

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МОРСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ

# ПРИЧОРНОМОРСЬКІ ФІЛОЛОГІЧНІ СТУДІЇ

Науковий журнал

*Випуск 2*



Видавничий дім  
«Гельветика»  
2023

Науковий журнал «Причорноморські філологічні студії» засновано у 2023 році Одеським національним морським університетом.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації: Серія КВ № 25411-15351Р, видане Міністерством юстиції України 11.01.2023 р.

*Рекомендовано до друку Вченою Радою  
Одеського національного морського університету  
(протокол № 11 від 26 квітня 2023 року)*

*Офіційний сайт видання: [journals.onmi.in.ua/index.php/philology](http://journals.onmi.in.ua/index.php/philology)*

**Головний редактор** – **Сікорська Вікторія Юрївна**, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри довузівської підготовки Одеського національного морського університету.

**Редакційна колегія:**

**Богатько Валентина Василівна**, кандидат філологічних наук, доцент, заступник декана з виховної та соціальної роботи факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха, Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, Україна; **Джиджора Євген Володимирович**, доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри української літератури та компаративістики, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, Україна; **Дружинець Марія Львівна**, доктор філологічних наук, професор, професор кафедри української мови та мовної підготовки іноземців, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, Україна; **Мельник Світлана Михайлівна**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіакомунікацій, Національний університет «Одеська політехніка», Україна; **Назаренко Оксана Миколаївна**, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри прикладної лінгвістики, Національний університет «Одеська юридична академія», Україна; **Романченко Алла Петрівна**, доктор філологічних наук, професор, професор кафедри української мови та мовної підготовки іноземців, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, Україна; **Стекольщикова Валентина Андріївна**, кандидат наук із соціальних комунікацій, завідувачка кафедри журналістики та філології, Приватний заклад вищої освіти «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика», Україна; **Конрад Казимеж Шамрик**, доктор наук, професор кафедри лексикології та прагмалінгвології кафедри польської мови та компаративістики Білостоцького університету, Білосток, Польща.

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

## ЗМІСТ

<i>Євген Джиджора</i> ПРОМОВИ ПРЕЗИДЕНТА ЗЕЛЕНСЬКОГО ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ: ІНТЕНЦІЇ ВДАЛИХ ПОЧАТКІВ.....	5
<i>Олена Зінченко, Тетяна Коляда-Березовська</i> «ПЕРЕСТУПИ МЕЖУ ОТОРОПІННЯ...» : КОНОТАТИВНИЙ ТОНУС ТВОРІВ МИТЦІВ-ІНОФОНІВ (НА ПРИКЛАДІ НОВЕЛ АГОТИ КРИСТОФ).....	11
<i>Микола Кулачинський, Ольга Сікорська, Ольга Шаніна</i> ПОЛІТИЧНИЙ СИМВОЛІЗМ «ОДНІЄЇ НАЦІЇ» У РИТОРИЦІ БОРИСА ДЖОНСОНА.....	18
<i>Ivan Nenov, Viktoriia Nogai, Natalia Kurasova</i> INTERVIEW AS A SOURCE OF LANGUAGE COMMUNICATION DEVELOPMENT IN THE UKRAINIAN INFORMATION SPACE.....	26
<i>Ольга Сікорська, Лілія Філюк</i> КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ДЕФІНІЦІЙ ПОНЯТТЯ «ІМІДЖ»: ЗА МАТЕРІАЛАМИ УКРАЇНСЬКОМОВНИХ СЛОВНИКІВ.....	35
<i>Вікторія Сікорська, Людмила Дідур</i> УКРАЇНСЬКА МОВНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РФ.....	42
<i>Марія Якубовська</i> ПУБЛІЦИСТИЧНІ ЗАСОБИ ПОРТРЕТУВАННЯ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ КНИГИ «ЖИТТЯ І СМЕРТЬ РЕДАКТОРА»).....	52

## CONTENTS

<i>Yevgen Dzhydzhora</i> SPEECHES OF PRESIDENT ZELENSKIY DURING THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR: INTENTIONS OF SUCCESSFUL BEGINNINGS.....	5
<i>Olena Zinchenko, Tetiana Koliada-Berezovska</i> “CROSS THE LINE OF DUMBFOUNDEDNESS...”: THE CONNOTATIVE TONE OF WORKS BY FOREIGN LANGUAGE WRITERS (ON THE EXAMPLE OF AGOTA KRISTOF’S NOVELS).....	11
<i>Mykola Kulacynskiy, Olha Sikorska, Olha Shanina</i> THE POLITICAL SYMBOLISM OF “ONE NATION” IN THE RHETORIC OF BORIS JOHNSON.....	18
<i>Ivan Nenov, Viktoriia Nogai, Natalia Kurasova</i> INTERVIEW AS A SOURCE OF LANGUAGE COMMUNICATION DEVELOPMENT IN THE UKRAINIAN INFORMATION SPACE.....	26
<i>Olha Sikorska, Liliia Filiuk</i> COMPARATIVE ANALYSIS OF THE DEFINITIONS OF THE CONCEPT “IMAGE”: ACCORDING TO THE MATERIALS OF UKRAINIAN DICTIONARIES.....	35
<i>Viktoriya Sikorska, Lyudmila Didur</i> UKRAINIAN LANGUAGE IDENTIFICATION DURING THE FULL-SCALE INVASION OF UKRAINE BY THE RUSSIAN FEDERATION.....	42
<i>Mariia Yakubovska</i> PORTRAIT ESSAY (BASED ON THE MATERIALS OF THE BOOK “LIFE AND DEATH OF THE EDITOR”).....	52

УДК 808.51-057.341:355.01(470+571:477)  
DOI <https://doi.org/10.32782/bsps-2023.2.1>

## ПРОМОВИ ПРЕЗИДЕНТА ЗЕЛЕНСЬКОГО ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ: ІНТЕНЦІЇ ВДАЛИХ ПОЧАТКІВ

**Євген Джиджора**

доктор філологічних наук, доцент,  
професор кафедри української літератури та компаративістики  
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова  
Французький бульвар, 24/26, Одеса, Україна  
[orcid.org/0000-0003-3221-4866](https://orcid.org/0000-0003-3221-4866)  
e-mail: [dzhidzhora@gmail.com](mailto:dzhidzhora@gmail.com)

**Анотація.** У статті на матеріалі публічної комунікації Президента України Володимира Зеленського впродовж перших ста днів російсько-української війни 2022 р. розглядається такий складник вступу риторичної промови, як її безпосередній початок, виражений у першій фразі. Аналіз промов показує, що у своїх виступах В. Зеленський послуговується сімома способами вдалого початку: 1) початок-привід, причому привід може бути як позитивний, так і негативний; 2) хронологічний початок; 3) компліментарний початок; 4) прямий перехід до суті справи; 5) початок-адресація; 6) початок-епіграф; 7) початок-запитання. Кожен з цих різновидів виконує особливу риторичну функцію привернення та зосередження уваги аудиторії на конкретних меседжах, виголошених оратором. Тож за допомогою кожного окремого початку Президент України виражає ту або іншу інтенцію вступу, яка має зорієнтувати публіку у загальному тематичному та емоційному наповненні всієї промови. Завдяки позитивним початкам В. Зеленський демонструє впевненість. Завдяки негативним – тривогу. Хронологічні початки несуть у собі відповідний окрас конкретного дня війни за ліком. Компліментарні – позитивну налаштованість оратора, його вдячність певній міжнародній спільноті. Прямий перехід – відверте нехтування будь-якими додатковими преамбулами у вступній частині. Початок-адресація покликаний виказати публічне ставлення оратора до названої аудиторії. Початок-епіграф – показати відсторонену передумову подальшого виступу. А початок-запитання працює на провокування діалогу на очевидні теми, який оратор сам же й розгортає. Сім різновидів вдалого початку свідчать про розгалужену систему риторичних засобів, якими Президент Зеленський оперує у публічній комунікації під час війни.

**Ключові слова:** риторика, промови, комунікація, Зеленський, вдалі початки, аудиторія, російсько-українська війна.

## SPEECHES OF PRESIDENT ZELENSKIY DURING THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR: INTENTIONS OF SUCCESSFUL BEGINNINGS

**Yevgen Dzhydzhora**

Doctor of Philology, Associate Professor,  
Professor at the Department of Ukrainian Literature and Comparative Studies  
Odesa National Mechnikov University  
24/26 French Blvd., Odesa, Ukraine  
[orcid.org/0000-0003-3221-4866](https://orcid.org/0000-0003-3221-4866)  
[dzhidzhora@gmail.com](mailto:dzhidzhora@gmail.com)

**Abstract.** The article examines such a component of the introduction of a rhetorical speech as its immediate beginning, expressed in the first phrase on the material of the public communication of the President of Ukraine Volodymyr Zelenskyi during the first hundred days of the Russian-Ukrainian war of 2022. The analysis of speeches shows that in his speeches V. Zelensky uses seven ways of a successful beginning: 1) beginning-pretext, and the pretext can be both positive and negative; 2) chronological beginning; 3) complimentary start; 4) direct transition to the essence of the case; 5) beginning-addressing; 6) beginning-epigraph; 7) beginning-question. Each of these varieties performs a special rhetorical function of attracting and focusing the attention

*of the audience on specific messages delivered by the speaker. Therefore, with the help of each separate beginning, the President of Ukraine expresses one or another intention of the introduction, which should orient the audience in the general thematic and emotional content of the entire speech. Thanks to positive beginnings, V. Zelenskyi is showing confidence. Thanks to the negative – anxiety. Chronological beginnings carry the corresponding color of a specific day of the war in medicine. Complimentary – the speaker's positive attitude, his gratitude to a certain international community. Direct transition – blatant disregard for any additional preambles in the opening section. The beginning of the address is intended to express the public attitude of the speaker to the named audience. The beginning-epigraph – to show the detached premise of the further speech. And the beginning-question works to provoke a dialogue on obvious topics, which the speaker himself develops. The seven varieties of a successful start testify to the extensive system of rhetorical tools that President Zelenskyy uses in public communication during the war.*

**Key words:** *rhetoric, speeches, communication, Zelenskiy, successful beginnings, audience, Russian-Ukrainian war.*

Однією з умов успішної риторичної комунікації вважається вдалий початок промови [1; 2]. Від того, як у вступі оратор починає комунікацію, як позиціонує себе, як представляє тему подальшого обговорення залежить, чи з'явиться достатня увага з боку аудиторії до основної частини виступу, чи ні [3]. Для ефективної комунікації оратор прагне по-особливому привітатися з публікою, провести короткий small talk, пожартувати, поіронізувати, поставити інтригуюче запитання тощо. Через те у риторичному «заголовковому» комплексі, що складається з оголошення теми промови, привітання та першої фрази, у кожного складника своя функціональна роль у досягненні комунікативної мети.

**Мета** нашого дослідження – проаналізувати саме початки промов Президента України Володимира Зеленського під час російсько-української війни. Через великий обсяг накопиченого матеріалу обмежимося його промовами у перші сто днів після початку війни, тобто у період з 24 лютого по 3 червня 2022 р. Нас цікавитимуть інтенції початків, тобто ті комунікативні імпульси, які оратор спрямовує своїй аудиторії у самому дебюті виступу. Зважаючи на комунікативну результативність, спробуємо визначити, наскільки виявлені різновиди початків є вдалими.

Упродовж перших ста днів війни у промовах Президента Зеленського можна виокремити сім різновидів початків. Перший – привідні початки. В основі такого дебюту лежить конкретний привід – подія, пам'ятна дата або новина, що заслуговує обговорення. В. Зеленський часто розпочинає свої виступи з конкретного приводу, про який повідомляє вже у першій фразі. За сто днів таких промов нараховується 51. В окремих випадках оратор

сам кваліфікує привід для виступу, оцінюючи його як хороший або поганий. В інших випадках ставлення Президента до приводу можна оцінити по комунікативному контексту, тобто по тому, якими мовними засобами він послуговується, як загалом подає ситуацію, з яким настроєм її коментує, як поводить, якою при цьому є його міміка та жестикуляція.

Наприклад, промова 26 лютого розпочинається без привітання з фрази: «Може розпочати це звернення з хорошої новини» [5, с. 29]. В. Зеленський виступає на тлі великого стенду з надписом «Офіс Президента України», він виглядає впевнено, говорить досить швидко. У його першій фразі є спеціальний маркер «хороша новина». Аудиторія має відреагувати на цей маркер, адже якщо в умовах війни Президент як носій офіційної інформації так кваліфікує своє повідомлення, значить воно має відповідати змісту. І, дійсно, вже у другій фразі оратор розкриває сенс маркеру: «Ми вистояли й успішно відбиваємо атаку ворога» [5, с. 29].

Від виголошення промови з позитивної нагоди слід відрізнити таке, що засноване на негативному приводі. Як у виступі 10 березня, в якому схвильований й неспокійний Президент починає так: «Уночі з'явилась інформація про загиблих у вчорашньому бомбардуванні пологового будинку та дитячої лікарні в Маріуполі» [5, с. 156]. Тут також є маркери: «загиблі», «бомбардування», «пологовий будинок», «дитяча лікарня». В одному комунікативному контексті ці слова та словосполучення утворюють тривожну, трагічну картину. Звісно, аудиторія оратора не може не відреагувати на цю фразу і не сприймати подальшу промову крізь призму сформульованого негативного приводу.

У промовах з позитивним або негативним приводом різні інтенції початку. Якщо у першому випадку Президент Зеленський, як правило, демонструє впевненість і прагне передати її своїй аудиторії, то у другому – виказує тривогу, пригніченість і тим самим задає трагічну призму сприйняття.

Другий різновид представлений хронологічними початками. Тут акцент зроблено на порядковому номері дня війни. Часто події певного дня отримують оціночні визначення, що також дозволяє вважати їх маркерами, якими оратор впливає на реципієнтів. Крім того, у таких перших фразах обов'язково вживаються дієслова з позначенням часу, що минає. Наприклад, «Завершився 19-й день нашого спротиву» у нічній промові 15 березня [5, с. 220]; «Триває 23-я доба нашої вітчизняної війни» у виступі 18 березня [5, с. 276]; «Минув ще один день нашої оборони» у нічній промові 3 квітня [3, с. 135]; «Сьогодні почався вже третій місяць нашої війни за нашу незалежність» у відеовиступі 25 квітня [7, с. 18] тощо. Типова структура зазначених початків включає указання на день війни за ліком, спеціальні дієслова часу та характерні маркери, що описують цей день. «День нашого спротиву», «доба нашої вітчизняної війни» – маркери, якими оратор позначає власне ставлення до поточного моменту і формує відповідне сприйняття у власної аудиторії.

Інтенція хронологічного початку полягає, по-перше, у точній фіксації конкретного дня війни і, по-друге, у наданні йому характерного оціночного забарвлення. Упродовж перших ста днів війни цей різновид вдалого початку реалізовано у 34 промовах.

Третій різновид – компліментарний початок. У риторичній комунікації Президента Зеленського такий спосіб задіяно здебільшого у виступах перед міжнародною аудиторією. У таких випадках оратор вдається до розгорнутих привітань, іноді персонально звертається до високопосадовців, дякує їм за запрошення, прихильно відзначає їхній внесок у налагодження міждержавних стосунків, військово-політичну допомогу Україні, гуманітарну підтримку українців, які вимушено виїхали за кордон після вторгнення армії РФ, тощо. Тут привітання та перші фрази утворюють суцільний мікротекст, компліментарний за своїм характером і призначенням. Відпо-

відним є й поводження оратора. Виражаючи прихильність та вдячність аудиторії, В. Зеленський посміхається, іноді схиляє голову або демонструє вдячні жести, тримаючись рукою біля серця.

З-поміж 40 подібних виступів найбільш показовими можна вважати промову 26 березня на близькосхідному Doha Forum та промову 12 квітня у литовському парламенті. У першому випадку компліментарна налаштованість оратора проявляється вже у звертанні до організаторів заходу: «Ваше Високосте, Шейх Тамім бін Хаммад Аль Тані, Емір Держави Катар, мій дорогий друже! Дякую за підтримку, за нашу нещодавню розмову. Ваші Високоповажності, учасники Doha Forum! Пані та панове!» [6]. В. Зеленський спочатку особисто звертається до еміра Катару, називає його своїм другом і вже у звертанні дякує за підтримку. Потім вітає й всіх інших гостей заходу. А далі переходить безпосередньо до початку виступу, де у першій фразі продовжує компліментарний тон, заданий у привітанні: «Хочу звернутися до вас із традиційними в регіоні Затоки словами: Ас-Салям алейкум. Це означає: мир вам!» [6]. Оратор вживає не притаманну собі форму привітання. Однак підлаштовує під аудиторію, тим самим шанобливо виказує повагу до їхньої культурної традиції.

У виступі перед литовським парламентом В. Зеленський взагалі чітко не відокремлює власне привітання від компліментарних перших фраз. Його звертання адресоване насамперед всім литовським високопосадовцям: Спікеру, Президенту та Прем'єр-міністру: «Шановна пані Спідере, пані Вікторія! Я пам'ятаю ваш приїзд до Києва, один з перших після початку війни! Шановний пане Президенте, друже Гітанасе! Ти неодноразово був в Україні, ми з тобою дуже багато зробили разом і, я впевнений, зробимо ще більше! Шановна пані Прем'єр-міністре, пані Інгрїде! Я вдячний вам за візит вчора! Дорогий литовський народ!» [6]. Тут оратор вдається до компліментарних мінізвернень до кожного посадовця окремо. Отже, оратор показує, що між ними встановилися такі теплі й конструктивні стосунки, що він обов'язково про це має публічно оголосити. Після такого щирого звертання-зізнання В. Зеленський починає саму промову: «Вдячний за можливість звернутися до вас сьогодні

від імені всього українського народу, який завжди буде пам'ятати вашу щирість і готовність підтримати саме у найтяжчий час для нашої держави» [6]. Позитивний компліментарний початок виражений низкою подяк, якими український Президент позначає своє ставлення до вчинків співрозмовників. Більше того, як Перша особа він засвідчує це від імені свого народу.

У промовах В. Зеленського інтенція компліментарного початку виконує важливу комунікативну функцію. У такий спосіб йому важливо вшанувати аудиторію та її конкретних представників і максимально позитивно налаштувати на подальший виклад основної частини виступу.

Четвертий різновид – особливий початок, який можна визначити як прямий перехід до суті справи. У певних комунікативних ситуаціях доречно відмовлятися від будь-яких підготовчих преамбул перед викладом основної проблеми і відразу переходити до її розкриття. За сто днів повномасштабного вторгнення Президент України використав такий підхід у 42 промовах. Їх усіх об'єднує рішуче безкомпромісне налаштування промовця на серйозну розмову про поточну війну. При цьому окремо вираженого приводу як такого немає.

Візьмемо промову В. Зеленського 17 травня на відкритті 75-го Каннського міжнародного кінофестивалю. Після стриманого привітання: «Пані та панове! Друзі!» він починає виступ з такої фрази: «Я розповім вам одну історію» [7, с. 272]. На перший погляд може скластися враження, що оратор збирається вдатися до відкладеного приводу – розповісти щось відсторонене, від чого потім можна перейти до своєї теми. Однак український Президент саме за допомогою цих слів переходить до предмета своєї промови: «Справді, словами «я розповім вам одну історію» починається далеко не одна історія. Але в цій набагато важливішим, ніж початок, буде її фінал. І це буде не відкритий фінал. Нарешті він може поставити крапку в битві, яка триває понад сто років» [7, с. 272]. Тому перша фраза – це цитата з антифашистського фільму Чарлі Чапліна «Великий диктатор» [9]. Апелюючи до культурної пам'яті кінематографістів, В. Зеленський вибудовує свою промову на зразок впізнаваної екранізації. І тому цитує його, щоб перейти до теми

російсько-української війни, в якій, з його точки зору, якраз і потрібно покласти край диктатурі як суспільному феномену, що руйнує світ уже впродовж ста років.

У промовах, де перша фраза дозволяє одразу перейти до суті справи, інтенція початку полягає у демонстрації свідомої відмови від вступних преамбул через невідкладність обговорення серйозної теми. Авжеж, у ході війни всі теми є серйозними й невідкладними. Однак саме прямий перехід до теми вказує, що саме зараз, у цьому виступі оратор вважає непотрібним довго підводити до головного і тому починає про це з першої ж фрази.

Наступний, п'ятий, різновид вдалого початку – це адресація. У таких промовах перша фраза виконує функцію фокусації уваги чітко визначеної, іноді навіть вказаної аудиторії. Як, наприклад, у зверненні до мешканців міста Славутич у промові 26 березня. Тут є спеціальне звертання: «Вільний народі вільної країни! Вільний Славутичу, який загарбникам не підкорити» [3, с. 38]. А далі оратор адресує свої слова самому місту в особі його мешканців, до якого звертається на «ти»: «Сьогодні ми були всі разом з тобою – на твоїх вулицях, у твоєму протесті» [3, с. 38]. Тут перша фраза стає такою собі присвятою тій аудиторії, якій оратор хоче виказати підтримку. Отже, широка аудиторія В. Зеленського має відчуття, що в цьому виступі він зосереджений саме на проблемах Славутича і тому звертається насамперед до його мешканців.

У промовах, де використано початок-адресацію, інтенція вступу більш ніж очевидна. Президент України прагне звернутися до конкретної аудиторії, позначити своє публічне ставлення до її проблем. І тим самим підтримати її, окреслити свою роль у розв'язанні ситуації, що склалася. За сто днів війни В. Зеленський вдається до початку-адресації у 10 промовах.

Шостий різновид визначимо як початок-епіграф. Такий підхід до публічної комунікації передбачає якісь відсторонені слова або символічні дії, які мають налаштувати аудиторію на подальше сприйняття основної теми. У промовах Президента України такий прийом трапляється не часто. Усього 6 разів. Однак щоразу це виглядає досить ефектно.

Зокрема, у відеовиступі 7 березня. Спочатку В. Зеленський записує його на телефон



у режимі селфі. Він знімає вулицю через вікно з 4-го поверху будівлі Офісу Президента, потім показує, як іде коридором крізь суміжні кімнати і нарешті опиняється у своєму головному кабінеті. Коли він сідає за робочий стіл, камера переключається. І далі зйомка здійснюється на стаціонарну камеру із загального ракурсу. Поки В. Зеленський знімає промову в режимі селфі, він говорить таке: «Ось вечірній Київ. Наш офіс. Понеділок. Вечір. Ви знаєте, ми звикли говорити: понеділок – день важкий. В країні – війна. Тож кожен день – понеділок» [5, с. 121]. Далі розпочинається сама промова, присвячена дванадцятому дню війни. При цьому у вступній частині акцентується на тому, що всі служби на місцях, усі працюють над тим, щоб зупинити ворога: військові, лікарі, рятувальники та ін. У тому числі й команда Президента. Саме на підтвердження цих слів В. Зеленський показує подвір'я Офісу, його коридори і те, як сідає за свій стіл. Слід нагадати, що у перші дні війни російські пропагандистські медіа стверджували, що український Президент втік з країни і записує свої відеозвернення на хромакеє [8]. Тож завдяки спеціальному початку-епіграфу команда Зеленського здійснює контрпропагандистську акцію – демонструє Главу держави наживо.

До певної міри початок-епіграф спричиняє ефект несподіваності. Тож інтенція такого початку – здивувати, зацікавити, захопити аудиторію пов'язати сказане / зроблене у передвступі з основним викладом.

І останній сьомий різновид вдалого початку являє собою запитання. В риторичній комунікації початок-запитання є способом активного залучення аудиторії до обговорення теми виступу. Адже запитання завжди потребує відповіді. Таку умовну відповідь аудиторія і повинна дати на питання промовця. А він, неначе отримавши її, продовжує виклад, немов би розвиваючи діалог.

У промовах В. Зеленського лише 2 промови розпочинаються із запитання. Зокрема, у перший же день повномасштабного вторгнення, 24 лютого, Президент України звертається до співгромадян з таким запитанням: «Що ми чуємо сьогодні?» [5, с. 8]. Відповідь на це питання здається очевидною, адже у перший день війни всі громадяни України чують одне й те саме – вибухи. І оратор якраз про це далі і каже: «Це не просто вибухи

ракет, бої, гул авіації. Це звук нової залізної завіси, яка опускається і закриває Росію від цивілізованого світу» [5, с. 8]. У такий діалогічний спосіб В. Зеленський надає побіжне пояснення першим годинам війни. Він стверджує, що вдруге в історії Росії (а перший було в часи Холодної війни) між нею та цивілізованим світом опускається залізна завіса. Тож діалогічний вступ виконує роз'яснювальну функцію.

Іншим разом Президент використав початок-запитання у промові 13 квітня. Тут варто звернути увагу на пафосний початок промови: «Незламний народі найсмівливішої країни!» [3, с. 278]. А також на першу фразу, сформульовану у вигляді запитання: «Пам'ятаєте, як у Росії хвалилися, що захоплять Київ за 48 годин?» [3, с. 278]. У цьому запитанні не випадково з'являється число 48, яке позначає дві доби. Адже з наступної фрази стає зрозуміло, чому власне зараз зроблено акцент на ньому. Іронічно піднімаючи брови, В. Зеленський каже: «Натомість Україна дає відсіч ворогу вже 48 днів» [3, с. 278]. Отже, число 48 виступає не тільки для позначення годин, але й для фіксації того дня війни, який триває за ліком. Тому питання до співгромадян, чи пам'ятають вони, за скільки годин росіяни збиралися захопити столицю України, потрібне Президенту для того, щоб нагадати, що вони протистоять ворогу вже 48 днів. Граючи числовими значеннями, оратор робить вступну частину виступу дотепною та надихаючою. Адже аудиторія повинна відчувати значну різницю між 48 годинами та 48 днями.

Питання-початок несе у собі діалогічну інтенцію. З одного боку, це спонукання відповідей на очевидні запитання. З іншого – це комунікативна передумова для ексклюзивних відповідей самого Президента Зеленського, який щоразу в оригінальний спосіб розгортає розпочату ним же розмову.

Таким чином, у виступах Президента України у перші сто днів повномасштабної російсько-української війни використано сім різновидів початків: привідний початок, хронологічний початок, компліментарний початок, прямий перехід до суті справи, початок-адресацію, початок-епіграф та початок-запитання. Кожний початок продукує окрему інтенцію оратора до аудиторії. Це відповідно – демонстрація впевненості або

виказування тривоги, оціночне забарвлення чергового дня війни, вшанування певної (як правило, міжнародної) аудиторії, свідоме нехтування вступними преамбулами, апеляція до чітко вказаних адресат, вираження несподіваного та заклик до діалогу. Тож можна констатувати, що у публічній комунікації В. Зеленського застосовано досить широкий спектр риторичних форм взаємодії з аудиторією на рівні вступу. Частково це можна пояснити великою кількістю виступів – по декілька на добу. Проте, з нашої

точки зору, головне пояснення все ж таки в іншому. Президент України звертається до різних людей, з різною метою та у зв'язку з різними поточними ситуаціями, продиктованими війною. Така різноплановість та багатозадачність комунікації й зумовлює наявне різноманіття інтенцій вступу. Разом із тим відзначимо й їхню типовість. Адже деякі різновиди початків повторюються занадто багато, що робить публічну комунікацію українського Президента водночас обмеженою.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Андерсон К. Успішні виступи на TED. Рецепти найкращих спікерів. Київ : Наш формат, 2016. 256 с.
2. Джиджора Є. Риторична маніпуляція прихильністю аудиторії у промовах впізнаваних спікерів. Прикладна лінгвістика на Півдні України: здобутки і перспективи : колективна монографія / за ред. Н.В. Кондратенко. Вінниця : ТВОРИ, 2022. С. 38–44.
3. Другий місяць війни. Хроніка подій. Промови та звернення Президента України Володимира Зеленського / упорядник О.В. Красовицький. Харків : Фоліо, 2022. 412 с.
4. Schule der Debatte. Beiträge zur dialogischen Rhetorik. Günter Olzog Verlag, München 1986.
5. Місяць війни. Хроніка подій. Промови та звернення Президента України Володимира Зеленського / упорядник О.В. Красовицький. Харків : Фоліо, 2022. 383 с.
6. Офіційний канал Президента України Володимира Зеленського. URL: [https://t.me/V\\_Zelenskiy\\_official](https://t.me/V_Zelenskiy_official).
7. Третій місяць війни. Промови та звернення Президента України Володимира Зеленського / упорядник О.В. Красовицький. Харків : Фоліо, 2022. 377 с.
8. Фейк: Володимир Зеленський втік із України після вторгнення Росії. URL: <https://voxukraine.org/fejk-volodymyr-zelenskyj-vtik-iz-ukrayiny-pislya-vtorgnennya-rosiyi>.
9. Cole Robert. Anglo-American anti-fascist film propaganda in a time of neutrality: The Great Dictator, 1940. *Historical Journal of Film, Radio and Television*. 2001. № 21(2). P. 137–152.

## REFERENCES

1. Anderson, K. (2016) *Uspishni vystupy na TED. Retsepty naikrashchych spikeriv*. Kyiv: Nash format. 256 s. [in Ukrainian].
2. Dzhydzhora, Ye. (2022) *Rytorychna manipuliatsiia prykhylnistiu audytorii u promovakh vpiznavanykh spikeriv. Prykladna lnhvistyka na Pivdni Ukrainy: zdobutky i perspektyvy. Kolektyvna monohrafiia / Za red. N.V. Kondratenko. Vinnytsia: TVORY. S. 38–44* [in Ukrainian].
3. *Druhyy misiats viiny. Khronika podii. Promovy ta zvernennia Prezydenta Ukrainy Volodymyra Zelenskoho (2022) / uporiadnyk O.V. Krasovytskyi. Kharkiv: Folio, 2022. 412 s.* [in Ukrainian]
4. Schule der Debatte. Beiträge zur dialogischen Rhetorik. Günter Olzog Verlag, München. 1986.
5. *Misiats viiny. Khronika podii. Promovy ta zvernennia Prezydenta Ukrainy Volodymyra Zelenskoho (2022) / uporiadnyk O.V. Krasovytskyi. Kharkiv : Folio, 2022. 383 s.* [in Ukrainian]
6. *Ofitsiynyi kanal Prezydenta Ukrainy Volodymyra Zelenskoho*. Retrieved from: [https://t.me/V\\_Zelenskiy\\_official](https://t.me/V_Zelenskiy_official) [in Ukrainian]
7. *Tretii misiats viiny. Promovy ta zvernennia Prezydenta Ukrainy Volodymyra Zelenskoho (2022) / uporiadnyk O.V. Krasovytskyi. Kharkiv: Folio, 2022. 377 s.* [in Ukrainian]
8. *Feik: Volodymyr Zelenskyi vtik iz Ukrainy pislia vtornhennia Rosii*. Retrieved from: <https://voxukraine.org/fejk-volodymyr-zelenskyj-vtik-iz-ukrayiny-pislya-vtorgnennya-rosiyi> [in Ukrainian]

УДК 82.[133.1]  
DOI <https://doi.org/10.32782/bsps-2023.2.2>

## «ПЕРЕСТУПИ МЕЖУ ОТОРОПІННЯ...» : КОНОТАТИВНИЙ ТОНУС ТВОРІВ МИТЦІВ-ІНОФОНІВ (НА ПРИКЛАДІ НОВЕЛ АГОТИ КРІСТОФ)

### **Олена Зінченко**

кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри української та іноземної філології  
Одеського національного технологічного університету  
вул. Канатна, 112, Одеса, Україна  
[orcid.org/0000-0001-6433-1296](https://orcid.org/0000-0001-6433-1296)  
e-mail: [olena.zinchenko@ukr.net](mailto:olena.zinchenko@ukr.net)

### **Тетяна Коляда-Березовська**

кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри міжнародних відносин, суспільних комунікацій та ІТ-права  
Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку  
вул. Кузнечна, 1, Одеса, Україна  
[orcid.org/0000-0001-8470-7705](https://orcid.org/0000-0001-8470-7705)  
e-mail: [kobertanya@gmail.com](mailto:kobertanya@gmail.com)

**Анотація.** У контексті революційного характеру змін у загальнонауковій парадигмі сучасної філологічної думки та пов'язаною з цим проблемою пізнання у всіх видах дискурсу конкретного історичного періоду автори аналізують творчість сучасної швейцарської франкомовної письменниці Аготи Крістоф, яка є своєрідним віддзеркаленням нової епохи – креатологічної або культурно-творчої епохи, що позначена одночасним існуванням кількох, «голографічно вкладених». У фокусі дослідницької уваги перебувають художні тексти як специфічна форма організації мовленнєвої діяльності, тому мета цієї статті полягає у висвітленні результатів аналізу авторських концептів, що здатні «випромінювати» конотативні пучки, презентуючи ідентичність митця, котрий, прийнявши іншу, чужу культуру й мову, побудував у своїх творах інтенціональний, можливий світ семантики. Йдеться про складність і водночас цінність визначення ідіостилу, характеру творення художнього факту автором, котрий свій внутрішній світ думок і почуттів, зв'язок «найбуденнішого із закономірностями руху всесвітнього» транслює не рідною, а іншою мовою. Акцентується важливість вивчення текстів-творів, у яких такі компоненти, як тропи, лексико-семантичні та логіко-синтаксичні конструкції, породжені носієм іншої ментальності, і саме доробок Аготи Крістоф дозволяє злити дослідження мови та літератури під єдиним кутом зору – семіотичним. Наголошується важливість розуміння, що реальність глобалізованого світу вимагає паритету сторін у творчому кроскультурному діалозі, який ґрунтується на комунікативній здібності, адже в ній відображаються мовні навички та способи символічного вербального вираження. Підсумовується, що специфіка літературних творів мистецтва – у відбитті етнокультурної самоідентифікації творчої особистості, у координації кроскультурних відмінностей у діалоговій формі, результатом якої є формування відкритого літературно-культурно-комунікативного простору, що постає як «діалог текстів», створюючи нові значення/розуміння та когнітивні зв'язки, генеруючи творчі тенденції, які ведуть до зміни конотативного тону сьогодення.

**Ключові слова:** дискурсивна парадигма, мовленнєва діяльність, доробок Аготи Крістоф, ідіостиль, ідентичність.

**“CROSS THE LINE OF DUMFOUNDNESS...”:  
THE CONNOTATIVE TONE OF WORKS BY FOREIGN LANGUAGE WRITERS  
(ON THE EXAMPLE OF AGOTA KRISTOF’S NOVELS)**

**Olena Zinchenko**

*Candidate of Philological Sciences,  
Associate Professor at the Department of Ukrainian and Foreign Philology  
Odesa National University of Technology  
Kanatna street, 112, Odesa, Ukraine  
orcid.org/0000-0001-6433-1296  
e-mail: olena.zinchenko@ukr.net*

**Tetiana Koliada-Berezovska**

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,  
Associate Professor at the Department of International Relations,  
Public Communications and IT-law  
State University of Intelligent Technologies and Telecommunications  
Kuznechna street, 1, Odesa, Ukraine  
orcid.org/0000-0001-8470-7705  
e-mail: kobertanya@gmail.com*

**Abstract.** *In the context of the revolutionary nature of changes in the general scientific paradigm of modern philological thought and the related problem of cognition in all types of discourse of a particular historical period, the authors analyse the work of the contemporary Swiss French-speaking writer Agota Kristof, which is a kind of reflection of a new era – the creatological or cultural-creative era, marked by the simultaneous existence of several “holographically nested” epochs.*

*The focus of the research is on literary texts as a specific form of organisation of speech activity, so the purpose of this article is to highlight the results of the analysis of authorial concepts that are able to “radiate” connotative bundles, presenting the identity of the artist who, having adopted another, alien culture and language, has built an intensional, possible world of semantics in his works.*

*We are talking about the complexity and, at the same time, the value of defining an idiostyle, the nature of creating an artistic fact by an author who conveys his inner world of thoughts and feelings, the connection of “the most ordinary with the laws of the world movement” in a language other than his native one.*

*Authors highlight the importance of studying texts in which such components as tropes, lexical-semantic and logical-syntactic constructions are generated by a carrier of a different mentality, and it is the work of Agota Kristof that allows us to merge the study of language and literature from a single perspective – the semiotic one.*

*The importance of understanding that the reality of the globalized world requires the parity of the parties in a creative cross-cultural dialogue, which is based on communicative ability, because it reflects language skills and ways of symbolic verbal expression, is emphasized.*

*It is concluded that the specificity of literary works of art lies in the reflection of the ethno-cultural self-identification of the creative personality, in the coordination of cross-cultural differences in a dialogue form, which results in the formation of an open literary, cultural and communicative space that appears as a “dialogue of texts”, creating new meanings/understandings and cognitive connections, generating creative trends that lead to a change in the connotative tone of the present.*

**Key words:** *discursive paradigm, speech activity, works of Agota Kristof, idiostyle, identity.*

**Постановка проблеми.** Проблемне поле сучасної філологічної науки конгруентне процесам зміни у загальнонауковій парадигмі: від докси про те, що людина володіє мовою, до епістемного ранжування мови, яка володіє людиною, а відтак, до актуалізації сукупності векторів пізнання у всіх видах дискурсу конкретного історичного періоду. Огляд літератури свідчить про поширену думку на користь

революційного характеру змін у загальнонауковій парадигмі, звідси й характеристики когнітивної парадигми, дискурсивної парадигми, комунікативної парадигми. Своєрідною ілюстрацією до зазначеного вважаємо думку дослідників провідного японського аналітичного центру – Інституту Номура (Nomura Research Institute – NRI), що нині на зміну індустріальній і вже інформаційній

епосі приходить нова епоха – творчості, що позначена одночасним існуванням кількох епох, які «голографічно вкладаються у якісно нову *креатологічну*, або культурно-творчу епоху» [1]. Це зумовлює дослідницьку увагу філологів-лінгвістів, літературознавців не стільки до різнорівневих конструктів мови, скільки до *мовленнєвої діяльності*, що акцентує зміну предмета досліджень: замість системи як ієрархії елементів – взаємодія елементів системи в комунікації; замість «мови як такої, у собі» – «мова у взаємодії із середовищем».

**Мета і завдання статті.** Саме у руслі зазначеного вище розуміння загальнонаукової проблеми і креатологічної епохи перебуває наше дослідження, *предмет* якого становить текстова творчість Аготи Крістоф, швейцарської франкомовної письменниці другої половини ХХ століття, і, відповідно, *завданням* є визначення ідіостиллю, характеру творення нею художнього факту. У цьому зв'язку *мета* нашої статті – висвітлення результатів аналізу авторських концептів, що «випромінюють» конотативні пучки, презентуючи ідентичність митця, котрий прийняв іншу, чужу культуру, мову і побудував інтенціональний, можливий світ семантики у своїх творах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Оскільки художні тексти розглядаються нами як комунікативні акти, ми фокусуємось на дослідженні дискурсу як специфічної форми організації мовленнєвої діяльності, зокрема, акцентуємо важливість вивчення текстів-творів авторів, які свій внутрішній світ думок і почуттів, зв'язок «найбуденнішого із закономірностями ... руху всесвітнього» [2, с. 11] «трансляють» не рідною, а іншою мовою; творів, у яких такі компоненти, як тропи, лексико-семантичні та логіко-синтаксичні конструкції, породжені носієм іншої ментальності, духом креатологічності. Це пояснює вибір художнього матеріалу для філологічного аналізу – доробок Аготи Крістоф, що дозволяє злити дослідження мови та літератури під єдиним кутом зору – семіотичним.

Агота Крістоф, швейцарська франкомовна письменниця, яка займає дещо особливе місце в просторі літератури французької мови. Потрапивши до французької Швейцарії в 1956 році як біженка з Угорщини, Агота живе в цій країні, яка прийняла її з родиною,

багато років працює робітницею на фабриці і вивчає французьку мову. До еміграції на батьківщині Агота пробувала себе в літературній діяльності, писала вірші.

У сімдесяті роки ХХ ст. Агота Крістоф починає писати французькою мовою спочатку для театру. У 1986 році виходить друком її перший прозовий твір – роман «Товстий зошит», який приніс Аготі успіх та премію Асоціації письменників французької мови. Він став першою частиною трилогії: «Доказ» (1988), «Третя брехня» (1991). Основні теми трилогії – дитинство під час війни, страждання та біль втрат, руйнація ідентичності, еміграція. В наступних романах «Вчора» (1995), «Неписьменна» (2004) все чіткіше виявляється головна тема творчості Аготи Крістоф – *ідентичність*, яку письменниця розкриває у зв'язку з іншими: історією своєї країни, політичними репресіями, війною, поневіряннями, *вимушеним навчанням мови, яку вона не вибирала*, яку називала «ворожою» [3, с. 21], яка «була нав'язана їй долею, випадковістю, обставинами», [Цит. за 4] мови чужини, розлуки, самотності, протистояння, тамування болю у письмі.

Принагідно зазначимо: у сучасній плюралістичній та мінливій реальності неможлива комунікація культур через нав'язування точок зору, насильницьке переконання та диктат. Реальність глобалізованого світу вимагає паритетної участі сторін у *творчому кроскультурному діалозі*, який ґрунтується на комунікативній здібності, вихованій із самого раннього дитинства, адже в ній відображаються сприйняті у сім'ї та близькому оточенні мовні навички та способи символічного вербального/невербального вираження [5, с. 145], що характерні як для окремих культур, так і особисто для кожного з учасників комунікативної події.

Загальновідомим є факт, що специфіка літературних творів мистецтва – у віддзеркаленні етнокультурної самоідентифікації творчої особистості, у координації кроскультурних відмінностей у діалоговій формі, результатом якої є формування відкритого літературно-культурно-комунікативного простору, що постає як «діалог/полілог текстів» [6]. Однією з настанов автори статті вважають принцип «жити разом, залишаючись різними», що має величезний позитивний потенціал. Його реалізація може бути успішною

лише за умов збереження історичного наслідування у формуванні діалогового мислення в мультикультурному суспільстві. Кроскомунікативна інтеракція в режимі діалогу призводить до утворення атмосфери консенсусу, в якій врівноважена раціональність переважає над конфліктними тенденціями [7, с. 96].

Виняткова чутливість Аготи Крістоф до різних і навіть контрастних культурних стимулів дається взнаки у збірці новел «Все одно», що була опублікована у 2005 році, і вже повною мірою свідчить про сформований індивідуальний стиль письменниці: міні-

### **Chez moi**

Est-ce que ce sera dans cette vie ou dans une autre ?

Je rentrerai chez moi.

Dehors, les arbres hurleront, mais ils ne me feront plus peur, ni les nuages rouges, ni les lumières de la ville.

Je rentrerai chez moi, un chez-moi que je n'ai jamais eu, ou trop loin pour que je m'en souviens, parce qu'il n'était pas, pas vraiment chez moi, jamais.

Demain j'aurai ce chez-moi, enfin, dans un quartier pauvre d'une grande ville. Un quartier pauvre, car comment devenir riche de rien, quand on vient d'ailleurs, de nulle part, et sans désir de devenir riche ?

малістично стриманий, внутрішньо напружений, точний, щільний; короткі та прості за структурою фрази, влучні слова, іронія, подеколи «чорний» гумор.

Власне, саме мінімалізм, зовнішня простота мовного оформлення, вкрай обмежене використання тропів та стилістичних фігур стали особистим стилістичним прийомом Аготи Крістоф, який робить її тексти особливими та впізнаваними.

Приміром, уривок з тексту однієї з новел збірки «Все одно» та наш переклад українською мовою:

### **Вдома**

Це буде в цьому житті чи в іншому?

Я піду додому.

Зовні дерева будуть вити, але вони вже мене не лякатимуть, ні червоні хмари, ні міські вогні.

Я піду додому, до дому, якого я ніколи не мала, або мала занадто давно, щоб я його пам'ятала, бо його не було, насправді ніколи, ніколи.

Завтра я матиму цей дім, нарешті, у бідному кварталі великого міста. Бідному кварталі, бо як можна збагатитися з нічого, коли приїжджаєш звідки-небудь, звідкись і без бажання розбагатіти?

### **Фрагм. 1. Новела «*Chez moi*» / «*Вдома*» зі збірки «*Все одно*»**

Нагадаємо, що за гіпотезою Е. Сепіра та Б. Уорфа, мова певним чином структурує національне буття, культурна та історична своєрідність нації немислима поза кодом, тобто поза мовою. Гадаємо, що цей зв'язок відбувається через посередництво функціонального мовленнєвого стилю. Саме він найяскравіше відбиває механізм мислетворення й психологію почуття, будучи пов'язаним із можливостями мови, котра, як відомо, генетично закладена в людині, закорінена в її національній ментальності.

Так, новелу «*Chez moi* / *Вдома*» (Фрагм. 1) характеризує лапідарність висловлювань, безапеляційність, короткі речення, котрі ніби відрубані одне від одного, що свідчать про надзвичайну концентрацію думки й почуттів – концентрацію, яка навпрост зумовлена їхнім

драматизмом. Ця властивість істотно відрізняє ідіостиль Аготи Крістоф від переважних принципів побудови сучасних текстів, для котрих характерні довгі періоди, залучення до єдиного синтаксичного потоку різнозначних елементів. Можна припустити, що це – спроби митців відтворити єдність буття.

Якщо так, то треба визнати, що у новелах Аготи Крістоф бачимо буття розірване, дисгармонійне, загадкове, тривожне, де концепти «*червоні хмари*», «*товсті жінки*», «*голі діти*», «*п'яний чоловік, що впав у потік*», «*покинутий та не віднайдений «дім» в «бідному кварталі великого міста*», «*нескінченні темні вулиці, завіяні вітром*», «*старий будинок*», «*життя як «поганий сон*», «*потяги «без рейок*», «*без надії*», «*що летять «крізь мертві поля*», «*хлопчик, який дивиться на*

луну, а бачить майбутнє», «бежево-золотиста пума, яка їсть тільки душі», «канал, що навкруги міста і яким кружляють мерці, наче душі минулого», «чиста вода спо-

кути» породжують конотативні ряди, згідно з їх естетичною природою та індивідуальним чуттям митця, навіть якимись його інтимно-сугестивними механізмами.

Dans une grande ville, car dans les petites villes n'ont que quelques maisons de déshérités, seules les grandes villes possèdent des rues et des rues sombres à l'infini où se tapissent des êtres semblables à moi.

Dans ces rues, je marcherai vers ma maison. Je marcherai dans ces rues fouettées par le vent, éclairées par la lune.

Des femmes obèses, prenant le frais, me regarderont passer sans mot dire. Moi, je saluerai tout le monde, remplie de bonheur. Des enfants presque nus rouleront dans mes jambes, je les soulèverai en souvenir des miens qui seront grands, riches, et heureux quelque part. Je les caresserai, ces enfants de n'importe qui, et je leur offrirai des choses brillantes et rares. Je relèverai aussi l'homme ivre, tombé dans le ruisseau, je consolerai la femme qui court, hurlant dans la nuit, j'écouterai ses souffrances, la calmerai.

У великому місті, оскільки в маленьких містечках є лише кілька будинків для нужденних, тільки у великих містах є нескінченні темні вулиці, де ховаються такі, як я.

По цих вулицях я піду до свого будинку. Я пройдусь цими вулицями, завіяними вітром, освітленими місяцем.

Товсті жінки, що вийшли подихати свіжим повітрям, будуть спостерігати, як я проходжу, не кажучи ні слова. Я привітаю всіх, наповнена щастям. Майже голі діти будуть котитися в моїх ногах, я підніму їх на згадку про своїх, які будуть десь дорослими, багатими і щасливими. Я погладжу їх, цих дітей будь-кого, і дам їм блискучі та рідкісні речі. Я також підберу п'яного чоловіка, що впав у потік, втішу жінку, яка біжить, кричачи вночі, вислухаю її страждання, заспокою.

## Фрагм. 2. Новела «Chez moi» / «Вдома» зі збірки «Все одно»

Тексти Аготи Крістоф, як ми встановили, є відкритим дискурсом, з великим конотативним потенціалом, тому можемо лише попередньо накреслити ті світовідчуттєві чинники, котрі, на наш погляд, стоять сьогодні за особливостями письменницького синтаксису.

Під час перекладу ми намагалися як найточніше передати визначені нами мовно-стилістичні особливості тексту новели, які, на нашу думку, значною мірою зумовлені перш за все вимушеними відносинами авторки з французькою мовою, як це чітко простежується на прикладі (Фрагм. 3):

Arrivée chez moi, je serai fatiguée, je me coucherai sur le lit, n'importe quel lit, les rideaux flotteront comme flottent les nuages. Ainsi le temps passera.

Et sous mes paupières, passeront les images de ce rêve mauvais que fut ma vie.

Mais elles ne me feront plus mal.

Je serai chez moi, seule, vieille et heureuse.

Прийшовши додому, втомлена, я ляжу на ліжко, будь-яке ліжко, штори плістимуть, як хмари.

Так пройде час.

І під моїми повіками пройдуть образи цього поганого сну, яким було моє життя.

Але вони мені більше не зашкодять.

Я буду вдома, одна, стара і щаслива.

## Фрагм. 3. Новела «Chez moi» / «Вдома» зі збірки «Все одно»

Зазначимо, що твори Аготи Крістоф перекладені понад п'ятдесятьма мовами світу. Але українському читачеві доступна поки що тільки трилогія «Грубий зошит», видана у 2013 році видавництвом «Фоліо» та оцінена читачами як книга, від якої перехоплює подих.

Сучасні літературознавці (С.А. Джіанотті, Ш. Гайтс, А. Годар, І.Ю. Матвеева) вважають творчість Аготи Крістоф культурним і літературним феноменом угорської еміграції. Не заперечуючи цієї тези, ми воліємо все ж таки визначати Аготу Крістоф як письменницю франкофонії, а її твори як вельми цікаві зразки літератури французької мови.

Справді, література французької мови величезна, серед її представників такі все-світньо відомі постаті, як Семюель Бекет, Ежен Йонеско, Еме Сезер, Леопольд Седар Сангор, Маргеріт Юрсенар, Жак Брель, Жорж Сіменон, та багато інших талановитих митців. Письменники франкофонії пишуть французькою, не будучи французами. Французька мова або є їхньою рідною мовою (як для бельгійців Бреля та Сіменона), або вибирається ними вільно як мова їхньої творчості та самореалізації.

Агота Крістоф прийшла до письменництва французькою мовою, так би мовити, не за власним бажанням. Французька мова стала невід'ємною частиною її нової, «емігрантської» ідентичності: інша країна, інше життя, інше оточення, інша культура, інша мова. Французька мова стає спочатку загрозливим супротивником, адже вона, за свідченням Крістоф, вбиває її рідну мову. Крістоф до-

диться «протистояти», боротися, щоб «підкорити цю мову» [8, с. 24].

Показово, що до еміграції Агота Крістоф писала рідною угорською мовою і писала вірші, в еміграції вона пише французькою і пише драматургію та прозу. Віршів французькою в неї немає.

Під тиском обставин Аготі Крістоф довелося відновлювати свою ідентичність, прийняти чужу культуру, вивчити чужу мову, але саме завдяки цій мові вона зреалізувалася як письменниця, посівши гідне місце у світі літератури.

**Висновки.** Пам'ятаючи загальноприйняту, підтриману, зокрема, О.О. Потебнею [9], тезу про те, що мова є засобом та умовою формування думки, і з огляду на інтенсивний розвиток в останні десятиліття таких аспектів філології, як мовленнєва діяльність і проблеми тексту, воліємо наголосити на існуванні відповідних своєму часові ступенів висвітленості культурою будь-якого життєвого явища у творах – філософських, наукових, художніх.

У культурному різноманітті світу залучення кожної творчої особистості – філософа, науковця, митця-художника – у практику людської взаємодії стає потужним імпульсом у досягненні згоди.

Творчість і твори митців-інофонів, зокрема, художні тексти сучасної швейцарської франкомовної письменниці Аготи Крістоф, порушують стабільність стану нерозуміння/незнання та створюють нові значення/розуміння та когнітивні зв'язки, генерують творчі тенденції, які ведуть до зміни конотативного тону сьогодення.

## ЛІТЕРАТУРА

1. NRI: Corporate Philosophy. URL: [https://www.nri.com/en/company/c\\_philosophy](https://www.nri.com/en/company/c_philosophy) (дата звернення: 13.05.2023).
2. Брюховецький В.С. Ліна Костенко: нарис творчості. Київ : Дніпро, 1990. 159 с.
3. Agota Kristof. L'Analphabète. Genève : Éditions Zoé, 2004. P. 21.
4. Rosanna GORRIS CAMOS, "C'est égal": fragments d'une identité éclatée, entre fiction et autobiographie, à propos des dernières parutions d'Agota Kristof, Variations autour d'Agota Kristof, Publiforum, n. 13, pubblicato il 02/12/2010, consultato il 13/05/2023. URL: [http://www.farum.it/publifarum/ezone\\_articles.php?id=191](http://www.farum.it/publifarum/ezone_articles.php?id=191).
5. Isaaks W. Dialogue: the Art of Thinking Together. Crown Business, 1999. 448 p.
6. Лотман Ю. Текст у тексті. Слово. Знак. Дискурс. *Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст.* Львів : Літопис, 1996. С. 428–441.
7. Gojko Adzic. Bridging the Communication Gap. Lnd : Neuri Limited, 2009. 284 p.
8. Agota Kristof. L'Analphabète. Genève : Éditions Zoé, 2004. P. 24.
9. Потебня О.О. і проблеми сучасної філології. *Збірник наукових праць АН України, Ін-т мовознавства ім. О.О. Потебні.* Київ : Наукова думка, 1992, 214 с.



## REFERENCES

1. NRI: Corporate Philosophy Retrieved from: [https://www.nri.com/en/company/c\\_philosophy](https://www.nri.com/en/company/c_philosophy) (last accessed: 13.05.2023).
2. Bryukhovetsky, V. (1990). Lina Kostenko: A Sketch of Creativity. Kyiv: Dnipro, 159 p. [in Ukrainian].
3. Agota Kristof (2004). L'Alphabète. Genève, Éditions Zoé, p. 21.
4. Rosanna GORRIS CAMOS (2010). "C'est égal": fragments d'une identité éclatée, entre fiction et autobiographie, à propos des dernières parutions d'Agota Kristof, Variations autour d'Agota Kristof, Publifarum, n. 13, pubblicato il 02/12/2010, consultato il 13/05/2023. Retrieved from: [http://www.farum.it/publifarum/ezine\\_articles.php?id=191](http://www.farum.it/publifarum/ezine_articles.php?id=191).
5. Isaaks, W. (1999). Dialogue: the Art of Thinking Together. Crown Business, 448 p.
6. Lotman, I. (1996). Tekst u teksti. Slovo. Znak. Dyskurs [The Text Within the Text: Word, Sign, Discourse]. Antolohiya svitovoyi literaturno-krytychnoyi dumky KHKH st. L'viv: Litopys, S. 428–441 [in Ukrainian].
7. Gojko Adzic. (2009). Bridging the Communication Gap. Lnd: Neuri Limited, 284 p.
8. Agota Kristof (2004). L'Alphabète, Genève, Éditions Zoé, p. 24.
9. Potebnia O.O. i problemy suchasnoyi filolohiyi [Potebnia O.O. and the Issues of Modern Philology]: zbirnyk nauk. prats' AN Ukrayiny, In-t movoznavstva im. O.O. Potebni. Kyiv: Naukova dumka, 1992, 214 s. [in Ukrainian].

УДК 81'42.321.01:81

DOI <https://doi.org/10.32782/bsps-2023.2.3>

## ПОЛІТИЧНИЙ СИМВОЛІЗМ «ОДНІЄЇ НАЦІЇ» У РИТОРИЦІ БОРИСА ДЖОНСОНА

### **Микола Кулачинський**

кандидат політичних наук, доцент,  
доцент кафедри суспільних наук  
Одеського національного медичного університету  
пров. Валіховський, 2, Одеса, Україна  
[orcid.org/0009-0007-2359-3645](https://orcid.org/0009-0007-2359-3645)  
e-mail: [Nickvoyager@ukr.net](mailto:Nickvoyager@ukr.net)

### **Ольга Сікорська**

кандидат філологічних наук, доцент,  
завідувачка кафедри суспільних наук  
Одеського національного медичного університету  
пров. Валіховський, 2, Одеса, Україна  
[orcid.org/0000-0001-8528-4003](https://orcid.org/0000-0001-8528-4003)  
e-mail: [sikorska\\_olga@ukr.net](mailto:sikorska_olga@ukr.net)

### **Ольга Шаніна**

кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри суспільних наук  
Одеського національного медичного університету  
пров. Валіховський, 2, Одеса, Україна  
[orcid.org/0000-0001-5435-171X](https://orcid.org/0000-0001-5435-171X)  
e-mail: [shapina\\_od@ukr.net](mailto:shapina_od@ukr.net)

**Анотація.** Статтю присвячено дослідженню політичного символу «Єдина нація» у риторичі сучасного британського політика, мера Лондона, міністра закордонних справ Сполученого королівства Великої Британії та вреїті-реїт прем'єр-міністра від консерваторів Бориса Джонсона. Цей символ від часів Бенджаміна Дізраелі кінця XIX століття переріс у політичний міф, яким майже все XX століття користувалися обидві правлячі партії, як консерватори, так і лейбористи. Крім того, ми спромоглися проаналізувати шквальну критику на адресу Джонсона як з боку його однопартійців, так і його опонентів з боку лейбористів, які водночас висвітлювали його грубим, смішним та некомпетентним політиком, який, на їх думку, мало схожий на справжнього британця, але водночас підкреслювали в ньому достатню раціональність та розсудливість у його політичних діях. Враховуючи цілу низку характеристик, таких як ідіотизм, невігластво, сексизм, чоловічий чорний гумор з боку його біографів та журналістів, без сумніву можна стверджувати, що політик такого рангу заслуговує на особливу увагу науковців, оскільки ця постать обов'язково ввійде в історію і попереду ще багато буде суперечок з того, як такий людині як Борис протягом багатьох десятиліть вдалося протриматися на вищих посадах Великої Британії, і остаточно невідомо ким буде надалі Джонсон серед британського політичного істеблішменту.

**Ключові слова:** символізм, риторика, загальні вибори 2019 року, консерватизм однієї нації, Борис Джонсон, Консервативна партія.

## THE POLITICAL SYMBOLISM OF “ONE NATION” IN THE RHETORIC OF BORIS JOHNSON

### **Mykola Kulacynskyi**

*Ph.D., Associate Professor,  
Senior Lecturer at the Department of Social Sciences  
Odesa National Medical University  
Valikhovsky Lane, 2, Odesa, Ukraine  
orcid.org/0009-0007-2359-3645  
e-mail: Nickvoyager@ukr.net*

### **Olha Sikorska**

*Ph.D., Associate Professor,  
Head of the Department of Social Sciences  
Odesa National Medical University  
Valikhovsky Lane, 2, Odesa, Ukraine  
orcid.org/0000-0001-8528-4003  
e-mail: sikorska\_olga@ukr.net*

### **Olha Shanina**

*Ph.D., Senior Lecturer at the Department of Social Sciences  
Odesa National Medical University  
Valikhovsky Lane, 2, Odesa, Ukraine  
orcid.org/0000-0001-5435-171X  
e-mail: shanina\_od @ukr.net*

**Abstract.** *The article is devoted to the study of the use of the contemporary British politician, the Mayor of London, the Foreign Secretary of the United Kingdom of Great Britain and eventually the Prime Minister from the Conservatives, Boris Johnson, of the political symbol of “One Nation”, which since the time of Benjamin Disraeli at the end of the 19th century has turned into a political myth. which was used by both ruling parties, both the Conservatives and the Labor Party, for almost the entire 20th century. In addition, we were able to analyze the stormy criticism of Johnson both from his own party and from his opponents from the Labor side, who at the same time portrayed him as a rude, humorous and incompetent politician who, from their side, has little resemblance to a real British person, but at the same time, they emphasized sufficient rigidity, rationality and prudence in his political actions. Considering a whole series of unsightly words, such as idiocy, ignorance, sexism, male black humor from his biographers and journalists. Without a doubt, we can say that a politician of this stature deserves special attention from scientists, since the story of Boris will not be ignored and there will be many disputes ahead about how such a person as Boris managed to hold on to the highest positions in Great Britain for many decades, and it remains to be seen who will Johnson be in the future among the British political establishment.*

**Key words:** *rhetoric, symbolism, 2019 general election, one-nation conservatism, Boris Johnson, Conservative Party.*

**Постановка проблеми.** Поява та обґрунтування теорії «однієї нації» у британській політичній практиці. Трансформація теорії «однієї нації» протягом ХХ століття у політичний символізм при використанні передвиборчої риторики обома правлячими партіями на загальних виборах. Певний політичний підкуп представників різних верств населення країни з такими гаслами як «єдина нація», «єдиний уряд». Переростання політичного символу «Єдина нація» у політичний міф на початку ХХІ століття. Феномен перемоги Бориса Джонсона у справі Brexit

та призначенні його прем'єр-міністром Великобританії використовуючи старі посилання на консерваторів однієї нації та формування уряду однієї нації.

**Актуальність** обраної теми зумовлена потребою системного аналізу промов Бориса Джонсона у справі Brexit та під час його передвиборних перегонів, де, за словами його колег та опонентів, він в ніякому разі не міг опинитися на лаві переможців.

**Метою дослідження** є з'ясування певних індивідуальних політичних якостей Бориса Джонсона, специфіки його промов у полі-

тичній практиці. Для реалізації зазначеної мети поставлено такі **завдання**: охарактеризувати певну специфіку політичної діяльності Бориса Джонсона, який за допомогою своїх специфічних фразеологізмів зумів витягнути з архівної полиці політичний міф «єдина нація» та за допомогою нього виграти прем'єрське крісло у 2019 році.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Борис Джонсон був і є ключовою фігурою у британській політиці. Саме він, будучи ще мером Лондона, виступав одним з прибічників руху за вихід Сполученого королівства Великої Британії зі структур Євросоюзу, отримавши пізніше назву Brexit. У багатьох спостерігачів за життєвим шляхом Бориса склалося неоднозначне розуміння і навіть певне протиріччя в його оцінці.

Так, Шон О Грейді пише, що Борис Джонсон ідіот. В основному його вважають достатньо розумною людиною, яка маскується під ідіота, тому що йому це подобається, і, це подобається виборцю. Але Шон також запитує себе: «А чи може так статися, що він насправді ідіот, який маскується під розумну людину? Чи у сучасній політиці сучасній людині, яка претендує бути політиком, має бути декілька шарів психологічного характеру» [1].

Треба сказати, що саме англійське слово “idiot” має декілька значень. В першу чергу ідіотом може бути не проінформована людина, або людина, яка не володіє інформацією. Також ідіотом може бути людина з низьким рівнем інтелекту, або просто слабкохарактерна людина, і вже в останню чергу людина, яка має певні психологічні вади. Чи можна приписати всі ці риси Борису Джонсону? Звичайно ні. Секрет полягає у тому, що Борис як досвідчений політик неординарний і певною мірою «незвичний англієць» для типового британського політичного істеблішмента.

На нашу думку, це пов'язано з тим, що Джонсон має звичку грубо жартувати. Ці жарти для багатьох «чопорних» британців є обурливими і, можливо, іронічними криголамами. При нагоді його противники про це постійно нагадують різними засобами.

Джонсон не може бути першим політиком, якого, як може здатися, вразила дурість вставати перед величезним натовпом, щоб репетирувати «державні» банальності, але він, безумовно, новатор у тому, що видає це через

свідому самопародію, перемир'я посмішки, що грає на його балакучих губах.

Надзвичайно важко не згадати цитату про те, що жінки вступають до університету, тому що «їм потрібно знайти чоловіків, щоб вийти заміж» у фірмовому незграбному тоні Джонсона. Це був такий собі безтурботний жарт чудакуватої людини, оскільки сам автор пише, що можна з упевненістю сказати, що в його словах не було справжньої злості чи навіть засудження [1].

Однак саме з цієї причини маю проблеми зі старим добрим БоДжо. Він так довго майстерно культивував – не помиляйтесь, у цьому немає нічого випадкового – свою персону збудливого дивака, що часом майже здається, що він артист пантоміми, який випадково натрапив не на ту сцену і виявив, що керує столицею країни. Надзвичайно важко примирити незграбного, ідіотського вченого з безжальним політиком, котрий здобув освіту в Ітоні та Оксбриджі, яким Джонсон є на поверхні [2].

З усього сказаного вимальовуються такі слова як незвичайний, нестандартний, дивакуватий, незграбний, некомпетентний, самовдоволений, невиразно промовляючий.

Найрозгромніший вердикт Борису виніс його колишній друг та экс-колега по кампанії “Brexit” Майкл Гоув, який заявив, що Борис не може бути «капітаном команди» цієї кампанії. Отже, саме Гоув провалив заявку Бориса бути лідером у цій кампанії. Нагадаємо, що коли тільки розпочинався рух “Brexit” Борис був фаворитом.

Треба сказати, що за свою каденцію прем'єр-міністра Борис Джонсон був мабуть найрозумнішою людиною за столом кабінету міністрів, за винятком, можливо, Гоува. Нам більше, ніж будь-коли, потрібен хтось із досить значним інтелектом, щоб втілити у практику Brexit, але Борис не був відповідальним за це.

Парадокс у тому, що, як і в багатьох інших речах, його найбільша сила полягає в його непропорційній вірі в те, що для нього найважливіше – це віра у самого себе. Чимало британських політиків (і Борис не є винятком) намагаються у своїх діях виробити спільні риси з У. Черчиллем. Тобто, як і Черчилль, вони розглядають політичні партії просто як засіб реалізації своїх політичних амбіцій. Протягом своєї довгої кар'єри

Джонсон також приймав і кидав справи так само просто, як нібито інші чоловіки підбирали і кидали коханок. Зараз все вкрито пилом, але свого часу це були важливі речі, що викликали розбіжності – Індія, Едуард VIII, профспілки, придатність Лейбористської партії до управління, держава загального добробуту, Радянський Союз – і всі питання, за якими його кумир Черчилль практикував протилежні дії, вони, як правило, з роками розглядалися влучними і правильними. Саме таких дій дотримується у своєму правлінні Борис Джонсон.

Brexit та кампанія – це лише один з інструментів для політичних амбіцій Бориса. У 2015–2016 роках він зрозумів, що Brexit був найкращим способом потрапити до кабінету Камерона та закріпити за собою статус майбутнього лідера, бо він не розраховував на перемогу на референдумі. Ви пам'ятаєте, зрештою, що він написав ті дві газетні статті про діаметрально протилежні погляди, щоб допомогти собі прийняти рішення.

Консерватори при владі, у тому числі і Борис, розглядали Brexit в якості певного шантажу, за допомогою якого можна досягти більш вигідної угоди всередині ЄС, саме так вибудовував свої політичні промови й Борис.

Гоув неодноразово натякав йому на ідеологічну гнучкість, коли минулого року виступав на партійних з'їздах проти Джонсона. Гоув – дуже давній і майже релігійно переконаний антиєвропеець, який дотримується своїх принципів. Джонсон був скоріше користувачем, ніж віруючим. Й досі ми маємо сумніви, що насправді Борис Джонсон думає про Brexit. Його проблема в тому, що, на відміну від більшості політичних фанатиків, Brexit може зруйнувати його партію чи країну або, що важливіше, його кар'єру.

З точки зору політичної риторики Джонсона бачимо певний місток до символічної політики як особливого різновиду політичної комунікації, в якій грубі жарти, ідіотичність може брати гору над раціональним мисленням. Перетворення символічної риторики у своєрідний капітал, що здатен примножуватися, якщо це подобається електоральній більшості або зменшуватися, якщо проглядається певна його інфляція в очах виборця.

Символічна експресивність Джонсона була спрямована на звеличення суспільної

уваги, створення певних мотивів до схвалення виборцями дій.

Символічна риторика Бориса для політичної еліти Великобританії представляла собою певний різновид шоу-бізнесу, створювала певним чином «політичний театр», який був свого роду рентгеном в уподобаннях британської публіки, і тут у нагоді й стає дивакуватість, гнучкість і грубість у здійсненні політичних п'єс.

Ми й досі не маємо чітких визначень політичної мови. Скоріш за все ми говоримо про політичний дискурс, політичну комунікацію, суспільно-політичну мову, мову для публічної сфери тощо. Все це і є сукупністю дискурсивних практик, які й формують політичну комунікацію.

Та у будь-якому разі, враховуючи українські реалії, він був першим ініціатором надання Україні високотехнологічної зброї під час війни з росією, коли ще не було у багатьох європейських та британських еліт чіткого уявлення про подальше існування нашої країни на початку війни. Людина, яка продавала заскарузлу британську візову систему про прийняття сотні тисяч українських біженців до Великобританії (справа у тому, що ця країна єдина серед європейських країн, що не приймає без виклику родичів, або візи біженців, навіть у критичній ситуації для останніх), не може бути паяцом чи ідіотом.

Він, як і будь який британський політик, мріяв ще зі студентства стати прем'єр-міністром. Будучи дрібним чиновником у Оксоні, він не приховував свого бажання колись стати керманічем держави, порівнюючи себе з такими персонами як Гладстон чи Дізраелі. Після загальних виборів 2019 року, враховуючи факт вражаючої перемоги, це прагнення стало можливим. Саме завдяки його ексцентричності Консервативна партія отримала найбільше місць у парламенті. В останній раз щось подібне ми спостерігали у 1987 році. І вже після виборів Джонсон поклявся створити «уряд однієї нації».

«Ми маємо визнати неймовірну реальність того, що тепер ми виступаємо як Консервативна партія єдиної нації буквально для всіх, від Уокінга до Уоркінгтона; від Кенсінгтона, я з гордістю можу сказати, до Південного Клівда; від Суррей-Хіта до Седжфілда; від Вімблду до Вулверхемптона» [3]. У послідовній політиці, Джонсон в якості прем'єр-міністра

наголосив про доктрину однієї нації, термін, що мало використовувався під час виборчої кампанії, оскільки був повністю відсутній у консервативному маніфесті і був зосереджений переважно на Brexit [4].

Консерватизм однієї нації можна охарактеризувати як прогресивну спробу поєднати «співчуття та компетентність». Ця доктрина сьогодні є однією з гілок консерватизму і була видумана Бенджаміном Дізраелі, якого Джонсон регулярно цитує в якості взірця своєї політики. Нагадаємо, що Бенджамін Дізраелі був прем'єр-міністром у 1868 році, а потім знову з 1874 по 1880 роки і залишив незабутній відбиток у британській політиці, який часто зображується, як яскравий письменник і проникливий політик, здатний зачарувати королеву Вікторію. У своєму знаменитому романі «Сибіл», опублікованому в 1845 році, Дізраелі класно описав Британію як «дві нації; між якими немає спілкування та немає симпатії; які настільки ж неосвічені у звичках, думках і почуттях один одного, наскільки вони були б мешканцями різних зон або мешканцями різних планет (...) багатих та бідних» [5, р. 70]. Він вважає, що консерватори можуть допомогти подолати цей розрив. Для цього необхідно було зробити важливі інвестиції в інфраструктуру, доступ до охорони здоров'я, освіти, щоб допомогти робітничому класу наздогнати рівень життя більш привілейованих членів суспільства. Дізраелі був одним із перших членів консервативної партії, який передбачив, що консерватизм може апелювати до нації в цілому, а не лише до земельних інтересів, – теза, яка на той час заперечувалась у його власній партії, оскільки він ставив під сумнів кредиторське існування двох націй (заможних і бідних). Пізніше новий прем'єр-міністр Гладстон заявить, що він «підтримує маси проти класів», Дізраелі говорив, що природний союз між вищими класами та масами робить його тип консерватизму народним типом торизму для однієї нації» [5, р. 71].

Коли Джонсон заявив, що за результатами виборів він формує уряд однієї країни, він таким чином давав обіцянку – нівелювати соціальну нерівність – але він також просто описував фактичну ситуацію. Щоб зрозуміти його обіцянку єдиної нації, ми маємо звернутися до результатів виборів. Переважна більшість британців у всьому королівстві

дозволили йому зайти на Даунінг-стріт – 10. Вперше за десятиліття консервативному кандидату вдалося отримати голоси робітничого класу. Борис Джонсон де-факто є консерватором однієї нації в тому сенсі, що він зміг звернутися як до найбагатших, так і найбільш економічно збиткових регіонів країни.

Використання Джонсоном політичної міфологеми єдиної нації можна вважати як серйозну обіцянку проводити більш соціально щедру політику. Так, 13 грудня 2019 року він заявив, що як тільки Brexit буде успішно завершено, він, нарешті, зможе зосередитися на долі Національної служби охорони здоров'я (NHS), і пообіцяв, що: «Це консервативний уряд однієї нації значно збільшить наші інвестиції в NHS, службу охорони здоров'я, що буде представляти тільки все найкраще для країни, з єдиною прекрасною ідеєю про те, що ким би ми не були – багатими, бідними, молодими, старими – NHS поруч із нами, коли ми хворі, і щодня ця служба буде творити чудеса. І саме тому NHS є головним пріоритетом цього консервативного уряду однієї країни» [4]. Обіцянки фінансувати NHS перегукувались з акцентом кампанії Leave на NHS, відбиваючи прихильність країни до цієї установи [4]. Джонсон також пообіцяв припинити жорстку економію, як тільки його буде обрано, що передбачає ширшу прихильність до політики єдиної нації.

Щоб показати, що він серйозно налаштований, через тиждень після результатів він пообіцяв збільшити бюджет NHS на 34 мільярди фунтів стерлінгів протягом свого терміну. Це узгоджується з його заявою про те, що він «відшкодує» надані голоси: «Я хочу звернутися безпосередньо до тих, хто зробив це можливим, і до всіх, хто голосував за нас вперше, до всіх тих, чії олівці можливо, вагалися через бюлетені і чули голоси своїх батьків, бабусь і дідусів, що тривожно шепотіли їм на вухо. Я дякую вам за довіру, яку ви надали нам і мені, і ми будемо працювати цілодобово, щоб виправдати вашу довіру і реалізувати ваші пріоритети» [4]. Один із способів ефективно відплатити більшій кількості знедолених виборців – це масово інвестувати у неблагополучні райони, а саме Мідлендс та північному сході Англії. У перші дні свого обрання Борис, здавалося, робив значні кроки у цьому напрямі. Наприклад, у грудні в Седжфілді, колишньому місці Тоні Блера,

він оголосив про «витрати», щоб задовольнити потреби своїх нових консервативних виборців, використовуючи фонд у розмірі 80 мільярдів фунтів стерлінгів для витрат на інфраструктуру у Північній Англії [4].

Щоб зрозуміти глибину післявиборчої обіцянки Джонсона створити одну націю, нам тепер потрібно вивчити точний ідеологічний зміст консерватизму однієї нації. Замість справжньої прихильності до поглядів Дізраелі це часто розпливчата крилата фраза для опису політики, що більш відповідає центристським чи лівим інтересам. Як стверджує Роберт Волш, «політики, як правило, зверталися до духу Дізраелі, коли намагалися приєднатися до прогресу або респектабельності в Консервативній партії, обстоюючи необхідність апеляції за межами основного природного голосування партії, відкидаючи клас як бажану основу для партійно-політичних поділів, співробітництва та гармонії у виробничих відносинах, виправдовуючи політику соціальних та інших реформ або висловлюючи стурбованість тяжким становищем бідняків» [5, р. 77]. Інакше кажучи, термін «єдина нація» говорить про спробу залучити виборців, які зазвичай не голосують за консерваторів, і, отже, він виправдовує фінансування соціально щедрих реформ, щоб умовити їх. Далі Волш стверджує, що «популярна думка про Консервативну партію «Єдиної нації» є діловим і професійним знаряддям у кар'єрі британського політика, уважним до питань соціальної політики та підкреслює гідність «безкласовість» та рівність можливостей [5, р. 78]. Джонсон, банально використав одну з британських політичних міфологем про «Єдину націю» для зміцнення своєї народної підтримки, яка була вкрай необхідна щодо переговорів Brexit, так і після важких розбіжностей у суспільстві після референдуму щодо Brexit у 2016 році.

Джонсон не перший після свого уславленого попередника Дізраелі, який заявляє про себе як про консерватора однієї нації. З часу перебування останнього при владі багато консерваторів називали себе такими, представляючи іноді меншість у партії, іноді домінуючу більшість. Історія цієї британської міфологеми британських правих відбиває трансформації британського політичного спектру. Після патерналістського консерватизму Дізраелі наприкінці XIX століття пар-

тія торі прийняла догму нестримної вільної торгівлі та відмовилася від консерватизму однієї нації. З того часу ця ідеологія то входила, то виходила з моди.

Активно цю політичну міфологему про «єдину націю» почав реабілітовувати наступник Маргарет Тетчер Джон Мейджор, який вибрав курс на безкласове суспільство, а потім несподівано вона була перехоплена Лейбористською партією. Успішно її використовувати почав лейбористський прем'єр-міністр Тоні Блер. Ця політична ідеологія принесла йому і його партії перемогу на загальних виборах 1997 року. Вже у 2012 році, новий лейбористський лідер Ед Мілібенд перейменував свою партію на «лейбористську партію однієї нації» [9]. Намагаючись трохи змістити партію вліво та перемогти на виборах 2015 року після нищівної поразки його партії у 2010 році.

Вже новий лідер консервативної партії Девід Камерон зробив те саме, і співчутливий консерватизм однієї нації помітно повернувся до консервативної партії в середині 2010-х років. Як пише Аньєс Олександр-Кольє, починаючи з 1965 року консервативна партія перетворювалася періодично на «партію загального охоплення» в тому сенсі, що вона широко і щиро пропагує міфологему однієї нації у соціальних мережах своїх виборців [10]. Камерон з успіхом прийняв її і застосував до всіх можливих аспектів управління.

У чому є нещирість гасла «єдиної нації»? На думку Девіда Сірайта використання ідеології єдиної нації в консервативній партії було стратегією, яка «сприяла процесу деполітизації» [10]. Ця крилата фраза використовувалася, щоб припустити, що партія працює на націю загалом, а не на конкретний клас, щоб придушити розбіжності. У певному сенсі всюди-сутність даної ідеї полягає у тому, що нібито без неї альтернативи немає. Метою цього символізму було те, щоб переконати виборців у тому, що уряд діє раціонально, а не проводить політику, яка віддає перевагу одному класу чи групі осіб перед іншими. Вона слугує певним чинником у придушенні антагонізму серед широких верств населення. Старий консервативний міф про «Єдину націю» насправді втратив своє аутентичне значення. Так, ще у далекому 2003 році претенденти на лідерство у консервативній партії

Ян Дункан Сміт та Кен Кларк, дотримувалися радикально протилежних поглядів, причому вони говорили, що є консерваторами однієї нації [10]. Сьогодні політичний міф про «Єдину націю» жодним чином не передбачає справжньої прихильності до центристської, патерналістської політики, і обіцянку Джонсона про уряд «єдиної нації» слід читати між рядками, яку ми ще покажемо у нашій статті.

Отже, враховуючи цей старий політичний символ «однієї нації» політичні партії Великобританії використовували його, як певний політичний прийом задля отримання влади, ніж розглядали його як реальне зобов'язання. Не винятком тут є і Борис Джонсон його промова про «єдиний уряд однієї нації» також не виглядає щирою з декількох причин. По-перше, у своїй боротьбі за владу перед виборами він опинився у гострій опозиції офіційній однонаціональній консервативній групі у парламенті. Колишні його колеги Філіп Хаммонд і Кен Кларк, онук Уїнстона Черчилля Ніколас Сомс, Ембер Радд, Рорі Стюард, який був попереднім претендентом на посаду лідера партії торі, були серед 21 депутатів-консерваторів, які були позбавлені права обрання у вересні 2010 року. Вони були частиною єдиної нації. закриті збори сформувалися у березні 2019 року. Їхні кандидатури були зняті, тому що вони виступали проти припинення роботи парламенту, побоюючись, що Джонсон намагався досягти більш жорсткими методами Brexit [10]. Тут можна скільки завгодно волати до духу Дізраелі, але вигнання депутатів, які все життя були прихильниками соціально співчутливого напрямку консерватизму, який передбачає інструменталізацію торі однієї нації. Деякі з цих виключених кандидатів виступили проти Джонсона, тому що вони є в якійсь мірі прибічниками не поривання зав'язків з Євросою-

зом і по справжньому побоювалися жорстких дій Бориса у питаннях про Brexit, який матиме катастрофічні наслідки з погляду зайнятості та соціальної нерівності населення країни.

На думку Джона Беркоу, старий символізм «Єдиної нації» для Бориса Джонсона був єдиним політичним компасом у задоволенні власних політичних амбіцій. Він (Борис Джонсон) скоріш за все буде насамперед прагматиком, навіть якщо це означатиме відмову від своїх обіцянок [8]. Крім того, Борис, на думку того ж Беркоу зайде в історію найгучнішим та найскандальнішим британським прем'єр-міністром сучасності.

**Висновки та перспективи подальших розробок.** Аналіз використання певних політичних символізмів у політичній риторичі Бориса Джонсона показав досить нестандартний, а в багатьох випадках суперечливий, як для британського політика образ. Неприятні для британця такі якості як дивакуватість, ідіотизм, комічність, невігластво некомпетентність, жорстокість та харизматичність Бориса через праці біографів та журналістів роблять його багатогранною фігурою у політичному істеблішменті Великобританії. До Джонсона можна застосувати два протилежних поняття – це любов і ненависть. Прагматичний політик вдало поєднує у собі грубість по відношенню до своїх опонентів та сексизм до політиків протилежної статі. Джонсон набрав багато прихильників серед виборців, в очах яких він бачиться водночас простим хлопцем та чутливим чоловіком до знедолених людей Великобританії, але разом з цим продовжує зберігати типову британську раціональність, особливо у фінансових питаннях. Багатогранність особи Бориса представляє собою цікавий та цінний матеріал з точки зору особливостей британського політичного дискурсу та потребує подальшого дослідження.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Шон О'Грейді Решта світу, схоже, зрозуміла, що Борис Джонсон – це жарт – чи не час нам це зробити також? *Індепендент*. Середя 30 серпня 2017 року. URL: <https://www.independent.co.uk/voices/boris-johnson-joke-eu-donald-trump-churchill-leave-campaign-michael-gove-a7920416.html>
2. Метт Клаф Борис Джонсон: Вовк в одязі клоуна. URL: [https://www.huffingtonpost.co.uk/matt-clough/boris-johnson-wolf-clowns-clothing\\_b\\_3568557.html](https://www.huffingtonpost.co.uk/matt-clough/boris-johnson-wolf-clowns-clothing_b_3568557.html)
3. Маніфест Консервативної та Юніоністської партії 2019 року. Запропоновано Аланом Мабутом від Консервативної та Юніоністської партій, які знаходяться за адресою: Метью Паркер-стріт, 4, Лондон, SW1H 9HQ. URL: [https://assets-global.website-files.com/5da42e2cae7ebd3f8bde353c/5ddaa257967a3b50273283c4\\_Conservative%202019%20Costings.pdf](https://assets-global.website-files.com/5da42e2cae7ebd3f8bde353c/5ddaa257967a3b50273283c4_Conservative%202019%20Costings.pdf)
4. Виступ Прем'єр-міністра на Даунінг-стріт: 13 грудня 2019 року прем'єр-міністр Борис Джонсон зробив свою першу заяву після повернення на Даунінг-стріт. Від: Офіса Прем'єр-міністра,



- Даунінг-стріт 10. Опубліковано 13 грудня 2019 р. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pm-statement-in-downing-street-13-december-2019>
5. Роберт Волша «Група Одної нації та новий консерватизм, 1950–2002 рр.». Сучасна Британська історія Лондон, 2003 р. С. 69–83.
  6. Хаттерсли Рой, Гіксон Кевін. Шлях соціалізму: Сучасна Британська соціал-демократія. Лондон, 2013. С. 213–231.
  7. Олександр-Кольє, Аньєс, Внутрішня демократизація Консервативної партії або як знову стати «партією, що охоплює всіх». *Оглядач британського суспільства*. 2007, № 4. С. 35–47.
  8. Вибори щодо Брекзиту, частина 1 (21:00), на Скай Новинах. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CISRXPwnnlk>
  9. Сер Джон Мейджор звинувачує Домініка Каммінгса в «отруєнні» політики в тонко завуальованих нападах. *Independent*. Friday 06 September 2019. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/john-major-dominic-cummings-cbi-speech-brexit-no-deal-conservatives-a9093906.html>
  10. Іен Дункан Сміт: Зростання заробітної плати показує, що уряд однієї країни допомагає працюючим людям. Опубліковано 12 серпня 2015 року URL: <https://www.gov.uk/government/news/iain-duncan-smith-wage-rises-show-one-nation-government-helping-hardworking-people>

## REFERENCES

1. Sean O’Grady The rest of the world seems to have realised that Boris Johnson is a joke – isn’t it about time we did too? *Independent*. Wednesday 30 August 2017. URL: <https://www.independent.co.uk/voices/boris-johnson-joke-eu-donald-trump-churchill-leave-campaign-michael-gove-a7920416.html>
2. Matt Clough Boris Johnson: A Wolf in Clown’s Clothing URL: [https://www.huffingtonpost.co.uk/matt-clough/boris-johnson-wolf-clowns-clothing\\_b\\_3568557.html](https://www.huffingtonpost.co.uk/matt-clough/boris-johnson-wolf-clowns-clothing_b_3568557.html)
3. The Conservative and Unionist Party Manifesto 2019. Promoted by Alan Mabbutt on behalf of the Conservative and Unionist Party, both at 4 Matthew Parker Street, London, SW1H 9HQ URL: [https://assets-global.website-files.com/5da42e2cae7ebd3f8bde353c/5ddaa257967a3b50273283c4\\_Conservative%202019%20Costings.pdf](https://assets-global.website-files.com/5da42e2cae7ebd3f8bde353c/5ddaa257967a3b50273283c4_Conservative%202019%20Costings.pdf)
4. Speech PM statement in Downing Street: 13 December 2019 Prime Minister Boris Johnson made his first statement upon returning to Downing Street. From: Prime Minister’s Office, 10 Downing Street and The Rt Hon Boris Johnson MP Published 13 December 2019. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pm-statement-in-downing-street-13-december-2019>
5. Robert Walsha “The One-nation Group and N Conservatism, 1950–2002” *Contemporary British History*, London, 2003, p. 69–83.
6. Hattersley, Roy & Hickson, Kevin, *The Socialist Way: Social Democracy Contemporary Britain*, London, 2013, p. 213–231.
7. Alexandre-Collier, Agnès, La démocratisation interne du Parti conservateur ou comment (re) devenir un “parti attrape-tout”. *Observatoire de la Société Britannique*, 2007, vol. 4, p. 35–47.
8. The Brexit Election, Part 1 (9pm-midnight), on Sky News, available at: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CISRXPwnnlk>
9. Sir John Major accuses Dominic Cummings of ‘poisoning’ politics in thinly-veiled attack. *Independent*. Friday 06 September 2019. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/john-major-dominic-cummings-cbi-speech-brexit-no-deal-conservatives-a9093906.html>
10. Iain Duncan Smith: Wage rises show one nation government helping hardworking people Published 12 August 2015. URL: <https://www.gov.uk/government/news/iain-duncan-smith-wage-rises-show-one-nation-government-helping-hardworking-people>

UDC 801.81.398.23

DOI <https://doi.org/10.32782/bsps-2023.2.4>

## INTERVIEW AS A SOURCE OF LANGUAGE COMMUNICATION DEVELOPMENT IN THE UKRAINIAN INFORMATION SPACE

### **Ivan Nenov**

*Honored Journalist of Ukraine,  
Candidate of Political Sciences,  
Associate Professor of the Department of Pre-university Training  
Odessa National Maritime University  
34, Mechnikova str., Odesa, 65125, Ukraine  
<https://orcid.org/0000-0002-4312-7082>  
[kafedrafris@gmail.com](mailto:kafedrafris@gmail.com)*

### **Viktoriiia Nogai**

*Senior Lecturer at the Department of Pre-university Training  
Odessa National Maritime University  
34, Mechnikova str., Odesa, 65125, Ukraine  
[viktoriya\\_n@ukr.net](mailto:viktoriya_n@ukr.net)*

### **Natalia Kurasova**

*Lecturer of the Department of Pre-university Training  
Odessa National Maritime University  
34, Mechnikova str., Odesa, 65125, Ukraine  
<https://orcid.org/0000-0001-8672-0110>  
[yxnatali@gmail.com](mailto:yxnatali@gmail.com)*

**Abstract.** *The article reveals the phenomenon of the interview as a dialogic genre in the media. The authors use the theory, practice of journalistic skills and sociological research to create a new classification of interview types; and specify conditions under which an interview takes place. Particular attention is paid to the interview-portrait, which belongs to television journalistic narratives. The features of an interview-portrait and its subtypes are presented.*

*The article describes how to create this genre in accordance with the requirements of the psychology of the relationship between the interviewer and the interviewee, and how to use deduction and induction methods to prepare an interview-portrait.*

*The authors consider various aspects of preparing and conducting an interview-portrait, paying attention to the interviewee's rhetoric, his verbal and non-verbal communication in order to convey to the viewer the most complete and objective picture of the hero's life and thoughts. The authors also conclude that all types of interviews have common requirements.*

*In the article, the authors emphasize that professional journalists must adhere to language norms and standards to ensure clear and understandable statements, and the use of specifically Ukrainian words contributes to the preservation and development of the Ukrainian language.*

*The study resulted in the systematization of different types of interviews and the development of a methodology for preparing and conducting a portrait interview.*

*The article is a useful source for journalists, lecturers and students of journalism who want to increase their knowledge and skills in conducting interviews, including portrait interviews.*

**Key words:** *conversation, dialog, discussion, dialogic genres, interview, interview-portrait, deduction and induction methods, language literacy, language communication, language culture, television narratives.*

## ІНТЕРВ'Ю ЯК ДЖЕРЕЛО РОЗВИТКУ МОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

### **Іван Ненов**

заслужений журналіст України,  
кандидат політичних наук,  
доцент кафедри довузівської підготовки  
Одеський національний морський університет  
вул. Мечникова, 34, м. Одеса, 65125, Україна  
<https://orcid.org/0000-0002-4312-7082>  
[kafedrafris@gmail.com](mailto:kafedrafris@gmail.com)

### **Вікторія Ногай**

старший викладач кафедри довузівської підготовки  
Одеський національний морський університет  
вул. Мечникова, 34, м. Одеса, 65125, Україна  
[viktoriya\\_n@ukr.net](mailto:viktoriya_n@ukr.net)

### **Наталія Курасова**

викладач кафедри довузівської підготовки  
Одеський національний морський університет  
вул. Мечникова, 34, м. Одеса, 65125, Україна  
<https://orcid.org/0000-0001-8672-0110>  
[uxnatali@gmail.com](mailto:uxnatali@gmail.com)

**Анотація.** Стаття розкриває феномен інтерв'ю як діалогічного жанру в засобах масової комунікації. Автори використовують теорію, практику журналістської майстерності та соціологічні дослідження для створення нової класифікації видів інтерв'ю, зазначають умови, за яких відбувається інтерв'ю. Особливу увагу приділено інтерв'ю-портрету, який належить до теленупубліцистичних нарисів, презентовано ознаки інтерв'ю-портрета та його підвиди.

Стаття описує, як створити цей жанр за вимогами психології взаємин між адресантом та адресатом, та як використовувати методи дедуції-індукції для підготовки інтерв'ю-портрета.

Автори розглядають різні аспекти підготовки й проведення інтерв'ю-портрета, звертаючи увагу на риторичну адресата, його вербальні та невербальні комунікації, щоб донести до глядача якнайбільш повну та об'єктивну картину життя та думок героя, а також дійшли висновку, що до всіх видів інтерв'ю є спільні вимоги.

У статті автори акцентують увагу на тому, що журналісти-професіонали повинні дотримуватися мовних норм та стандартів, аби забезпечити чітке та зрозуміле висловлювання, а використання питомих українських слів сприяє збереженню та розвитку української мови.

Результатом дослідження стала систематизація різних видів інтерв'ю та розроблення методики підготовки й проведення інтерв'ю-портрета.

Стаття є корисним джерелом для журналістів, викладачів та студентів журналістики, які бажають збільшити свої знання та навички у проведенні інтерв'ю, зокрема, інтерв'ю-портретів.

**Ключові слова:** бесіда, діалог, дискусія, діалогічні жанри, інтерв'ю, інтерв'ю-портрет, методи дедуції-індукції, мовна грамотність, мовна комунікація, мовна культура, телевізійний нарис.

**Problem setting.** In the modern world the dialogic genre of interview is becoming more and more popular, especially in electronic media, which occupy a significant place in our life. However, in order for the interview to be effective and high-quality, it is necessary to take into account the requirements for its construction. One of the main conditions of communicators is adherence to the theory of language interaction, which ensures people's communication and minds.

Research goal is to reveal the phenomenon of the interview as a dialogic genre in the means of mass communication and to emphasize that the interview is also a source of communication development in the Ukrainian information space.

From the point of view of linguistics, the participants of the conversation should adhere to the literary norm and avoid Russianisms, Anglicisms and the Ukrainian-Russian hybrid

language “Surzhyk” in conversation. Building the dramaturgical interview, in order to make sense of the dialogue, it is necessary to consider the correct strengthening of words and intonation, focusing on cohesion, coherence and emphasis.

Based on the theory and practice of journalism, certain sociological and linguistic studies, the aim is to create a new classification of types of interviews. Special attention should be paid to the interview-portrait, which belongs to telejournalistic narratives and methods of improving literacy among communicators.

The authors of the article consider that the structure of interview in mass media requires a specific approach that takes into account the peculiarities of this genre and the interaction of its participants in the digital environment. The application of optimal methods and techniques of interview structure can help ensure effective language communication and a positive result for both communicators in the Ukrainian information space.

The research of interview genre in mass media is relevant and interesting for many Ukrainian scientists and contributes to improving the quality of journalistic materials in Ukraine and abroad. Among them is N. Symonina, who highlights the issue of creating a classification of modern television interviews in her research. Taking into account the generalization of the experience of world researchers in journalism, language and communication and the practice of using different types of interviews in World and Ukrainian television, the researcher provides arguments for the necessity of creating a classification of interviews by form, content and tone [1].

Oksana Harachkovska interprets the genre features of the interview, where the theoretical and methodological basis of the research is the researches of modern media experts. In particular, I. Artamonova investigates the specific aspects of genre creation in the mass media. Manifestation of multimedia in the adaptation of informational genres on the Internet is studied by N. Vygovska. T. Popova devoted her research to the study of the television interview from the standpoint of semantic and pragmatic aspects [2].

**Presentation of the main research material.** It is known that a journalist is a researcher of political, economic, social,

cultural, moral and ethical phenomena and events in society. One of the effective means of journalistic research is an interview. This widespread genre gives the public an opportunity to respond to various exciting social issues, to solve problems of a humanistic content. The world knows a number of examples when the interview united and rallied society and vice versa. Therefore, this genre occupies a special place among dialogic and monologic genres of journalism, language communication and is used as an instrument of information influence on society.

Language communication is carried out between communicators – from the interviewer to the interviewee with a help of dialogue. One of the most powerful communication tools is the interview. Ukrainian philologists, well-known specialists in the theory of language communication O. Semenyuk and V. Parashchuk believe that “language communication is one of the ways of existence of language together with language and speech. Language and speech are aspects of one phenomenon, which is specific among human activity and ensures communication and thinking of people”. Communicative language competence creates working basis for the language culture improvement of philologists, journalists, translators, etc. [3].

English word interview means “face-to-face meeting, conference” comes from old French *entrevue* “meeting”, related to the verb (s’) *entrevoir* “to meet, to see each other, to visit each other”, formed from the prefix *entre-* “between”, and the verb *voir* “to see” [4].

The first interviews appeared in Ancient Greece and Ancient Rome. At first, there were verbal notifications. An Ancient Greek legend about Fama, the patroness of information, has come down to us from Virgil and Ovid. “Book 4 of the Aeneid marks the appearance of a giant winged monster with a body covered in eyes, ears, and mouth, who spread news of the love between Dido and Aeneas across the region of Libya. In the book 12 of the Metamorphoses, Ovid depicts the House of Fama as a building full of openings where information from all over the world is gathered, sorted, and sent out again” [5]. Furthermore, at that time there were no censors in the modern sense. They appeared later. Over time, relevant information appeared on the walls, then it was written on boards

covered with plaster, and eventually on paper. Thus, for the first time, Plato's dialogues, which are the prototype of discussion or analytical interview, appeared in paper form.

Some scientists conventionally divide interviews into informative and non-informative, confusing them with the classic type of interview. The authors of the article believe that all types of interviews are informative in terms of content and inform respondents. And the goal of journalists is to inform, to convince, to encourage action or decision-making. This is a threefold task of journalistic skill, in which special attention is paid to the requirements for language communication, especially in the Ukrainian information space.

Conditions under which the interview is conducted:

1. The journalist and the interviewee or interviewees establish a dialogue between two or more people.

2. In the process of dialogue, an opinion, which is a subject of conversation, a topic for discussion, should appear.

3. Points of view will be clear only when the meeting participants communicate in the same language.

Accordingly, the interview consists of an interviewer, a respondent, a topic of conversation and a common language. It is essential to remember that in the interview the main focus is on the interviewee (the one giving the interview).

Communication is a complex process of interaction between people, which is rather ambiguous. Therefore, there are the following types of communication:

- contact-remote;
- oral and written (taking into account the form of the language used);
- dialogic-monological (depending on the variable and constant position: I am the speaker, and you are the listener);
- interpersonal-massive (taking into account the number of participants) [6].

In the last decade, Ukrainian journalism has always been interested in the genre diversity of newspapers, television and Internet resources. Furthermore, the interview in some means of mass communication holds a dominant position. In the Odesa region, in 2003, the Odesa regional organization of the National Union of Journalists of Ukraine ordered the Sociological

Information and Research Center "Pulse" to conduct research on this topic.

Places were distributed as follows:

1. Newspapers:
  - Extended information and comments.
  - Problem articles.
  - Event interview.
2. Radio:
  - Information messages (unique, extended and commented).
  - Event interviews, flash interviews.
  - Monologue genres – speeches of politicians, figures of culture, education and art.
3. Television:
  - Information messages.
  - Interviews are problematic.
  - Interview-portraits.
  - Blitz survey (interview-questionnaires).
  - Talk show.

The journalistic community then made the following conclusions:

1. The genre palette in mass media is impoverished.
2. To pay attention to the use of reports and essays.
3. To enhance the efficiency of materials.
4. Few materials for a youth audience.
5. To enhance interaction of newspapers, radio, television and Internet publications with their audiences by giving feedback.
6. To use polemical genres in TV broadcasts, which are gaining popularity from year to year.

Today's mass media has become more up-to-date, emotional and, unfortunately, they have been modernized by military reports from the battlefield with the Russian occupiers. We hope that this brutal period in Ukrainian society will end in victory. This is not only a courage development time, especially for young journalists, but an experience gaining and trust building in journalism. And we have many examples: creativity of Dmytro Gordon, Natalya Vlashchenko, Savik Shuster, Oleksiy Sukhanov and many other promising young journalists. We are sure that if such research were conducted today, analytical, discussion, interview-portraits and reports would be prioritized in the journalistic palette.

On the basis of existing dialogue genres, new socially prioritized types of interviews are formed under the influence of the dynamic development of society. We offer a classification of different types of interviews.

Classification of different types of interviews							
classical interview	analytical interview	event interview	interview-portrait	interview-questionary	blitz interview	flash interview	press conference

Very often, some journalists confuse conversation with dialogue. If in most interviews the main person is the interviewee, then in the conversation the dialogue takes place on an equal footing, that is, the burden is the same on both: the journalist and the guest (they can correctly interrupt each other, complement each other, draw their own personal conclusions). In the process of dialogue, genres mix with each other. Practice shows that there is no genre in its pure form [7].

We tend to consider the analysis of the dramaturgy of the interview-portrait as artistic and journalistic, since it is compositionally built according to literary requirements.

Signs of a portrait interview:

1) The number of meeting participants is only two, and not more.

2) The form of the meeting is built on the basis of questions-answers (from classic interviews, questions – what? where? when? have a more informative focus; from analytical interviews, questions – what? where? when? how? in what way? for what purpose?), the subject of conversation by the method of induction or deduction, namely from general to partial and vice versa; analyticalness is inherent, and therefore both interlocutors conduct a dialogue on an equal footing.

3) By content, they are divided into:

– Event interviews are based on an up-to-date current affair (for example, an expert interprets a decision on pension reform).

– Questionnaire interview: short two questions – yes or no (for example, conducted among customers of a sweet shop).

– Blitz interview (from German – lightning): the journalist asks the interviewee a question with three possible answers, it is necessary to choose one (for example, where would you like to live? In Cherkasy, Kharkiv or Odesa?). There can be up to seven answer options for such questions. As a result of the dialogue, they provide an opportunity to learn about the further unrealized plans of the guest.

– Flash interview (from English – flash-fast) is a short interview from the scene of the event (for example, the presentation of award ceremonies).

Lately, artistic and journalistic interview-portraits (essays) are completed with short blitz interviews, interview-questionnaires and flash interviews. The answers of the journalist interlocutor complement his portrait.

The authors of the article consider that the portrait interview can be referred to the dialogic interview genre.

There are three active persons of the press conference: the press secretary (host of the event), the official who answers the questions of the journalists and the group of respondents (journalists of mass media).

Duties of the press secretary:

1. Introduces himself, names his position, surname, first name, patronymic.

2. Introduces the official who is responsible to answer the questions of journalists (names his position, surname, first name, patronymic).

3. Presents a topic of the conference.

4. Focuses attention on the press release, which was prepared by the press service and sent to journalists in advance. It gives specific numbers, facts, and examples that journalists can use in their materials.

5. Get acquainted with the regulations of the press conference.

6. Gives the floor to an official to speak.

The role of an official at a press conference:

– speaks without breaking the regulations;  
– his speech lasts 7 minutes and is called an introductory speech;

– dwells on the main problems of the topic;  
– it is desirable for the official to use technical means in their speech to demonstrate schemes, tables, diagrams, pictures, etc.;

– the official thanks for attention and is ready to answer journalistse questions.

The role of journalists at the press conference:

– introduce themselves – name their position, the media which they represent;

– questions should be specific, concise and non-offensive.

The meeting (press conference) is concluded by the press secretary, who thanks both the journalists and the official for their fruitful work.

Note:

1. After the press conference, journalists of mass communication media and online

publications may invite the official to give an interview.

2. If the official could not or was not ready to answer the question, they note that they will send the answer to the addressee in a written form within one or two days.

3. If the presenter is a woman, then she enters the audience first, followed by an official. In the same way, they leave the audience (according to etiquette).

4. The organizers of the press conference should pay attention to one very delicate detail – age and gender: if both the presenter and the head of the institution are women, then the one who is older enters and leaves the audience first. If the presenter and the official are men, the one who is older enters and leaves the audience first. If the presenter is a woman, and the official is a man, then it is desirable that the woman enters first. The exception is meetings in diplomatic institutions. Despite their age and position, the first to enter and leave the press conference are diplomats who hold a higher position.

From our work experience, we have come to the conclusion that there are common requirements in all types of interviews:

1. Do not ask the interviewee two or three questions at once.

2. Remember the famous sayings of the ancient Greek philosopher Socrates: “I know that I know nothing”. And also, “Speak, so that I may see you”.

3. When preparing for any type of interview, remember another ancient wisdom: “Say what you know, but don’t say everything you know”.

4. If the guest of a TV-radio program or an article in an Internet publication responds with a long monologue, be guided by folk wisdom: “Words so that words are tight and thoughts are spacious”.

5. Do not use “taboo words” (obscene, vulgar, dirty and offensive words) in public. Such words lead to immorality. Unfortunately, lately, in Ukrainian TV and radio programs, presenters or guests sometimes allow themselves to use obscene words. For example, Geo Leros, People’s Deputy of Ukraine, blogger, in his TV program regarding claims against the Administration of the President of Ukraine, used obscene words. Apropos obscene words they were transmitted to Ukrainians back in the 17th century by Muscovites.

Today, the “sample” of such vocabulary is the speeches of the Russian anti-Ukrainian Solovyov and his propaganda TV band, who are antisocial political elements that ignore traditional cultural values, use primitive social jargon, and support occult views and profane language. Such ideology has poisoned the Russian public and is perceived by it as the norm.

We think that our language ombudsman should monitor and respond to the clogging of lexical norms in the Ukrainian language, monitor the use of only literary and specifically Ukrainian words by journalists. In some journalistic materials you can hear: instead of “zokrema” – including; instead of “obabich” – on both sides; instead of “na protiazi” – “protiahom”, etc.

It is high time for central television to open a language program for all segments of the population, which would popularize the culture of the Ukrainian literary language, reveal all its diversity, unlimited possibilities and melodiousness.

6. “Thunders only that empty inside”, remarked W. Shakespeare.

7. Do not break the boundaries of the personal space of the interviewee (this especially applies to the marital status of the guest).

8. Do not forget that a journalist can be characterized by how well he built a portrait, by virtue of his interesting questions. The more successful they are, unexpected for the interlocutor, the more the answers in the interview are thorough, interesting and sincere.

9. The use of good and competent pronunciation has a significant impact on the perception of listeners. Here are a few reasons why this is important:

– Comprehension and clarity: correct pronunciation helps convey ideas and messages clearly and precisely.

– Trust and authority: using correct pronunciation is a sign of language care and professionalism. This adds credibility to journalists and affects the trust of the audience. When listeners hear a journalist pronounce words correctly and skillfully, they are more likely to take his message seriously.

– Influence on the language environment: journalists have a great influence on the language environment, and their pronunciation can contribute to improving the quality of speech

among the population. Competent pronunciation of words helps to produce correct sound patterns and avoid common mistakes in speech.

– Popularization of the Ukrainian language: intelligible and beautiful pronunciation of Ukrainian words contributes to the popularization of the Ukrainian language precisely because of the orthoepic aspect. Refined pronunciation adds appeal and draws attention to the language, stimulating the desire to learn and use it.

Speaking about the portrait interview, it should be noted that it belongs to publicism. The word in this type of interview is descriptive, and the form of communication is a dialogue. When preparing an interview on television, a newspaper, and less often on the radio, the main thing is to love your character, so that you can find and choose the most appropriate information from the huge amount of material and submit it to reveal the character's portrait. This is the level of professionalism, competence of the journalist and their skill.

Portrait interview is a deeply psychological genre. It requires individual research in a scientific article. Furthermore, this type of interview takes a long time to prepare. The journalist immerses themselves in the fate of the future interlocutor and experiences his life.

Interview portrait has recently been divided into several subtypes:

1. The conversation is based on the interlocutor's statements from newspaper materials and electronic media of previous years. This technique is used by journalists more often with politicians, public figures, former state and regional leaders to find out whether the guest has changed his or her point of view. For example, Dmytro Gordon, a well-known Ukrainian journalist, successfully uses this technique in his portrait interviews.

2. It is very rare for a portrait interview to use a photography of the interviewee as the basis for the dialogue. "Family Album" was the name of a TV program by the Odessa TV studio that was popular in the late 70s and mid-80s. A photography is a vivid document, a significant feature in the life of the person being portrayed. Flipping through a family album, the character of the program tells the presenter why this photo is so valuable to him. It is the photographs (photo documents) that best reveal the portrait of the character. The guests of such TV programs

could not contain their emotions: they cried or laughed, recalling the people with whom they had overcome the hardships of the Second World War and worked together in peacetime. In general, the guests' stories, with the help of photo documents from the family album, vividly revealed the portrait of our contemporary. This type of interview is commonly called a biographical interview.

3. The interview portrait is becoming a popular genre in Ukrainian journalism from year to year. Dialogues with young professional soldiers of the Armed Forces of Ukraine are particularly apt and exciting. All of them impress our society with their love for Ukraine, patriotism, and unquenchable desire to achieve victory. Such interviews are structured as classic interviews, i.e. question and answer. A very good example of a classic interview portrait is the dialogue between journalist Natalia Mosiychuk and Valeriy Kur, the founder of the Main Directorate for Combating Corruption and Organized Crime in Ukraine. The journalist has created a series of interviews in the "Pravo na vladu" section. She asks her interlocutor very relevant, sharp, topical questions, and he describes the stages of Ukraine's development through the activities of Ukrainian presidents.

4. New subtypes of interviews can include anniversary interviews (on the occasion of a famous person's anniversary).

5. The name of the next interview-portrait has not yet been fully determined, but it has great potential. There is no presenter on the screen (this is essentially a television subgenre). Down-the-line interviews are very commonly used, particularly by 24-hour news channels, but they are intrinsically challenging. They're so-called because the questions are not asked face-to-face, but via a remote link (the 'line'). The interviewee listens to the questions through an earpiece and answers the questions directly to camera. This technique is used in interview portraits with artists (actors, directors, composers, screenwriters, writers).

Journalistic practice suggests that an interview should last from 1.5 to 29 minutes. The length of the interview depends on the genre and subgenre chosen by the journalist (flash interview, blitz interview, questionnaire interview). They are short, not long. All other subtypes of interview portraits last up to 29 minutes.



**Conclusion and prospects for further research**

As for interviews, as well as any other genre, the main skill of journalistic art is the ability to listen to the interviewee. As Chinese scholars once noted, the interviewer should listen with eyes, ears and heart. Only then, in our opinion, every journalistic word will resonate in the hearts of our readers, listeners and viewers. This is the social significance and feedback from the media audience. Secondly, journalists are carriers of the literary language, models of revival

and its dilution from obscenities. Journalists with good pronunciation contribute to the preservation and popularization of the national language as an important component of cultural heritage.

Prospects for further research include identifying the functional aspects of language in interview and its role in the interaction between journalist and interviewee. Also, to identify typical language strategies which are used to express opinions, explain, persuade, create an atmosphere, etc.

**BIBLIOGRAPHY**

1. Симоніна Н. Класифікація сучасного телевізійного інтерв'ю. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. 2012. Вип. 27. С. 180–184.
2. Гарачковська О.О. Жанрові особливості інтерв'ю у сучасному інформаційному просторі. *Український інформаційний простір*. 2021. № 1(7). С. 86–93. URL: [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(7\).2021.233879](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(7).2021.233879).
3. Семенюк О.А., Паращук В.Ю. Основи теорії мовної комунікації. Київ : Вид. центр Академія, 2010. 240 с.
4. Етимологічний словник української мови: В 7 т. Т. 1: А–Г / ред. кол.: О.С. Мельничук (гол. ред.), І.К. Білодід, В.Т. Коломієць, О.Б. Ткаченко ; АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О.О. Потебні. Київ : Наукова думка, 1982. 632 с.
5. Gianni Guastella. *Word of Mouth: Fama and Its Personifications in Art and Literature from Ancient Rome to the Middle Ages*. Oxford : Oxford University Press, 2017. 177 p.
6. Нік Морган. Сигнали впливу. Як переконувати і контролювати людей. Київ : Видавництво Харків, 2015. 256 с.
7. Телевізійна та радіожурналістика : збірник наукових праць. Вип. 9. Ч. 1 / гол. ред. В.В. Лизанчук. ЛНУ ім. І. Франка, 2010. 384 с.
8. Дорошенко С.І., Дудик П.С. Вступ до мовознавства. Київ : Вища школа, 1974. С. 218–235.
9. Сербенська О., Волощак М. Актуальне інтерв'ю з мовознавцем: 140 запитань і відповідей. Київ : Просвіта, 2001. 204 с.
10. Літературознавча енциклопедія: У двох томах. Т. 2 / авт.-уклад. Ю.І. Ковалів. Київ : ВЦ «Академія», 2007. 634 с.
11. Лексикон загального та порівняльного літературознавства / гол. ред. А. Волков. Буковинський центр гуманітарних досліджень. Чернівці : Золоті литаври, 2001. 634 с.
12. Яковець А. Телевізійна журналістика: теорія і практика : підручник / А.В. Яковець. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 240 с.
13. Карпенко В.О. Журналістика: основи професійної комунікації : навчальний посібник для студентів ВНЗ. Київ : Нора-прінт, 2002. 348 с.

**REFERENCES**

1. Symonina, N. (2012). *Klasyfikatsiia suchasnoho televiziinoho interv'iu* [Classification of modern television interview]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Series: Philology. Social communications*, 27, 180–184 [in Ukrainian].
2. Harachkovska, O.O. (2019). *Zhanry zhurnalistyky v systemi drukovanykh ZMI: navchalnyi posibnyk* [Genres of journalism in the system of print media: a tutorial]. Kyiv: Vydavnycho-polihrafichna baza KNUKiM [in Ukrainian].
3. Semeniuk, O.A. & Parashchuk, V.Yu. (2010). *Osnovy teorii movnoii komunikatsii* [Fundamentals of speech communication theory]. Kyiv: "Academia" [in Ukrainian].
4. Melnichuk, O.S. (Eds.). (1982). *Etymolohichnyi slovnyk ukrainskoi movy* [An Etymological dictionary of the Ukrainian language]. Kyiv: "Naukova dumka" [in Ukrainian].
5. Gianni Guastella. (2017). *Word of Mouth: Fama and Its Personifications in Art and Literature from Ancient Rome to the Middle Ages*. Oxford: Oxford University Press.
6. Nick Morgan. (2015). *Syhnyaly vplyvu. Yak perekonuvaty I kontroliuvaty liudey* [Signals of Influence. How to persuade and control people]. Kyiv: PH "Kharkiv" [in Ukrainian].
7. Lyzanchuk, V.V. (Eds.). (2010). *Televiziyna ta radiozhurnalistyka: zbirnyk naukovykh prats* [Television and radio journalism: Collection of scientific works]. Lviv: Ivan Franko National University [in Ukrainian].

8. Doroshenko, S.I. & Dudyk, P.S. (1974). *Vstup do movoznavstva. [Introduction to linguistics]*. Kyiv: Vyshcha shkola [in Ukrainian].
9. Serbenska, O. & Voloshchak, M. (2001). *Aktualne interviu z movoznavtsem: 140 zapytan i vidpovidei [Actual interview with a linguist: 140 questions and answers]*. Kyiv: PC "Prosvita" [in Ukrainian].
10. Kovaliv, Yu.I. (Eds.). (2007). *Literaturoznavcha encyklopedija: u 2 tomah [Literary Encyclopedia: in 2 volumes]*. Kyiv: PC "Academy" [in Ukrainian].
11. Volkov, A. (Eds.) (2001). *Leksykon zahal'noho ta porivnial'noho literaturoznavstva [Lexicon of general and comparative literature]*. Chernivtsi: "Zoloti Lytavry" [in Ukrainian].
12. Iakovets, A.V. (2007). *Televiziina zhurnalistyka: teoriia i praktyka [Television journalism: theory and practice]*. Kyiv: Kyievo-Mohylianska akademiia [in Ukrainian].
13. Karpenko, V.O. (2002). *Zhurnalistyka: osnovy profesionalnoi komunikatsii: navchalnyi posibnyk dlia studentiv VNZ [Journalism: Fundamentals of professional communication: a textbook for students of higher education institutions]*. Kyiv Taras Shevchenko National University, Institute of Journalism. Kyiv: "Nora Print" [in Ukrainian].

УДК 811.161:311.2  
DOI <https://doi.org/10.32782/bsps-2023.2.5>

## КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ДЕФІНІЦІЙ ПОНЯТТЯ «ІМІДЖ»: ЗА МАТЕРІАЛАМИ УКРАЇНСЬКОМОВНИХ СЛОВНИКІВ

### **Ольга Сікорська**

кандидат філологічних наук, доцент,  
завідувачка кафедри суспільних наук  
Одеського національного медичного університету  
пров. Валіховський, 2, Одеса, Україна  
[orcid.org/0000-0001-8528-4003](https://orcid.org/0000-0001-8528-4003)  
e-mail: [sikorska\\_olga@ukr.net](mailto:sikorska_olga@ukr.net)

### **Лілія Філюк**

кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри суспільних наук  
Одеського національного медичного університету  
пров. Валіховський, 2, Одеса, Україна  
[orcid.org/0009-0009-0448-2207](https://orcid.org/0009-0009-0448-2207)  
e-mail: [flm7958605@gmail.com](mailto:flm7958605@gmail.com)

**Анотація.** Поняття іміджу є одним із широко вживаних у всіх сферах суспільного життя. Свідченням цього є варіанти тлумачення дефініції різноманітними науковими виданнями. Разом із тим, єдине загальноприйняте визначення поняття «імідж» на даний момент відсутнє, різні наукові дисципліни зосереджуються на окремих аспектах. Саме тому актуальним є аналіз існуючих дефініцій для виявлення та з'ясування представленості смислових компонентів іміджу. У відповідності з вищезазначеним мета статті полягає в компаративному аналізі визначень поняття «імідж» в українській науці. Завдання формулюються наступним чином: 1) дібрати дефініції поняття «імідж» з українськомовних словників; 2) виявити основні смислові компоненти у визначеннях; 3) охарактеризувати і класифікувати визначення за типами.

Проведений аналіз виявив, що дефініції поняття «імідж» у різних джерелах включають різноманітні комбінації певних компонентів. Ми виділили чотири основних компоненти, що так чи інакше характеризують аналізоване поняття: 1) діяльнісний; 2) візуальний; 3) психічний; 4) соціальний. Згідно з результатами кластерного аналізу, наявні визначення можуть бути розподілені за двома основними кластерами. Перший кластер охоплює 65%, другий – 35% дефініцій. Їх об'єднує висока вираженість діяльнісного та психічного компонентів, а диференціює акцент на соціальному компоненті в першому кластері та його відсутність у другому. Таким чином, дві третини дефініцій відзначають три принципово важливі компоненти поняття «імідж» – діяльнісний, психічний та соціальний, і одна третина визначень ґрунтується передусім на діяльнісному та психічному компоненті. Узагальнюючи проведені дослідження, ми пропонуємо уніфіковане визначення іміджу, що представлене в українськомовних словниках: це штучно сформований образ суб'єкта чи об'єкта дії, що має додаткову смислову навантаженість і призначений для регульованого сприйняття індивідуальною психікою та громадськістю. Ми вважаємо, що перспективою дослідження може бути порівняльний аналіз поняття іміджу в українській науковій думці з дефініціями, представленими в зарубіжних виданнях.

**Ключові слова:** імідж, словник, дефініція, компаративний аналіз, кластерний аналіз.

## COMPARATIVE ANALYSIS OF THE DEFINITIONS OF THE CONCEPT “IMAGE”: ACCORDING TO THE MATERIALS OF UKRAINIAN DICTIONARIES

### **Olha Sikorska**

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,  
Head of the Department of Social Sciences  
Odesa National Medical University  
Valikhovsky Lane, 2, Odesa, Ukraine  
orcid.org/0000-0001-8528-4003  
e-mail: sikorska\_olga@ukr.net

### **Liliia Filiuk**

Candidate of Philological Sciences,  
Associate Professor of the Department of Social Sciences  
Odesa National Medical University  
Valikhovsky Lane, 2, Odesa, Ukraine  
orcid.org/0009-0009-0448-2207  
e-mail: flm7958605@gmail.com

**Abstract.** *The concept of image is one of the widely used in all spheres of social life. Evidence of this is the interpretation of the definition by various scientific publications. However, there is currently no universally accepted definition of the concept of “image”, different scientific disciplines focus on separate aspects. That is why the analysis of existing definitions is relevant for identifying and clarifying the representation of the semantic components of the image. In accordance with the above, the purpose of the article is a comparative analysis of definitions of the concept of “image” in Ukrainian science. The tasks are formulated as follows: 1) select definitions of the concept of “image” from Ukrainian dictionaries; 2) identify the main semantic components in the definitions; 3) characterize and classify definitions by types.*

*The conducted analysis revealed that the definitions of the concept of “image” in various sources include various combinations of certain components. We singled out four main components that one way or another characterize the analyzed concept: 1) activity; 2) visual; 3) mental; 4) social. According to the results of the cluster analysis, the available definitions can be divided into two main clusters. The first cluster covers 65 %, the second – 35 % of the definitions. They are united by the high expression of the activity and mental components, while the emphasis on the social component in the first cluster and its absence in the second differentiates. Thus, two-thirds of the definitions note three fundamentally important components of the concept of “image” – activity, mental and social, and one-third of the definitions are based primarily on the activity and mental component. Summarizing the conducted research, we offer a unified definition of image presented in Ukrainian-language dictionaries: it is an artificially formed image of a subject or an object of action, which has an additional semantic load and is intended for regulated perception by the individual psyche and the public. We believe that a comparative analysis of the concept of image in Ukrainian scientific thought with definitions presented in foreign publications can be a perspective of the research.*

**Key words:** *image, dictionary, definition, comparative analysis, cluster analysis.*

**Постановка проблеми.** Поняття іміджу є одним із широко вживаних у всіх сферах суспільного життя. Свідченням цього є варіанти тлумачення дефініції різноманітними науковими виданнями, серед яких – лінгвістичні [4; 5; 11; 18], філософські [2], соціологічні [6], культурологічні [1; 7; 17], економічні [8; 10; 19], психологічні [12–15; 20], педагогічні [12; 16] словники та енциклопедії [3; 9]. Разом із тим, єдине загальноприйняте визначення поняття «імідж» на даний момент відсутнє, різні наукові дисципліни зосереджуються на окремих аспектах. Саме тому актуальним є аналіз існуючих дефініцій для виявлення та з'ясування

представленості смислових компонентів іміджу.

**Мета і завдання статті.** У відповідності з вищесказаним мета статті полягає в компаративному аналізі визначень поняття «імідж» в українській науці. Завдання формуються наступним чином: 1) дібрати дефініції поняття «імідж» з українськомовних словників; 2) виявити основні смислові компоненти у визначеннях; 3) охарактеризувати і класифікувати визначення за типами.

**Предмет і об'єкт дослідження.** Предметом дослідження виступають дефініції поняття «імідж», об'єктом – сучасні українськомовні словники.

**Виклад основного матеріалу.** Ми дібрали 20 словникових визначень дефініції «імідж» (таблиця 1).

Таблиця 1

## Тлумачення поняття «імідж»

№	Джерело	Зміст поняття
1	2	3
1	«Український словник медіа культури» [1, с. 25]	Штучний образ, що формує в громадській або індивідуальній свідомості засобами масової комунікації та психологічного впливу ставлення до об'єкта. Може поєднувати як реальні, так і неіснуючі, приписані властивості об'єкта.
2	«Філософія: словник термінів та персоналій» [2, с. 115]	Цілісний, якісно визначений образ певного об'єкта, що стало існує і відтворюється у масовій та / або індивідуальній свідомості. Імідж виникає і коректується в результаті сприйняття і фільтрування інформації з оточуючого світу про певний об'єкт крізь призму діючих стереотипів. Як володар іміджу може виступати будь-який об'єкт оточуючої дійсності. Імідж соціально обумовлений і виконує низку важливих функцій.
3	«Велика українська енциклопедія» [3]	1. Рекламний, представницький образ кого-небудь, що створюється для населення. 2. Уявне зображення предмета в геометричній оптиці. 3. Образ ділової людини, уявлення оточення про неї. 4. Образ фірми, товарів, послуг, який забезпечує становище на ринку.
4	«Великий тлумачний словник сучасної української мови» [4, с. 492]	1. Рекламний, представницький образ кого-небудь (наприклад, громадського діяча), що створюється для населення. 2. Уявне зображення предмета в геометричній оптиці.
5	«Вільний тлумачний словник» [5]	1. Громадська думка, уявлення про когось, щось; репутація, образ. 2. Образ особи (зокрема її вигляд і манера поведінки), спрямований на формування громадської думки чи уявлення про неї.
6	«Соціальні конфлікти: Словник-довідник» [6, с. 36]	Це особливий вид психічного образу, який характеризується як такий: а) що склався в масовій свідомості та наближений до стереотипу; що має сильне емоційне забарвлення психічного образу чого-небудь або кого-небудь; що уподібнений до сильного враження, яке володіє великими регуляторними властивостями; б) особливий психічний образ, що сильно впливає на емоції, поведінку та відносини індивіда або групи; в) маніпулятивний, привабливий, легко прийнятний психічний образ-стереотип, що впливає на афективну сферу людини, а через неї на механізми свідомості та поведінки, вибір людини.
7	«Культурологічний словник-довідник» [7, с. 140]	Цілеспрямовано формований образ (особи, явища, предмета), покликаний здійснити емоційно-психологічний вплив на когось з метою популяризації, реклами та ін. Імідж – сукупність зовнішніх особливостей людини (одяг, зачіска, прикраси, макіяж) у поєднанні з внутрішніми створюють враження про особистість як оригінальну, неповторну, із власним стилем поведінки, мовлення та способом життя.
8	«Тлумачний словник економіста» [8, с. 144]	Формування і підтримання сталого позитивного враження про товар, послуги, підприємство, яке виготовляє або реалізує товар. Створення сприятливого образу товару, послуги, підприємства – це запорука надійного становища на ринку.
9	«Енциклопедія сучасної України» [9]	Штучний образ, цілеспрямовано створюваний у суспільній чи індивідуальній свідомості та підсвідомості засобами масової комунікації і психологічного впливу. Імідж формують за допомогою практичних дій, агітації, пропаганди, реклами, нейролінгвістичного програмування тощо, він може сполучати як реальні властивості об'єкта, так і неіснуючі, приписувані. Це думки, настанови раціонального або емоційного характеру про людину, предмет, систему, що виникли у психіці індивіда чи групи людей на основі образу, сформованого у їхньому суб'єктивному світі у результаті сприйняття певних характеристик цього об'єкта.
10	«Економічний словник» [10, с. 109]	1. Престиж, репутація фірми або конкретної особи, їх товарів чи послуг. Може бути позитивним чи негативним. В основі іміджу закладені якість і переваги одного товару (послуги) стосовно іншого. Створення позитивного іміджу здійснюється за допомогою рекламної компанії, підтримується засобами інформації. 2. Уявлення покупців і замовників про престиж фірми, конкурентоздатності її щодо інших фірм, якості товарів, що виготовляються нею, і послуг, що виконуються. Стабільний, високий імідж фірми слугує заставою її комерційного успіху, стійкого фінансового становища на ринку і зміцнення зв'язків із громадськістю.

1	2	3
11	«Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни» [11, с. 359]	1. Образ, уявлення, що асоціативно наділяє учасника комунікації додатковими цінностями, які не завжди мають підстави в його реальних якостях, але є значущими для того, хто спілкується з цим учасником. 2. Образ ділової людини, уявлення інших про неї, часто створюване цілеспрямовано. 3. Образ фірми, товарів, послуг, який забезпечує становище на ринку.
12	«Тематичний словник-довідник з психології та педагогіки» [12, с. 116]	Штучно сконструйований за певними правилами зі спеціальними цілями образ (політика, партії, бізнесмена, фірми, закладу, керівника).
13	«Термінологічний словник до навчальної дисципліни «Психологія бізнесу»» [13, с. 44-45]	Формування і підтримання сталого позитивного враження клієнтів (покупців) та комерційних контрагентів від товару (послуг) і підприємства (підприємця), яке виготовляє і реалізує цей товар. Високий імідж, як правило, оцінюється через гудвіл, тобто рівень репутації фірми, завойованих нею маркетингових позицій на ринку, відпрацьованості внутрішньої діяльності та інших нематеріальних її активів.
14	«Психологічний словник-довідник» [14, с. 90]	Особливий вид психічного образу, який характеризується так: 1) сформований у масовій свідомості стереотип сильно емоційно забарвленого психічного образу чого-небудь або кого-небудь; сильне враження, що наділене великими регуляторними властивостями; 2) маніпулятивний, привабливий, зрозумілий психічний образ, що впливає на емоційну сферу людини (іноді на її підсвідомість), а через неї – на механізми свідомості й поведінки, вибір людини.
15	«Психологічний словник» [15, с. 119-120]	Публічно зафіксований або підтримуваний вигляд, образ громадської особи, обличчя професії, діяльності, організації, способу життя. В іміджі виділяють три напрямки. Фізичний імідж – здоров'я, стиль одягу, зачіска, макіяж. Психологічний імідж – характер, темперамент, внутрішній світ. Соціальний імідж – роль у суспільстві, поведінка і комунікативні особливості. Ці напрямки перетинаються і створюють єдине ціле
16	«Словник-довідник з професійної педагогіки» [16, с. 77]	Сформований у масовій свідомості психічний образ чого-небудь (проекту, ідеї, міста, організації) чи кого-небудь (керівника і його команди, лідера, професіонала, особистості), який створюється у відповідності з певною метою і має характер стійкого стереотипу. Це особливий, тобто спеціально сконструйований емоційно забарвлений психічний образ, який сильно впливає на емоції, поведінку та відносини особистості чи групи. Це маніпулятивний, привабливий, легко усвідомлюваний психічний образ, що передусім впливає на емоційну сферу особистості, іноді на її підсвідомість, а через них – на пояснювальні механізми свідомості й поведінки, вибір людини
17	«Словник іншомовних соціокультурних термінів» [17]	Цілеспрямовано сформований образ якої-небудь особи, явища, предмета, які покликані збільшити емоційно-психологічний вплив на кого-небудь з метою популяризації, реклами, пропаганди тощо.
18	«Сучасний тлумачний словник української мови: 60 000 слів» [18, с. 553]	Цілеспрямовано сформований образ кого-небудь переважно в рекламних цілях.
19	«Словник економіста та підприємця» [19, с. 121]	Це образ ділової людини, уявлення про нього, що складається у оточуючих, репутація; образ фірми чи товару, що забезпечує становище фірми на ринку, а також вірність покупців фірмовій марці
20	«Сучасний тлумачний психологічний словник» [20, с. 171-172]	Характер стереотипу, що сформувався у масовій свідомості й має емоційно забарвлений образ кого-небудь або чого-небудь. Певним іміджем може володіти політичний діяч, професія, товар. Формування іміджу відбувається стихійно, але частіше він є результатом роботи фахівців у галузі психології політичної, психології реклами, маркетингу та ін. Найбільш ефективний шлях створення іміджу – використання засобів масової комунікації. Імідж відбиває соціальні очікування певних груп, тому наявність його іноді може забезпечити суб'єктові успіх у політичному або діловому житті. Наявність, характер і дієвість іміджу виявляються в спеціальних дослідженнях за допомогою методик контент-аналізу, спеціальних шкал, семантичного диференціалу та ін.

Проведений аналіз виявив, що дефініції поняття «імідж» у різних джерелах включають різнотипні комбінації певних компонентів. Ми виділили чотири основних компоненти, що так чи інакше характеризують аналізоване поняття: 1) діяльнісний; 2) візуальний; 3) психічний; 4) соціальний.

Діяльнісний компонент базується на таких тезах: 1) формування у громадській свідомості ставлення до об'єкта; 2) створення образу для населення; 3) формування громадської думки чи уявлення; 4) цілеспрямоване формування образу; 5) формування і підтримання сталого позитивного враження; 6) формування образу за допомогою агітації, реклами; 7) цілеспрямовано створюване уявлення; 8) формування у масовій свідомості стереотипу; 9) формування психічного образу; 10) формування образу в результаті роботи фахівців тощо.

Візуальний компонент характеризується наступним чином: 1) образ ділової людини; 2) образ фірми, товарів, послуг; 3) рекламний, представницький образ; 4) вигляд і манера поведінки людини; 5) сукупність зовнішніх особливостей людини; 6) здоров'я, стиль одягу, зачіска, макіяж тощо.

Психічний компонент включає в себе такі означення: 1) ставлення до об'єкта; 2) існування і відтворення образу у масовій або індивідуальній свідомості; 3) уявлення оточення про людину; 4) громадська думка, уявлення про когось або щось; 5) особливий вид психічного образу; 6) здійснення емоційно-психологічного впливу на когось з метою популяризації, реклами; 7) враження про особистість; 8) штучний образ у суспільній чи індивідуальній свідомості; 9) сильне враження, що наділене великими регуляторними властивостями; 10) спеціально сконструйований емоційно забарвлений психічний образ тощо.

Соціальний компонент характеризується наступним чином: 1) громадська свідомість; 2) масова свідомість; діючі стереотипи; 3) соціальна обумовленість іміджу; 4) громадська думка; 5) вплив на групу людей; 6) суспільна свідомість; 7) репутація, завойовані маркетингові позиції тощо; 8) засоби масової комунікації; 9) зв'язки з громадськістю; 10) комунікативні особливості.

Кожне з дібраних визначень ми розглянули у співвідношенні з виділеними компонентами, позначаючи присутність через 1,

відсутність – через 0. Нижче представлені результати (таблиця 2).

Таблиця 2

**Представленість компонентів  
поняття «імідж»**

№	Діяльн.	Віз.	Псих.	Соц.
1	1	0	1	1
2	0	1	1	1
3	1	0	0	1
4	1	0	0	1
5	1	1	1	1
6	1	0	1	1
7	1	1	1	1
8	1	0	1	0
9	1	0	1	1
10	1	0	1	1
11	1	0	1	0
12	1	0	1	0
13	1	0	1	1
14	1	0	1	1
15	1	1	1	1
16	1	0	1	0
17	1	0	1	0
18	1	0	1	0
19	1	1	1	0
20	1	0	1	1

Згідно з отриманими результатами, у першому, дев'ятому, тринадцятому та двадцятому визначеннях фігурують діяльнісний, психічний та соціальний компоненти; у другій дефініції зафіксовані візуальний, психічний та соціальний компоненти; у третьому та четвертому визначеннях фігурують діяльнісний та соціальний компоненти; у п'ятій, сьомій та п'ятнадцятій дефініціях містяться усі виділені нами компоненти – діяльнісний, візуальний, психічний та соціальний; у восьмому, одинадцятому, дванадцятому, шістнадцятому, сімнадцятому та вісімнадцятому визначеннях зафіксовані діяльнісний та психічний компоненти; у десятій та чотирнадцятій дефініції містяться діяльнісний, психічний та соціальний компоненти, у дев'ятнадцятому визначенні присутні діяльнісний, візуальний та психічний компоненти.

Проведений аналіз виявив, що найбільш вираженим компонентом у визначенні поняття іміджу є діяльнісний – 95%. Це вказує на те, що в абсолютній більшості випадків імідж предстає як штучно сформований образ, підпорядкований певній меті.

На другому місці – психічний компонент, що наявний у 90% визначень. Таким чином, основа суть іміджу полягає у впливі на психіку як на свідомому, так і на підсвідомому рівні. Третє місце посідає соціальний компонент із 65% представленості. Це вказує на важливість формування не тільки індивідуальних, але й суспільних уявлень, громадського ставлення. Нарешті, найменшу представленість має візуальний компонент із 25%. З одного боку, це може свідчити про другорядність зовнішнього у порівнянні з внутрішнім; з іншого боку, автори словникових визначень могли не акцентувати увагу на зовнішніх характеристиках як таких, що є важливими за замовченням.

Згідно з результатами кластерного аналізу, наявні визначення можуть бути розподілені за двома основними кластерами. Перший кластер охоплює 65% [1-7; 9; 10; 13-15; 20], другий – 35% [8; 11; 12; 16-19] дефініцій. Їх об'єднує висока вираженість діяльнісного та психічного компонентів, а диференціює акцент на соціальному компоненті в першому кластері та його відсутність у другому. Таким

чином, дві третини дефініцій відзначають три принципово важливих компоненти поняття «імідж» – діяльнісний, психічний та соціальний, і одна третина визначень ґрунтується передусім на діяльнісному та психічному компонентах.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Підводячи підсумки, слід зазначити, що важливе для сучасної науки і суспільної практики поняття іміджу має певні відмінності у трактовці різних словників. Разом із тим, можна казати про наявність універсальних смислових компонентів, що містяться у більшості дефініцій. Узагальнюючи проведені дослідження, ми пропонуємо уніфіковане визначення іміджу, що представлено в українськомовних словниках: це штучно сформований образ суб'єкта чи об'єкта дії, що має додаткову смислову навантаженість і призначений для регульованого сприйняття індивідуальною психікою та громадськістю. Ми вважаємо, що перспективою дослідження може бути порівняльний аналіз поняття іміджу в українській науковій думці з дефініціями, представленими в зарубіжних виданнях.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Баришполец О. Т. Український словник медіа культури. Київ : Міленіум, 2014. 196 с.
2. Бліхар В. С., Козловець М. А., Горохова Л. В. Філософія: словник термінів та персоналій. Київ : КВЦ, 2020. 274 с.
3. Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua>
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. 1728 с.
5. Вільний тлумачний словник. URL: <http://sum.in.ua/f/>
6. Гарькавець С. О. Соціальні конфлікти : словник-довідник. Сєверодонецьк : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2020. 120 с.
7. Гіптерс З. В. Культурологічний словник-довідник. Київ : Професіонал, 2006. 328 с.
8. Гончаров С. М., Кушнір Н. Б. Тлумачний словник економіста. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 264 с.
9. Енциклопедія сучасної України. URL: <https://esu.com.ua/>
10. Завадський Й. С., Осовська Т. В., Юшкевич О. О. Економічний словник. Київ : Кондор, 2006. 356 с.
11. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Т. 1. Донецьк : ДонНУ, 2012. 402 с.
12. Коваль О. Тематичний словник-довідник з психології та педагогіки. Тернопіль: ТНЕУ, 2013. 138 с.
13. Оверчук В. А., Боженко В. Г. Термінологічний словник до навчальної дисципліни «Психологія бізнесу». Вінниця : ДонНУ імені Василя Стефаника, 2021. 132 с.
14. Приходько Ю. О., Юрченко В. І. Психологічний словник-довідник. Київ : Каравела, 2020. 418 с.
15. Психологічний словник / за ред. Н. А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 336 с.
16. Словник-довідник з професійної педагогіки / За ред. А. В. Семенової. Одеса : Пальміра, 2006. 220 с.
17. Словник іншомовних соціокультурних термінів. URL: [https://slovnyk.me/dict/social\\_terms](https://slovnyk.me/dict/social_terms)
18. Сучасний тлумачний словник української мови: 60 000 слів / за ред. В. В. Дубчінського. Харків : Школа, 2011. 1550 с.
19. Туренко А. М., Дмитрієв І. А., Іванілов О. С. Словник економіста та підприємця. Харків : ХНДАУ, 2018. 340 с.
20. Шапар В. Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с.



## REFERENCES

1. Baryshpolets, O. T. (2014) *Ukrayinskyy slovnyk media kultury* [Ukrainian dictionary of media culture]. Kyiv: Milenium. 196 p.
2. Blikhar, V. S., Kozlovets, M. A., Horokhova, L. V. (2020) *Filosofiya: slovnyk terminiv ta personaliy* [Philosophy: a dictionary of terms and personalities]. Kyiv: KVITs. 274 p.
3. *Velyka ukrayinska entsyklopediya* [Great Ukrainian encyclopedia]. URL: <https://vue.gov.ua>
4. *Velykyy tлумachnyy slovnyk suchasnoyi ukrayinskoyi movy* [A large explanatory dictionary of the modern Ukrainian language] (2005) / Ed. by V. T. Busel. Kyiv; Irpin: Perun. 1728 p.
5. *Vilnyy tлумachnyy slovnyk* [Free explanatory dictionary]. URL: <http://sum.in.ua/f/>
6. Harkavets, S. O. (2020) *Sotsialni konflikty: Slovnyk-dovidnyk* [Social conflicts: Dictionary-reference]. Syeverodonetsk: Vyd-vo SNU im. V. Dalya. 120 p.
7. Hipters, Z. V. (2006) *Kulturolohichnyy slovnyk-dovidnyk* [Cultural reference dictionary]. Kyiv: Profesional, 2006. 328 p.
8. Honcharov, S. M., Kushnir, N. B. (2008) *Tлумachnyy slovnyk ekonomista* [Explanatory dictionary of the economist]. Kyiv: Tsentr uchbovoyi literatury. 264 p.
9. *Entsyklopediya suchasnoyi Ukrayiny* [Encyclopedia of modern Ukraine]. URL: <https://esu.com.ua/>
10. Zavadskyy, Y. S., Osovska, T. V., Yushkevych, O. O. (2006) *Ekonomichnyy slovnyk* [Economic dictionary]. Kyiv: Kondor. 356 p.
11. Zahnitko, A. (2012) *Slovnyk suchasnoyi linhvistyky: ponyattya i terminy* [Dictionary of modern linguistics: concepts and terms] V. 1. Donetsk: DonNU. 402 p.
12. Koval, O. (2013) *Tematychnyy slovnyk-dovidnyk z psykholohiyi ta pedahohiky* [Thematic dictionary-reference on psychology and pedagogy]. Ternopil: TNEU. 138 p.
13. Overchuk, V. A., Bozhenko, V. H. (2021) *Terminolohichnyy slovnyk do navchalnoi dystsypliny "Psykholohiya biznesu"* [Terminological dictionary for the educational discipline "Business Psychology"]. Vinnytsya: DonNU imeni Vasylya Stefanyka. 132 p.
14. Prykhodko, Yu. O., Yurchenko, V. I. (2020) *Psykholohichnyy slovnyk-dovidnyk* [Psychological dictionary-handbook]. Kyiv: Karavela. 418 p.
15. *Psykholohichnyy slovnyk* [Psychological dictionary] (2007) / Ed. by N. A. Pobirchenko. Kyiv: Naukovyy svit. 336 p.
16. *Slovnyk-dovidnyk z profesiynoi pedahohiky* [Dictionary-handbook on professional pedagogy] (2006) / Ed by A. V. Semenovf. Odesa: Palmira. 220 p.
17. *Slovnyk inshomovnykh sotsiokulturnykh terminiv* [Dictionary of foreign sociocultural terms]. URL: [https://slovnyk.me/dict/social\\_terms](https://slovnyk.me/dict/social_terms)
18. *Suchasnyy tлумachnyy slovnyk ukrayinskoyi movy: 60 000 sliv* [Modern explanatory dictionary of the Ukrainian language: 60,000 words] (2011) / Ed by V. V. Dubchinskyy. Kharkiv: Shkola. 1550 p.
19. Turenko, A. M., Dmytriyevev, I. A., Ivanilov, O. S. (2018) *Slovnyk ekonomista ta pidpryyemtsya* [Dictionary of the economist and entrepreneur]. Kharkiv: KhNDAU. 340 p.
20. Shapar, V. B. (2007) *Suchasnyy tлумachnyy psykholohichnyy slovnyk* [Modern explanatory psychological dictionary]. Kharkiv: Prapor. 640 p.

УДК 81'246.2(477)  
DOI <https://doi.org/10.32782/bsps-2023.2.6>

## УКРАЇНСЬКА МОВНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РФ

### **Вікторія Сікорська**

кандидат філологічних наук, доцент,  
завідувач кафедри довузівської підготовки  
Одеського національного морського університету  
вул. Мечникова, 34, Одеса, Україна  
[orcid.org/0000-0001-7278-8464](https://orcid.org/0000-0001-7278-8464)  
e-mail: [sikorskavika1003@gmail.com](mailto:sikorskavika1003@gmail.com)

### **Людмила Дідур**

викладач  
Одеського національного морського університету  
вул. Мечникова, 34, Одеса, Україна  
e-mail: [kafedrafris@gmail.com](mailto:kafedrafris@gmail.com)

**Анотація.** У запропонованій розвідці автори використовують визначення поняття «мовна ідентичність» як важливий аспект самоусвідомлення людини та взаємодії з іншими людьми, особливо в міжкультурному спілкуванні. Мовна ідентичність може мати вплив на різні сфери нашого життя, зокрема, освіту, кар'єру, особисті стосунки, культурну приналежність та ін. Проблематика мовної ідентичності висвітлена та досліджена не лише світовими лінгвістами, а й через призму наукових праць соціологів, антропологів, культурологів, психологів.

У сучасному світі з розвитком глобалізації та зростанням міграції мовна ідентичність стає все більш важливою темою, оскільки вона впливає на сприйняття та розуміння різноманіття культур і мов. Тому важливо враховувати мовну ідентичність у міжкультурному спілкуванні та розробці мовної політики.

Повномасштабне вторгнення рф на територію України чітко підтвердило, що мовна ідентичність може змінюватися протягом часу, зокрема, через міграцію, переїзди, зміни мовного середовища, освіти чи кар'єрного зросту, що може призвести до зміни сприйняття власної мовної ідентичності та мовних практик. Усвідомлення власної мовної ідентичності та розуміння різноманіття мов і культур може сприяти більш ефективному міжкультурному спілкуванню та допомогати розвитку взаєморозуміння та толерантності.

За результатами проведених соціологічних досліджень науковці в дослідженні продемонстрували реальну картину використання української державної мови в різних сферах життя та мовної ситуації в Україні загалом.

**Ключові слова:** державна мова, мовна ідентичність, мовний статус, офіційна мова, самоідентифікація, міжкультурне середовище, мовна спільнота, пропаганда, дискримінація, громадський захист.

## UKRAINIAN LANGUAGE IDENTIFICATION DURING THE FULL-SCALE INVASION OF UKRAINE BY THE RUSSIAN FEDERATION

### **Viktoriya Sikorska**

*Candidate of Philological Sciences,  
Head of the Department of Pre-University Training  
Odessa National Maritime University  
34, Mechnikova Str., Odesa, Ukraine  
orcid.org/0000-0001-7278-8464  
e-mail:sikorskavika1003@gmail.com*

### **Lyudmila Didur**

*Teacher at the Department of Social Sciences  
Odessa National Maritime University  
34, Mechnikova Str., Odesa, Ukraine  
e-mail:kafedrafris@gmail.com*

**Abstract.** *In the proposed investigation, the authors using the definition of the concept of “language identity” existing in modern linguistics conclude that language identity is an important aspect of human self-awareness and interaction with other people, especially in intercultural communication. Linguistic identity can have an impact on many areas of our lives, including education, career, personal relationships, cultural identity, etc. The issue of language identity is highlighted and researched not only by world linguists, but also through the prism of scientific works of sociologists, anthropologists, culturologists, and psychologists. In today’s world, with the development of globalization and migration growth, linguistic identity is becoming an increasingly important topic, as it affects the perception and understanding of the diversity of cultures and languages. Therefore, it is important to consider linguistic identity in intercultural communication and language policy development.*

*The full-scale invasion of Ukraine by the Russian Federation clearly confirmed that language identity can change over time, in particular, due to migration, relocation, changes in the language environment, education or career growth, which can lead to a change in the perception of one’s own language identity and language practices. Awareness of one’s own linguistic identity and understanding of the diversity of languages and cultures can contribute to more effective intercultural communication and help develop mutual understanding and tolerance. Based on the results of regularly conducted sociological researches, scientists in this article have demonstrated a real picture of the use of the state language in various spheres of life and the language situation in the country in general.*

**Key words:** *state language, linguistic identity, language status, official language, self-identification, intercultural environment, linguistic community, propaganda, discrimination, public protection.*

Мовна ідентичність – це сукупність вірувань, цінностей, практик та звичок, які пов’язані з мовою, якою людина говорить і яку вважає своєю рідною або основною. Це поняття відображає те, як людина ідентифікує себе в контексті мови, тобто відповідає на питання: «Яка моя мова і як я відчуваю про неї?».

Мовна ідентичність може включати різні аспекти, такі як діалекти, акцент, вживання мови в різних соціальних контекстах, та інші. Вона може бути формована такими факторами, як культурне середовище, сімейна історія, місце проживання, етнічна приналежність та багато іншого.

З іншого боку, відчуття невпевненості в мові чи недооцінення своєї мовної ідентичності може призвести до страху перед спіл-

куванням з іншими людьми та недостатньої участі у мовних заходах і подіях, що може обмежувати можливості взаємодії з іншими культурами.

Одним з важливих аспектів мовної ідентичності є мовний статус, який визначає, яка мова вважається домінуючою у певній мовній спільноті. У деяких країнах, де є кілька мов, може бути встановлено офіційну мову, яка є мовою уряду, законодавства та освіти. Це може впливати на сприйняття інших мов у даній країні та на мовну політику щодо збереження мовного різноманіття.

Мовна ідентичність також може бути пов’язана з етнічною ідентичністю. Наприклад, люди, які належать до певної етнічної групи, можуть мати спільну мовну ідентичність,

яка визначається мовою, якою розмовляє дана етнічна група.

Важливо розрізнити мовну ідентичність та мовну компетентність. Мовна компетентність означає рівень знання та вміння використовувати мову, в той час як мовна ідентичність – це сукупність почуттів та переконань, пов'язаних з мовою. Люди можуть мати різні рівні мовної компетентності, але мати сильну мовну ідентичність, що може впливати на їхні мовні практики та вибір мови для спілкування.

**Мовна ідентичність** є предметом вивчення багатьох науковців у галузі лінгвістики, соціології, антропології, психології та інших суміжних дисциплін.

У лінгвістиці вивчення мовної ідентичності пов'язано з дослідженням мовних варіацій, діалектів, мовних контактів та багатомовності. Серед відомих лінгвістів, які займалися мовною ідентичністю, – це Вільям Лабов, Джон Гумперт, Майкл Холлідей та інші.

У соціології та антропології мовна ідентичність вивчається у контексті культурних, соціальних та політичних чинників, що впливають на формування мовної ідентичності. Деякі соціологи та антропологи, які займалися цією темою, – це Ернест Гелнер, Бенедикт Андерсон, Майкл Білліг та інші.

У психології мовна ідентичність досліджується у контексті особистісного розвитку та соціальної інтеракції. Психологи, які своїми працями відобразили тематику мовної ідентичності, – це Ерік Еріксон, Клаудія Хефнер, Джон Бергер та інші.

Зазначені науковці та багато інших досліджували мовну ідентичність з різних позицій, зокрема, в контексті різних культур й мовних спільнот, що дозволило зрозуміти багатогранність цієї теми та її важливість у сучасному світі.

В Україні є також значна кількість науковців, які займаються вивченням мови та мовної ідентичності, особливо в контексті сучасної політичної та соціальної ситуації в країні. До числа таких науковців можна віднести:

1) Наталю Андрущенко, доктора філологічних наук, професора Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Вона займається дослідженням мовної політики, мовної ідентичності та мовної культури в Україні;

2) Ігоря Шевченка, доктора філософських наук, професора Інституту політичних і етнонаціональних досліджень імені І.Ф. Кураса НАН України. Професор проводить дослідження мовної політики та мовної ідентичності в розрізі мовних прав людини в Україні;

3) Ірину Федорову, доктора філософських наук, професора Інституту політичних і етнонаціональних досліджень імені І.Ф. Кураса НАН України. Здобутки науковиці направлені на тематику мовної політики, мовної ідентичності та мовної культури в Україні та світі;

4) Ірину Костенко, доктора філологічних наук, професора кафедри української філології Національного університету «Києво-Могилянська академія» та Олександра Пономарьова, кандидата філологічних наук, доцента Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Вони приділяють увагу дослідженням соціолінгвістиці та літературної мови, мовної ідентичності та мовного виховання в Україні;

5) Марію Яремчук, кандидата філологічних наук, доцента кафедри української мови та культури Національного університету «Львівська політехніка». Дослідження філологині відображають проблематику мовного виховання, мовної ідентичності та мовної культури в Україні;

6) Олексія Погорелова, доктора філологічних наук, професора Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Він займається дослідженням мовної ідентичності та лексикографії української мови;

7) Людмилу Корольову, кандидата філологічних наук, доцента кафедри української мови та культури Хмельницького національного університету. Наукові надбання присвячені мовній ідентичності, мовній політиці та мовному вихованню в Україні.

Це лише незначний перелік науковців, які займаються дослідженням мовної ідентичності в Україні. Загалом, українська наукова спільнота має багато фахівців у царині мовознавства, які займаються різними аспектами.

Мовна ідентичність є важливим аспектом культурної та соціальної ідентичності, що відображає спосіб, яким мова використовується для вираження самоідентифікації, належності до групи та взаємодії з оточуючим світом. Мовна ідентичність може виявлятися в різних формах, таких як мовні

знаки, діалекти, акценти, лексика та інші аспекти мови.

Мовна ідентичність може впливати на багато аспектів життя людини, включаючи професійну кар'єру, соціальну взаємодію та культурний розвиток. Наприклад, мовна ідентичність може мати важливе значення для етнічних меншин, які шукають спільноту з людьми зі своєї етнічної групи, або для людей, які знаходяться в іншій культурі та намагаються адаптуватися до нового середовища.

Також мовна ідентичність може бути важливою для міжнародних спілок та організацій, що діють в міжкультурному середовищі, і може відігравати роль у встановленні контактів та побудові взаємовідносин.

Загалом, мовна ідентичність є складною та різнобічною темою, яка вивчається у багатьох наукових дисциплінах, і важлива для розуміння культурних та соціальних аспектів людського життя.

У період повномасштабного вторгнення в Україну ставлення громадян до української мови є досить різним в залежності від контексту та місця. На тимчасово окупованих територіях, що перебувають під контролем бойовиків та окупаційних військ, українська мова часто піддається дискримінації та заборонам. Українці, які проживають на цих територіях, змушені приховувати свою мовну ідентичність та не використовувати рідну мову для уникнення проблем.

Водночас на територіях України, що перебувають під контролем української влади, українська мова стала ще більш вживаною, популярною та актуальною. Перехід на українську мову людей, які проживають в тилу, є символом національної єдності та боротьби за незалежність, а також показовою ознакою любові та відданості до своєї країни й Батьківщини. Заразом і українські телеканали, радіостанції та інші медіа відіграють важливу роль у формуванні національної свідомості та зміцненні держави демонструючи сучасну народну культуру, творчість, традиції...

Аналізуючи проведенні опитування, спостерігаємо, що більшість українців підтримує офіційне визнання української мови єдиною державною мовою та вимагає від держави захисту прав української мови.

Заразом є непоодинокі випадки спроб використання мови як засобу пропаганди

та маніпуляції населенням. Наприклад, бойовики та пропагандисти з боку РФ використовують російську мову для створення образу «фашистської України», щоб якимось виправдовувати їхню війну проти України. З іншого боку, українська влада та ЗМІ застосовують українську мову для мобілізації нації та зміцнення її волі до боротьби за свої права.

Також війна в Україні призвела до зміни мовного статусу Криму, який після окупації Росією був офіційно приєднаний до Російської Федерації. Російська мова стала єдиною офіційною мовою на півострові, а українська піддається дискримінації та заборонам.

Отже, війна в Україні призвела до зміни ставлення до мови, зокрема до української мови, та використання мови як засобу пропаганди та маніпуляції. Проте українська мова залишається важливим інструментом, який єднає націю, народ в єдине ціле.

В Україні неодноразово проводилися соціологічні дослідження щодо мовної ситуації, які досліджували використання української мови в різних сферах життя, рівень її знання та ставлення населення до неї.

Дослідження, проведене Інститутом соціології НАН України «Мовна ситуація в Україні: оцінки та думки населення» (2019), показало, що більшість українців підтримують збереження української мови як державної мови (93 %) та вважають її важливою частиною національної ідентичності (88 %). За цих обставин, 38 % респондентів відчують тиск на використання російської мови в повсякденному житті.

Зокрема, у 2020 році проводилося дослідження «Мовна ситуація в Україні: ставлення населення до мовної політики та мовного використання», яке було проведене Інститутом соціології НАН України. Дослідження продемонструвало, що більшість українців використовують українську мову в розмовах з друзями та родиною, а також в масмедіа. Однак українці частіше використовують російську мову на роботі та в громадських місцях, де переважає російськомовна аудиторія.

Також в 2021 році проводилося дослідження «Мовна картина України: відомості, думки, практики», яке було здійснене Київським міжнародним інститутом соціології. Дослідження вказувало на те, що українська мова залишається домінуючою мовою серед

українців, проте її використання є в залежності від регіону та соціального статусу. Також дослідження показало, що національна свідомість та мовна самосвідомість українців зростає, проте молодь менше володіє та вживає українську мову, а частіше використовує російську в повсякденному спілкуванні, через те, що україномовне коло спілкування обмежене.

У зв'язку із деформованим характером функціонування української мови в нашій країні (ст. 512) <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/view/262/7816/16333-1>, спричиненим багатьма історичними та соціальними факторами, уряд здійснює різні заходи для підтримки та розвитку державної мови. Зокрема, прийнято Закон про заборону дискримінації на підставі мови та Закон про забезпечення функціонування української мови як державної, який містить положення про обов'язкове використання української мови в усіх сферах життя. Також владою проводяться різні кампанії, заходи та проекти з популяризації та підтримки української мови та її використання у різних сферах життя. Серед них можна виділити такі проекти як, «Сучасна українська мова», «Мовні канікули», «Тиждень української мови», «Школа мовознавства» та інші. Ці проекти спрямовані на підвищення мовної культури та знання української мови серед населення, зокрема молодого покоління.

З цією метою 2022 р. активно реалізовано проєкт «Єдині». Опісля восьми проведених курсів перейти на українську вдалося майже 50 тис. людей [5]. Проєкт триває й далі. Долучитися до нього може кожний охочий, цілком безкоштовно та з будь-якої локації світу. На тепер проєкт «Єдині» відбувається у 25 українських містах та об'єднаних територіальних громадах.

Також слід зазначити, що велику роль у популяризації української мови відіграють різноманітні культурні заходи, такі як літературні конкурси, фестивалі, виставки та інші. Вони стимулюють інтерес до мови та культури та сприяють їх популяризації серед широкого загалу.

Російська агресія продемонструвала, що важливе значення для розвитку та піднесення престижу української мови мають не тільки заходи державної політики, але й громадські ініціативи. Є підставою вважати, що громад-

ський захист української мови має важливе значення для зміцнення національної самосвідомості та формування позитивної мовної ідентичності. Організації, що займаються громадським захистом української мови, працюють над популяризацією мови та її культури, організують заходи з підтримки української мови та навчання її, сприяють захисту мовних прав громадян та розвитку української мови в цілому. Важливо зазначити, що громадський захист української мови має велике значення для зміцнення національної самосвідомості, формування позитивної мовної ідентичності, сприяння поширенню української мови, її збереженню та розвитку, а також укріпленню позицій української мови як державної мови.

Стосовно цього доречно вказати на кроки, до яких на початку 2023 р. вдалися два українські заклади вищої освіти – Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна та Національний університет «Києво-Могилянська академія».

Спочатку в січні цього року ректорат харківського вишу ухвалив рішення запровадити на добровільних засадах посаду омбудсмена з-поміж представників професорсько-викладацького складу. Університетським уповноваженим із захисту державної мови став завідувач кафедри української мови М. Філон. Він має контролювати дотримання мовного законодавства та сприяти популяризації української мови.

Невдовзі академічна конференція Києво-Могилянської академії затвердила нові правила внутрішнього розпорядку. Вони рекомендують і водночас вимагають уникати в університеті спілкування російською мовою як мовою країни-агресора. Ідеться про розмови на перервах, у їдальні, коридорах, бібліотеці, на території НаУКМА, тобто про комунікацію в позанавчальний час і в позааудиторному просторі.

При цьому жодних каральних санкцій не передбачено. Це радше прояв внутрішнього вибору, особистої самоідентифікації і разом з тим утвердження колективної згуртованості. Як зауважив президент НаУКМА С. Квіт, «це питання не покарання, а культурних змін. Сенс не в покаранні, а в тому, щоб змінювати нашу внутрішню корпоративну культуру. Ніхто не буде підслуховувати студентів, але внутрішня громадська думка буде

такою, що це буде сприяти тому, щоб «Могилянка» повністю була україномовним університетом» [7].

Наразі посади мовних омбудсменів на громадських засадах запроваджено ще в кількох українських вишах. Серед них – Харківський національний університет імені Г.С. Сковороди та Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського. Показово те, що в педагогічному університеті питаннями захисту мовних прав студентської громади опікуватиметься не співробітник навчального закладу, а студентка.

Аналізуючи й інші регулярно проведені соціологічні дослідження можна з'ясувати реальну картину використання державної мови в різних сферах життя, а також ці результати допомагають уряду та громадським організаціям розробляти ефективні заходи для підтримки та розвитку української мови.

До інших соціологічних досліджень, що проводилися в Україні, відноситься дослідження «Мовні практики в Україні» (2021), проведене Інститутом соціології НАН України. Результати дослідження показали, що понад 80 % українців розуміють та володіють українською мовою. Проте, лише більше половини українців (53 %) використовують українську мову як основну мову спілкування у родині, а на роботі чи в навчальних закладах часто використовується російська мова, як було показано і в попередніх дослідженнях.

Згідно з дослідженням, лише 7 % українців вживають українську мову у повсякденному спілкуванні, тоді як російська мова займає перше місце у 41 % випадків. Водночас 51 % респондентів зазначили, що використовують українську та російську мови рівномірно. Дане дослідження також показало, що серед молоді (віком до 30 років) використання російської мови у повсякденному спілкуванні є більш поширеним, ніж серед інших вікових груп. Однак 83 % молоді вважає, що знання української мови є важливим для успішного життя в Україні.

Опитування проведене Фондом «Демократичні ініціативи» спільно з соціологічною службою Центру Разумкова за підтримки програми MATRA з 13 по 21 грудня 2022 року під назвою «Національна культура та мова в Україні: зміни в громадській думці після року війни» віддзеркалює, що у 2022 році

зросла частка громадян, які вживають українську мову в повсякденному житті, порівняно з 2021 роком. Якщо у 2021 році цей показник становив 64 %, то у 2022-му він зріс до 71 %. Водночас рівень вживання російської мови знизився на майже 10 %. Така динаміка є наслідком як ефекту символічної відмови, так частково і неможливістю проводити дослідження громадської думки на окупованих та прифронтових територіях Півдня та Сходу. Зросла й частка громадян, які вважають українську мову рідною. Якщо у 2021 році частка населення, котра вважала українську мову рідною, становила 77 %, то за рік вона зросла до 87 %. При цьому українська мовна ідентичність переважає в усіх регіонах України [8].

Можна відзначити ключовий аспект, що характеризує сучасну мовну ситуацію – це розширення україномовної аудиторії. Цьому є підтвердженням дані різних соціологічних досліджень. Так, соціологічна група «Рейтинг» у березні 2022 р. провела загальнонаціональне опитування щодо мовного питання в Україні. Його результати такі:

1) упродовж десятиліття – з 2012 по 2022 рр. – кількість тих, хто вважає українську мову рідною, зросла з 57 % до 76 %. Утрати російської мови за аналогічний період склали 22 % – зафіксовано падіння з 42 % до 20 %;

2) стало зменшується російськомовний сегмент українців. 2012 р. таких респондентів було близько 40 %, наприкінці 2021 р. – 26 %, а на початку війни – 18 %;

3) війна консолідувала українське суспільство та відчутно вплинула на ставлення громадян до питання статусу мови. Переважна більшість – 83 % опитаних – висловила думку, що єдиною державною мовою має бути українська.

Якщо до 24 лютого 2022 р. за надання державного статусу російській мові виступало 25 % респондентів, то вже за місяць їх лишилось усього 7 % [1].

Нашу увагу привернуло цікаве опитування «Мова та ідентичність в Україні на кінець 2022-го», яке провів у грудні минулого року Київський міжнародний інститут соціології. Де було зафіксовано ряд показових зрушень у мовній ситуації, а саме:

1) збільшення в повсякденному житті частки респондентів, які спілкуються українською мовою, та зменшення частки

російськомовних. У грудні 2022 р. 41 % опитаних зазначили, що спілкуються винятково українською, ще 17 % указали, що переважно комунікують українською. Натомість тих, хто розмовляє тільки російською, виявилось 6 %, переважно російською – 9 %. Проти 2017 р. частка україномовних зросла на 8 %, а російськомовних зменшилася на 11 %;

2) у родинному колі тільки або переважно українською спілкуються 52 % респондентів, тільки або переважно російською – 16 %. Це істотна зміна проти 2017 р., коли тільки або переважно українською спілкувалися 51 %, а тільки або переважно російською – 25 %;

3) на роботі чи в навчанні українською спілкуються навіть трохи більше, ніж вдома: про вживання тільки або переважно української заявили 68 % тих, хто працює, а російської – 11 %;

4) різке збільшення у 2022 р. частки людей, які вважають російську мову взагалі неважливою. Таких виявилось 58 % – у 2014 р. їх було всього 9 %. Показово, що навіть у традиційно російськомовних регіонах – на Півдні та Сході – такої думки дотримується 46 % мешканців;

5) різке зростання на Півдні й Сході України кількості громадян, котрі пов'язують себе з українською національністю. Якщо 2017 р. таких було 64 %, то 2022 р. – 90 % [2].

Ще одне, уже цьогорічне, соціологічне опитування дослідницької агенції Info Sapiens підтвердило означений тренд – зміцнення позицій української мови. Зокрема, за його результатами, упродовж року війни частка україномовних збільшилася на 16 % – з 46 % у лютому 2022 р. до 62 % у січні 2023 р. І навпаки – за цей період частка російськомовних українців зменшилася з 26 % до 13 % [3].

Дані соціологічного дослідження компанії Gradus Research «Суспільно-політичні настрої під час повномасштабного вторгнення військ РФ на територію України», проведеного 24–25 квітня 2023 року, свідчать про те, що понад 60 % українців у побуті використовують українську мову. Найбільш активно переходить на українську в побуті молодь (18–24 роки) та старша вікова група (55–60 років) [9].

Українська мова набуває популярності також в інтернет-просторі. До прикладу, онлайн-біржа Freelancehunt налаштувала власний сервіс таким чином, що українською

відкривається будь-яка пошукова сторінка для користувачів з України. За інформацією ресурсу, частка фрилансерів, яка до війни обирала українську мову, коливалася в межах 11–30 %. Після російського вторгнення цей показник виріс до 96 % [4].

Отже, як свідчать дані соціологічних досліджень мовної ситуації в Україні під час повномасштабного вторгнення РФ, українці підтримують збереження української мови як державної та вважають її важливою частиною національної ідентичності.

На нашу думку, поясненням вживання населення все ще російської мови у повсякденному спілкуванні більше за українську пов'язано з історичними, культурними та геополітичними факторами, такими як спадщина радянської епохи, географічне розташування та національний склад регіонів України. Крім того, відомо, що в російськомовних медіа та соціальних мережах ширяться пропагандистські матеріали та фейкові новини, які можуть впливати на свідомість деяких українців і змінювати їхнє ставлення до мови.

Загальновідомий факт, що мова є одним з ключових чинників національної консолідації, оскільки вона відіграє важливу роль у формуванні ідентичності та спільності нації. Мова не тільки відображає культурну спадщину та історію народу, але і сприяє збереженню національної свідомості та єдності. Мова дозволяє людям спілкуватися між собою, передавати знання та досвід, розуміти інших і відчувати приналежність до спільності. Через мову люди можуть висловлювати свої думки, переживання та емоції, висловлювати свою національну ідентичність та згуртованість з іншими представниками своєї нації.

Національна мова є важливим символом національної ідентичності, тому її збереження та розвиток є важливим завданням для будь-якої нації. Це особливо важливо в контексті глобалізації та інтеграції, коли національні культури та мови зазнають певного впливу та змін.

Оскільки Україна, як багатонаціональна країна, має свою специфічну мовну ситуацію, де різні національності відображають свої мови та культури, тому збереження та розвиток української мови є важливим завданням для українського суспільства та держави в цілому.



Останнім часом спостерігаємо стрімке зростання популярності української мови та інтересу до її вивчення. Це пов'язано з різними чинниками, серед ми виділили такі:

1) підвищення статусу української мови. Українська мова стає все більш популярною як державна мова України. Законодавство, що регулює використання мов в Україні, підвищує статус української мови, що сприяє зростанню інтересу до її вивчення;

2) нові підходи до вивчення мови. Сучасні методики та технології дозволяють ефективніше вивчати мову, зокрема за допомогою інтернет ресурсів, онлайнкурсів та мобільних додатків;

3) національна самосвідомість. В Україні зростає національна самосвідомість та інтерес до власної культури, що включає в себе мову;

4) глобалізація та мультикультуралізм. У світі спостерігається тенденція до збереження та підтримки мов та культур національних меншин, що сприяє збільшенню інтересу до мов інших народів, зокрема, й української.

Разом з тим можна виокремити й зростання популярності української мови і вивчення її як іноземної мови за період повномасштабного вторгнення РФ, оскільки українська мова стала більш доступною для вивчення за кордоном. Зараз у багатьох країнах є можливість вивчати українську мову як іноземну, а також з'явилися можливості для вивчення української мови онлайн, – цьому є пояснення зміна соціально-політичного контексту України.

З початку незалежності України зроблено багато зусиль для просування української мови як державної. Було прийнято закони, що захищають права української мови, зроблено зусилля для забезпечення її використання в різних сферах суспільства, відповідно до конституційного статусу України як держави з українською мовою, незважаючи на силу політичних поглядів, відблиском яких є значення російської мови як мови міжнародного спілкування народів Радянської держави.

Також варто згадати про важливу роль мови в культурному житті України. Українська мова є однією з головних складових національної ідентичності українців, що знаходить відображення у літературі, мистецтві, музиці тощо. Зростання інтересу до української мови може бути пов'язано з прагненням зберегти та розвивати свою культуру та ідентичність.

Окрім того, зростання популярності української мови пов'язане з загальним трендом на повернення до мов рідного регіону та збереження мовного різноманіття. В рамках цього тренду українці звертають увагу на якість викладання української мови, зокрема, на якість підручників та методик її вивчення. Також зростає попит на курси української мови як для дорослих, так і для дітей, що свідчить про підвищений інтерес до вивчення мови взагалі.

До того ж, відбувається певна зміна у менталітеті українців, яка полягає в тому, що українська мова стає для них не тільки засобом комунікації, але й символом національної самосвідомості та культурної спадщини. Не може не тішити те, що українці, не так швидко як хотілося б, але долають сором говорити українською, усвідомлюють, що мовне питання актуальне, бо зачіпає проблему ідентифікації. Це сприяє збільшенню кількості людей, які активно вивчають українську мову та використовують її в повсякденному житті.

### Висновки

Проведене дослідження дозволяє зробити такі висновки, що у кризових ситуаціях, одним з проявів яких є війна, посилюється роль мови як чинника національної консолідації, мірила розмежування на «свій-чужий». Саме інтегративно-означувальна функція української мови вийшла на передній план у 2022 р. Водночас російська мова, залишаючись для певної частини українців засобом комунікації, фактично перестала бути для них маркером національної належності.

Повномасштабне російське вторгнення активізувало процес українізації. Українська мова поступово починає домінувати в тих регіонах (Південь та Схід України) і сферах (неформальне спілкування, професійна зайнятість, віртуальний простір), де тривалий час не посідала провідних позицій.

Масовий вимушений виїзд українських громадян за кордон істотно поживив інтерес іноземців до вивчення української мови – за кілька місяців після російської агресії вона стала однією з популярних європейських мов. Відчутно підвищився рейтинг української мови на світовому рівні.

Додатковим каталізатором розвитку та зростання престижності української мови є внутрішня міграція. Цій меті також слугує імплементація україноцентричних громадських

ініціатив на кшталт тих, які зреалізували низка українських закладів вищої освіти.

Серед важливих маркерів національної державності та національної ідентичності, який безпосередньо зачепило повномасштабне російське вторгнення, – це українська мова.

Значне зростання популярності української мови та інтересу до її вивчення однаково триває як в Україні, так і поза її межами. Російська збройна агресія призвела до масштабного переміщення населення зі Сходу України в центральні та західні регіони. Переважна більшість внутрішніх переселенців – російськомовні. Отже, склалися сприятливі обставини для опанування українською мовою багатьма ВПО.

Водночас на знак солідарності з нашою країною українську мову почали вивчати

понад 1,3 млн іноземних користувачів. Особливої популярності вона набула в державах, які прийняли найбільшу кількість біженців з України.

За повідомленням онлайн-платформи з вивчення мов Duolingo, попит на вивчення української мови в Ірландії підвищився на 2229% проти минулого року, у Німеччині – на 1651%, Польщі – на 1615%, Нідерландах – на 1590%, Чехії – на 1513%.

Окрім того, українська мова здійнялася на 20 позицій у рейтингу мовної популярності – з 37-ї позиції у 2021 р. на 17-ту у 2022 р. У Німеччині аналогічний стрибок популярності стосувався переміщення української мови з 36-го місця на 15-те, а в США – з 36-го місця на 22-ге за один рік [6].

## ЛІТЕРАТУРА

1. Шосте загальнонаціональне опитування: мовне питання в Україні (19 березня 2022). *Соціологічна група «Рейтинг»*. 25 берез. 2022. URL: [https://ratinggroup.ua/research/ukraine/language\\_issue\\_in\\_ukraine\\_marc](https://ratinggroup.ua/research/ukraine/language_issue_in_ukraine_marc)
2. Володимир Кулик. Мова та ідентичність в Україні на кінець 2022-го. *Збруч*. 07 січ. 2023. URL: <https://zbruc.eu/node/114247>.
3. Зміни в українському суспільстві за рік повномасштабної війни. *Info Sapiens*. 23 лют. 2023. URL: <https://www.sapiens.com.ua/ua/socpol-research-single-page?id=259>.
4. 96% фрилансерів перейшли на українську мову. *Sumy Life*. 16 лист. 2022. URL: <https://sumy.life/novyny/v-ukraini/12960-96-frilanseriv-perejshli-na-u>
5. У січні стартує дев'ятий безкоштовний онлайн курс вивчення української мови. *Вечірній Київ*. 26 груд. 2022. URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/76276/>.
6. 1,3 млн людей почали вчити українську: які мови були популярні в Duolingo цього року. *Українська правда*. 10 груд. 2022. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2022/12/10/251781/>.
7. Києво-Могилянська академія заборонила російську мову. Як це працюватиме і чи каратимуть. *BBC NEWS УКРАЇНА*. 28 січ. 2023. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-64437506>.
8. Національна культура та мова в Україні: зміни в громадській думці після року війни. Фонд «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріна» 10 бер. 2023. URL: [https://dif.org.ua/article/natsionalna-kultura-ta-mova-v-ukraini-zmini-v-gromadskiy-dumtsi-pislya-roku-viyni#\\_Toc129302259](https://dif.org.ua/article/natsionalna-kultura-ta-mova-v-ukraini-zmini-v-gromadskiy-dumtsi-pislya-roku-viyni#_Toc129302259).
9. Суспільно-політичні настрої під час повномасштабного вторгнення військ російської федерації на територію України – восьма хвиля дослідження. Квіт. 2023 р. URL: [https://gradus.app/documents/352/Gradus\\_Report\\_-\\_War\\_Survey\\_w8\\_UA.pdf](https://gradus.app/documents/352/Gradus_Report_-_War_Survey_w8_UA.pdf).

## REFERENCES

1. Sait “Sotsiologichna hrupa “Reitinh” (2022). Shoste zahalnonatsionalne opytuvannya: movne pytannia v Ukraini [Site of Sociological Group “Rating”. The sixth nationwide survey: the language issue in Ukraine]. <https://ratinggroup.ua/>. Retrieved from [https://ratinggroup.ua/research/ukraine/language\\_issue\\_in\\_ukraine\\_march...](https://ratinggroup.ua/research/ukraine/language_issue_in_ukraine_march...) [in Ukrainian].
2. Kulyk V. (2023). Mova ta identychnist v Ukraini na kinets 2022. [Language and identity in Ukraine at the end of 2022]. *Zbruch – Zbruc, 07*. Retrieved from <https://zbruc.eu/node/114247> [in Ukrainian].
3. Sait “Info Sapiens” (2023). Zminy v ukrainskomu suspilstvi za rik povnomashtabnoi viiny [Site of “Info Sapiens”. Changes in Ukrainian society during the year of full-scale war]. <https://www.sapiens.com.ua/ua/index>. Retrieved from <https://www.sapiens.com.ua/ua/socpol-research-single-page?id=259> [in Ukrainian].
4. Sait “Sumy Life” (2022). 96% frilanserov pereishli na ukrainsku movu [Site of “Sumy Life”. 96% of freelancers switched to the Ukrainian language]. <https://sumy.life/>. Retrieved from <https://sumy.life/novyny/v-ukraini/12960-96-frilanseriv-perejshli-na-uk...> [in Ukrainian].
5. Sait internet vydannia “Vechirniy Kyiv” (2022). U sichni startue debiaty bezkoshtovni online kurs vyvchenia ukrainskoi movi. [Site of internet edition “Vechirniy Kyiv”. The ninth free online Ukrainian language

- course starts in January]. <https://vechirniy.kyiv.ua>. Retrieved from <https://vechirniy.kyiv.ua/news/76276/> [in Ukrainian].
6. Sait internet vydannia “Ukrainska Pravda” (2022). 1,3 mil liudey pochaly vchyty ukrainsku: iaki movy byly populiarni v Duolingo tsohorich [Site of internet edition “Ukrainska Pravda”. 1,3 mil people started to learn Ukrainian language: what languages were popular in Duolingo this year]. <https://www.pravda.com.ua/>. Retrieved from <https://life.pravda.com.ua/society/2022/12/10/251781/> [in Ukrainian].
  7. Sait internet vydannia “BBC NEWS Ukraine” (2023). Kyiv-Mohyla Academy zaboronyla rosiisku movu. Yak tse pratsiuvatyme i chy karatymut. [Site of internet edition “BBC NEWS Ukraine”. Kyiv-Mohyla Academy banned the Russian language. How it will work and if there will be punishments. <https://www.bbc.com/ukrainian>. Retrieved from <https://www.bbc.com/ukrainian/news-64437506> [in Ukrainian].
  8. Sait Ilko Kucheriv “Democratic Initiatives” foundation” (2023). Natsionalna kultura ta mova v Ukraini: zminy v hromadskiy dumtsi pislia roku viiny [Site of Ilko Kucheriv “Democratic Initiatives” foundation”. National culture and language in Ukraine: changes in public opinion after a year of war]. <https://dif.org.ua/en>. Retrieved from [https://dif.org.ua/article/natsionalna-kultura-ta-mova-v-ukraini-zmini-v-gromadskiy-dumtsi-pislya-roku-viyni#\\_Toc129302259](https://dif.org.ua/article/natsionalna-kultura-ta-mova-v-ukraini-zmini-v-gromadskiy-dumtsi-pislya-roku-viyni#_Toc129302259) [in Ukrainian].
  9. Sait doslidnytskoi kompanii “Gradus Research” (2023). Suspilno-politychni nastroi pid chas povnomasshtabnoho vtorhnennia viysk rosiiskoi federatsii na terytorii Ukraini – vosma hvyliia doslidzhennia [Site of Research company “Gradus”. Socio-political moods during the full-scale invasion of the Russian Federation’s troops on the territory of Ukraine – eighth research wave] <https://gradus.app/uk/>. Retrieved from [https://gradus.app/documents/352/Gradus\\_Report\\_-\\_War\\_Survey\\_w8\\_UA.pdf](https://gradus.app/documents/352/Gradus_Report_-_War_Survey_w8_UA.pdf) [in Ukrainian].

## ПУБЛІЦИСТИЧНІ ЗАСОБИ ПОРТРЕТУВАННЯ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ КНИГИ «ЖИТТЯ І СМЕРТЬ РЕДАКТОРА»)

### **Марія Якубовська**

кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри інформаційної діяльності та медіакомунікацій  
Національного університету «Одеська політехніка»  
проспект Шевченка, 1, Одеса, Україна  
[orcid.org/0000-0003-0787-3827](https://orcid.org/0000-0003-0787-3827)  
Scopus Author ID: 57413481400  
e-mail: [yakubovska@op.edu.ua](mailto:yakubovska@op.edu.ua)

**Анотація.** У статті йдеться про основні публіцистичні засоби портретування, виходячи з аналізу книги «Життя і смерть Редактора: Книга пам'яті Бориса Дерев'янка» (упорядник Лариса Бурчо), де представлено чимало зразків жанру. У тексті передано як пряму, так і непряму мову самого очільника газети; переваги непрямої мови в тому, що, передаючи чуже висловлювання, застосовуються більш економні мовні засоби, які дозволяють зберігати лаконічність викладу матеріалу. Водночас непряма мова поступається перед прямою в емоційному плані, адже в конструкціях з непрямою мовою не ставиться завдання зберегти індивідуальні особливості мовця, оскільки в центрі уваги важливо не те, як він говорив, а те, що він говорив. Виділено різні види описів, заголовки, деталі й подробиці, пряме цитування тощо як важливі техніки створення образу людини в публіцистиці. У більшості авторів йдеться про неабияку потребу Бориса Дерев'янка постійно відроджувати довіру до слова журналіста, до журналістики власне як до «четвертої влади». Виходячи з нарисів і спогадів, можна у своєрідний спосіб сформулювати такі основні принципи та завдання журналістики сучасного й минулого: усвідомлення нею національної й регіональної необхідності, професійної й етичної довершеності, спрямованості на скріплення «душі нації», «душі міста». Така журналістика, на думку редактора «Вечірки», може виконати основне завдання: віднайти правдиві глибини й висоти духовності, відкрити спільноті правду про них. Але для цього слід мати велике внутрішнє переконання у своїй правоті. Зі сторінок портретних нарисів весь час лунає думка, що одужання журналістики як професії за сучасних обставин – це перший симптом одужання суспільства як такого.

Публіцистичні засоби портретування різноманітні й різноформатні. Серед головних ми виділили: опис людини в дії; опис особистості через спілкування з іншими людьми – колегами, друзями; опис через ставлення до справи і створення своєрідного кодексу професіонала – через розповідь про погляди; опис через ставлення до опонентів, до ідеологічних супротивників; пряме цитування; активне застосування промовистих деталей і подробиць, які в окремих випадках стають підґрунтям побудови всього твору; аналіз заголовкового комплексу книги – від власне назви самого видання до назв окремих публікацій, їх частин і підрозділів. Усі без винятку засоби портретування є важливими, всі разом створюють цілісний світлий образ.

**Ключові слова:** публіцистика, портрет, заголовок, опис, деталь, пряма мова, жанрові ознаки, інтимізація, естетичне співпереживання.

**PORTRAIT ESSAY  
(BASED ON THE MATERIALS OF THE BOOK  
“LIFE AND DEATH OF THE EDITOR”)**

**Mariia Yakubovska**

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Information Activities and Media Communications  
Odessa Polytechnic National University  
Shevchenko Avenue, 1, Odesa, Ukraine  
orcid.org/0000-0003-0787-3827  
Scopus Author ID: 57413481400  
e-mail: yakubovska@op.edu.ua*

**Abstract.** *The following article is about main journalistic methods of making portraits based on the analysis of the book “Life and death of the Editor: Book in the memory of Borys Derevianko” (compiler Larysa Burcho), in which a lot of genre examples are given. The text contains both direct and indirect speech of the editor-in-chief of the newspaper; the advantages of indirect speech are that, when conveying someone else’s statement, more economical language means are used to keep the presentation of the material concise. At the same time, indirect speech is inferior to direct speech in emotional terms, because in constructions with indirect language, the task is not to preserve the individual characteristics of the speaker, since the focus is not on how he spoke, but on what he said. Various types of descriptions, titles, details and details, direct citation, etc. are highlighted as important techniques for creating the image of a person in journalism. Most authors talk about the need for Boris Derevyanko to constantly revive trust in the word of a journalist, in journalism as a “fourth estate”. Based on essays and memoirs, we can formulate the following basic principles and tasks of modern and past journalism: its awareness of national and regional needs, professional and moral perfection, focus on strengthening the “soul of the nation”, “the soul of the city”. Such journalism, according to the editor of “Vecherka”, can fulfill the main task: to find the truthful depths and heights of spirituality, to reveal to society the truth about them. But for this you need to have a great inner conviction that you are right. From the pages of portrait essays, we constantly read the opinion that the recovery of journalism as a profession in modern circumstances is the first symptom of the recovery of society as such.*

*Genre features of portrait essays are diverse and multi-format. Among the main ones, we have identified: a description of a person in action; description of personality through communication with other people – colleagues, friends; description through attitude to the case and the creation of a kind of professional code – through a story about views; description through the attitude towards opponents, towards ideological opponents; direct quotation; active use of eloquent details and details, which in some cases become the basis for building the entire work; analysis of the title complex of the book – from the title of the edition itself to the titles of individual publications, their parts and subdivisions. Without exception, all means of portraiture are important; all together they create a holistic light image.*

**Key words:** *journalism, portrait essay, title, description, detail, direct language, genre features, intimacy of presentation, aesthetic empathy.*

**Постановка проблеми.** Сучасні дослідники продовжують розвивати специфіку портретного нарису в художній публіцистиці. Отже, тема лишається актуальною. Вивченням засобів портретування на сьогодні займаються такі вчені, як Тетяна Шевченко, Олена Надточій, Світлана Форманова, Мальвіна Воронова, Віталій Карпенко та інші літературознавці, у творах яких розглядаються різні засоби портретування в художній публіцистиці та есеїстиці, методи аналізу відповідного жанру та навіть поради педагогічного спектру – як саме бажано викладати дисципліни, пов’язані з жанром портретного нарису. Теоретичною базою розвідки і стали дослідження цих науковців.

**Мета і завдання статті.** Маємо окреслити основні специфічні ознаки жанру поданих у книзі пам’яті, присвяченій Борисові Дерев’янку, портретних нарисів різних авторів – колег, учнів, шанувальників Редактора, як його називають у самій назві книги. Для цього намагатимемося виділити конкретні приклади елементів портретного нарису, проілюструвати інтимізацію розповіді, зробити акцент на деталізації та подробицях, зважаючи на естетичну емпатію, та на інші публіцистичні засоби портретування, виходячи з тексту книги «Життя і смерть Редактора: Книга пам’яті Бориса Дерев’янка». Завдання статті також полягає в огляді специфіки книги

спогадів як загального певного портретного нарису та аналізі основних публіцистичних засобів портретування, наведених у цій Книзі пам'яті.

**Предмет та об'єкт дослідження.** Із самої назви нашої розвідки зрозуміло, що предметом дослідження є текст книги «Життя і смерть Редактора: Книга пам'яті Бориса Дерев'янка», сам текст складається зі спогадів колег і друзів відомого журналіста про їхні взаємини, з матеріалів розслідування резонансного вбивства Редактора, а також з деяких статей самого Бориса Федоровича. Відповідно, об'єктом є жанрова природа портретного нарису, його специфіка, елементи, засоби та особливості портретування.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Книга пам'яті «Життя і смерть Редактора» (2015 р.) [1] присвячена головному редакторові газети «Вечерняя Одесса» Борису Дерев'янкові, підступно вбитому 1997 року, тож основний герой цієї публіцистично-документальної книги – сам Борис Дерев'янка, однак і інші діячі журналістики минулого і сучасності постають героями творів у книзі: Лариса Бурчо, Сергій Кузін, Віктор Попов, Анатолій Глушак, Сергій Гриневецький, Валентин Симоненко, Римма Зверева, Оксана Поліщук, Василь Полтавчук та інші учасники книги-меморіуму.

Так, Світлана Форманова зазначає, що «інформацію, яка перетворюється на ключову, несе заголовок. У ньому міститься символічний зміст образу» [2]. Той факт, що слово «Редактор», винесене в заголовок книги, пишеться з великої літери, уже є засобом портретування, тобто важливою деталлю, яка задає тон усім повідомленням, які розмістилися у змісті за четвертою сторінкою книги: у такий спосіб упорядники видання віддали належне видатному журналісту, редактору, громадському діячеві, висловили до нього неабияку повагу, вшанували його пам'ять.

Проаналізуємо й інші важливі засоби портретування, які є дієвими й впливовими у виданні.

1. Основний засіб створення портрета Бориса Дерев'янка – **опис його у справах**, на робочому місці, у своєму кабінеті і на журналістському завданні. Такі описи завжди супроводжуються авторськими коментарями, доповненнями, вони чергуються з відступами різного характеру – психологічного, філософського, власне публіцистичного, інколи

ліричного. У цих описах відчутне бажання зацентувати увагу виключно на ділових якостях Бориса Дерев'янка, який створив першу газету міста-мільйонника, а вже потім, як другорядне, його особистісні якості, які доповнюють ділові чи впливають із них.

Слід наголосити, що в традиційних портретних описах героїв зазвичай показують у нетривіальній ситуації, у винятковій, такій, що потребує особливих зусиль і надзвичайних вимог. Дерев'янка, як правило, у книзі показують у щоденних подіях – банальних, повторюваних з дня на день, таких, що не потребують нічого героїчного, а вимагають звичайної, нічим особливо не відзначеної відданості справі. Однак у тому-то і справа, що така щоденна, щохвилинна робота описана як особлива, а її виконавець постає зі сторінок надзвичайною особистістю, наділеною рисами талановитого журналіста, редактора, лідера колективу. Ось як про це говорять Аркадій Ромм і Сергій Милошевич: «Його називали генералом від журналістики...» (переклад – М.Я.) [1, с. 79].

2. **Опис через контакти** з іншими людьми – колегами, друзями, героями журналістських творів. Маємо відзначити, що кожен твір, представлений у книзі пам'яті, розповідає і про власне Дерев'янка, і про його виняткову роль у житті автора портретного нарису. Ми не зустрінемо творів, у яких би не йшлося про роль очільника «Вечерней Одессы» у житті того чи іншого публіциста: одного взяв на роботу і ввів до колективу, іншому допоміг у професійному становленні, третьому дав слушну пораду, яка змінила його життя і ставлення до професії, четвертому підказав вихід зі складної ситуації і т.п. Трохи випадає з цієї системи нарис Василя Полтавчука, побудований, як зазначив сам автор, як літературна сюїта, де відтворено дитинство Бориса Федоровича, його юнацькі роки, час навчання і створення першої солідної газети Одеси, відтворене, як можна здогадатися, зі слів самого редактора і спогадів автора, письменника й викладача, а також виходячи з незавершеного автобіографічного твору самого Бориса Дерев'янка. Однак і тут ідеться про місце Бориса Дерев'янка у житті Василя Полтавчука, сказано, що ця людина своєю винятковістю спонукала до створення цієї літературної сюїти, виконаної за правилами автопортрета [1, с. 138].

### 3. Опис через ставлення до професії.

Більшість авторів, що взяли участь у створенні книги пам'яті, – професійні журналісти, які в різні часи працювали в газеті, на телебаченні, радіо. Тому роль Бориса Дерев'янка як журналіста виняткова. У всіх публікаціях професійні якості стають складниками його портрета, важливими засобами портретування. Більшість авторів пишуть про його своєрідний стиль життя і творчості, який відповідав би різним зрізам часу – радянським, перебудовним, періоду незалежності. Вони гаряче протестують проти фальшивої яскравості та політичного запроданства і псевдопрофесіоналізму, що так вабили в усі часи працівників медіа. Вони акцентують увагу на його розумінні журналістики як духовної зброї, прагненні відродити віру в правдиве.

### 4. Опис через ставлення до опонентів.

Загальновідомо, що прийом контрасту – один із дієвих засобів образотворення будь-чого, у тому числі й людини. Річ у тому, що на тлі іншого те, що стає предметом безпосереднього опису й авторського дослідження, видається опуклішим, чіткішим, зрозумілішим. Контрастне зображення предметів та явищ реальності репрезентують авторські антоніми, контекстуальні антоніми, анти тези тощо. Контрастний опис тих чи інших реалій може бути переданий не тільки окремими мовними засобами, а й усією логікою публіцистичної оповіді. Здебільшого у книзі пам'яті, котра є предметом нашого дослідження, йдеться про світлий образ Редактора на темному тлі його найманих убивць: «Скількох недосвідчених початківців у журналістиці він «виняньчив», навчив професіоналізму, скільком допоміг стати міцно на ноги, досягти творчих вершин. Він умів помічати «божу іскру» і щедро, зацікавлено допомагав розвинути, зміцнити цей дар... Нема тебе, Борисе Федоровичу, серед нас. Нічим не виміряти гіркий біль втрати. Не захистили тебе, дорогий друже, не вберегли. Втрапив світ таку Людину... Будьте ж прокляті на всі віки, мерзотні вбивці, від кари Божої вам не втекти!» [1, с. 57], – пише Оксана Поліщук, колишній завідувач відділу газети «Чорноморські новини» у нарисі «Тихий спомин». Її невелика портретна замальовка повністю побудована на протиставленні Дерев'янка тим, кому він заважав своєю професійною діяльністю, побудованої на безкомпроміс-

ності й принциповості. Контраст тут – підґрунтя організації твору. Він стає базисом його створення як на лексико-граматичному (формальному) плані, так і в плані концептуально-змістовному. Усі лінії полярності й протилежності спрямовані на головну ідею: засудження насилля стосовно порядності й чесності.

5. **Пряме цитування слів, статей, виступів, листів Бориса Дерев'янка**, відтворення публіцистичної діяльності його і засобами невластивого прямого мовлення тощо. У всіх без винятку матеріалах відбувається цитування слів головного редактора «Вечерней Одессы» – чи то через відтворення діалогів із ним, чи то через наведення фрагментів його творів, чи то у формі переказу розмови з ним. У такий спосіб автори хочуть «оживити» героя портретів, засвідчити, що він назажди у пам'яті тих, хто пише про нього, його пам'ятають, про нього часто згадують, його цінностями керуються.

Слова самого Бориса Дерев'янка, введені в текст матеріалів, дозволяють виражати ставлення до нього нарисистів, впливати на переконання читача, який краще уявляє собі Редактора, спрямовувати його на оцінку тих чи інших явищ. Це зайвий раз підтверджує, що в публіцистиці всі засоби, пряма мова зокрема введена з метою характеристики, служать насамперед завданням переконання та впливу. Непряма мова (наприклад, переказ слів Дерев'янка у тому чи іншому контексті, переповідання його слів у контексті авторської думки) покликана стисло й конкретно донести актуальність слів, які можуть викликати громадський інтерес.

Ось, наприклад, Наталія Банда, кореспондент газети «Вечерняя Одесса» в 1978–1990 рр., відтворила діалог з Дерев'янком, коли він її взяв на роботу. Розмова сповнена простоти, ширості, приваблює невимушеністю, безпосередністю. Наведені слова Бориса Дерев'янка покликані зобразити ту ситуацію, яка змінила життя Наталії Банди принципово, коли її, вісімнадцятилітню дівчину, взяв на роботу шанований редактор (на той час в Одесі було всього чотири газети, і влаштуватися у таке престижне видання було неабияким успіхом). У тексті передано як пряму, так і непряму мову очільника газети; переваги непрямої мови в тому, що, передаючи чуже висловлювання, застосовуються більш економні мовні засоби,

які дозволяють зберігати лаконічність викладу матеріалу. Водночас непрямая мова поступається перед прямою в емоційному плані, хоча це й зрозуміло, адже в конструкціях з непрямною мовою не ставиться завдання зберегти індивідуальні особливості мовця, оскільки в центрі уваги стоїть не те, як він казав, а те, що він казав: як підтримав, які поради дав, скільки цінного було в його словах для подальшого життя.

Щоб створити портрет Дерев'янка більш зримим і наочним, упорядники книги вмістили й розділ «Від першої особи», в якому подані окремі статті, а також інші матеріали самого Бориса Федоровича. Даючи в них свою формулу журналістської праці, він наголошує, що новітній український інформаційний простір функціонує в паралельних вимірах: з одного боку, існує свобода слова, а з іншого – тіньова політика – він у такий спосіб ставить питання про свободу слова, свободу масової інформації та нові стандарти в політиці, журналістиці та суспільному житті. Однак він переконаний, що свобода повинна сприяти зростанню, а не занепаду, розвитку, а не деградації, смаку до ідей, а не огиді. Журналіст переконаний, що суспільство не має права відведений на реформи час використовувати на пустопорожні балачки людей, які лише поширюють на суспільство хаос у своїх головах. Тим паче, що є дуже багато тих, хто справді заслуговує на те, щоб бути почутим. Читаючи його матеріали, зовсім не виникає відчуття того, що йдеться про радянську – партійну – пресу, адже порядність, чесність, безкомпромісність, відповідальність за сказане – ось ті важелі, на яких тримається журналістська діяльність у всі часи.

#### 6. Важливим засобом портретування в книзі є деталь і подробиця.

Природа художньої виразності реалізується у залученні читача до естетичного переживання, до комплексу естетичного сприйняття. Прийоми обігравання деталей у творах книги «Життя і смерть Редактора» різні – для трактування тих або інших подій, у інших є засобом-акцентом характеристики. Так, описуючи розмову з Борисом Дерев'янком про відомого капітана Нікітіна, шукаючи ракурс його зображення в газеті, Римма Зверева наголошує на вмінні головного редактора мислити афористично, створювати дороговкази для

осмислення і міркувань різного характеру. Ця деталь, на перший погляд другорядна, стає предметом ґрунтовніших міркувань про чесність у професії в нарисі «Та давня суперечка...» журналістки. «У метафоричному сенсі явище портрета, твореного митцем про митця, подібне до дзеркала, в якому видніються два профілі. Тобто письменник і його герой – це два персонажі, світи яких збуваються в рамках одного портрета» [3].

Деталі часто виникають за принципом асоціативного зв'язку: розповідь про власні лекції викликає згадку про призначення Бориса Дерев'янка почесним академіком ОНУ імені І.І. Мечникова («Проблематика кінця століття в «Колонці редактора»»), розповідь про перше знайомство з редакцією – бажання вибрати Бориса Дерев'янка капітаном газети, а «теорія» про потребу писати між двома крайніми точками «злий» і «сентиментальний» – настанову Редактора про те, який має бути журналіст: як спортсмен, завжди розім'ятий, розігрітий, паузи його можуть вивести з арени «змагань» («Перший редактор») тощо.

Отже, деталі в книзі «Життя і смерть Редактора» привертають увагу своєю оригінальністю, невимушеністю, природністю, простотою, а також вражаючими документальними тонкощами. Вони не пригальмовують процес сприйняття, не відволікають увагу від власне розповіді, переключають її на окремі об'єкти, однак є свідченням публіцистичної майстерності авторів. Це вповні компенсується самим образом автора в творах, котрий не просто виступає живим свідком, а й у низці випадків – першовідкривачем Редактора або ж незнайомого в знайомому, а насамперед «заряджає» читача своїми настроями. Дописувачі не перенасичують твори численними подробицями, навпаки, їх подробиці важливі, доречні, знакові.

7. Вагомим засобом портретування є **заголовки** у творах. Заголовок будь-якого твору – надзвичайно важливий його компонент, адже в ньому зосереджується «ядро» змісту твору. Назва зорієнтовує читача, пропонуючи лаконічне відтворення ідеї всього твору, зазначене на самому його початку. Часто в назву виносять надважливе поняття, образ, смисл, що стає не тільки епіцентром твору, а й важливим елементом комунікації з читачем. Проходячи через весь твір лейтмотивом і вбираючи нові публіцистичні смисли,



слово-заголовок весь час переростає свої початкові значеннєві рамки, набуваючи нових «співзначень», викристалізовується, відшліфовується, відкриваючи все нові й нові відтінки смислу. «Заголовок твору формує константне значення, яке залежить від прагнення автора до новизни, оригінальності, благозвучності, функціональної спрямованості висловлювання, від образу автора чи персонажа, а також від їхнього емоційно-оцінного та індивідуально-психологічного начал» [2].

Заголовки творів книги пам'яті більшою мірою віддзеркалюють авторське прагнення винести головне слово-значення в перший рядок, привернувши читацьку увагу: «Вогонь – на себе», «Незаперечний Дерев'янка», «Вороги не зраджують, вони вбивають», «Він пішов непереможеним», «Несамовитий Борис» тощо. Уже виходячи із заголовків, можна створити словесний портрет Бориса Дерев'янка. Не всі назви відповідають вимогам лаконічності, ємкості, натомість у них прочитуються ключові ідеї того, яким власне був Журналіст. Спробуємо і ми, виходячи з назв, окреслити його риси: сміливий, безкомпромісний, чесний із собою й оточенням, відповідальний у професії, наставник молоді, прямолінійний, справжній, «колючий» (небоязнь гострих і незручних тем), готовий до випробувань, здатний усвідомити свої помилки, виправити їх і йти вперед, з урахуванням прорахунків, шанований у журналістському й інших колах, фахівець, хороший публіцист, майстер слова, прибічник вічних істин, а не проминальних, людина, до якої варто прислухатися.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Життя і смерть Редактора: Книга пам'яті Бориса Дерев'янка / упоряд. Л.Г. Бурчо. Одеса : Прескур'єр, 2015. 352 с.
2. Форманова С.В. Функціональна семантика заголовка як ключ до розуміння художнього твору (на матеріалі роману Василя Шкляра «Ключ»). URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/75581/133-Phormanova.pdf?sequence=1>.
3. Воронова М. Методи творення літературних портретів. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1213>.
4. Надточій О.Л. Жанр портретного нарису: особливості викладання у ВНЗ. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 1 (33). URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/view/ByFileId/901733.pdf>.

## REFERENCES

1. Zhyttia i smert Redaktora: Knyha pamiati Borysa Derevianka [Life and death of the Editor: Book of memory of Boris Derevyanko] / uporiad. L.H. Burcho. Odesa: Preskurier, 2015. 352 s. [in Ukrainian].
2. Formanova S.V. Funktsionalna semantyka zaholovka yak kliuch do rozuminnia khudozhnoho tvor (na materialy romanu Vasyliya Shkliara "Kliuch") [Functional semantics of the title as a key to understanding

- the work of art (on the basis of Vasyl Shklyar's novel "The Key"). Retrieved from: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/75581/133-Phormanova.pdf?sequence=1> [in Ukrainian].
3. Voronova M. Metody tvorennia literaturnykh portretiv [Methods of creating literary portraits]. Retrieved from: <http://journalib.uni.v.kiev.ua/index.php?act=article&article=1213> [in Ukrainian].
  4. Nadtochii O.L. Zhanr portretnoho narysu: osoblyvosti vykladannia u VNZ [Genre of portrait painting: peculiarities of teaching in universities]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii – State and regions. Series: Social communications*, 2018, № 1 (33). Retrieved from: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/901733.pdf> [in Ukrainian].

## НОТАТКИ

Науковий журнал

# ПРИЧОРНОМОРСЬКІ ФІЛОЛОГІЧНІ СТУДІЇ

*Випуск 2, 2023*

Коректура • *Н. Славогородська*  
Комп'ютерна верстка • *Ю. Семенченко*

Підписано до друку 02.05.2023 р.  
Формат 60×84/8. Гарнітура Times New Roman.  
Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 6,98. Зам. № 0523/352  
Наклад 100 прим.

Надруковано:  
Видавничий дім «Гельветика»  
65101, м. Одеса, вул. Інглезі, 6/1  
Телефон +38 (095) 934 48 28  
E-mail: [mailbox@helvetica.ua](mailto:mailbox@helvetica.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.