

УДК 316.774:004.774]:81'373.22(477+(470+571))-057.177.1:355.01

*Борищук В. В., здобувач вищої освіти,
Стеблина Н. О., д. політ. н., професор,
професор кафедри журналістики та
соціальних комунікацій*

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЛЕКСИЧНОГО ОБРАЗУ ЗЕЛЕНСЬКОГО ТА ПУТІНА В ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛАХ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

Повномасштабна війна Росії проти України сильно змінила інформаційний простір, який насичений сотнями новинних матеріалів з обох сторін, що вкрай помітно, у першу чергу, в інформаційних телеграм-каналах. Вони коротко та швидко повідомляють про події як на фронті, так і в самих країнах та світу. Основна тематика публікацій – це російсько-українська війна, однак новинні стрічки часто згадують про 2 ключові персони, а саме президенти ворогуючих країн – Володимир Зеленський та Володимир Путін, за якими пильно та постійно спостерігає весь світ.

Образи президентів України та Росії з різних точок зору досліджували Ю. Карманська, Є. Плахотнюк, Л. Завальська та А. Березовенко, однак проблема лексичного образу публічних людей, зокрема й політичних діячів, досі залишається поза аналітичними студіями українського журналістикознавства та філології, що обумовлює наукову новизну й актуальність нашого дослідження.

Для дослідження лексичної риторики, яку використовують інфоканали в Телеграмі, було обрано 3 найпопулярніші, згідно з статистичними даними TGStat [1], новинні телеграм-канали: 2 українських – українськомовний «Телеграмна служба новин», російськомовний «Украина сейчас» та 1 російський – «РИА Новости». Для аналізу були взяті 2 періоди: 1) перший місяць від початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну, тобто з 24 лютого по 24 березня та 2) останній на момент аналізу – з 24 вересня по 24 жовтня. Аналізували кожен з інфоканалів за 3 параметрами: 1) частота згадки; 2) форми та варіанти написання; 3) загальна лексична картина. Ми окреслили основні тенденції трансформації лексичного образу Зеленського та Путіна, порівнюючи останні результати з тими, що були отримані на початку вторгнення.

Для частоти згадки обох президентів в 3 інформаційних телеграм-каналах були проаналізовані усі публікації за один і той же проміжок часу за згадані 2 проміжки часу (див. Таблиця 1). Узагальнимо, що найбільша частота згадок за 2 періоди про Зеленського зафіксована в «Телеграмній службі новин», а найменше в новинній стрічці траплялася частота згадок в «Украине сейчас». Водночас

найбільше про Путіна за тих самих 2 періоди зафіксовано в «РИА Новости», а найменше – в «Телеграмній службі новин».

Можна виділити 2 цікаві тенденції:

1) Якщо у «Телеграмній службі новин» та «РИА Новости» в обох періодах переважав за кількістю згадок Зеленський та Путін відповідно, то в «Україна сейчас» на початку війни більше повідомлень згадувався Путін, тоді як вкінці вересня-жовтня вже переважали повідомлення із більшою кількістю згадок про Зеленського;

2) у «Телеграмній службі новин» та «Україна сейчас» зросла частота згадок та їх кількість про Зеленського, і тільки у «РИА Новости» навпаки – трохи зменшилася, у той час як те саме про Путіна зменшилася в усіх 3 телеграм-каналах.

Таблиця 1

Частота згадки президентів України та Росії в інформаційних телеграм-каналах у 2022 році							
Телеграм-канали	Періоди	Володимир Зеленський			Володимир Путін		
		Всього згадок	% серед всіх постів	% лише серед зафіксованих згадок у постах	Всього згадок	% серед всіх постів	% лише серед зафіксованих згадок у постах
Телеграмна служба новин	24.02-24.03	432	7,5%	54,1%	367	6,1%	45,9%
	24.09-24.10	578	8,7%	71,9%	306	5,7%	29,1%
Україна сейчас	24.02-24.03	453	6,8%	41,1%	650	9,7%	58,9%
	24.09-24.10	541	8,1%	56,8%	411	7,6%	43,2%
РИА Новости	24.02-24.03	382	7,3%	42,7%	513	9,8%	57,3%
	24.09-24.10	305	7,5%	42,5%	412	8,6%	57,5%

В усіх 3 телеграм-каналах найчастіше вдалося зафіксувати варіанти написання у формі прізвищ «Зеленський/Зеленский» та «Путін/Путин», які значно переважали за всі інші форми (див. Таблиця 2). Ймовірною причиною саме такого найактивнішого використання є економія слів в невеликих постах в телеграмі задля привернення більшої уваги до самої цитати президента або сенсу новини, що є більш важливою, ніж витратити додаткової кількості слів.

Порівнюючи кількість варіантів написання посад та ПІБ президентів, можемо означити, що найбільш різноманітні форми при згадці обох президентів використовує у своїх публікаціях «Україна сейчас» – 8 форм для Зеленського та 16 – для Путіна, трохи менше «Телеграмна служба новин» – 7 та 10 форм відповідно, а найменше форм використовував канал «РИА Новости» – 2 і 7 варіантів відповідно. Цікавою тенденцією в українських телеграм-каналах виявилось написання прізвища та ім'я Путіна чи назви країни Росія з маленької букви.

Таблиця 2

Форми та варіанти написання президентів України та Росії в інформаційних телеграм-каналах у 2022 році				
Телеграм- канали	Володимир Зеленський		Володимир Путін	
	Всього варіантів	Форми та варіанти ТОП-5	Всього варіантів	Форми та варіанти ТОП-5
Телеграмна служба новин	7	1. Зеленський 2. Володимир Зеленський 3. Президент України Володимир Зеленський 4. президент Зеленський 5. Президент Володимир Зеленський	10	1. Путін 2. путін 3. Володимир Путін 4. президент РФ Путін 5. володимир путін
Украина сейчас	8	1. Зеленский 2. Владимир Зеленский 3. президент Зеленский 4. президент Украины Владимир Зеленский 5. Президент Владимир Зеленский	16	1. Путин 2. путин 3. Владимир Путин 4. Президент России Владимир Путин 5. президент путин
РИА Новости	2	1. Зеленский 2. Владимир Зеленский	9	1. Путин 2. российский президент 3. Президент РФ 4. президент России Владимир Путин 5. Владимир Путин

Якщо узагальнити, яку лексику вживають всі 3 інформаційні телеграм-канали, то в цілому за 2 проміжки часу ситуація схожа, проте все залежить від їх походження та президентів.

Про Зеленського та його дії канал:

- «Телеграмна служба новин» та «Украина сейчас» використовували нейтральну або позитивну лексику;

- «РИА Новости» використовував зазвичай нейтральну лексику, однак іноді були помітні і негативні формулювання.

Про Путіна та його дії в постах каналу:

- «Телеграмна служба новин» просто насичений різноманітними негативними та саркастичними фразами, які описують президента Росії або він має безпосереднє відношення до певних понять, які утворені за допомогою прикметника від іменника «Путін»: про владу; про війну; про війська; про президента та інші.

- «Украина сейчас» просто величезний спектр негативних та саркастичних фраз, які описують президента Росії або він має безпосереднє відношення до певних понять, які утворені за допомогою прикметника від іменника «Путін». Також у новинних публікаціях редактори інфоканалу використовували нецензурну або гнівну лексику щодо Путіна.

• «РИА Новости» повністю в нейтральному стилі при згадці про президента подається інформація, використовуючи стримані прикметники чи дієслова без якоїсь позитивної чи возвеличувальної риторики.

Отже, вивчення та аналіз трансформації лексичного образу президентів та інших політичних осіб в інформаційних телеграм-каналах під час повномасштабного вторгнення є досить актуальним, що зумовлює продовження більш глибокого дослідження даної теми у сфері медіалінгвістики.

Список використаних джерел

1. *Rating of Telegram channels. TGStat. URL: <https://tgstat.com/ratings/channels/news?sort=members> (дата звернення: 11.10.2022).*
2. *Зневажлива граматики війни: власні назви та імена агресора пишемо з малої літери. Армія.Інформ : веб-сайт. URL: <https://armyinform.com.ua/2022/03/16/znevazhlyva-gramatyka-vijny-vlasni-nazvy-ta-imena-agresora-lyshe-z-maloyi-literi/> (дата звернення: 17.09.2022).*

УДК 316.472.4:004]-057.4(043.2)

*Василенко В. Ю., канд. соц. ком.,
старший викладач кафедри
інформаційних систем управління*

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА ПЛАТФОРМ ДЛЯ НАУКОВЦІВ

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

Актуальність дослідження. Сьогодні необхідність залучення та привернення уваги як зовнішніх, так і внутрішніх представників цільової аудиторії до українських закладів вищої освіти (ЗВО) є надзвичайно важливим аспектом функціонування системи вищої освіти, адже саме ЗВО готують наше майбутнє покоління, яке буде розбудовувати нашу країну після Перемоги. Саме тому акцент робиться, у тому числі, на формуванні позитивного іміджу викладача, створити який можливо за допомогою підтримки соціальної активності в освітній та науковій діяльності.

Мета цього дослідження полягає у визначенні особливостей використання спеціалізованих соціальних мереж та платформ для науково-педагогічних працівників (НПП) як науковців.

у тому, аби охарактеризувати особливості використання технологій Data Mining з огляду користувача освітніх послуг та виокремити основні завдання, які суміжно впливають на якість освітніх продуктів.

Викладення основного матеріалу. Імідж викладача являє собою проекцією його особистості в процесі соціальних комунікацій, який включає в