

УДК 811.161.2'42:398

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/93-2-42>

Алла ПАВЛОВА,

orcid.org/0000-0001-6214-8738

доктор філологічних наук, доцент,
професор кафедри масової та міжнародної комунікації
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
(Ірпін, Київська область, Україна) *lypen.pavlova@ukr.net*

Любов КОПАНИЦЯ,

orcid.org/0000-0002-8392-8909

доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри фольклористики
Навчально-наукового інституту філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(Київ, Україна) *lubovkopanytsya12@gmail.com*

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ТА МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ГУМАНІТАРНОМУ ДИСКУРСІ

Тема. Стаття присвячена аналізу комунікативних стратегій самопрезентації та моделей соціальної взаємодії, що побудовані на матеріалі українського фольклорного дискурсу. У роботі досліджено фольклор не лише як сукупність художніх текстів, а як динамічне середовище формування національних комунікативних стандартів. **Проблема.** Актуальність дослідження зумовлена необхідністю переосмислення архаїчних моделей поведінки в контексті сучасного гуманітарного знання. Попри значну увагу до фольклору, механізми того, як суб'єкт конструює власний образ (самопрезентується) для досягнення соціальних цілей у традиційному соціумі, залишаються малодослідженими з позицій комунікативної лінгвістики та прагматики. **Мета.** Основною метою статті є виявлення та систематизація ключових стратегій самопрезентації персонажів у текстах українського фольклору, а також реконструкція відповідних моделей соціальної взаємодії. **Результати.** У ході дослідження встановлено, що самопрезентація в українському фольклорі базується на бінарних опозиціях: «свій – чужий», «високий статус – низький статус», «цирність – хитрість». Виокремлено основні комунікативні стратегії: стратегію підпорядкування (у родинно-побутовому дискурсі), стратегію героїзації (в епічному дискурсі) та стратегію маскуваності (у казковому дискурсі). Доведено, що моделі соціальної взаємодії у фольклорі є підґрунтям для сучасного українського ментального коду спілкування. Результати аналізу демонструють, що традиційні форми самопрезентації прямо впливають на формування ієрархічних та горизонтальних зв'язків у сучасному суспільстві. Висновки статті можуть бути застосовані для подальших студій у галузі фольклористики, етнопсихолінгвістики, теорії комунікації, культурної антропології, лінгвістики.

Ключові слова: самопрезентація, комунікативна стратегія, соціальна взаємодія, фольклорний дискурс, українська пісня, ментальний код, гуманітарний простір.

Alla PAVLOVA,

orcid.org/0000-0001-6214-8738

Doctor of Philology, Associate Professor,
Professor at the Department of Mass and International Communication
Oles Honchar Dnipro National University
(Irpin, Kyiv region, Ukraine) *lypen.pavlova@ukr.net*

Lubov KOPANYTSIA,

orcid.org/0000-0002-8392-8909

Doctor of Philology, Professor,
Professor at the Department of Folklore Educational
Scientific Institute of Philology of Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Kyiv, Ukraine) *lubovkopanytsya12@gmail.com*

COMMUNICATIVE STRATEGIES OF SELF-PRESENTATION AND MODELS OF SOCIAL INTERACTION IN THE UKRAINIAN HUMANITARIAN DISCOURSE

Subject. The article is devoted to the analysis of communicative strategies of self-presentation and models of social interaction constructed on the material of Ukrainian folklore discourse. The work examines folklore not only as a body

of artistic texts but as a dynamic environment for the formation of national communicative standards. **Problem.** The relevance of the study is driven by the need to rethink archaic behavioral models within the context of modern humanitarian knowledge. Despite significant attention to folklore, the mechanisms by which a subject constructs their own image (self-presents) to achieve social goals in a traditional society remain understudied from the perspective of communicative linguistics and pragmatics. **Purpose.** The main goal of the article is to identify and systematize key strategies of self-presentation used by characters in Ukrainian folklore texts, as well as to reconstruct the corresponding models of social interaction. **Results.** The study established that self-presentation in Ukrainian folklore is based on binary oppositions: "self – other," "high status – low status," and "sincerity – cunning." The core communicative strategies were identified: the strategy of subordination (in family and domestic discourse), the strategy of heroization (in epic discourse), and the strategy of masking (in fairy-tale discourse). It is proved that models of social interaction in folklore serve as the foundation for the modern Ukrainian mental code of communication. The results of the analysis demonstrate that traditional forms of self-presentation directly influence the formation of hierarchical and horizontal ties in modern society. **Conclusions.** The findings of the article can be applied to further studies in the fields of folklore studies, ethnopsycholinguistics, communication theory, cultural anthropology, and linguistics.

Key words: self-presentation, communicative strategy, social interaction, folklore discourse, Ukrainian song, mental code, humanitarian space.

В українській усній традиційній культурі відображено досвід багатьох поколінь, екзистенція людини, її погляд на світ, почуття, переживання, прагнення. Комунікативний аспект в українському фольклорі відіграє роль універсального інструменту соціальної регуляції, що дозволяє особистості вийти за межі приватного досвіду в публічний простір громади. Через пісенний текст людина не просто транслює інформацію, а здійснює складні комунікативні оцінки власної гідності та самопрезентації до встановлення жорстких поведінкових кордонів у взаємодії з оточенням. Ця пісня стає медіатором, який перетворює внутрішній монолог героя на діалог із соціумом, де через систему метафор та символів відображено приховані інтенції та соціальні запити.

Постановка проблеми. У сучасному українському гуманітарному дискурсі актуалізована потреба переосмислення традиційної культури як динамічної системи стратегій соціальної взаємодії. Попри значну кількість розвідок, проблема специфіки самопрезентації суб'єкта в межах фольклорного тексту залишається недостатньо висвітленою. Архаїчні та класичні твори фольклору містять унікальні моделі поведінки, що визначали вектори міжособистісної комунікації в українському соціумі впродовж століть. Вивчення цих моделей дозволяє виявити глибинні коди національної ідентичності, які трансформуються та ретранслюються в сучасних мовленнєвих практиках. Таким чином, виникає необхідність комплексного аналізу комунікативних стратегій у народній творчості для розуміння еволюції соціальних взаємодій та способів самопозиціонування особистості в українському культурному просторі. Це дозволить не лише реконструювати минулі моделі спілкування, а й критично оцінити їхній вплив на сучасний гуманітарний дискурс.

Аналіз досліджень. Проблему комунікативних стратегій самопрезентації досліджували як укра-

їнські, так і зарубіжні вчені: Н. Бредберн, Е. Дінер, Р. Тедескі, Л. Калхун, Т. Кузнєцова, В. Папіш, Г. Бевз, С. Петренко, Л. Швелідзе тощо.

У спільних напрацюваннях Н. Бредберн, Е. Дінер, представлених у фундаментальному виданні «Добробут: основи гедоністичної психології» (Bradburn, 2020) автори досліджують соціальну адаптацію як результат ефективного застосування копінг-стратегій. У праці акцентовано на тому, що комунікативні навички є ключовим ресурсом для підтримки емоційної стійкості в умовах глобальних суспільних змін. Висновки вчених базуються на багаторічних моніторингових дослідженнях, що робить їхні моделі соціальної взаємодії валідними для сучасної гуманітаристики.

Р. Тедескі та Л. Калхун у дослідженні «Посттравматичне зростання: теорія, дослідження та застосування» (Tedeschi, 2023) аналізують процес якісної трансформації особистості після пережитих кризових подій. Учені стверджують, що посттравматичне зростання стає фундаментом для докорінної зміни комунікативних моделей поведінки, роблячи їх більш відкритими та автентичними. Важливим аспектом їхньої концепції є соціальна взаємодія, яка після травми часто переходить на рівень глибокого емпатичного зв'язку з оточенням.

Українська філологиня Л. Швелідзе у статті «Комунікативні тактики самопрезентації адресанта в епістолярному дискурсі Лесі Українки» (Швелідзе, 2021) застосовує сучасні комунікативні теорії до аналізу історичних текстів. Вона виявляє універсальні тактики самопрезентації: самохарактеристику, порівняння та апеляцію до оцінки іншого. Робота демонструє, що попри зміну каналів зв'язку (від листів до месенджерів), базові потреби особистості у визнанні та ідентифікації залишаються незмінними. Це дослідження створює теоретичний фундамент для розуміння тягlosti української комунікативної традиції.

Метою статті є виявлення та систематизація ключових комунікативних стратегій самопрезентації суб'єкта в українському фольклорі, а також реконструкція на їхній основі традиційних моделей соціальної взаємодії, що функціонують у вітчизняному гуманітарному дискурсі.

Виклад основного матеріалу. *Актуальність дослідження.* У 2020-х роках, коли цифрова комунікація та нові форми самопрезентації стають магистральними, звернення до першоджерел народної культури дозволяє виявити фундаментальні коди міжособистісної взаємодії, що залишаються незмінними протягом століть. До ключових аспектів цього дослідження можна віднести: пошук ідентичності в умовах глобалізації; антропоцентризм сучасної науки; психолінгвістичну стійкість та копінг-стратегії; деконструкцію патріархальних стереотипів взаємодії тощо. У контексті стрімкої трансформації медіапростору, вивчення стратегій самопрезентації набуває особливого значення як інструмент збереження культурної суб'єктності України.

Об'єктом дослідження є український фольклорний дискурс (на матеріалі родинно-побутової пісні, співанки-хроніки, казки), досліджений як простір вербалізації соціального досвіду та міжособистісної взаємодії. *Предметом студії* є мовні засоби, комунікативні стратегії самопрезентації та прагматичні моделі соціальної взаємодії, що реалізуються в текстах українського фольклору.

Розглянемо комунікативні аспекти на матеріалі української необрядової поезії, зокрема родинно-побутових пісень. Наприклад, у творі «Ой знати, знати, хто господаря» реалізована стратегія позитивного самопредставлення через оприяття результатів праці. Героїня осмислює житловий простір як інструмент комунікації, де ідеальний порядок у хаті стає «візитівкою» її господарі. Соціальна взаємодія спрямована на зміцнення статусу в сільському соціумі через естетизацію побуту: Ой знати, знати, хто господаря: / У неї в хаті, як у віночку, / Сама сидить, як квіточка, / На ній сорочка, як біль, біла, / Сама вона, як мак, розцвіла (Довженко, 1988: 142). Провідним художнім засобом є порівняння «як у віночку» та «як біль, біла», що символізують цілісність та охайність. Лексичний повтор «знати, знати» акцентує увагу на очевидності успіху героїні, синтезі втілення морального та естетичного ідеалів.

У системі традиційного фольклору самопрезентація ніколи не була випадковою; вона підпорядковувалася суворим етичним та естетичним нормам громади. Аналіз обрядової лірики дозволяє простежити, як лірична героїня використовує

стратегію «ствердження власної гідності» для формування високого соціального статусу. Ключовим інструментом тут виступає метафоричне порівняння себе з ідеальними природними об'єктами, що символізують добробут і чистоту. Зокрема, у піснях про кохання дівчина презентує себе не лише як привабливу особистість, а як суб'єкта, що володіє «доброю славою» – найціннішим соціальним капіталом того часу: «Ой я дівка гречна, як у полі пшениця, / Куди я не піду – всюди мені дорога, / Куди я не гляну – всюди мені весело, / Бо я собі зробила славоньку хорошу» (Пісні кохання, 1986: 142).

Цей текст демонструє модель автономної особистості, яка сама відповідальна за свій комунікативний успіх («сама зробила славоньку»). Порівняння з пшеницею вказує на стратегію «презентації корисності та достатку», що робить героїню бажаною партнеркою в соціальній взаємодії. Фраза про «всюди відкриту дорогу» є прямим свідченням комунікативної свободи, яку дає бездоганна репутація в межах етнопростору. Таким чином, народна пісня виступає прототипом сучасного брендингу особистості, де кожен вербальний маркер працює на зміцнення авторитету в колективі. Психолінгвістичний аналіз цих рядків виявляє високий рівень життєстійкості та впевненості, що є актуальним для сучасних моделей лідерства.

Особливе місце в системі традиційних комунікацій посідає календарно-обрядова пісенність, де стратегія самопрезентації набуває магично-ритуального характеру, спрямованого на гармонізацію взаємодії із соціумом та природою. На відміну від індивідуалізованої лірики про кохання, обрядова пісня репрезентує суб'єкта як частину цілісного культурного коду, де кожен вербальний жест має на меті програмування успішного майбутнього. Паралельно з цим, у прозовому жанрі комунікативні моделі стають більш варіативними, фокусуючись на інтелектуальному протистоянні та вмінні володіти словом у критичних ситуаціях. Яскравим прикладом такої стратегії є казка «Мудра дівчина», де героїня через доречну та влучну відповідь не лише захищає власну гідність, а й змінює свій соціальний статус, демонструючи перевагу ментальної гнучкості над ієрархічною владою:

«Приходить вона до пана, а той питає:

– Чи ти розгадала мою загадку?

– Розгадала, пане: нема над розум людський, нема над землю нашу рідну,

а над сонцем нема нічого світлішого» (Українські народні, 1989: 78).

Така модель «інтелектуальної самопрезентації» є прямим прообразом сучасних стратегій ведення

перемовин та кризових комунікацій. Водночас у весільній обрядовості, яка є вершиною соціальної взаємодії, самопрезентація учасників строго регламентована, що дозволяє уникати конфліктів у моменти радикальних життєвих змін. Через обрядову пісню громада «легітимізує» новий статус особистості, застосовуючи формули публічного визнання та схвалення. Отже, поєднання пісенної емоційності та казкової раціональності створює цілісний комунікативний портрет українця, у основі якого лежить глибока психолінгвістична стійкість та повага до етичних констант. Вивчення цих архаїчних пластів дозволяє деконструювати сучасні стереотипи, доводячи, що український гуманітарний дискурс історично базувався на ідеях суб'єктності та діалогу.

У наступній родинно-побутовій пісні «Ой матінко, та не лай мене» проілюстровано стратегію гармонізації стосунків через запит на емпатію. Героїня намагається змінити вектор соціальної взаємодії з вертикального (наказ) на горизонтальний (розуміння). Самопрезентація основана на щирості та вразливості, що має роззброїти опонента. У тексті народнопісенного твору задіяно різноманітні мовні та художні засоби задля трансляції морально-етичних та естетичних імперативів, комунікативності (Koranytsia, Pavlova, 2023). Застосовано імперативи із запереченням («не лай») та конструкції із семантикою прохання («розпитай»). Гіперболізоване порівняння «як тая гадина» підсилює емоційну прагматику тексту: Ой матінко, та не лай мене, / Та розпитай мене, чи важко мені: / Ой важко мені, ще й нудно мені, / Що нелюба дитина при боці моїм, / Як тая гадина у серці моїм (Довженко, 1988: 215).

Особливий тип комунікативної стратегії простежується в історичних співанках-хроніках про опришківський рух, де самопрезентація героя виходить за межі побутового дискурсу й набуває ознак героїчного епосу. У цих текстах домінує стратегія «ствердження незламності», яка реалізується через публічне проголошення власних цінностей та етичну перевагу над переслідувачами. Головний герой – опришок – демонструє специфічну форму самопрезентації через вербалізацію своєї волі, що слугує інструментом психологічного тиску на супротивника та водночас підтримкою для побратимів. Мовна поведінка героя в таких піснях є гранично чесною та позбавленою страху, що підкреслює його високий статус у межах повстанської ієрархії. Наприклад, у співанці про опришка, який потрапив у засідку, його відповідь стає маніфестом свободи, де особиста гідність ставиться вище за життя: «Ой ви,

пани-жандарми, не дуже стріляйте, / Та моє білої плоті не дуже вбивайте! / Бо я не розбійник, я хлопець-опришок, / Що не крав я гроші, не брав я із вишок, / А я брав у панів, що людей здирали, / Аби мої діти голоду не знали» (Народні співанки, 1982: 96).

Така модель взаємодії ілюструє стратегію «виправдання через ідею соціальної справедливості», що перетворює індивідуальний спротив на загальнонаціональний символ. Через ці тексти транслюється установка, що самопрезентація через вчинок і слово, підкріплене мораллю, є непереможною навіть у ситуації фізичної поразки. Аналіз подібних співанок-хронік доводить, що опришківський дискурс сформував унікальну модель «воїна-комунікатора», чия ідентичність базується на честі, відданості громаді та запереченні несправедливої влади. Це дозволяє розглядати фольклорні джерела як першооснову сучасних копінг-стратегій українців у періоди соціальних та національних випробувань.

У ліричній пісні «Ой кум до куми залицявся» простежується стратегія встановлення та захисту особистісних кордонів. Героїня обирає модель іронічного відсторонення від небажаних стосунків. Комунікативний акт спрямований на деконструкцію намірів «кума» через публічну відмову. Іронія виступає головним інструментом знецінення залицянь. Дієслівні форми наказового способу («іди», «не сподівайся») надають фразі динаміки та рішучості. Це можна проілюструвати уривком із пісенного тексту: Іди, куме, іди, не дивуйся, / На мою вечерю не сподівайся! / Бо я свою вечерю сама з'їм, / А ти, куме, йди до жінки своїй, / Та й там собі вечеряти проси! (Довженко, 1988: 412).

Герменевтичний аналіз українських фольклорних джерел знаходить своє теоретичне підтвердження в ідеях М. Шелера, який розглядав людину як істоту, здатну дистанціюватися від біологічної зумовленості заради утвердження духовних смислів. У цьому контексті стратегії самопрезентації опришка чи мудрої дівчини можна трактувати як реалізацію «акту орієнтації на цінності», де суб'єкт виходить за межі егоїстичних потреб заради вищої ідеї – справедливості чи інтелектуальної свободи. Шелер наголошував, що справжня сутність особистості проявляється у її здатності бути відкритою світу, що корелює з фольклорною моделлю «відкритої дороги» та «чесної слави». Наведені приклади самопрезентації ілюструють шелерівську тезу про те, що людина є «центром актів», які виражають її унікальне ціннісне ставлення до буття: «Людина – це істота, що перевершує саму себе і світ... Як духовна істота, людина

не прив'язана до потягів і довкілля, вона є вільною від навколишнього світу, вона «відкрита світові» (Шелер, 2000: 164).

Таким чином, філософська модель «духовної людини» знаходить своє практичне втілення в українському гуманітарному дискурсі через образи героїв, які обирають гідність як стратегічний пріоритет. Використання такої антропологічної парадигми дозволяє трактувати фольклорні стратегії не просто як застарілі зразки, а як універсальні акти самовизначення особистості в історії. Це підкреслює, що традиційні моделі взаємодії базуються на глибокому розумінні людської свободи, яка сьогодні стає фундаментом для подолання кризових станів. Отже, інтеграція феноменологічного підходу Шелера у вивчення самопрезентації дозволяє побачити в українських етнокодах позачасову модель людини, здатної на вольовий акт і етичну суб'єктність.

На прикладі пісні з родинно-побутового циклу «Ой я молода на ринок ходила» можна дослідити стратегію іронічної самопрезентації. Героїня свідомо гіперболізує власну невдачу, щоб виставити у смішному світлі соціальні норми. Це спосіб самовираження через абсурд, що дозволяє зберегти психологічну стійкість. З-поміж мовних та художніх засобів можна виокремити оксиморон «купила роботу», що підкреслює курйозність ситуації. Лексичний повтор «купила» вносить елемент гротескного перерахування: Ой я молода на ринок ходила, / Я свою роботу за долар купила: / Купила роботу, купила турботу, / Та й принесла додому, / Поклала на столі – Сама плачу, бо нічого їсти (Довженко, 1988: 368).

У цьому контексті іронічна стратегія героїні пісні корелює з ідеями французького екзистенціалізму про інтенціональність свідомості як інструмент конструювання власної свободи. Гіперболізація невдачі («купила роботу») є формою відмови від пасивної ролі жертви обставин, що перегукується з тезою Ж.-П. Сартра про те, що людина самостійно визначає значення свого досвіду. Сартр наголошував на фундаментальній свободі суб'єкта: «Людина не є нічим іншим, як своїм власним проектом; вона існує лише настільки, наскільки реалізує себе; вона є не чим іншим, як сукупністю своїх вчинків» (Сартр, 1993: 126).

Героїня фольклорного твору, вибираючи шлях самоіронії, перетворює побутову ситуацію на акт екзистенційного бунту проти зумовленості побутом. Такий підхід ілюструє концепцію «людини абсурду» А. Камю, яка знаходить силу в усвідомленні безглуздості світу і, попри це, продовжує свою гру. За Камю, іронія та визнання абсурду

стають найвищою формою психологічної перемоги: «Абсурд є найвищим ступенем свідомості... Бути вільним – значить володіти своїм абсурдом і не дозволяти йому володіти собою» (Камю, 1996: 54).

Таким чином, використання гротескного оксиморону в пісні виступає не лише художнім прийомом, а й інтенціональним актом, що перетворює поразку на маніфест індивідуальної незалежності. Через сміх та іронічну самопрезентацію український фольклорний дискурс демонструє глибоку екзистенційну стійкість, де суб'єкт залишається господарем власного життя навіть у стані «порожнього столу».

Директивна стратегія соціальної взаємодії в межах патріархальної ієрархії представлена в уснопоетичному творі «Послухай, сину, що батько каже». Батько презентує себе як носія істини в комунікативній ситуації батьки – діти. Стратегія спрямована на забезпечення виживання роду через прагматичний вибір соціального партнера. У наведеній пісні вдало задіяно антитезу «співає – жати вміє», що є смисловим центром фольклорного тексту. Звертання «сину» маркує соціальну дистанцію та підтверджує авторитет мовця: Послухай, сину, що батько каже: / Не бери тую, що гарно співає, / А бери тую, що жати вміє, / Бо співанками не будеш ситий, / А хлібом будеш завжди нагодований (Довженко, 1988: 189).

Прикладом екзистенційної самопрезентації через тотальну втрату може бути необрядова пісня «На кладовищі вітер віє». Героїня визначає свою ідентичність через «відсутність». Соціальна взаємодія фактично розірвана, і твір стає комунікативним актом відчаю («останнє свідчення»). Анафора «нема в мене...» створює ритм безнадії. Риторичне звертання «вітре» релевантне до засобів персоніфікації. Лексема «могила» є художнім втіленням соціальної ізоляції особистості: Нема в мене роду, нема в мене долі, / Тільки та могила в чистому полі. / Ой повій, вітре, та на цю могилу, / Розбуди, вітре, мою рідну матір, / Нехай вона глянє на мою недолю (Довженко, 1988: 520).

У цьому контексті родинно-побутовий твір «На кладовищі вітер віє» виступає прототипом сучасного воєнного наративу, де суб'єкт ідентифікує себе через досвід непоправної втрати, що є характерним для української фольклорної традиції часів історичних зламів. Подібна модель «комунікації з порожнечою» простежується в народних піснях про війну, де загибель рідних руйнує звичну архітектоніку світу, залишаючи героя в стані екзистенційного сирітства: «Іде війна, іде страшна, кров'ю землю мие, / А на горі, на висо-

кій, лютий вітер виє. / Ой там лежить козаченько, кулями побитий, / Нема роду, нема долі – тільки степ розкритий. / Нема кому заплакати, нема кому знати, / Лиш чорная зозуленька буде прилітати» (Рекрутські та солдатські, 1974: 112).

Цей фольклорний код «самотньої могили» сьогодні трансформується в сучасну публіцистику, яка осмислює війну в Україні не лише як геополітичний конфлікт, а як тотальне випробування людської сутності. Сучасні автори наголошують, що в умовах війни самопрезентація людини часто зводиться до свідчення про руйнацію, що парадоксальним чином стає способом збереження пам'яті. Зокрема, українська журналістка О. Токарюк у своїх есеях підкреслює специфіку цієї нової ідентичності: «Війна в Україні – це не лише статистика втрат, це процес, у якому кожна особиста трагедія стає частиною спільного маніфесту виживання та незламності перед лицем смерті» (Токарюк, 2023: 45). Подібну думку висловлює і зарубіжний дослідник Т. Снайдер, зазначаючи, що сучасний український опір базується на здатності індивіда перетворювати особистий відчай на політичну та культурну суб'єктність: «Українці сьогодні демонструють усьому світу, що ідентичність, загартована в горнилі війни та втрат, стає найпотужнішою формою людської інтенціональності» (Снайдер, 2020: 287). Таким чином, екзистенційна самопрезентація через «відсутність» у народній пісні стає фундаментом для сучасного

дискурсу, де біль не паралізує, а виступає точкою відліку для формування нового наративу, інтенції нездоланності й цілісності.

Висновки. Таким чином, фольклорний твір є не лише естетичним артефактом, а й складною прагматичною системою, яка кодує алгоритми соціальної взаємодії. Незважаючи на цифровізацію та глобалізаційні процеси 2020-х років, фундаментальні моделі української взаємодії зберігають свою релевантність. Пісенний дискурс виступає потужним інструментом самопрезентації, де індивідуальний досвід через вербалізацію трансформується у колективну пам'ять. Виявлено, що пісенні тексти слугують своєрідними «копінг-стратегіями», де через застосування специфічних мовних засобів реалізується механізм психологічної стійкості особистості.

Традиційні форми самопрезентації, засновані на ідеях гідності та інтелектуальної сутності, стають підґрунтям для сучасного національного наративу. Інтеграція філософських ідей екзистенціалізму та феноменології у вивчення етнотекстів доводить, що українські моделі взаємодії історично базувалися на ідеях суб'єктності та діалогу. Сучасна трансформація цих кодів у публіцистиці війни свідчить про тяглість національної комунікативної традиції. Перспективи подальших розвідок вбачаємо у більш детальному аналізі трансформації цих архаїчних стратегій у сучасному медіапросторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Камю А. Міф про Сізіфа. Вибрані твори : у 3 т. Київ / пер. з фр. О. Жупанського Фоліо, 1996. Т. 3. 623 с.
2. Народні співанки / упоряд. Г.В. Довженко ; відп. ред. О.І. Дей. Київ : Музична Україна, 1982. 144 с.
3. Пісні кохання / упоряд. М.М. Пазяк ; відп. ред. О.І. Дей. Київ : Наукова думка, 1986. 384 с.
4. Пісні родинного життя / упоряд. Г.В. Довженко ; відп. ред. О.І. Дей. Київ : Наукова думка, 1988. 584 с.
5. Рекрутські та солдатські пісні / упоряд. О.А. Правда ; відп. ред. О.І. Дей. Київ : Наукова думка, 1974. 644 с.
6. Сартр Ж.-П. Екзистенціалізм – це гуманізм / пер. з фр. О. Конониха. Київ : Основи, 1993. 128 с.
7. Снайдер Т. Шлях до несвободи: Росія, Європа, Америка / пер. з англ. Г. Герасим. Львів : Човен, 2020. 392 с.
8. Токарюк О. Україна: ціна свободи. Публіцистика великої війни. Київ : Дух і Літера, 2023. 240 с. DOI: <https://doi.org/10.37060/978-617-8262-11-1>
9. Українські народні казки / упоряд. Л.Ф. Дунаєвська. Київ : Веселка, 1989. 412 с.
10. Швелідзе Л.Д. Комунікативні тактики самопрезентації адресанта в епістолярному дискурсі Лесі Українки. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Філологія»*. 2021. Вип. 88. С. 40-46. DOI: <https://doi.org/10.26565/2227-1864-2021-88-06>
11. Шелер М. Положення людини в космосі / пер. з нім. В. Терлецького. Філософська антропологія. Київ : Абрис, 2000. 154 с.
12. Bradburn N.M., Diener E., Kahneman D. Well-being: The Foundations of Hedonic Psychology. New York : Russell Sage Foundation, 2020. 608 p.
13. Kopanytsia L., Pavlova A. The system of moral-ethic values in ukrainian non-ritual lyric-epic folklore: the responsibility category. *PNAP: Periodyk Naukowy Akademii Polonijnej*. Częstochowa, 2023. T. 58. Nr. 3. P. 118-126. DOI: <https://doi.org/10.23856/5816>
14. Tedeschi R.G., Calhoun L.G. Posttraumatic Growth: Theory, Research, and Applications. 2nd ed. New York : Routledge, 2023. 312 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003180050>

REFERENCES

1. Kamiu, A. (1996) Mif pro Sizifa [The Myth of Sisyphus]. (Trans.). *Vybrani tvory u 3-kh t.* Vol. 3. Kyiv: / per. z fr. O. Zhupanskyi Folio. 623. [in Ukrainian].
2. Narodni spivanky (1982) [Folk songs]. H.V. Dovzhenok (Comp.); O.I. Dei (Ed.). Kyiv: Muzychna Ukraina. 144. [in Ukrainian].
3. Pisni kokhannia (1986) [Songs of love]. M.M. Paziak (Comp.); O.I. Dei (Ed.). Kyiv: Naukova dumka. 384. [in Ukrainian].
4. Pisni rodynnoho zhyttia (1988) [Songs of family life]. H.V. Dovzhenok (Comp.); O. I. Dei (Ed.). Kyiv: Naukova dumka. 584. [in Ukrainian].
5. Rekrutski ta soldatski pisni (1974) [Recruit and soldier songs]. O.A. Pravda (Comp.); O.I. Dei (Ed.). Kyiv: Naukova dumka. 644. [in Ukrainian].
6. Sartr, Zh.-P. (1993) Ekzystentsializm – tse humanizm [Existentialism is a Humanism]. / per. z fr. O. Kononykh Kyiv: Osnovy. 128. [in Ukrainian].
7. Snyder, T. (2020) Shliakh do nesvobody: Rosiia, Yevropa, Ameryka [The Road to Unfreedom: Russia, Europe, America]. H. Herasym (Trans.). Lviv: Choven. 392. [in Ukrainian].
8. Tokariuk, O. (2023) Ukraina: tsina svobody. Publihtsystyka velykoi viiny [Ukraine: the price of freedom. Journalism of the Great War]. Kyiv: Dukh i Litera. 240. DOI: <https://doi.org/10.37060/978-617-8262-11-1> [in Ukrainian].
9. Ukrainski narodni kazky (1989) [Ukrainian folk tales]. L.F. Dunaievska (Comp.). Kyiv: Veselka. 412. [in Ukrainian].
10. Shvelidze, L. D. (2021) Komunikatyvni taktyky samoprezentatsii adresanta v epistoliarnomu dyskursi Lesi Ukrainky [Communicative tactics of the addressee's self-presentation in the epistolary discourse of Lesya Ukrainka]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina. Seriya «Filolohiia»* – The Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University. Series Philology, 88. 40-46. DOI: <https://doi.org/10.26565/2227-1864-2021-88-06> [in Ukrainian].
11. Sheler, M. (2000) Polozhennia liudyny v kosmosi [The Human Place in the Cosmos]. V. Terletskyi (Trans.). *Filosofska antropolohiia* – Philosophical Anthropology. Kyiv: Abrys. 154. [in Ukrainian].
12. Bradburn, N. M., Diener, E., Kahneman, D. (2020) Well-being: The Foundations of Hedonic Psychology. New York: Russell Sage Foundation. 608.
13. Kopanytsia, L., Pavlova, A. (2023) The system of moral-ethic values in ukrainian non-ritual lyric-epic folklore: the responsibility category. *PNAP: Periodyk Naukowy Akademii Polonijnej* – Scientific Periodical of the Polonia Academy, 58 (3). 118-126. DOI: <https://doi.org/10.23856/5816>
14. Tedeschi, R. G., Calhoun, L. G. (2023) Posttraumatic Growth: Theory, Research, and Applications. 2nd ed. New York: Routledge. 312. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003180050>

Дата першого надходження рукопису до видання: 28.11.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 10.12.2025

Дата публікації: 30.12.2025