

УДК 007 : 304 : 070

Малоцький В.О.

студ. гр. СН-312 НУ «Запорізька політехніка»

**ВЕРБАЛЬНА ТА ВІЗУАЛЬНА СКЛАДОВІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ОБРАЗІВ
ВІЙСЬКОВИХ У ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ЗБІРКАХ СПЕЦПРОЄКТУ
«ІСТОРІЇ УКРАЇНСЬКИХ ВОЇНІВ»**

Спецпроект «Історії українських воїнів» включає п'ять книг публіцистичних матеріалів про українських воїнів, які боронять нашу землю від російських загарбників: «Побратими» (2016), «Відчайдухи» (2016), «Наші» (2017), «Пророцтво Жанни» (2018), «Бойправи» (2018).

Особливості формування позитивного іміджу українських військовослужбовців розглядають такі науковці, як Ю. Кіндзерська [1] В. Посмітна[2], М. Праута [3]. Загалом відчувається брак досліджень,

присвячених розгляду особливостей функціонування сучасної військової публіцистики України, потребують осмислення вербальна та візуальна складові репрезентації образів військових. Цим і визначається актуальність нашого дослідження.

Як же формується образ військового на війні саме у збірках спецпроекту «Історії українських воїнів»? Розглянемо публікацію Олега Сушинського «Для ворогів важка тактика Божка» зі збірки «Бойправи». Назва матеріалу промовиста, бо її автор заримував прізвище героя публікації з наслідками його дій. Така назва вже передає ідею незламності, героїзму українських військових, є своєрідною прелюдією до тексту.

Лід публікації виконує інформаційну та емоційну функції: «Бійці завели пісню: «Посадили ми калину в чистім полі на виду. Будем битися без спину воріженькам на біду». Танкісти переводили дух після запеклого бою. Хтось ніжно розмовляв зі своїм «залізним другом», дякуючи за добру службу, хтось потягнувся за цигаркою... Як несподівано пролунала команда: «Вирушити під Логвинове!» Там бійці мали зайняти, у лісосмузі, опорний пункт, аби не допустити просування ворожої бронетехніки» [4, с. 4]. Слова пісні, яку виконують бійці, теж відображає ідею публікації, всієї збірки, і всього проекту «Історії українських воїнів».

Одразу після ліду подається вступ, де описується один з епізодів танкового бою під керівництвом лейтенанта Василя Божка. Потім подаються три змістові блоки, які мають промовисті та емоційні назви, основний акцент в яких робиться саме на особистості цього військового: «Це не Божок – це бог танкового бою!», «Санжарівський дебют: народження героя», «Врятований «ангел»». Перший блок присвячено опису подій в один із останніх днів героїчної оборони Дебальцівського плацдарму. Блок має назву «Це не Божок – це бог танкового бою!», оскільки екіпаж під керівництвом лейтенанта Василя Божка в районі селища Логвинове підбив три танки противника та прикрив відхід українських підрозділів. Автор матеріалу зазначає: «За особисту мужність і героїзм, самовіддане служіння Українському народові молодий командир удостоєний звання Герой України з врученням ордена «Золота Зірка» [4, с. 10].

Наступний блок статті «Санжарівський дебют: народження героя» відсилає нас до попередніх подій, бо в ньому йдеться про перше бойове хрещення командира взводу 92-ї окремої механізованої бригади Василя Божка. Описується бій поблизу Санжарівки, що на Світлодарській дузі, де «гартувався переможний дух командира» [4, с. 11].

Назва третього блоку «Врятований «Ангел» має подвійну конотацію. Перше значення пов'язане з констатацією того, що біля станиці Луганська знаходиться український опорний пункт «Ангел», де і розпочався бій, який добре закарбувався в пам'яті Василя Божка. Друге значення пов'язане з тим,

що «для мирного населення українські воїни стали справжніми янголами-охоронцями» [4, с. 14].

Висновок автора матеріалу передає його емоційне ставлення до танкістів, справжніх героїв: «Ось так вони і воюють. Сидячи в танку, де жарко, незручно, тісно, хлопці здобувають перемогу. Проте ви не знайдете жодного танкіста, який скаржився би на свого «Ведмедика», «Удава» чи «Тигренятка» – так вони ніжно називають своїх «залізних друзів». Вони вміють воювати і вміють жартувати. І як сказав один танкіст: «Дякую Богу, що я не москаль. І дякуйте, москалі, що я не Бог!» Але дійсність показує, що вони, як і інші захисники, справжні Боги, адже саме від них залежить доля України, майбутнє української нації!» [4, с. 16].

На концептуальному рівні у публікації домінують концепти, які корелюють із цінностями української нації: безпека, захист, справедливість, перемога, патріотизм, героїзм. Стилiстичними засобами створення такого настрою виступають метонімії, метафори та епітети. Наприклад, екіпаж лейтенанта Божка називають «екіпажем, народженим у броні» [4, с. 9] (метонімія), а його самого «Це не Божок – це Бог танкового бою!» [4, с. 9] (метафора). Танки військові називають як тварин, використовуючи персоніфікацію: «Український «Т-64» із назвою «Удав» плавно «відповз» назад» [4, с. 6], пестливо-зменшувальні форми «Ведмедик», «Тигренятко» (назви танків) [4, с. 16]; автор публікації використовує перифрази, називаючи їх «залізними друзями» [4, с. 16], «залізними велетнями» [4, с. 14]. Емоційне ставлення до ворогів передається за допомогою метафори: «Запах горілки та поразки ще довго стояв у лігві бойовиків» [4, с. 14].

Задля донесення до читача головної ідеї публікації, відтворення її емоційно-естетичного навантаження автор використовує алюзії (слово походить з латинської мови (alludere) і перекладається як жартувати, натякати, це художньо-стильовий прийом, за допомогою якого відтворюється натяк на певний історичний, міфологічний, літературний факт, який закріплений у текстовій культурі). Олег Сушинський у своїй публікації зазначає, що командир взводу 92-ї окремої механізованої бригади Василь Божок використав «... тактику «летючий голландець»: прийшов нізвідки, знищив ворога і зник у невідомому напрямку» [4, с. 8]. Вираз «летючий голландець» відсилає нас до легенди, яка була поширена серед моряків у минулі віки, він означає міраж, фата-моргану на морі, зображення судна, котре перебувало за десятки кілометрів від тих, хто його бачив.

З цією ж метою використовуються і ремінісценції (запозичення окремих мотивів, образів, виразів, деталей з творів інших митців). Наприклад, автор цього матеріалу під час опису танкового бою використовує цитату: «І сталося те, від чого застерігав Олександр Твардовський: «Страшний танк, що йде у бій!» [4, с. 15]. В реченні «Від кількох влучань «в яблучко» позиції ворога

вкрило димом, бронетехніка й піхота панічно відступили» [4, с. 15] використано фразеологізм «потрапити в яблучко». Автор трохи його змінив, але в даному контексті слова влучити і потрапити є синонімами. Фразеологізм означає робити чи говорити саме те, що треба, в потрібний момент. Підводячи підсумок, автор матеріалу робить висновок, що танкісти «...вміють воювати і вміють жартувати. І як сказав один танкіст: «Дякую Богу, що я не москаль. І дякуйте, москалі, що я не Бог!» [4, с. 16]. Слова танкіста це гра слів, каламбур.

Матеріал супроводжують десять фотографій, це портретні та сюжетні фото з зображенням героя публікації (з побратимами, друзями, більшість біля танків), а також фото, яке відображає важливу подію: вручення Петром Порошенком державної нагороди, ордена «Золота Зірка», та присвоєння звання Герой України. Візуальний контент робить матеріал більш привабливим, дає можливість читачам побачити героїв публікацій, об'єктивну реальність (фото з місця подій), про яку говориться у статті. Зображення не лише привертають увагу, викликають емоції, переживання, а й підтверджують те, про що йдеться. Насамкінець фото допомагають сформувати образ героя публікації.

Таким чином, публікації в книгах спецпроєкту «Історії українських воїнів» зроблені журналістами на основі реальних зустрічей і подій з учасниками антитерористичної операції на сході України, в цих книгах представлені особистості військових, волонтерів, медперсоналу, психологів, кухарів, всіх тих, хто завдяки своїй мужності та відвазі отримали визнання та пошану з боку суспільства. Через історії окремих військових демонструється незламність, подвиги і професіоналізм українських захисників. Читач оцінює героїв публікацій через їх дії, вчинки, автор використовує і самооцінку бійців, і оцінку їх товаришами.

Задля відтворення емоційно-естетичного навантаження публікацій автори використовують цілий арсенал художніх засобів: метонімії, метафори, епітети, порівняння, перифрази, алюзії, ремінісценції, фразеологізми.

У проєкті використовуються ілюстративні матеріали. Це індивідуальні та групові фото (з побратимами, друзями, сім'ями, дітьми, тваринами, під час зустрічей з учнями шкіл та дитячими садочками, паради). Деякі світлини зроблені на фоні позицій, блок-постів, розбомблених локацій. Художньо виразні фотографії поглиблюють тексти, дають уявлення про героїв публікацій чи певні події.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кіндзерська Ю.Ю. Образ героя як елемент ідеологічної пропаганди у ХХ столітті / Ю. Ю. Кіндзерська // Питання літературознавства. – 2003. – № 10. – С. 11–28.

2. Посмітна В. В. Формування позитивного іміджу захисника як провідна комунікативна стратегія військових и правоохоронних видань України. Когнітивні та прагматичні особливості мовного впливу у військовому дискурсі / В. В. Посмітна // Волинь філологічна: текст і контекст. – 2013. – №2. – С. 179–185.

3. Прута М. Функціонування українських друкованих військових засобів масової інформації за умов зовнішньої агресії (2014-2020 рр.) / М. Прута // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. – 2021. – Т. 32 (71). – № 2. Ч. 2. – С. 226–233.

4. Сушинський О. Для ворогів важка тактика Божка / О. Сушинський // Бойправи. Історії українських воїнів / За заг. ред. Валентина Буяченка. – Київ : Військо України, 2018. – С. 4–16.