збройний конфлікт», які подано у науковій літературі. Так, науковці використовують різні трактування поняття «ЗМІ». У даному дослідженні ми вживатимемо поняття «медіа», «мас-медіа», «засоби масової інформації», оскільки вони є синонімами.

У комунікації, медіа (англ. media – засоби, способи) – це канали та інструменти; їх використовують, щоб зберігати, передавати й подавати інформацію або дані. Медіа часто згадувано як синонім до мас-медіа або новинних медіа, але в ширшому користуванні вони означають єдине середовище; його використовують, щоб передавати будь-які дані в яких-будь цілях [1-3].

Потребу розуміти, що є медіа, зумовлено їхньою значною роллю в сучасному світі інтенсив-

них інформаційних відносин. До 1960-х рр. монополія у вивченні ЗМІ належала американській науці. Однак з часом ця проблематика зайняла важливе місце в роботах вчених Західної Європи на основі американських розробок, але з використанням західноєвропейської наукової традиції та особливостей медіаринку Європи. Так, вперше потребою вивчати медіа зацікавився канадський учений М. Маклуену своїй науковій праці «Розуміння медіа»: зовнішні розширення людини» у 1964 [4]. Результатом його праць щодо вивчення медіа стала книжка «Закони медіа», де ЗМІ розглянуто не лише як засоби та канали передачі інформації, а в значно ширшому значенні – як посередник між людиною – суб'єктом і певним об'єктом сприйняття або іншої діяльності.

Під поняттям «мас-медіа» розуміють масові засоби інформаційних зав'язків, історично пов'язані з розвитком культури й соціально-політичних відносин в умовах ринкового виробництва. Завдяки цим умовам виникли об'єктивні передумови для перетворення інформації в продукт купівлі-продажу у форматі товару (в тому числі «політичного товару»), наділеного трьома основними функціями: розважальною, інформаційною та просвітницькою [5, с. 197].

Цікавим є підхід до поняття «медіа» В. Савчука. Він зазначає основну відмінність ЗМІ від медіа, зокрема: «Засоби комунікації – поза нами, а медіа – всередині нас» [6, с. 32].

Коли медіа виступає посередником у відносинах людини і світу, «медіа і є та реальність, у якій людина себе мислить і знаходить, медіа вже несуть у собі свою істину самі» [7, с. 7].

Таким чином, можна констатувати, що у широкому розумінні медіа – це середовище, яке опосередковує взаємовідносини та взаєморозуміння людини і світу, її існування, а також взаємовідносини між індивідами. Ми схилиємось до думки В. Савчука щодо розуміння медіа як універсальної форми посередництва, яка завжди впливає на ставлення аудиторії до того, що вона сприймає – до заздалегідь виділеної, обробленої, переданої і представленої реальності. Виходячи із зазначеного, доводимо незаперечний факт, засоби масової інформації відіграють важливу роль у сприйнятті аудиторією реальності, яку медіа безпосередньо визначають.

Здійснимо теоретичний аналіз сутності сучасних збройних конфліктів і з'ясуємо, яку роль відіграють ЗМІ у їх висвітленні.

Вивчення сучасних збройних конфліктів, їх причин виникнення і розвитку у зв'язку із гло-

бальними політичними процесами є актуальним і займає важливе місце в системі сучасних міжнародних відносин. Зокрема, знаючи історію виникнення збройних конфліктів, їх природу, фази і види можна спрогнозувати виникнення нових конфліктів.

Категорія «збройний конфлікт» у міжнародних відносинах вперше застосовується у Женевських конвенціях 1949 р. разом з терміном «війна», зокрема, вживається поняття «міжнародний збройний конфлікт» і «неміжнародний збройний конфлікт» [8, с. 8].

Відмінності між «війною» і «збройним конфліктом» доволі умовні, зокрема, вважається, що поняття «збройний конфлікт» є ширшим і охоплює поняття «війна». Однак не кожен збройний конфлікт можна називати війною, оскільки між ними існує суттєва відмінність, зокрема, війна має такі ознаки, як: акт оголошення війни; розірвання дипломатичних відносин між воюючими державами, що є наслідком оголошення війни; анулювання двосторонніх договорів, особливо політичних.

Поняття «війна» вживається для позначення збройного протистояння між двома або декількома суверенними державами. Натомість, коли відбувається громадянська війна або народ чи нація борються за незалежність, застосовують термін «збройний конфлікт». Війна спричиняє зміну усього суспільства, зокрема, державні інститути починають виконувати специфічні функції, що зумовлені війною. Під час збройного конфлікту не відбувається докорінна зміна усього державного механізму на військовий лад. Збройний конфлікт – це збройна боротьба між державами або між державою та антиурядовими військовими формуваннями [8, с. 9].

Разом із категорією «збройний конфлікт» вживаються поняття «військова сутичка», «військовий інцидент». Військова сутичка або військовий інцидент, у який зазвичай залучені невеликі групи людей, нерідко відбувається в результаті непорозуміння, випадкового зіткнення, тоді як збройний конфлікт є наслідком агресивної політики будь-яких військово-політичних сил, які провокують військове зіткнення для досягнення своїх цілей.

Збройні конфлікти поділяють на регіональні та локальні. Регіональний збройний конфлікт визріває на основі історичних, територіальних, економічних, політичних, міжетнічних та інших суперечностей між сусідніми державами або різними соціально-політичними угрупованнями всередині країни. Починається він раптово, без

офіційного оголошення про початок військових дій, ведеться невеликими військовими силами і засобами, його політичні цілі обмежені, а тривалість невелика. Відхід від вирішення регіональних проблем призводить до загострення ситуації в регіоні і переростання регіонального конфлікту в локальну війну. Небезпека збройних конфліктів полягає в тому, що вони часто набувають затяжного характеру (Близький Схід, Югославія, Абхазія, Південна Осетія, Чечня та ін.), мають тенденцію до розширення складу учасників, інтернаціоналізації масштабів і переростання в війни з ширшими політичними цілями. Військові події на Близькому Сході, в колишній Югославії та деяких інших регіонах з усією очевидністю показують, що збройні конфлікти створюють загрозу застоювання зброї масового знищення з непередбачуваними політичними, соціально-економічними та екологічними наслідками.

На переконання українського дослідника М.О. Воротноюка, конфлікти нового покоління – це конфлікти на основі сепаратизму, націоналізму, повстанські рухи, які є виразно асиметричними, що значно ускладнює, а іноді й унеможливує їх швидке та стійке вирішення. Протяжність у часі більшості із сучасних конфліктів є їх характерною рисою. Основною рисою розвитку міжнародної конфліктності останніх десятиліть є стійке закріплення тенденції на постійну присутність збройного насилля, що підтверджується даними більшості існуючих баз даних з розвитку конфліктів [9, с. 42].

Проведений аналіз теорії сучасних збройних конфліктів дає змогу виділити їх основні характеристики, зокрема: посилення інтернаціоналізації збройних конфліктів; залучення мирного населення до збройної боротьби; використання широкого спектра озброєнь, зокрема, новітні технології; трансформація методів управління конфліктами, що зумовлює різкі переходи від ескалації конфлікту до його деескалації.

В.Г. Радецький наголошує на глибинних причинах конфліктів нового покоління, до яких належать соціально-економічні й соціально-демографічні зміни; розрив у доходах між різними країнами і різними регіонами в межах однієї країни; надмірну урбанізацію; бурхливе зростання населення в найменш розвинених країнах [10, с. 89].

На особливу увагу заслуговує і процес трансформації миротворчості, де миротворчість розглядається як операція із примусу до миру. США під егідою НАТО змогли суттєво розширити свій безпековий простір, а НАТО претендує на роль

міжнародних миротворчих сил, як це передбачено статуту ООН ще під час створення цієї організації. Незважаючи на високий авторитет, ООН сьогодні не є ефективною організацією в питанні врегулювання збройних конфліктів, а іноді втручання НАТО у збройні конфлікти передувало рішенням ООН [11, с. 21].

З 90-х років XIX ст. виділяють два основні підходи щодо врегулювання збройних конфліктів. Перший підхід – з орієнтацією на традиційну миротворчість, теоретичні й практичні основи якої заклала ООН, і визнанням її чільної ролі в цій сфері. Другий – військово-силовий, оснований на примусі до миру, причому в окремих випадках з порушенням чинних норм і принципів міжнародного права» [12, с. 7].

Відмітимо, що вплив на конфлікт з метою його мирного завершення здійснюється завдяки превентивній дипломатії, підтримці, збереженню і відновленню миру.

Превентивна дипломатія використовується для того, щоб не дати конфлікту перейти в збройну стадію. Вона передбачає діяльність, пов'язану з «відновленням довіри» між конфліктними сторонами; роботу місій цивільних спостерігачів зі встановлення фактів порушення миру; обмін інформацією [13, с. 8].

У 90-х рр. XX ст. у світі відбулось більше як 118 збройних конфліктів, які охопили 80 країн. Майже сто конфліктів із 118 – це внутрішньодержавні конфлікти, однак в умовах глобалізації ці війни зачіпали інтереси багатьох країн і переходять у категорію транснаціональних конфліктів. Третина цих конфліктів триває більше двадцяти років [13, с. 10].

За даними Стокгольмського міжнародного інституту досліджень проблем миру, у середині 90-х рр. XX ст. понад 70 % збройних конфліктів на всій планеті були міжетнічними [11, с. 23]. Наприкінці 2004 р. у світі нараховувалося від 15 до 28 збройних конфліктів, учасники яких боролися за незалежність або, навпаки, за територіальну цілісність держави. Щонайменше 70–80 рухів, що вважають себе національно-визвольними, теоретично можуть перейти до збройної боротьби за незалежність.

Серед них є каталонці в Іспанії, фламандці й валлони в Бельгії, угорці в колишній Югославії, шотландці у Великобританії тощо. Найчастіше загрози вдається уникати політичними методами, надавши подібним рухам більше автономії. Приблизно чверть сепаратистських рухів переходить до збройної боротьби [14, с. 207].

З погляду на територіальний розподіл, на сучасному етапі найбільше збройних конфліктів існує в Африці і в Азії. У цих регіонах політична нестабільність призводить до надмірної концентрації зброї, створюються сприятливі умови для діяльності організованої злочинності, що, зрештою, здійснює негативний вплив на економічний розвиток цих регіонів. Проблему загострюють і старі (заморожені) конфлікти, які періодично відновлюються, незважаючи на укладені угоди про перемир'я. Подібні ситуації сьогодні спостерігаємо в Анголі, Косово, Демократичній республіці Конго. Можна виділити різні причини відновлення збройних конфліктів, однак найпоширенішою є те, що першопричини породження конфлікту не зникли, вони не вирішилися, а припинилися на певний час.

Війна на сході України або Війна на Донбасі – це також збройний конфлікт, розпочатий російськими загонами, які вторглися у квітні 2014 року на територію українського Донбасу після захоплення Російською Федерацією Криму, серії про російських виступів в Україні і проголошення «державних суверенітетів» ДНР та ЛНР.

Отже, основними чинниками переростання конфліктів у збройні науковці називають структурні чинники (структура суспільства, рівень економічного розвитку та його регіональна збалансованість) та процедурні чинники (політика, що проводиться учасниками конфлікту).

Особливості конфліктів і криз нового покоління внесли суттєві корективи в діяльність міжнародних міжурядових організацій. Вітчизняні науковці М. Неліп та О. Мережко вважають, що теоретичне вирішення проблеми правомірності гуманітарної інтервенції створить належні умови та нові механізми «у вигляді гуманітарних силових операцій ООН для повної перемоги світового співтовариства над міжнародними гуманітарними кризами...» [12, с. 11].

Як підкреслює Стасюк С. В., остання чверть ХХ ст. продемонструвала ще один «силовий спосіб» врегулювання конфліктів – односторонні, короткотермінові військові акції держав – лідерів у царині міжнародних відносин. США періодично здійснюють повітряні напади на об'єкти в інших країнах з використанням високоточної зброї, а також інтервенції до деяких країн (Афганістан, Сомалі, колишня Югославія та Ірак). Не менш парадоксальним виглядають заяви представників США та НАТО про готовність здій-

снювати повітряні удари по ядерним об'єктам Ірану з метою «запобігання розповсюдженню ядерної зброї» [11, с. 23].

Особливий тип збройного насильства становить інтервенція – насильницьке втручання у внутрішні справи інших держав через введення військ або іншим чином, несумісним з цілями і принципами статуту ООН однієї або декількох держав у внутрішні справи інших держав і спрямоване проти їх суверенітету, територіальної цілісності, політичної незалежності. Розрізняють збройну інтервенцію, гуманітарну, економічну, дипломатичну. Найнебезпечнішою формою інтервенції для сучасного світового порядку слід вважати збройну, яку важко диференціювати від неспровокованої агресії [15, с. 50].

Наукові праці показують, що розвиток і ескалація збройних конфліктів залежать від багатьох чинників таких як: конфлікт виникає як продовження давнього конфлікту; нестабільна політична система; нерівномірний розподіл грошових коштів та бідність; опір авторитарним або деспотичним правителям й антидемократичному режиму; порушення чи ігнорування прав людини і громадських свобод; милітаризація держави і суспільства, вільний доступ до зброї; порушення прав національних, етнічних і релігійних груп у державі; сепаратистські тенденції, направлені на руйнування цілісності держави.

Висновки. У даному дослідженні нами узагальнено:

- загальні теоретичні підходи до визначення понять «медіа» та «збройний конфлікт»;
- в умовах глобалізації конфлікти створюють значну загрозу людству і здатні до швидкої ескалації, перетворення на великомасштабні війни з усіма трагічними наслідками;
- при висвітленні конфліктів роль засобів масової інформації має вирішальне значення, оскільки підходи та методи журналістики дозволяють надавати громадськості більш повну, об'єктивну та достовірну інформацію.

Іншими словами, роль ЗМІ полягає саме в тому, щоб розібратися у конфлікті, пояснити його, повідомити обставини та відшукати інші точки зору, а не просто в тому, щоб звернутися до тих самих старих джерел і повторити ті самі причини невдоволення. Журналісти повинні розуміти, чого прагнуть всі сторони конфлікту, і які є можливі варіанти для деескалації, компромісу або навіть можливого врегулювання конфлікту.

Список літератури:

1. American Psychological Association (APA): media. (n.d.). Online Etymology Dictionary. URL: Dictionary.com website:<http://dictionary.reference.com/browse/media> (Date of application: 13.09.2021).
2. Chicago Manual Style (CMS): media. Dictionary.com. Online Etymology Dictionary. Douglas Harper, Historian. URL: <http://dictionary.reference.com/browse/media> (Date of application: 13.09.2021).
3. Modern Language Association (MLA): «media.» Online Etymology Dictionary. Douglas Harper, Historian. URL: Dictionary.com <http://dictionary.reference.com/browse/media> (Date of application: 13.09.2021).
4. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. Перевод с английского: Николаев В. Г. Москва, Центр гуманитарных технологий. 2003. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/3528> (Дата звернення: 03.10.2021).
5. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. Москва, 2004. 416 с.
6. Алексеева А.О. Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества: дис.... канд. филол. наук: 10.01.10. Москва, 2006. URL: <http://www.disscat.com/content/novye-interaktivnye-media-vkontekste-teorii-informatsionnogo-obshchestva>. (Дата звернення: 03.10.2021).
7. Конев В. А. Медиареальность и реальность медиа. Вестн. Самар. гуманит. акад. Сер. : Философия. Филология. 2009. № 2 (6). С. 3–10.
8. Батрименко О. В. Особливості сучасних збройно-політичних конфліктів : автореф. дис. ня канд. політ. наук : 23.00.02 . Київ, 2006. 18 с.
9. Воротнюк М.О. Особливості міжнародних конфліктів постбіполярного періоду . Стратегічна панорама. 2009. № 4. С. 41–44.
10. Радецький В. Г. Класифікація сучасних воєнних конфліктів і види миротворчої діяльності . Вісник Київського міжнародного університету. 2009. Вип. 9. С. 87-104.
11. Стасюк С. Регулювання сучасних збройних конфліктів міжнародними гуманітарними засобами . Віче. 2010. № 24. С. 20-24.
12. Неліп М.І., Мережко О.О. Силовий захист прав людини . Київ, 1998. 260 с.
13. Никитин А. Международные конфликты и их урегулирование . Мировая экономика и международные отношения. 2006. № 2. С. 3-16.
14. Стасюк С. В. Особливості регулювання сучасних збройних конфліктів: проблеми та перспективи . Юридична наука. 2011. № 1 (1). С. 206–210.
15. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації: Посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. Київ, 2016. 118 с.

Bohush L. A. ROLE OF THE MEDIA IN COVERAGE OF ARMED CONFLICTS IN THE WORLD: THEORETICAL APPROACH

In the article on the basis of the historical development of socio-political relations in the conditions of market production and theoretical studies of the essence of the concepts “media”, “mass media”, “media” their features are determined. It is found that with the help of these conditions and features, objective prerequisites arose for transforming information into a product of sale in the format of goods that performs entertainment, information and educational functions.

Theoretical analysis of the essence of modern armed conflicts is carried out and it is proved that the media play a key role in their coverage. It is determined that the main factors of conflict in the armed are structural and procedural to procedural – policy conducted by participants in the conflict.

Key words: media, mass media, media, information, information relations, product, armed conflict, military conflict, military incident.

Відомості про авторів

Антонова В. Ю. – кандидат філософських наук, доцент кафедри журналістики Університету митної справи та фінансів

Афанасьєва О. М. – старший викладач кафедри управління соціальними комунікаціями, керівник відділу маркетингу та корпоративних комунікацій Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

Байлема Т. М. – кандидат історичних наук, старший викладач, Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського

Благовірна Н. Б. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій Волинського національного університету імені Лесі Українки

Бобко А. М. – старший лаборант кафедри української мови, літератури та культури факультету лінгвістики Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Богущ Л. А. – кандидат педагогічних наук, член-кореспондент Міжнародної кадрової академії, доцент кафедри теорії та методики журналістської творчості, Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука

Георгієвська В. В. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Гульнар Агіг – докторант, науковий співробітник відділу дослідження та презентації давньої та середньовічної азербайджанської літератури Національного музею азербайджанської літератури імені Нізамі Ганджаві Національної академії наук Азербайджану

Гурдуз А. І. – кандидат філологічних наук, доцент, докторант кафедри української та зарубіжної літератури і порівняльного літературознавства Бердянського державного педагогічного університету

Джафарова С. А. – дисертант факультету Азербайджанської мови Гянджинського державного університету

Диндаренко О. А. – старший викладач кафедри англійської мови Чорноморського національного університету імені Петра Могили

Дрешпак В. М. – доктор наук з державного управління, професор кафедри журналістики Університету митної справи та фінансів

Ефендієва А. Р. – молодший науковий співробітник відділу Азербайджанської емігрантської літератури Інституту літератури імені Нізамі Гянджеві Національної академії наук Азербайджану

Жихарева-Толстік Г. О. – асистент кафедри журналістики Університету митної справи та фінансів

Завадська В. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови, літератури та культури факультету лінгвістики Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Зима О. Г. – кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри управління соціальними комунікаціями Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

Іванова І. Б. – докторка філологічних наук, доцентка, професорка кафедри управління соціальними комунікаціями Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

Ісламова С. І. – дисертант Бакинського слов'янського університету

Калашнікова О. Л. – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри зарубіжної літератури Дніпровського національного університету

Керімлі Т. А. – докторант кафедри англійської мови та літератури Західно-Каспійського університету

Коваль А. С. – аспірант факультету журналістики Запорізького національного університету

Ковпик С. І. – доктор філологічних наук, професор кафедри соціології та масової комунікацій Криворізького державного педагогічного університету

Кодацька Н. О. – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри журналістики Університету митної справи та фінансів

Колесник Г. О. – старший викладач кафедри іноземних мов Національного університету «Львівська політехніка»

Костанда І. О. – кандидат філологічних наук, доцент, кафедра китайської філології Київського національного лінгвістичного університету

Костусяк Н. М. – доктор філологічних наук, професор кафедри української мови Волинського національного університету імені Лесі Українки

Косюк О. М. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій факультету філології та журналістики Волинського національного університету імені Лесі Українки

Кошелюк О. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій Волинського національного університету імені Лесі Українки

Левчук О. І. – старший викладач кафедри української мови імені професора Івана Ковалика філологічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка

Маркова М. В. – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри романської філології та компаративістики Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка

Меджидова Х. М. – доцент кафедри тюркології Бакинського слов'янського університету

Морозова Л. І. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри германської філології Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

Нанівський Р. С. – старший викладач кафедри іноземних мов Національного університету «Львівська політехніка»

Обручнікова Н. Д. – асистент кафедри зарубіжної філології Навчально-наукового інституту філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Писаренко Л. М. – старший викладач кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія»

Плукчи Л. В. – асистент кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія»

Полумисна О. О. – кандидат філологічних наук, доцент, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Прокопець М. С. – асистент кафедри германської філології Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Римар Н. Ю. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри славистичної філології, педагогіки та методики викладання Білоцерківського національного аграрного університету

Рожило М. А. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій Волинського національного університету імені Лесі Українки

Рожило М. А. – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри соціальних комунікацій Волинського національного університету імені Лесі Українки

Русакова О. О. – викладач кафедри зарубіжної філології Навчально-наукового інституту філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Сеїтяг'яєва Т. Р. – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри східної філології Навчально-наукового інституту філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Семенець О. С. – кандидат філологічних наук, завідувач кафедри зарубіжної філології Навчально-наукового інституту філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Сидоренко Н. М. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри історії журналістики Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Синчак Б. А. – аспірант кафедри журналістики Київського університету культури, викладач кафедри журналістики Українського гуманітарного інституту

Сірінюк-Долгарьова К. Г. – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики Запорізького національного університету

Скалацька О. В. – доктор філософських наук, доцент кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія»

Смаровоз І. С. – аспірантка кафедри української та зарубіжної літератур і порівняльного літературознавства Бердянського державного педагогічного університету

Супрун В. М. – доктор філологічних наук, доцент кафедри журналістики Донецького національного університету імені Василя Стуса

Супрун Л. В. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри міжнародних відносин та журналістики Вищого навчального закладу “Університет економіки та права “КРОК”

Тагієва К. А. – старший викладач кафедри мов Азербайджанської державного аграрного університету

Теребус О. Л. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій Волинського національного університету імені Лесі Українки

Фенько Н. М. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка

Хацевич Д. І. – студентка 4-го курсу кафедри політології та міжнародних відносин Національного університету «Львівська політехніка».

Чекштуріна В. М. – доктор наук з соціальних комунікацій, доцент, професор кафедри управління соціальними комунікаціями Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

Шахбазова Ш. М. – докторант відділу арабської філології Інституту сходознавства імені Академіка Зії Буньятова Національної академії наук Азербайджану

Шевченко Т. С. – кандидат наук із соціальних комунікацій, викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Шульська Н. М. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій Волинського національного університету імені Лесі Українки

Щербань Н. І. – аспірантка кафедри східної філології Київського національного лінгвістичного університету

Щербина В. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри філології перекладу та стратегічних комунікацій Національної академії Національної гвардії України

Юксель Г. З. – докторант Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат філологічних наук, доцент кафедри слов'янської філології та журналістики Навчально-наукового Інституту філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Яковлева О. М. – старший викладач кафедри східної філології Навчально-наукового інституту філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Науковий журнал

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

Серія: Філологія. Журналістика

Том 32 (71) № 4 2021

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. 32,77. Ум. друк. арк. 34,18. Зам. № 0921/318

Підписано до друку 15.09.2021. Наклад 150 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»

65101, м. Одеса, вул. Інглезі, 6/1

Телефон +38 (048) 709 38 69,

+38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08

E-mail: mailbox@helvetica.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 6424 від 04.10.2018 р.