

УДК: 007: 306

Хітрова Т.В.¹

¹ канд. філол. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ПОЛІТИКА ПЕРЕЙМЕНУВАНЬ В КОНТЕКСТІ ДИСКУРСУ «ДЕКОМУНІЗАЦІЇ»

Однією із важливих форм функціональної експлікації дискурсу «декомунізації» на сучасному етапі стало широке залучення до дискусій навколо топоніміки аудиторного ресурсу медіа. Пересічні українці поряд з науковцями та експертами стали повноцінними учасниками діалогу щодо політики перейменувань та зміни топонімічного ландшафту України. Аудіовізуальні та інтерактивні ресурси медіа дозволили перфомантизувати й, подекуди, шоуїзувати цей процес. Можемо констатувати, що «топоніміка» та «символіка» виявились найбільш стійкими конструктами дискурсу, які й до сьогодні підтримують його в медіа. Ще одним дискусійно насиченим простором «декомунізації» став ребрендинг торгових марок, назв продуктів виробництва, власних назв, здебільшого ергонімів тощо.

Теоретичним підґрунтям до наукового осмислення інформаційного змісту «декомунізації» в сучасному мас-медійному дискурсі є не лише новітня практика його експлікацій у ЗМІ, а й проблема відповідальності та

компенсаторності «пам'яті». Поняття «відповідальності», зокрема й кримінальної, включене й в основний зміст пакету «декомунізаційних законів», а отже передбачає переформатування комунікаційної моделі «пам'яті» в публічному просторі.

У процесі аналізу медійних репрезентацій дискурсу / контрдискурсу «декомунізації» на сучасному етапі було виявлено використання маніпулятивного ресурсу, зокрема в таких комунікаційних формах:

- «асоціативних протиставлень»: «Мешканці декомунізованого села в Запорізькій області вважають нову назву неблагозвучною, образливою та несприятливою» (Актуально, 12 грудня 2019), «Москаль заставил жителів закарпатского села стать фанатами Beatles» (Антикор, 28 вересня 2016);

- «рекомунізації» як технології мобілізації політичної прихильності: «Рекомунізація. Чому українським вулицям повертають попередні назви?» (DW, 11 липня 2019), «Харківська міська рада знову проголосувала за повернення проспекту Жукова» (Укрінформ, 24 лютого 2021), «У Харкові повернули пам'ятник Жукову» (Сьогодні, 11 липня 2019), «З Харківської міськради не дозволили винести Леніна» (Українська правда, 24 лютого 2021);

- трансферу, як технології протиставлення діям попередньої влади: «Одеська міськрада повернула частині вулиць радянські назви» (Тиждень.UA, 26 квітня 2017); «Бандеру і Шухевича комунізували» (Gazeta.ua, 26 червня 2019); «Черкаська облрада повторно перейменувала два декомунізованих села» (Інформ-UA, 12 жовтня 2016) та інші.

Поширеною й актуальною на сьогодні технологію, що побутує в контексті дискурсу / контрдискурсу «декомунізації» є паралельне співіснування різних комунікаційних моделей, серед найбільш розповсюджених: «модель соціальної ностальгії», «модель тріумф-катастрофа», «модель прогрес-традиція» тощо [1]. Модель «соціального ностальгування» є головною комунікаційною технологією критиків «історичних законів», власне джерелом культивування опозиційного дискурсу та успішною політичною платформою проросійських кандидатів та партій в Україні. За результатами опитування, проведеного Соціологічною групою «Рейтинг», 43% українців ностальгують за СРСР («Українська правда», 29 липня 2019 року). Основними темами трансляції в моделі «ностальгування» є: «велике соціальне розшарування й необмежена нахабність так званої еліти», «прожитковий мінімум», «безкоштовна освіта», «соціальний захист» тощо. Основним аргументаційним ресурсом цієї моделі комунікації є: євроінтеграційний вектор, що закладений у тезах: «Україна повертається до європейської родини», «прощай російська та радянська імперія», «Україна – європейський безвізовий простір»; розвінчання радянських міфів, коли відкриття архівів дозволило ввести в інформаційний

простір нові свідчення злочинів радянсько-імперської влади – «відкриття архівів НКВД-КДБ: українці мають знати правду», «відкриті архіви – повернені імена репресованих родичів»; знайомство з «історією на місцях», репрезентує сегмент аналітично-дослідницької роботи краєзнавців, громадськості та журналістів з відновлення історичної топоніміки. Журналістська комунікація в межах означеної моделі направлена, в першу чергу, на діалог й репрезентує смислову концепцію «відповідальної пам'яті».

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Хітрова Т. Регіональний градієнт національно-консолідованої моделі «соборної історичної пам'яті»: специфіка медійних репрезентацій. Науково-виробничий журнал «Держава та регіони». Серія: Гуманітарні науки. 2014. №4(39). С. 139–142.