

3. Goffman, E. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor Books, 1959. 259 p.

4. Gumperz, J.J. *Interactional Sociolinguistics: A Personal Perspective*. In *The Handbook of Discourse Analysis* (eds D. Schiffrin, D. Tannen and H.E. Hamilton), 2005. <https://doi.org/10.1002/9780470753460.ch12>

5. Skrynnik Yu. *Media as a construct of the modern discursive personality: methodology of the values-based approach*. *Communication Today*. Slovak Republic: Faculty of Mass Media Communication University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava. 2023. V. 14, № 1. P. 40–51. <https://doi.org/10.34135/communicationtoday>. 2023. Vol. 14. № 1. 3.

6. Tannen, D. *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. HarperCollins, 1990. 342 p.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-348-4-24>

**THE USAGE OF THE “GLORY TO UKRAINE” SALUTE
BY THE TURKISH MEDIA RESOURCES AS AN ELEMENT
OF THE IMAGE CREATION OF UKRAINE
IN THE TURKISH MEDIA SPACE**

**ВЖИВАННЯ ГАСЛА «СЛАВА УКРАЇНІ» ТУРЕЦЬКИМИ
МЕДІАРЕСУРСАМИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ
УКРАЇНИ В ТУРЕЦЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРИ**

Spotar-Ayar H. Yu.

*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Turkological
Department
Taras Shevchenko National
University of Kyiv
Kyiv, Ukraine*

Спотар-Аяр Г. Ю.

*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри тюркології
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна*

Perederii K. A.

*First year Master Student
Taras Shevchenko National
University of Kyiv
Kyiv, Ukraine*

Передерій К. А.

*студент першого курсу магістратури
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна*

Питання образу України та її боротьби перебуває на порядку денному не тільки у національних агенціях новин, а й у медійному просторі всього світу. Ми бачимо процес формування якісно нового бренду

«Україна» в медіадискурсі світової спільноти, серед яких важливе місце посідає Туреччина, відтак актуалізується потреба в аналізі способів висвітлення образу нашої держави в новинах цієї країни, зокрема вживання гасел, спрямованих на створення іміджу країни.

Об'єктом дослідження виступає переклад всесвітньо відомого іміджевого гасла «Слава Україні» в турецькому медійному просторі та способи його перекладу.

Предметом дослідження виступає вплив вживання гасла «Слава Україні» на трансформацію образу України в турецькомовних медіаресурсах.

Метою дослідження є встановлення частоти та специфіки вживання гасла та його ролі у формуванні іміджу України.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному аналізі образу України в турецькому медіа просторі.

Для реалізації мети дослідження у пропонованій науковій розвідці використано комплексний методологічний підхід із використанням загальнонаукових методів таких як синтез та аналіз, порівняльний метод та інші та власне лінгвістичні методи дослідження, зокрема метод контент-аналізу.

Уперше поняття «держава-бренд» було впроваджено в 1996 році Саймоном Анхольтом, що у свою чергу призвело виникнення *Nation Brands Index*®, тобто визначення рівня іміджу та репутації країни. У 2009 році вчений публікує статтю “*The media and national image*” (Медіа і національний імідж), в якій визначає, зокрема: Коли країна має чіткий, простий, чітко визначений національний стереотип, ЗМІ будуть більш комфортно висвітлювати цю країну, і це означає, що вона буде більш регулярно відображатися в засобах масової інформації [1].

На сьогодні цей напрямок досліджень стрімко розвивається, має свою практичну цінність. Результати створення вдалого іміджу країни важко переоцінити, відтак дослідження методів та сучасних технологій формування образу країни постають вкрай важливими. Для України з 2014 р. сприйняття її міжнародною спільнотою перебуває на порядку денному, особливої уваги потребує аналіз сприйняття іміджу нашої країни в суспільствах сусідніх країн та країн-партнерів. Не секрет, що турецький медіапростір характеризується активною присутністю медійних агентів країни-агресора, метою яких постає формування негативної суспільної точки зору про Україну та війну. Зокрема, фіксуються численні спроби просувати неправдиві наративи щодо «зацікавленості України в продовженні війни для отримання більшої фінансової допомоги від США», «незможності України виграти війну» тощо. Тобто, ми можемо констатувати, що інформаційна війна триває і на турецькому фронті, відтак нам необхідно її виграти, адже

Туреччина відіграє ключову роль у «зерновій угоді», а також вкрай важливим є закриття Туреччиною протоки Босфор для військових кораблів країни-агресора, реалізуються спільні проекти у різних сферах: політичній, дипломатичній, військовій, економічній, освітній, культурній тощо.

Науковці, які приділяють увагу аналізу створення бренду країни, майже однотайно вказують на важливість унікальності брендингу та його емоційної складової. Відтак, важливим компонентом створення бренду держави є вживання слогану, що відповідає національному характеру та формує позитивне уявлення про країну. Зокрема, А. Папп-Варі у своєму дослідженні брендів країн, зазначає: Майже в кожній країні є слоган, який містить найважливішу інформацію. Століття тому ці гасла використовувалися для географічних і політичних заяв країн [2, с. 202]. Очевидно, що найпопулярнішим та найвідомішим для українців всього світу виступає салоган «Слава Україні», яке до 1941-го року, коли ООН офіційно затвердило вітання «Слава Україні! – Героям слава!» [3], не мало однорідного варіанту відповіді. Через заборону на його використання під час радянської окупації України, національне гасло українців знову почало ставати загальноживаним лише після початку російсько-української війни у 2014 році, стало символом спротиву та свободи.

Гасло «Слава Україні» відіграє рішучу роль для формування позитивного іміджу нашої країни не тільки в національному інформаційному просторі, а й далеко за межами країни. «Слава Україні!» турецькою звучить як «Yaşasın Ukrayna», а англійською «Glory to Ukraine», в національному інформаційному просторі спостерігається дуже висока частота його функціонування. Відомі американські видання час від часу згадують його у своїх матеріалах, у той же час його вживання у текстах турецьких медіагігантів, таких як «A Haber» та «CNN Türk», є вкрай низьким. Нами було опрацьовано 32 статті з сайтів згаданих медіаресурсів.

На сайті медіагрупи «A Haber» до повномасштабного вторгнення гасло «Yaşasın Ukrayna» зустрічається у 3-ох статтях, після ж початку – 7. Окрім перекладу виступів В. Зеленського (5 статей) турецькі журналісти цитують Джамалу, яка була присутня на зустрічі з Еміне Ердоган та Петра Порошенка у його відеозверненні.

За результатами дослідження сайту «CNN Türk» було визначено, що до початку повномасштабного вторгнення гасло «Yaşasın Ukrayna» фіксується у 2-ох статтях, після 24-го лютого зафіксовано 19 випадків використання фрази різними політиками, чиновниками та організаціями, а також групою футболістів, однак і тут лідером є Володимир Зеленський

(7 статей). Також варто зазначити, що після травня 2022 року гасло «Yaşasın Ukrayna» не згадувалося.

Для порівняння результатів дослідження було взято сайти декількох західних медіаджерел, таких як «The New York Times», «CNN», «TheWashingtonPost», «FoxNews». Провівши пошук за англійським варіантом українського національного гасла «Glory to Ukraine» за допомогою пошукової системи Google, було отримано такі результати:

The New York Times: 117 статей/дайджестів після початку повномасштабного вторгнення і 10 статей до 24-го лютого 2022-го року.

CNN: 185 статей після початку повномасштабного вторгнення і лише 2 статті до.

TheWashingtonPost: 47 сторінок на сайті ресурсу. До початку повномасштабного вторгнення – 9.

FoxNews: 52 статті після початку повномасштабного вторгнення і 1 згадка до.

Загалом ці дані можна порівняти з загальною кількістю сторінок, які мають сайти цих ресурсів, про Україну. Поруч надається відсоток використання гасла «Слава Україні» від кількості результатів пошуку:

Турецьке медіа до початку повномасштабного вторгнення: CNNTurk: ~7110 (0,028%); ANaber: ~3020 (0,042%). Турецькі медіа після початку повномасштабного вторгнення: CNN Turk: ~17000 (0,11%); A Haber: ~10700 (0,065%). Західні медіа до початку повномасштабного вторгнення: NY Times: ~38700 (0,026%); The WP: ~63200 (0,014%); CNN: ~48500 (0,004%); FoxNews: ~3360 (0,03%). Західні медіа після початку повномасштабного вторгнення: NY Times: ~19500 (0,6%); The WP: ~26700 (0,18%); CNN: ~36900 (0,5%); FoxNews: ~9820 (0,5%)

Також варто згадати, що в турецькому медіа просторі вживається і інший варіант перекладу – «Şan olsun Ukrayna'ya» або «Ukrayna'ya şan olsun» [4]. Проте частотність використання цього варіанту перекладу є дуже нижчою.

Слід зазначити, що в електронному словнику-форумі [EksiSözlük](#) спостерігаються досить неоднорідні коментарі щодо слогану – від вкрай негативних до вираження підтримки Україні [5]. На нашу думку, є декілька головних факторів формування негативного сприйняття гасла: 1) турецький народ вбачає себе регіональним лідером і негативно сприймає будь-яку конкуренцію; 2) відчутна присутність проросійської пропаганди, спрямованої на формування асоціації з нацизмом та фашизмом; 3) наявність принаймні трьох варіантів перекладу слогану, що сприймаються по різному;

Таким чином, здійснений аналіз дозволяє нам дійти висновків щодо специфіки вживання гасла турецькими ЗМІ, що полягає у використанні його з певною обережністю. У той час як для західних медіа згадування

його поступово унормовується, турецький медіа простір характеризується спробами максимального уникнення його вживання. На нашу думку, збільшенню частоти вживання гасла сприятиме уніфікація перекладу та створення позитивного іміджу гасла шляхом впровадження у переклади новин із позитивним контекстом.

Література:

1. Anholt, S. The media and national image. Place Brand Public Dipl 5, 169–179 (2009). URL: <https://doi.org/10.1057/pb.2009.11>
2. Árpád Papp-Váry Country slogans and logos: findings of a benchmarking study. MEB 2010 – 8th International Conference on Management, Enterprise and Benchmarking (2010) URL: http://www.papp-vary.hu/english/Country_Slogans_and_Logos-Findings_of_a_Benchmarking_Study.pdf
3. BBC Україна. «Слава Україні!» Як і коли з'явилося це гасло. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-64872602>
4. Artigerçek. «Ukrayna'ya şan olsun» dedi ve öldürüldü: Zelenskiy failleri bulma sözü verdi. URL: <https://artigercek.com/dunya/ukraynaya-san-olsun-dedi-ve-olduruldu-zelenskiy-failleri-bulma-sozu-verdi-241671h>
5. Сторінка словника-форуму EkşiSözlük. URL: <https://eksisozluk.com/slava-ukraini--4612127>