

## МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОПРОСТОРІ (НА ПРИКЛАДІ ЖУРНАЛЬНОГО ПОДОРОЖНЬОГО НАРИСУ)

Ковальова Т. В.

### ВСТУП

Сьогодні інформаційна ситуація в Україні відбиває зміни й еволюцію всіх сфер соціокультурної та суспільно-політичної комунікації. Вагомим є усвідомлення того, що від медіадискурсу залежить, на засадах яких міжкультурних та національних цінностей буде сформована суспільна свідомість її народу.

Сучасний інформаційний простір формується як під впливом світової масово-комунікативної ситуації, так і на традиціях радянської журналістики. Питання національної ідентичності та міжкультурної комунікації на часі є важливими та актуальними, такими, що потребують розгляду. Явище медіадискурсу сприяє «культурному взаємозбагаченню народів, мешканців як однієї країни, так і в міжкультурному світовому просторі»<sup>1</sup>.

Дослідження подорожнього нарису як медіатексту базується на розгляді міжкультурної комунікації через етнічні, релігійні, соціальні чинники. Отже, автор і герой в подорожньому нарисі пов'язані з особливістю функціонування та значенням медійних впливів системи ЗМІ, яка зароджувалася і формувалася у відповідний історичний період, на сучасний медіатекст.

Ситуація, що склалася в українських медіа сьогодні, потребує осмислення. Таким чином, поживляється інтерес учених до певних історичних періодів існування медіа, зокрема радянсько-партійної преси часів її становлення, де принагідно розглядається й людина в масмедійному просторі.

---

<sup>1</sup> Наумкіна С.М. Міжкультурна комунікація як «філософія толерантності» в сучасному світовому геополітичному просторі. *Актуальні проблеми філософії і професійної підготовки фахівців у полікультурному просторі*. Харбін – Одеса, 2019. С. 44–49.

Відповідно, в радянському подорожньому нарисі саме автор розповідає і водночас формує у реципієнта уявлення про дійсність, про соціокультурні орієнтири, які формують світогляд та національну ідентичність українців. Журналіст подорожує, щоб самому побачити і розповісти читачеві, як у тому чи іншому регіоні вирішуються соціокультурні проблеми; як живуть і відпочивають люди у своїй і чужій країнах; як зберігаються пам'ятники культури тощо. Таким чином, автор і герой творять когнітивну картину світу.

Хоча для подорожнього нарису особливого значення набуває маршрут подорожі, який і зумовлює сюжет твору, не можна відкидати розуміння цього внутрішньожанрового різновиду як синтетичного за своєю природою. Отже, у подорожньому нарисі вдало поєднуються описи мандрівки, портрети персонажів, розв'язуються, підмічені автором, проблеми, твориться міжкультурна комунікація.

Журналістика в період 20–30 років ХХ століття представляла соціокультурну та суспільно-політичну діяльність, яка була спрямована на ідеологічне виховання читача та агітаційний вплив на маси. Завданням, яке влада ставила перед журналістами, було переконати суспільство, що описані на сторінках газет і журналів медіадискурси відбуваються в реальному житті, і в читача не повинно виникати ніяких сумнівів щодо правдивості такого відображення дійсності. Для аудиторії такі медіатексти мали продукувати поведінкові моделі міжкультурної комунікації та сприяти їх наслідуванню.

Концепція міжкультурної комунікації залишається малодослідженою в науці про соціальні комунікації. Принциповою особливістю публіцистики є документальне відтворення людини, адже герой медіатексту належить одночасно суспільній дійсності й мистецтву. Розглядаючи публіцистичну модель особистості, яка позначена широким спектром характеристик, варто звернути увагу на її соціальну та міжкультурну активність, які є вагомими чинниками творення інформаційного простору.

### **1. Міжкультурна комунікація як чинник формування національної ідентичності героя українського журнального подорожнього нарису**

Взаємозв'язок людини, її світогляду, реальної дійсності актуальний для представлення національної ідентичності українського характеру в міжкультурному середовищі. Вивчаючи український

журнальний подорожній нарис 20–30 років ХХ століття як медіа-текст, транслюємо реципієнтові героя з його світоглядом, ментальністю, мовою, мисленням, заглиблюємося в його внутрішній світ і національну ідентичність. Як наголошує Л. Чорна, «знання особливостей культури, менталітету нації, специфіки вербального і невербального спілкування виступають основою успішної міжкультурної комунікації»<sup>2</sup>.

Отже, для процесу публіцистичного дослідження людини важать взаємодія характеру і обставин, поведінка людини, її вчинки, мовлення, культура, ментальність. Однак яскраво вираженим публіцистичний характер стає тоді, коли розкривається внутрішній світ документального героя, його духовність, культура, мотиви вчинків. Влучно відмічає І. Озарчук, що «з погляду міжкультурної комунікації, культура – це насамперед успадковані та усталені норми соціальної практики людей, які належать до певних національних чи етнічних спільнот»<sup>3</sup>.

Існує велика кількість літературознавчих дефініцій характеру. Погоджуючись з автором «Літературознавчого словника-довідника» Ю. Ковалівим<sup>4</sup>, під характером розуміємо внутрішній образ індивіда, зумовлений його оточенням, наділений комплексом відносно стійких психічних властивостей, що зумовлюють тип поведінки, означений авторською морально-естетичною концепцією існування людини. У характері вбачається цілісність загального та індивідуального, об'єктивного та суб'єктивного, статичного та динамічного, що фіксує душевну основу особистості з її темпераментом та світосприйняттям, культурними цінностями та орієнтирами.

Художній образ людини в літературі репрезентують такі синонімічні поняття, як «герой», «персонаж», «характер». Зазначимо, що

---

<sup>2</sup> Чорна Л.В. Міжкультурна комунікація в туризмі в контексті євроінтеграційних процесів в Україні. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання* : матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конф. м. Черкаси, 22–23 березня 2018 р. Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А., 2018. С. 103–107. URL: <https://er.chdту.edu.ua/bitstream/ChSTU/3453/1/ЧДТУ%20том%20останній.pdf#page=103>.

<sup>3</sup> Озарчук І. Мова як інструмент міжкультурної комунікації для формування особистості. *Сучасні тенденції розвитку лінгвістики та лінгводидактики* : матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Рівне, 12 травня 2021 р. Рівне : НУВГП, 2021. С. 140–144. URL: [http://ep3.nuwm.edu.ua/22133/1/zbirnik\\_ii\\_vseukrajinskoji\\_2021\\_1\\_%D0%B2%D0%B8%D0%BF%D1%80.pdf#page=131](http://ep3.nuwm.edu.ua/22133/1/zbirnik_ii_vseukrajinskoji_2021_1_%D0%B2%D0%B8%D0%BF%D1%80.pdf#page=131).

<sup>4</sup> Літературознавчий словник-довідник / ред. Р.Т. Гром'як, Ю.І. Ковалів та ін. Київ : Академія, 1997. 753 с.

ці поняття не тотожні в публіцистичному тексті, тому в подорожньому нарисі досліджуваного періоду розрізняємо образ-характер та образ-персонаж, оскільки персонаж постає, з одного боку, як характер, з іншого, – як художній образ, що втілює характер. Отже, людина в подорожньому нарисі – це, найперше, особистість із будь-якими психічними, особистісними якостями, моральними, ідеологічними, світоглядними переконаннями, ментальністю, культурними орієнтирами. Яскраво індивідуальний та неповторний образ, у якому репрезентовані суспільно-політична дійсність, національна ідентичність та міжкультурний дискурс. Таким чином, автор і герой в публіцистиці наділені індивідуальними рисами й залишаються документальним.

Досліджуючи подорожній нарис як особливий вид медіатексту, варто наголосити, що міжкультурна комунікація автором-мандрівником розглядається «як комплекс комунікативних зв'язків з культурним середовищем, контекстуальними явищами, що впливає на зміну змісту та меж комунікативної взаємодії»<sup>5</sup>. У другій половині 20-х – на поч. 30-х років ХХ століття ідеологами комуністичної партії було встановлено стандарти появи у пресі картин сьогодення і надання їм виховної ролі. Як відомо, це були роки становлення соціалістичної або, як її називають, радянської систем ЗМІ, коли діяльність медіа регламентувалася на основі принципів класовості та партійності, фільтрування інформації, цензури та санкцій з боку влади, оскільки ЗМІ не тільки злилися з нею, а й були її інструментом впливу. Основне завдання, яке покладалося на медіа, – виховання суспільства, формування особливої соціокультурної свідомості й переконання в її правильності та довершеності. Зрозуміло, що таке завдання стояло, найперше, перед журналістами, особливо нарисовцями, які створювали один із найбільш затребуваних журналістських жанрів цього періоду, подорожній нарис, і зображували зразковий образ «своєї» культури, нації, людини.

Більше політика влади, а не реальна дійсність мала прямий вплив на медіа, визначала тематику й проблематику періодики, формувала національну ідентичність та міжкультурну комунікацію.

---

<sup>5</sup> Kolinko M. Intercultural Communication: from Distinction to Inclusion. Intercultural Communication. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Gospodarki Euroregionalnej im. Alcide De Gasperi w Józefowie, 2019. Iss. 6. P. 189–212. URL: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=760062>.

З'являються подорожні нариси, в яких людина представляла певну сферу життя, зокрема культурного.

Людина в медіатексті – проблема непроста, а відтак потребує глибокого дослідження. Певний історичний період формує свій тип людини, за яким стоїть світогляд, ментальність, національна приналежність, що зокрема і відбилося у подорожніх нарисах досліджуваного періоду. Таким чином, обставини, ситуації, світогляд формували, найперше, поведінку та вчинки героїв медіатекстів, а відтак і відображали їх соціокультурні орієнтири. Наприклад, у нарисі А. Паніва «Дніпрогес ім. Леніна»<sup>6</sup> читаємо: «Коли дивишся на це змінене обличчя землі, змінене в геніальному плані і гармонії – охоплює і подив, і захоплення, і необмежена віра, певність в сили робітничої класи, в сили революції. Як це безперечно заражає, переконує і чужоземних спеціалістів, що прийшли іноді до нас з ворожих клас, а піти звідси не можуть інакше, як друзями. Як це перероджує весь людський матеріал, що брав участь у великій соціалістичній побудові, як це вивітрює всякі залишки релігійного дурману, містики, темноти. І от дивишся на цей закінчений витвір людської праці – і світла радість, почуття легкості і простору охоплює тебе. <...> Це будівля класи визвольника. І людина цієї класи чи та, що зв'язала свою долю з нею, дивиться спокійно і захоплено на «діло рук своїх». Містичному напіврелігійному екстазу тут немає місця. Вільно, просто, ясно, прекрасно. <...> Яка це незбагненна вага і як легко в той же час виглядає ця будівля!»<sup>7</sup>. Зрозуміло, національний образ героя будівництва не міг бути представлений в іншому контексті. Саме українців мали наслідувати інші. Проте зауважимо, що у тексті втрачає герой свою ідентичність, приховується його віра, духовність, культура, а на перший план виноситься фаховість і «віра в світле майбутнє». Інша культура – це не чинник, через який будується міжкультурна комунікація, а навпаки втрачається справжній діалог культур. Так, засобом формування національного характеру постає не що інше, як виробнича дійсність.

Отже, для подорожніх нарисів 20-30-х років ХХ століття типовим є те, що означена дійсність є ключовою у конструюванні образу героя медіатексту.

---

<sup>6</sup> Панів А. Дніпрогес ім. Леніна. *Всесвіт*. 1932. № 28–30.

<sup>7</sup> Ibid.

У подорожньому нарисі також бачимо образ «ворожого класу», що засвідчує можливість хоч якоїсь міжкультурної комунікації, проте нарисовець тільки згадує цього героя, але не цікавиться ним, не зображає його в дії, не вимальовує портрет, не наділяє особливими рисами характеру, тим більше не говорить про його культуру, світогляд, національні риси, а водночас, зверхньо наголошує, що це, негативний образ в українському радянському суспільстві.

Українці в подорожньому нарисі позбавлені національної ідентичності, культурних орієнтирів, української ментальності. Це, найперше, маси промислових робітників і колгоспників: «Так, людина творчої класи, що бореться й будує, звучить гордо. Це ж люди, оті ніби мурашки, що йдуть ледве помітно по велетенському тілі греблі, в колективному зусиллі об'єднані одною волею і одним бажанням, розсунули води бурхливої і непокірної ріки, проскреблись аж до найтасмніших глибин її дна і поставили оцей бар'єр її водам з маси, зробленої людськими руками»<sup>8</sup>. Варто наголосити, що на творення характеру і світогляду впливала виробничо ситуація, а не соціокультурні чинники. Важливими для автора ставали професійні здібності героя, а не його освіта, вміння комунікувати, налагоджувати діалог. Таке відтворення характеру було не цікавим і не потрібним, тож культурний чинник залишався за кадром мандрівника і читача відповідно.

Таким чином, журналіста у подорожньому нарисі цікавить, найперше, узагальнений образ, а не індивідуальність, тим більше національна ідентичність та культурні орієнтири. Очевидно, для комуністичного режиму людина з її індивідуальними моральними, душевними, інтелектуальними, соціальними якостями була не цікава й не потрібна.

Зауважимо, що реалістичність героя у медіатексті залежить від його авторського представлення, звідси яскравим образ постає читачеві лише через авторське змалювання. Саме за допомогою мовних засобів, які добирає автор для зображення ситуації, можемо розуміти його ставлення до людини, з якою він комунікує. У публіцистичному тексті людину також варто розглядати в контексті єдності соціально-економічних та культурно-духовних явищ і за такого представлення образ стає зримим.

---

<sup>8</sup> Панів А. Дніпрогес ім. Леніна. *Всесвіт*. 1932. № 28–30.

Саме таке представлення читаємо у В. Алешка в подорожньому нарисі «День і ніч»<sup>9</sup>. Нарисовець знайомить читача з головою артїлі Наумовим. Герой зображується за допомогою стислої портретної характеристики: «хочеться бути на степу, біля тракторів, варитися у виробничому казані». Образ формується через одиничні деталі, які і дозволяють зробити висновок про знижений рівень комунікації між самим автором і героєм матеріалу.

Дещо інше представлення бачимо у нарисі «Свиня»<sup>10</sup> О. Мар'ямов не сам добирає слова для опису героя, а зображує його через висловлені ним же думки і міркування.

Так у нарисі читаємо роздуми директора радгоспу «Незаможник» Баранова: «Радгосп «Незаможник», утворений 1930 року, з якихось 200 свиноматок дійшов уже тепер через два роки до 1957 голів. Радгосп мусить, – мусить, мусить, щоб то не було, – подумав Баранов, – дійти до 1933 року 4100 голів. Чуми не може бути. <...> Баранов вибухнув: – Григор'єва тиснув 1919-го! Банди розбивав. Всю Одещину пройшов тоді з партизанами. Ночами стояли, чекаючи бою. Знали, що ворог сильніший за нас, і ніколи не боялися. А тут – одна хвора свиня, а я ходжу й боюся... От скажи ти мені, – ну на що це похоже?!»<sup>11</sup>. Як бачимо, нарисовцю цікаво спілкуватися з енергійним і розумним керівником, він захоплюється його далекоглядністю. Його роздуми, мудрість і зважений підхід до розбудови сільського господарства – це ті риси, які характеризують героя медіатексту.

За допомогою такого моделювання образів нарисовці впливали на українського читача, який реально сприймав подану журналістом інформацію. Із такого прочитання в нього не виникало сумнівів щодо правильності шляху, світогляду героя і способу життя, про які дискутував журналіст.

Однак варто звернути увагу, що нарисовці все ж розглядали своїх співрозмовників як частину політизованого репресивного суспільства, де панувала комуністична тоталітарна ідеологія, тому і вчинки їх безпосередньо пов'язані з політичними інтересами, і настрої та світогляд відбивали запити епохи. Персонажі подаються крізь призму комуністичного світогляду, а їх дії пов'язані з колективними інтересами, думка більшості є єдино правильною.

---

<sup>9</sup> Алешко В. День і ніч. *Всесвіт*. 1932. № 17–18.

<sup>10</sup> Мар'ямов О. Свиня. *Всесвіт*. 1932. № 22.

<sup>11</sup> *Ibid.*

Автор, можливо, навмисне уникає діалогів, ніде не говорить про потаємне, духовне, культурне та й не мав можливості сказати, аби не потрапити самому у категорію «ворогів народу», «інакодумців», «інонаціональних характерів» тощо.

Наприклад, у досліджуваних подорожніх нарисах не читаємо про розмови щодо непосильної праці, небажання заможних селян «продавати» державі хліб, а також щодо духовності та національної культури. І це не тому що герої не хотіли будувати діалог, швидше автор не бажав сам налагоджувати з ними комунікацію щодо певних тем та соціокультурних орієнтирів.

Сьогодні ми лише розуміємо, що, наприклад, продаж зерна швидше скидався на елементарний грабунок, державні закупівельні ціни встановлювалися такі, що селянин мусив віддати вирощений хліб за безцінь, а «твердий план» передбачав «продаж» такої кількості хліба, що після неї селянська родина була приречена на голодну смерть, бо ні хліба, ні грошей в неї не залишалося. Але цих (чи подібних) мотивів у журналістиці того часу не знайдемо, партійна цензура пильно стежила за тим, щоб вони не з'являлися. Журналістика стала небезпечною професією, де за необережно вжите слово, не той діалог або навіть за друкарську помилку можна було розплатитися життям.

Зазначимо, що в подорожніх нарисах цього періоду однак простежується зображення журналістами інонаціональних характерів, але вони не представляють іншу культуру як таку, не розповідають про ментальність інших націй, але на вимогу часу перетворюються на свідомих радянських людей.

Таким чином, у подорожніх нарисах 20-30-х років ХХ століття журналісти здебільшого комунікують з «оновленими» аджарцями, казахами, киргизами, узбеками, наголошуючи читачеві, що ще донедавна вони були неграмотні й дикі, а вже сьогодні стали свідомими радянськими громадянами, відданими ідеям комуністичної партії.

Із такими інонаціональними характерами диспутує І. Багмут у подорожньому нарисі «Каркара»<sup>12</sup>. У медіатексті за допомогою образних епітетів, порівнянь та метафор нарисовець демонструє негативність до представленого образу. Автор не намагається спілкуватися з героєм, але водночас проявляє свою неприязнь до нього: «Їде, волочучи ноги по землі, грубезний узбек, чи киргиз,

---

<sup>12</sup> Багмут І. Каркара. *Червоний шлях*. 1930. № 7–8.



безперечно важчий за самого віслюка, <...> а віслюк терпеливо везе свого пасажира»<sup>13</sup>. Таким чином, спостерігаємо зневажливе ставлення автора як до самої людини, так і до іншої культури, ментальності. Нарисовець не вважає за необхідне пояснити читачеві таке ставлення, а більше нетерпимість, натомість обігруючи уточнюючу деталь «грубезний узбек», підкреслює риси персонажа – неосвіченість і лінь, які ніби і є визначальними для жителів аулів.

Щоб іще реалістичнішим став образ, автор вдається до стислого опису зовнішнього портрету господаря. Читач лише тепер може здогадуватися про гостинність і привітність людини, з якою зустрівся під час подорожі, але наголосити на неграмотності не забуває: «В'їхали в аул. Через півгодини ми вже сидимо біля вогнища, п'ємо чай і намагаємося говорити з господарями. Вони привітно всміхаються, кивають головами, але нічого не розуміють»<sup>14</sup>. Навіть у такому стислому портреті можемо бачимо все ж приховану прихильність мандрівника до жителів віддалених аулів. Зображуючи інокультурну людину, І. Багмут не міг не звернути уваги на його неписьменність і неграмотність. Відтак у тексті про дорогу від аулу до Каркари, яку долають казахи й киргизи, читаємо з сатирою: «можна зварити барана» або «буде 13 криків».

Зрозуміло, що будь-яка міжкультурна комунікація формує уявлення як про героя, так і про ставлення нарисовця до нього. І авторське мовлення, і репліки героя транслюють інформацію про співрозмовника, відображають його світогляд, культуру, індивідуальний досвід та психологізм характеру. Так, у представленому медіатексті автор пише: «Я обережно, заходячи здалеку, запитую про його ставлення до влади. Він відповідає мені прикладом: – От ви начальник. Бо у нас раніше, хто з'являвся в європейській одежі, вважався за начальника. Коли б ви заїхали до мене за старого часу, ви могли б взяти з мене першого ліпшого коня і їхати, куди забажаєте, не плативши нічого... О тепер добре... Росіяни не захоплюють наших пастівників і сінокосів... – Чи могла бути за старого часу жінка головою аульної ради? А тепер, як бачите, в нас голова жінка»<sup>15</sup>. Так, у читача формується образ далекого від цивілізації узбека. Через міжкультурну комунікацію відображається і соціальний статус, і рід занять людини іншої культури, іншого

---

<sup>13</sup> Багмут І. Каркара. *Червоний шлях*. 1930. № 7–8.

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> Ibid.

географічного простору. Саме за стилем мовлення можемо визначити, де живе цей герой, його образ створюється за допомогою мовленнєвого портрета. Використання такого комунікативного прийому, на нашу думку, сприяє формуванню уявлення в читача не тільки про самого героя подорожнього нарису, а й про культурний розвиток країни, навіть у географічно найвіддаленіших регіонах.

Наголосимо, що саме комунікація з героєм забезпечила журналісту змогу звернути увагу на неосвіченість, невпевненість, недовіру до представників іншої культури, іншої нації: «Цей казак ніколи не був у жодному місті, ніколи не бачив електрики, автомобіля, поїзда»<sup>16</sup>.

Отже, в подорожньому нарисі журналіст не тільки описує свою мандрівку, а й піднімає та аналізує, розмірковує про актуальні проблеми, які є вкрай важливими для інших народів. Нарисовець знайомить читача не тільки з людиною з її типовими та індивідуальними рисами, а з проблемами, з якими їй доводиться стикатися.

Таким чином, зображуючи людину в подорожньому нарисі, журналіст поєднує соціальне, психологічне й проблемне начало. Зазначимо однак, що в подорожньому нарисі досліджуваного періоду все ж переважає фрагментарний зовнішній портрет, а не представлення світогляду, культури, національної ідентичності героя медіатексту.

Важливо також зауважити, що в медіа 20–30-х років ХХ століття простежується механізм пропагандистського впливу. Наприклад, у подорожньому нарисі «Аул в Казакстані»<sup>17</sup> журналіст М. Бриль показав, як змінюються думки людини, її мислення відповідно до тих змін, які відбуваються в «новій» індустріальній державі. Так, «недовчена, вибита війною з колії людина», яка потрапила в Україну з далекого казахського аулу, ніби вмить перетворюється на свідомого громадянина: «Людина підійшла до мене і показала текст телеграми, що її має зараз же подати он в те закурене віконце. Телеграма мала чотирнадцять слів і адресу ЦК ВКП(б). Але навряд чи і в сто чотирнадцяти словах можна висловити ту подяку, що горіла буйним творчим вогнем в очах оновленої людини»<sup>18</sup>. Зрозуміло, нарисовець не цитує текст телеграми, адже, на вимогу часу, немає значення, чи освічена ця людина, чи вміє читати, чи

---

<sup>16</sup> Багмут І. Каркара. *Червоний шлях*. 1930. № 7–8.

<sup>17</sup> Бриль М. Аул в Казакстані. *Всесвіт*. 1930. № 28–29.

<sup>18</sup> *Ibid.*

розуміє суть тексту, чи це неграмотний житель віддаленого аулу, головне – відданість героя подорожнього нарису комуністичним ідеалам, оптимізм щодо майбутнього.

Отже, в подорожньому нарисі образ героя іншої ментальності журналіст насамперед формує шляхом авторської характеристики, яка передбачає активне вторгнення його в розповідь, бо тільки тоді нарисовий медіатекст впливає на почуття реципієнта, коли його автор домагається образного враження від прочитаного, дає матеріал для міркувань над розглянутими явищами. За іншого представлення медіатексти про подорож іншим географічним простором залишають читача байдужим до інших культур, націй, їхніх суспільно актуальних проблем. Слід зазначити, що такі філософські авторські роздуми, в яких роз'яснення дій співрозмовників, авторські коментарі сприяють максимальному наближенню героя до життя, надають йому рис характеру людини сьогодення, роблять носієм моралі конкретного як певного історичного періоду, так і певного національного, культурного коду, є важливим публіцистичним засобом міжкультурної комунікації в подорожньому нарисі 20–30-х років ХХ століття.

Отже, через таку міжкультурну комунікацію журналіста і героя подорожнього нарису реципієнт розуміє, що в основі подорожніх нарисів другої половини 20-х років ХХ століття є людина, яка будує нову державу, несе віру в ідеали нового суспільства тощо, і аж ніяк не її духовність, ментальність культурні цінності та ідеали. Звідси особистість представлення героя в медіатексті як людини, яка здатна й готова працювати без відпочинку на благо батьківщини, а не такої, яка має свої духовно-культурні орієнтири.

Таким чином, у подорожньому нарисі 20–30-х років ХХ століття найчастіше репрезентовано героя в соціальних обставинах, отже, виокремлено тільки такі типи, як «радянська» людина, «інонаціональний характер», «ворог народу».

Звертаємо увагу на схематизм і спрощеність образів у розглянутих подорожніх нарисах, зниженість розлогої комунікації журналіста і героя нарису чи взагалі її відсутність, міжкультурна комунікація забезпечується лише авторськими монологамі. Така однотипність і шаблонність у представленні героя в медіатексті означеного періоду формує в читача спотворене уявлення про дійсність і про те, що відбувалося насправді і, що найважливіше, про культурні та національні цінності.

Увага нарисовців зосереджена насамперед на виробничому процесі, а портретні характеристики персонажів, їхні світоглядні орієнтири, які часто розмиті, невиразні, нечіткі, частіше залишаються поза увагою автора і, відповідно, читача. Слід зазначити, що більшість нарисовців позбавляють своїх героїв-співрозмовників особистого життя, внутрішнього світу, ментальності, національної ідентичності, без яких ці образи є поверховими й примітивними, позбавленими особливого культурного коду. Таким чином, у подорожніх нарисах досліджуваного періоду автори не цікавилися повнотою особистісних характеристик і не ставили за мету розкрити їх, а людину розглядали лише як представника соціальних станів, як виробничу функцію.

## **2. Роль виражальних засобів у міжкультурній комунікації**

Когнітивна картина світу в медіатексті певного періоду формується журналістом через зображальні засоби, які несуть особливе навантаження не лише на специфічність комунікації автора і співрозмовника, а й формують концепцію людини як естетично оформлену універсальну модель особи, що трансформує тип світовідчуття епохи й автора, світогляд, культуру, визначає національну ідентичність. Зображення нарисовцями героїв подорожніх нарисів 20–30-х років ХХ століття відповідало особливостям епохи, її вимогам і потребам. Отже, комунікативна мета нарисовця полягала в тому, щоб відібрати з життя такі факти, які б допомагали розкрити психологію героя, його характер, світогляд, культуру, ментальність. Таким чином, значима роль у створенні особливого характеру відводиться портрету персонажа, інтер'єрним та екстер'єрним описам, предметам побуту, пейзажним замальовкам, мовленнєвим характеристикам тощо. Ці зображальні засоби і формують стиль міжкультурної комунікації в подорожньому нарисі досліджуваного періоду.

Нарисовці часто поєднують різні засоби увиразнення медіатексту, аби забезпечити реалістичність зображення відвідуваного географічного простору і людини в ньому. Наприклад, у подорожньому нарисі М. Слущького «По Ойратії Алтай»<sup>19</sup> знаходимо описи соціального портрету алтайських дітей. Щоб читачеві донести глибину образу, журналіст доповнює представлення героя коротким авторським коментарем щодо особливостей побуту, в якому вони

---

<sup>19</sup> Слущький М. По Ойратії Алтай. *Всесвіт*. 1930. № 4.

ростуть, описами соціальних обставин. Так, у медіатексті читаємо: «Дванадцятилітні косоокі діти Жовтня, в білісіньких фартушках, галасливо снідають, сидячи за манісінькими столиками», а далі коментує: «Чимало праці поклали інструктори, щоб видерти дітей із брудної юрти і, подолавши темність батьків, пересадити ці ростки з цілковитого бруду в цю чудову оранжерею. Піонерам удома доводиться витримувати люту боротьбу з батьками. Старі не протестують проти червоної краватки, проти пізнього вертання додому з книжками під пахвою – все це їм подобається – якші (добре). Грізне обурення піонер викликає лише тоді, коли починає вмиватись»<sup>20</sup>. Зрозуміло, що лише в такому контексті можемо розуміти реальність, яка транслює умови, ситуації, обставини, за яких характери вималюються через культуру, світогляд, поведінку.

Щоб вималювати образ маленької людини з іншої культури, з іншими ментальними цінностями, нарисовець описує також окремі деталі одягу та предмети побуту. Наведені в нарисі подробиці («зубна щітка, книга, мило, піонерський барабан і білі фартушки на жовтеньгах яскравим промінням культури продираються крізь темряву, нав'язну шаманством, злиднями й одвічною занедбаністю алтайця»<sup>21</sup>) дають змогу зрозуміти, що журналіст-мандрівник прихильно, з повагою представляє дітей-героїв, захоплюється їхнім перевтіленням і тими змінами в поведінці та культурі. Проте використання журналістом щодо характеристики образів дітей епітетів на кшталт «темний», «брудний», «дикий», «неосвічений», що стосуються старорежимного побуту алтайців, навіє читачеві розуміння такого соціального побуту як негативного явища. І, навпаки, нові радянські віяння характеризуються словами «чудова оранжерея», «білісінькі фартушки», які асоціюються в реципієнтів зі щасливим майбутнім та «правильними» культурними орієнтирами. Отже, стислий зовнішній портрет, опис умов і способу життя та діяльності жителів Алтайського краю, їх соціальний статус, культура уможливають формування особливої когнітивної картини світу певної епохи. У поєднанні ці засоби зображення розкривають означену автором комунікативну мету, хоча такий подорожній нарис і вирізняється спрощеною описовістю.

Таким чином, бачимо, що психологія людини за певних обставин змінюється, бо вона не є відстороненою від тих обставин життя,

---

<sup>20</sup> Слущкий М. По Ойратії Алтай. *Всесвіт*. 1930. № 4.

<sup>21</sup> *Ibid.*

культурних проблем, які відбуваються навколо. Прагнучи до обґрунтування вчинків своїх героїв, журналісти зображають людину двоюко: з одного боку, це соціальна особистість, з іншого – національний характер. Ці дві сторони подаються крізь призму авторського світогляду, авторської когнітивної картини світу. Щоб показати соціально-культурну сторону людської міжкультурної комунікації, варто насамперед розглядати людину індивідуально, з її особливими ментальними рисами, культурними цінностями, національними орієнтирами. Однак у радянській журналістиці зобразити людину відірваною від соціальної дійсності було неможливо. Отже, сама дійсність є засобом увиразнення характеристики героїв у подорожніх нарисах 20–30-х років ХХ століття.

Емоційні та яскраві подробиці знаходимо в зовнішньому портреті жінки-осетинки в подорожньому нарисі Д. Бузька «Експедиція ВУФКУ на Кавказ»: «Торговця квітами струнка осетинка із сусіднього купе. І до самого Владикавказу я вже не знав, куди мені дивитись: чи на гори, що насувалися усе ближче, горді й прекрасні, чи на цю доньку їхню... Вона не була гарна, донька гір у сусідньому купе. Але ще ніколи в житті я не бачив стільки гордості в руках стрункого породистого тіла й стільки промінястого сонця в жвавих і одночасно спокійних очах...»<sup>22</sup>. Точно помічені мандрівником подробиці й деталі допомагають створити психологічну характеристику сильної і водночас жіночної осетинки. Журналісту вдалося зазначити й підкреслити саме ці характерні й оригінальні особливості персонажа, які насправді оживили його, зробили образ зримим. Отже, засобами творення публіцистичного персонажа є деталь і подробиця, які водночас становлять основні елементи портрета. У нарисі «працюють» істотні й другорядні деталі, прямі й побічні подробиці.

Отже, одним із засобів створення цілісного образу людини в подорожніх нарисах є портрет. Портретна характеристика дає змогу читачеві сприймати персонажа таким, яким він є, із його індивідуальними особливостями, внутрішнім світом, учинками та мотиваціями. Портрет виражає головну ідею твору і передає авторський задум та комунікативну мету.

Передати особливості іншої культури журналісти намагалися і через зображальні подробиці, створюючи портрети героїв медіатекстів. До такого прийому комунікації з іншими характерами своїх

---

<sup>22</sup> Бузько Д. Експедиція ВУФКУ на Кавказ. *Всесвіт*. 1926. № 1.

героїв вдається Є. Бурксер у подорожньому нарисі «На берегах Нілу»<sup>23</sup>: «На пароплаві повно всякої публіки, але найбільш тут фелаків у синіх убраннях (галабіях) і фелашок у довгих, чорних сукнях, з обличчями часто не затуленими, але майже завжди татуйованими на підборідді і скронях, з сергами у вухах або ніздрі». Нарисовець не створює широкого опису, він деталізує фактичний матеріал, на якому й має зосередитися увага читача щодо сприйняття «іншої» культури, «інших» цінностей.

Важливого значення набувають зображальні подробиці у творенні інтер'єрного чи екстер'єрного зорового образу щодо формування іншої картини світу в нарисі «Сучасна Палестина». Так, І. Мандрівець, описавши людські помешкання, відобразив умови життя, становище їхніх господарів за допомогою екстер'єрних подробиць: «Хати низенькі, тісні, без вікон, їх складено з грубого нетесаного каміння»<sup>24</sup>. Головна комунікативна мета, визначена журналістом, – окреслення проблеми щодо соціального устрою палестинців. Отже, використання цих подробиць в екстер'єрному описі дає змогу читачеві сприйняти зображене автором і зрозуміти не лише проблему, порушену в тексті, а й сформувані уявлення про «іншу» культуру, відмінну від української, побачити «інший» географічний простір.

Нерідко в подорожніх нарисах досліджуваного періоду трапляються уточнюючі деталі й подробиці, основна функція яких полягає в тому, щоб за допомогою незначних дрібниць, фактів, явищ створити враження про іншу ментальність, картину світу. Далі в нарисі читаємо: «Бідно й нужденно живуть арабські селяни; некультурний і бідний; машин він жодних не знає». І лише одна уточнююча деталь: «Араб-селянин такий убогий, що й воза не має, хліб переносять із поля додому жінки»<sup>25</sup>, – привертає особливу увагу читача, розтлумачує відмінність чужої культури і ментальності.

Таким чином, доведено, що в українських журнальних подорожніх нарисах деталь є ефективним, дієвим засобом як інформування й естетичного впливу на реципієнта, так і виступає акцентом, спеціально спрямованим на загострення уваги реципієнта на певні його змістові площини для представлення міжкультурної комунікації між автором-мандрівником, героєм та читачем.

---

<sup>23</sup> Бурксер Є. На берегах Нілу. *Всесвіт*. 1925. № 20.

<sup>24</sup> Мандрівець І. Сучасна Палестина. *Всесвіт*. 1925. № 19.

<sup>25</sup> *Ibid.*

Продуктивним засобом психологізації постає пейзаж. Він допомагає розкрити внутрішній світ нарисового героя, відчуті й побачити його, зрозуміти чи відчуті його світогляд. Такий прийом зображення людини бачимо в О. Коржа у творі «Підстрішні нариси»<sup>26</sup>. Автор творчо підійшов до створення нарисового персонажа, зобразивши його за допомогою одномоментних яскравих пейзажних деталей, які повідомляються мимохідь і, на перший погляд, не привертають увагу читача. У тексті не знаходимо широкої портретної характеристики персонажа. Його візуальний образ постає в уяві читача через звукові деталі «косоклеп день у день стояв на полях», «бродить ланами од межі й до межі засмаглий, невтомний косоклеп». Ці зображальні деталі допомагають передати не лише особливості поведінки людини, її соціальний статус, а й уявити образ сильного й кремезного українського селянина, який і транслює водночас національну ідентичність представленого героя подорожнього нарису. Влучні звукові деталі: «копи кували всю радість чорноземних душ»; «по жовтій колючий стерні вже котили вітри підосінні пісні й запліталися свистом в густих бур'янах...»; «далеко подзвіння», знайдені в інших пейзажних описах, доповнюють образ. Так нарисовець вималював образ людини без її самої, але зображальні засоби дають змогу сформуванню духовності образу, психологізм представленого характеру, ментальність.

Зазначимо, що поряд з іншими засобами зображення людини влучна деталь, окремі художні деталі пейзажу, окрім того, що працюють на психологічне розкриття образу, також забезпечують досягнення комунікативної мети журналіста-нарисовця.

Таким чином, відтінюючи думки й почуття персонажа, стиль його мовлення, зовнішній портрет, часто саме пейзажний опис допомагає показати внутрішні переживання людини, її настрої. Наприклад, у подорожньому нарисі «Тендра» А. Петражицький і вдається до такої моделі представлення свого героя старого шкіпера Антона Сильвестровича Письменчука: «В лимані вітер посвіжішав і «Любий батько», піднявши фок та грот, помітно додав ходу. Старий шкіпер Антон Сильвестрович Письменчук, нагнувшись над машинним люком, крикнув: – Терлецький, заткни свого мотора, він нам більше не потрібен. <...> Хтось з групи рибалок, що сидять на Прові, зауважує: – А погода розбереться, мабуть, надвечір...

---

<sup>26</sup> Корж О. Підстрішні нариси. *Всесвіт*. 1925. № 15.



Та Антон Сильвестрович і сам бачить, що надвечір погода розгуляється. Він весь час підозріло позирає на хмарку, що йде з південного заходу, і хмарка ця, як видно, не дуже йому подобається. А вітер сильнішає. Лиман збиває хвилі й шумує. «Любий батько» легко й молодо злітає на високі водяні бугри, переможно знімаючи білу піну. Солоні бризки обливають палубу. Рибалки лізуть до трюму та носового люка. На палубі залишається тільки Антон Сильвестрович...»<sup>27</sup>. Отже, вдало наведені в подорожньому нарисі образні деталі і подробиці та динамічність пейзажних описів дають змогу судити про справжнє відчуття тривоги, яке переповнювало шкіпера, хоча його манери, думки, поведінка виражали дещо інші смисли. Таке заглиблення у внутрішній світ героя медіатексту дає змогу реципієнтові вималювати реалістичний образ людини.

Отже, особливо виразним стає образ персонажа в подорожньому нарисі, коли автор поєднує його портрет, його мовленнєві характеристики і пейзаж.

Досліджуючи міжкультурну комунікацію в медіатекстах, варто звертати увагу не лише на стиль спілкування автора й героя, виходячи з їх культурної приналежності, а й на «культурні відмінності, пов'язані не тільки з національними рисами, а й з відмінністю за статтю, віком, професією, міським чи сільським способом життя і т.д.»<sup>28</sup>, які також постають культурними маркерами. Автор-мандрівник і герой подорожнього нарису належать часто до різних культурних просторів.

Отже, журналіст використовує різні культурні інструменти для реалізації комунікативної взаємодії. Важливе значення у формуванні культурного образу персонажа в подорожньому нарисі надається соціальній функції, яку він виконує. У нарисі «Каркара» І. Багмут зобразив міського офіціанта через його поведінку та вчинки: «Нас зустрічає офіціант на підпитку і заявляє, що їсти немає нічого; нам здається, що йому просто ліньки подати й ми питаємо повара; той довго дивиться на нас п'яними очима, перепитує кілька разів: далі, наче щось згадавши, пропонує нам смажену качку, баранину, котлети. Офіціант щиро дивується, Але починає готувати на стіл»<sup>29</sup>.

---

<sup>27</sup> Петражицький А. Тендра. *Всесвіт*. 1930. № 27.

<sup>28</sup> Колінко М. Вплив культурних контекстів на міжкультурну комунікацію. *Світгляд-Філософія-Релігія*. 2018. Вип. 13. С. 108–116. URL: [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/82951/1/Kolinko\\_wpr\\_13\\_2018.pdf](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/82951/1/Kolinko_wpr_13_2018.pdf).

<sup>29</sup> Багмут І. Каркара. *Червоний шлях*. 1930. № 7–8.

Такі детальні описи вчинків узбека якнайточніше відтворюють його характер, ментальність і культуру.

Досить часто в подорожніх нарисах уявлення про персонажів формується за допомогою думок, діалогів, міркувань і вражень інших героїв медіатексту. Такий формат представлення бачимо й у досліджуваному тексті. Наприклад, читаємо: «Ми сидимо одну дію і бачимо, що п'єса цілком відповідає взятій установці, тричі п'ють горілку, тричі вибивають гопака і тричі співають «Вип'ємо, хлопці...» – каракольське суспільство мліє від захоплення. Ми сумні йдемо з цієї вистави»<sup>30</sup>. Образ каракольця – людини іншої культури, ментальності, світогляду, журналістом вимальовується через зображення способу життя й дозвілля, а не через захоплення, віру, культурні цінності та традиції. Отже, в подорожньому нарисі саме зображення навколишньої дійсності є засобом творення образу каракольця, що часто не робить цього героя справжнім, живим національним характером.

Близьким за смыслом, але іншим за форматом представлення є зображення господаря. Журналіст вже вимальовує свого героя – жителя віддаленого аулу за допомогою екстер'єрного опису й стислого зовнішнього портрета. Наприклад, читаємо: «Ми вже сидимо біля вогнища, п'ємо чай і намагаємося говорити з господарями. Вони привітно всміхаються, кивають головами, але нічого не розуміють»<sup>31</sup>. Таке метафоричне зображення «іншої» людини, а отже, «іншої» культури свідчить про гостинну, привітну, добру комунікацію між автором-мандрівником і господарем навіть на рівні інтуїтивного розуміння.

Варто проте зазначити, що наведена журналістом деталь більш, ніж влучна. Автор не брав на себе відповідальність говорити про «свою» культуру, «свій» простір, «своє» розуміння чи нерозуміння чужої мови, таку роль він перекладає на свого героя – «іншого», «відмінного», який «нічого не розуміє». У вигляді відсталих людей, які «не розуміють», виставлені узбеки. І така біполярність представлення героїв є досить типовою для радянської журналістики загалом і для нарисових медіатекстів зокрема.

На підтвердження думки наведемо опис іншого узбека з аулу, де побував журналіст: «Кожну новину кожен тубілець моментально передає іншому, а як тубільці не ходять пішки, а завжди їздять

---

<sup>30</sup> Багмут І. Каркара. *Червоний шлях*. 1930. № 7–8.

<sup>31</sup> Ibid.

верхи, то ця новина за день поширюється на десятки кілометрів навкруги»<sup>32</sup>. Зрозуміло, що на творення образу впливали суспільні умови, політичні чинники, однак для представлення читачеві реального героя іншої культури замало такого прийому характеристики персонажа, як опис побуту, обстановки, виробничого процесу. Саме така модель комунікації журналіста позбавляє героя медіатексту справжності, національної приналежності і цінності, що було поширеним явищем досліджуваного періоду.

Не були позбавлені подорожні нариси 20–30-х років ХХ століття і детальних розлогих портретів, які інколи використовували журналісти, аби представити «іншу» культуру, «інший» географічний простір, «інший» світогляд. Наприклад, у нарисі «Рейд у Скандинавію» В. Поліщук коментує розлогий зовнішній портрет норвежця: «Мужчини, як і жінки, повторюю, високі, стрункі та пружні. Особливо це відчувається, коли спостерігати дівчат і молодих жінок. Біляві, золоті обличчя якимось владно тримаються на високих колонах торсів, що особливо підкреслюють свою пружну силу, коли проходять під поглядом пильних очей. Все це лижники, лижниці, конькобіжці, веслярі»<sup>33</sup>. Людина уявляється читачеві такою, якою бачить її журналіст. На нашу думку, журналіст не називає імені свого персонажа з тією метою, щоб підкреслити типовість «іншого» образу, «іншої» культури. Портрет у досліджуваному подорожньому нарисі створює уявлення не просто про зовнішність людини, а й про її професію чи рід занять, уподобання, вдачу, настрої, світогляд.

Шляхом авторської характеристики, яка передбачає активне вторгнення в оповідь, нарисовець описує свою захопленість норвежцями: «Перші симпатії мої в Норвегії, в Осло, викликали люди. На наші більш-менш південні очі – це дійсно північні велетні, високі й стрункі люди світлого тону», – і далі коментує, що «дощова погода для легковажного туриста зло, але для мене, як письменника, це було благо, бо я приїхав не очима кліпати, а спостерігати життя людей. А людину якраз найкраще спостерігати під дощем, в лікарня і на війні. Тоді виявляється її дійсне обличчя»<sup>34</sup>. Як бачимо, зовнішній портрет норвежця подається крізь призму авторського бачення, сприйняття, картини світу.

---

<sup>32</sup> Багмут І. Каркара. *Червоний шлях*. 1930. № 7–8.

<sup>33</sup> Поліщук В. Рейд у Скандинавію. *Червоний шлях*. 1929. № 3.

<sup>34</sup> Ibid.

Безпосередня авторська оцінка доповнюється іншим описом, коли увага переноситься з героя на навколишню дійсність: «Хіба цей робітник вийде кудись на чудові краєвиди глянути? Буржуазний норвезький лад ховає ці виснажені квартали від ока глядача-мандрівника і туриста десь на провінцію, чи в забуту частину міста»<sup>35</sup>. За такого зображення прихильність автора до «іншого» простору, «іншої» людини зникає. Щоб увиразнити позицію щодо захоплення «своїм» простором, «свою» країною, культурою, світоглядом, журналіст свідомо вимальовує «інший» характер на протиставленні зі «своїм». У всіх негараздах норвезького робітника журналіст звинувачує владу, яка панує в країні: «Але в тій північній, холодній і послідовній країні завзята буржуазія завдяки своїй демократичності щільно підступає до свого робітництва – вона вміє його виснажувати з тією ж холодною послідовністю скандинава, витягати соки з трудячого організму завдяки електричній машині. Це робиться так, як норвежець витягає матеріальний зиск із кожної площинки землі, з кожного каменя. Норвезький капіталізм – холодний спрут»<sup>36</sup>. Отже, цілісний образ норвежця вимальовується через авторське бачення, оцінку, коментар. Так створюється не стільки індивідуальний характер героя, його особлива картина світу, як соціальний портрет представника трудящих норвезької нації.

Варто зауважити, що лише побіжно журналіст все ж зосереджується на представленні іншої культури. Засобами творення іншого характеру в таких ситуаціях найчастіше є короткі пейзажні замальовки та описи географічного простору. Як можемо читати в нарисі, автор доводить, що на характер норвежців вплинули природні умови життя: «...північні велетні, бо ж зі всіх статистик відомо, що це найвища раса в світі. <...> спорт у Норвегії, як і в Швеції, – це необхідний додаток до життя й пересування. <...> Тому й не дивно, що ноги у норвежців, а особливо у жінок, на нашу думку, трошки міцніші, а головне трохи більші на розмір...»<sup>37</sup>. Такі деталі зовнішнього портрета дають змогу читачеві уявити і вимальовати типового норвежця, який є відмінним від українця. Отже, авторська міжкультурна комунікація вибудовується в подорожньому нарисі за допомогою різних зображальних засобів, які журналіст осмислено

---

<sup>35</sup> Поліщук В. Рейд у Скандинавію. *Червоний шлях*. 1929. № 3.

<sup>36</sup> Ibid.

<sup>37</sup> Ibid.

відбирає, орієнтуючись на свій досвід, культуру, знання, можливості відкрито диспутовати щодо різних тем.

Зрозуміло, що через тогочасні цензурні умови існування української журналістики нарис у такому вигляді не міг потрапити на шпальти видань. З погляду комуністичної ідеології, трудяща людина в буржуазній країні не могла бути щасливою, тому автор змушений акцентувати на викритті негативних сторін її життя. Так, зовсім іншим постає норвежець перед читачем, коли автор змальовує умови, в яких йому доводиться працювати: «Після роботи змучений і розбитий тягнеться робітник до свого дерев'яного фургона – будинку, що стоїть десь у глухій загнаній частині міста», «висмоктаний спрутом чоловік», «місяці, роки такої праці – нищать людину», «виварений і спітнілий», «вогкий одяг, набряклі виварені білі пальці сковзають по ричагах», «обварений мученик, спотикаючись вузенькою вуличкою, що десь на задвірках міста, йде до дерев'яної своєї халабуду»<sup>38</sup>. Як бачимо, журналіст свіломор добирає мовні зображальні засоби для творення героя медіатексту, розуміючи, що саме стиль і засоби комунікації з читачем надають представленому «іншому» характеру особливого звучання за різних обставин. У цьому представленні героїв особлива роль також відведена окресленню умов життя й праці людини, в яких трансформуються й закріплюються відношення «людини у світі й зі світом». За таких умов під дією зовнішніх чинників людина може змінюватися. Сукупність обставин дозволяє увиразнити ті чи інші риси характеру людини, її соціальну функцію, що розуміє уважний журналіст, отже, добирає лексичні одиниці, які найточніше і найвлучніше творять когнітивну картину світу як автора, так і героя і реципієнта.

Міжкультурна комунікація, на думку Н. Чаграк і Г. Гритчук, базується «на системі умінь і навичок, що сприяють формуванню здатності і готовності успішно налагоджувати, розвивати і вдосконалювати взаємини з представниками іншого, відмінного від свого, лінгвокультурного середовища»<sup>39</sup>. У цій взаємодії найбільш вичерпну інформацію про міжкультурну комунікацію нарисовця і героя медіатексту дає мовлення. Воно виражає індивідуальність, манеру, внутрішній світ, культурні та соціальні орієнтири.

---

<sup>38</sup> Поліщук В. Рейд у Скандинавію. *Червоний шлях*. 1929. № 3.

<sup>39</sup> Чаграк Н.І., Гритчук Г.В. Кроскультурна комунікація як компонент професійної компетентності фахівця сфери туризму. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2010. № 16 (203). С. 83–89. URL: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/6271/1/22.pdf>.

Характерним для нарисовців досліджуваного періоду чітко розмежування щодо специфіки представлення героїв свого та чужого географічного простору. Журналісти їдуть у інші місця, аби знайомити читача зі світом, однак не лишають поза увагою і український простір. Щоб говорити про іншу культуру, варто розуміти і свою національну ідентичність. Наприклад, у подорожньому нарисі «День і ніч» В. Алешка читаємо монолог тракториста Івана Скагіна: «Понад сто тисяч центнерів урожаю повинні дати цього року бавовняні лани Кахівщини. Торік збирали по два-три центнери з гектара. Мало... Цього року треба щонайменше – п'ять. Масовий похід за високий урожай... Ця весна – весна якісних показників, сталих великих врожаїв зернових, технічних і кормових культур. А щоб мати такі врожаї, треба своєчасно посіяти. Тоді – дружині, цупкі сходи... Не здавай темпи, тракторе, веселіше, виспівуй пісень праці. Кожна перервана година на сівбі битиме по врожаю, по нас... ще міцніше битиме по простоях.. Вперед...»<sup>40</sup>. Так, у нарисі журналіст як засіб творення образу персонажа використовує пряму мову, розуміючи, що в мовленні героя відображаються і його соціальний статус, і рід занять, і мислення та світогляд. За мовленням визначаємо, де живе ця людина, яку культуру наслідує. Цей прийом сприяє створенню в читача уявлення про внутрішній світ, психологію персонажа, водночас налагоджує комунікацію автора і героя.

Також слід зазначити, що мовлення в подорожньому нарисі також виступає як один із засобів саморозкриття героя. Так, у подорожньому нарисі «Аул в Казахстані» М. Бриль не зобразив зовнішній портрет Марка Івановича Сухих, який приїхав до України з казахського аулу, а витворив його образ за допомогою своєї авторської виразної манери його мовлення. У медіатексті читаємо: «Марко Іванович оглянув мене, з очевидною заздрістю подивився на мій менший, та майже повний червоних і білих грибів, кошик і сумно промовив: – Погодка, як наше життя, а життя, як оця погодка. Вів далі з спокійним сарказмом: – Боїтесь признатись? Боїтесь! Так, так. Розумію. Тепер багато є людей, що бояться признатися, куди вони потрапили. – Бояться сказати, – з несподіваною силою вигукнув мій співрозмовник, – що все в нас розвалюється, все йде чорт зна куди. – Та чого ж ви мовчите? Чого? – знов ще з більшим притиском заговорив Сухих і навіть нервово простяг до мене руку з кошиком. – Нас же тільки двоє,

---

<sup>40</sup> Алешко В. День і ніч. *Всесвіт*. 1932. № 17–18.

ніхто не підслухає, а ви мовчите, не хочете визнати моїх правдивих слів»<sup>41</sup>. Така манера вести діалог із зустрічним співрозмовником уможливило висновок про душевний неспокій, хвилювання і навіть незадоволення героя. Нарисовець творчо підходить до побудови діалогу людини із самою собою. Він використовує питальні короткі речення. Ці синтаксичні конструкції дозволяють зробити висновок, що людина переконана в правдивості того, про що говорить і думає. Таким чином, у нарисі через мовленнєву поведінку персонажа, стиль комунікації як твориться характер людини, так і вимальовується її когнітивна картина світу.

Також у нарисі як прийом міжкультурної комунікації використано авторське мовлення (невласне пряма та непряма мова): «Знов заспокоївшись, Марко Іванович смутним тоном розповів мені про те, як 1916 року він сімнадцятилітнім хлопцем виїхав з Сибіру, «а тепер, кажуть, там якийсь Казахстан», – як 600 з лишком верстов їхав він із свого аулу, де батько мав садибу з садом, як вперше в житті в Семипалатинську побачив тоді залізницю, незважаючи на свої 17 років, тремтів, сідаючи в поїзд, як добувався на Україну до материних родичів, і як сумно і безбарвно склалося його даліше життя. Життя недовченої, вибитої війною з колії людини. Батько незабаром по від'їзді його, Марка Івановича, помер від сухот, сестра зникла з якимсь офіцером, здається, потрапила аж у Китай, а від неписьменної матері він давно не має ніякої звістки і не знає, чи є ще старенька на світі. – І ось я вже другий рік збираю гроші, одмовляю собі в усьому, хочу-таки поїхати туди. Нехай це Казахстан, нехай 600 з лишком кілометрів дикого степу, – я таки доберуся»<sup>42</sup>. Як бачимо, в мовленні персонажа відбиваються його національна, культурна та соціальна приналежність, національний характер, темперамент, ментальність, звички й смаки, історична епоха. Цілісні образи нарисових героїв складаються із особливостей мовлення, жестів, манери говорити. Мовлення персонажа індивідуальне, і лексика є засобом відображення культурного рівня та міжкультурної комунікації.

Таким чином, у подорожньому нарисі монологи, діалоги, численні репліки дозволяють побачити складний і неоднозначний характер героя. Його мова, її своєрідне стилістичне оформлення дають змогу читачеві відчувати душевний стан персонажа, мотиви його думок і поведінки, світогляд, культурні та національні орієнтири.

---

<sup>41</sup> Бриль М. Аул в Казахстані. *Всесвіт*. 1930. № 28–29.

<sup>42</sup> *Ibid.*

Отже, переконливим і повновартісним засобом міжкультурної комунікації в подорожньому нарисі є мовлення як персонажів, так і автора.

## **ВИСНОВКИ**

Як можна бачити на основі аналізу української журнальної періодики 20–30-х років ХХ століття, поширення набуває жанр подорожнього нарису. Маємо нарисові твори, в яких журналісти описують подорожі власне Україною, тобто своїм географічним простором, та поїздки за кордон. У таких творах відчувається деяка екзотичність у зображенні. Це змалювання інших народів, інших не звичних для українців культур, своєрідної природи. Це авторський погляд на екзотичні країни зі сторони, а не зображення із середини. Це міжкультурний діалог журналіста-мандрівника, героя нарису і водночас його реципієнта.

Важливим складником українського журнального подорожнього нарису зазначеного періоду є герой медіатексту, який є втіленням і відображенням часу, простору, суспільства, культури, національної ідентичності, дійсності та когнітивної картини світу загалом.

Значимо, що авторська комунікація будувалася на прийомах типізації персонажів: звернення до характеристики героя через портретний опис, у якому важлива роль відведена деталям або подробицям, змалювання елементів інтер'єру, побуту, пейзажні картини, мовленнєву характеристику, певну психологізацію людини. Як бачимо, у 20–30-х роках ХХ століття у подорожніх нарисах переважає соціальний портрет, що твориться із фрагментарних описів зовнішності героїв, скупих портретних характеристик, які в аналізованих подорожніх нарисах часто розмиті, невиразні, нечіткі й створюють дуже слабе враження. Майже відсутні психологічний портрет і портрет, що відображає емоційний стан людини. Для цього періоду характерною була думка, що головне – не зовнішня краса людини, не її внутрішній духовний світ, культурні цінності, а праця на благо країни.

Однак слід наголосити, що в подорожніх нарисах досліджуваного періоду ці навіть слабо виражені характеристики співрозмовників допомагають нарисовцю глибше зрозуміти людину, її національну ідентичність, розгледіти її ментальні риси, відчути приналежність до «своєї» культури, а отже, транслювати читачеві через образ героя картину світу та специфічність міжкультурної комунікації.



Чіткий, яскравий, колоритний національно-культурний портрет героя нарисового тексту вимальовувався тоді, коли журналіст його представляв у нетиповій ситуації, з деталізацією його реакцій, дій, мовленнєвих характеристик. Отже, для творення міжкультурної комунікації у подорожніх нарисах 20–30-х років ХХ століття журналістом використовувалися різні зображальні елементи тексту: художньо-образні засоби; портретні деталі; пейзажні описи; мовленнєві слоти; пряма, непряма, невласне пряма мови чи їх змішані типи; мовлення автора й мовлення персонажів.

Досить вагомими засобами впливу на комунікативний дискурс були філософські авторські роздуми, які використовувалися передусім для роз'яснення світоглядних орієнтирів героїв; авторські коментарі служили максимальному наближенню читача до героя, його культурного коду, ментальності, робили носієм моралі конкретного історичного періоду.

## АНОТАЦІЯ

Медіатекст про подорож географічним простором як журналістський твір за будь-якого представлення в інформаційному просторі збуджує та формує міжкультурну комунікацію автора, героя та реципієнта. Проведений контент-аналіз українських журнальних медіатекстів із концептом «подорож» дозволив визначити зображальні елементи тексту: художньо-образні засоби; портретні деталі; пейзажні описи; мовленнєві слоти; пряма, непряма, невласне пряма мови чи їх змішані типи; мовлення автора й мовлення персонажів, які використовувалися журналістом-мандрівником для творення міжкультурної комунікації та формування когнітивної картини світу. Дослідження засвідчило, що авторська комунікація насамперед будувалася з нарисовими героями, які не лише втілювали і відображали час і простір, а й знайомили реципієнта з «іншим» суспільством, культурою, національною ідентичністю, «іншою» картиною світу загалом. Важлива роль у цьому комунікативному дискурсі також відведена деталям і подробицям, змалюванню елементів інтер'єру, побуту, пейзажним картинам, мовленнєвим характеристикам, засобам психологізації людини. Досить вагомими засобами впливу на комунікативний дискурс були філософські авторські роздуми, міркування та коментарі, які використовувалися для тлумачення світоглядних орієнтирів героїв, культурного коду, ментальності, географічного простору та конкретного історичного періоду.

## Література

1. Наумкіна С.М. Міжкультурна комунікація як «філософія толерантності» в сучасному світовому геополітичному просторі. Актуальні проблеми філософії і професійної підготовки фахівців у полікультурному просторі. Харбін, Одеса, 2019. С. 44–49.
2. Чорна Л. В. Міжкультурна комунікація в туризмі в контексті євроінтеграційних процесів в Україні. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання* : матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конференції м. Черкаси, 22-23 березня 2018 р. Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А., 2018. С. 103–107. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3453/1/ЧДТУ%201том%20останній.pdf#page=103>.
3. Озарчук І. Мова як інструмент міжкультурної комунікації для формування особистості. *Сучасні тенденції розвитку лінгвістики та лінгводидактики* : матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Рівне, 12 травня 2021 р. Рівне : НУВГП, 2021. С. 140–144. URL: [http://ep3.nuwm.edu.ua/22133/1/zbirnik\\_ii\\_vseukrajinskoji\\_2021\\_1\\_%D0%B2%D0%B8%D0%BF%D1%80.pdf#page=131](http://ep3.nuwm.edu.ua/22133/1/zbirnik_ii_vseukrajinskoji_2021_1_%D0%B2%D0%B8%D0%BF%D1%80.pdf#page=131).
4. Літературознавчий словник-довідник / ред. Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін. Київ : Академія, 1997. 753 с.
5. Kolinko M. Intercultural Communication: from Distinction to Inclusion. Intercultural Communication. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Gospodarki Euroregionalnej im. Alcide De Gasperi. w Józefowie, 2019. Iss. 6. P. 189–212. URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=760062>.
6. Панів А. Дніпрогес ім. Леніна. *Всесвіт*. 1932. № 28–30.
7. Алешко В. День і ніч. *Всесвіт*. 1932. № 17–18.
8. Мар'ямов О. Свиня. *Всесвіт*. 1932. № 22.
9. Багмут І. Каркара. *Червоний шлях*. 1930. № 7–8.
10. Бриль М. Аул в Казакстані. *Всесвіт*. 1930. № 28–29.
11. Слуцький М. По Ойратії Алтай. *Всесвіт*. 1930. № 4.
12. Бузько Д. Експедиція ВУФКУ на Кавказ. *Всесвіт*. 1926. № 1.
13. Бурксер Є. На берегах Нілу. *Всесвіт*. 1925. № 20.
14. Мандрівець І. Сучасна Палестина. *Всесвіт*. 1925. № 19.
15. Корж О. Підстрішні нариси. *Всесвіт*. 1925. № 15.
16. Петражицький А. Тендра. *Всесвіт*. 1930. № 27.

17. Колінько М. Вплив культурних контекстів на міжкультурну комунікацію. *Світогляд-Філософія-Релігія*. 2018. Вип. 13. С. 108–116. URL: [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/82951/1/Kolinko\\_wpr\\_13\\_2018.pdf](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/82951/1/Kolinko_wpr_13_2018.pdf).

18. Поліщук В. Рейд у Скандинавію. *Червоний шлях*. 1929. № 3.

19. Чаграк Н.І., Гритчук Г.В. Кроскультурна комунікація як компонент професійної компетентності фахівця сфери туризму. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2010. № 16 (203). С. 83–89. URL: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/6271/1/22.pdf>.

**Information about the author:**

**Kovalova Tetiana Viktorivna,**

Candidate of Science Social Communications,

Associate Professor at the Department of Journalism and Philology

Sumy State University

2, Rymaskogo-Korsakova str., Sumy, 40007, Ukraine