

Лариса Тараненко

доктор філологічних наук, професор
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
М. Київ, Україна
ORCID ID 0000-0002-4533-9986
larysataranenko@gmail.com

Тетяна Поладич

магістрант факультету лінгвістики
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
М. Київ, Україна
ORCID ID 0009-0002-6669-4239
tania.poladych@gmail.com

ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ УКРАЇНЦІВ В АНГЛОМОВНИХ МАСМЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ

У статті на основі аналізу англомовних масмедійних текстів встановлено номенклатуру вербальних і невербальних засобів, що беруть участь у трансляванні соціокультурних цінностей, притаманних сучасному українському суспільству. За результатами виконання огляду різних підходів до трактування соціокультурних цінностей, у статті сформовано матрицю смисломісткого наповнення цього поняття, розглядуваного у межах таких галузей гуманітарного знання, як філософія, етика, психологія, соціологія та лінгвістика. Шляхом опитування жителів України, Великої Британії і США з метою виокремлення тих соціокультурних цінностей українців, які, на думку респондентів, найчастіше представлені в англомовному медійному просторі, з'ясовано, що найтипівішими цінностями постають свобода, патріотизм, прагнення миру, гідність, людяність, толерантність, відповідальність за власні дії і вчинки. Аналіз 118 фрагментів, дібраних з 40 англомовних масмедійних текстів різних жанрів (інтерв'ю, новини, статті, дописи в соціальних мережах, обкладинки журналів, карикатури, графічні зображення, відео-матеріали), в контексті яких актуалізуються соціокультурні цінності українців, засвідчив, що серед вербальних засобів передачі найчастотнішими є вузькоспеціалізована лексика, використання іменників з негативною конотацією, порівняння, метафори й оцінні прикметники. Серед найрекурентніших невербальних засобів зареєстровано візуальні компоненти (графічні образи зорового контакту, виразу обличчя, міміки тощо), а також використання національної кольорової гамми, символіки, одягу, зовнішності, які слугують модусом трансляції таких цінностей, як патріотизм, сила волі та духу, бажання миру і свободи, любові до своєї родини й Батьківщини, а також волелюбність і єдність українців.

Ключові слова: актуалізація; англомовний масмедійний текст; вербальні й невербальні засоби; соціокультурні цінності; українці.

1. ВСТУП

Постановка проблеми. Сьогоднішній етап розвитку суспільства характеризується стрімкими змінами, зумовленими низкою глобалізаційних процесів, які супроводжуються трансформаціями життєвих пріоритетів і переосмисленням соціокультурних цінностей. При цьому основним джерелом отримання й передачі інформації, яка здійснює вплив на формування громадської думки в соціумі, залишається медіапростір. За цих обставин, особливої ваги набуває питання встановлення закономірностей відображення в англомовному масмедійному просторі соціокультурних цінностей, притаманних сучасному українському суспільству. Вирішення цього питання дозволить простежити динаміку змін і сприйняття цінностей українців різними соціальними групами і спільнотами, а також сформуванню системи засобів і стратегій їх коректного представлення в масмедійному просторі та, відповідно, розуміння прагнень українського народу на міжнародному рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різномасштабні питання соціокультурних цінностей перебувають у центрі уваги представників гуманітарних дисциплін ще з середини XIX ст. Так, природа цінностей особистості як вагомий фактор її розвитку і впливу на поведінку вивчається у психології (Schwartz & Bilsky, 1990; Schwartz, 1992; Rokeach 1973), у соціології цінності розглядаються у площині їх функціонування у суспільстві як регулятора соціальних відносин (Merton 1957; Rose, 1956; Бакіров & Ручка 2013), у мовознавстві особливості взаємодії соціокультурних цінностей представлено через призму міжкультурної комунікації (Бацевич, 2004), а також розглянуто питання медіаграмотності та взаємодії соціокультурних цінностей з медіапростором через граматику (Meurowitz, 1999). Водночас питання участі вербальних і невербальних засобів у трансляванні соціокультурних цінностей українців в англійських масмедійних текстах не було предметом окремого дослідження.

Мета статті полягає у встановленні номенклатури вербальних і невербальних засобів, які беруть участь у вираженні в англійських масмедійних текстах соціокультурних цінностей українців. Матеріалом дослідження слугували 118 фрагментів.

2. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ

Вирішення цього питання передбачає, у першу чергу, з'ясування сутності поняття «соціокультурних цінностей», поданого у лінгвістиці та суміжних гуманітарних дисциплінах. Традиційно у найбільш загальному розумінні соціокультурні цінності визначаються (Новікова, 2011) як моральні орієнтири та еталони гуманності й цивілізованої поведінки людей у суспільстві (с. 123). У межах філософських досліджень (Янкіна, 2007) соціокультурні цінності трактуються як орієнтири, що формуються в представників певного соціуму упродовж їх соціалізації під впливом культур мікро- і макросоціумів (с. 119), у той час, коли дослідники у сфері психології (Куций, 2022) акцентують увагу на емоціях і почуттях людини та її психотипі як чинниках впливу на формування її соціокультурних норм і цінностей (с. 81). Таке трактування соціокультурних цінностей пояснює той факт, що в кожного індивіда вони будуть дещо різними. У соціології, у межах напряму «соціології цінностей» людські цінності вивчаються відповідно до соціального статусу особи, її політичних і релігійних уподобань, віку, статі, освіти тощо (Бакіров & Ручка 2013, с. 7-12). У межах лінгвістичних досліджень (Kiesling, 2008, с. 98) увага зосереджується на шляхах трансляції соціокультурних цінностей засобами мови з урахуванням наявних у країні діалектів, її історії, звичаїв, обрядів, національного одягу, кухні, пісень, фольклору тощо. Виконаний огляд різних підходів до визначення поняття соціокультурних цінностей узагальнено нами на Рис. 1.

Як видно з матриці, незважаючи на різні підходи до визначення соціокультурних цінностей, одночасним є бачення цього явища як складової цивілізованого суспільства, яка здійснює вплив на формування життєвих цілей і поведінки людини, є системою переконань, ідеалів і норм певного соціуму та його культури. Функції соціокультурних цінностей полягають, з одного боку, у збереженні культурної та національної ідентичності суспільства, з іншого – у його поширенні та сприянні культурного різноманіття, що забезпечується засобами мови й мовлення.

Відомо при цьому, що в сучасному світі провідну роль засобу швидкого інформаційного трансляції соціокультурних цінностей та формування громадської думки виконує медіапростір, який став невід'ємною частиною життя людей. Окрім того, що масмедійні тексти є досить поширеними, вони також слугують надійним інструментом для отримання зворотного зв'язку з аудиторією, яка в реальному часі може надати відгук на ту чи ту інформацію або виразити емоційну реакцію.



Рис. 1. Узагальнена матриця трактувань поняття «соціокультурні цінності»

Загалом, сучасний масмедійний текст є мультимодальною структурою, в якій інформація передається в інтегрованому вигляді шляхом взаємодії низки вербальних, невербальних та паравербальних засобів, які роблять текст змістовним і привабливим для реципієнтів за рахунок лапідарності викладу інформації, її влучності та наочності (Бондаренко, 2020, с. 20).

3. МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Вивчення особливостей вираження соціокультурних цінностей українців в англійськомовних медійних текстах передбачає їх вияв на вербальному й невербальному рівнях. Для цього шляхом застосування методів системного аналізу нами було опрацьовано 118 фрагментів англійськомовних масмедійних текстів та здійснено опитування респондентів щодо їх оцінки представлених у текстах соціокультурних цінностей українців. Аналітичний опис вираження соціокультурних цінностей у масмедійних текстах базувався на методах морфологічного аналізу й синтезу систем з використанням елементів загальнонаукових (абстрагування, узагальнення, формалізація) та емпірико-теоретичних (аналіз, синтез, порівняння, ідеалізація) методів. Метод кількісного аналізу даних використано для встановлення частотних показників участі вербальних і невербальних засобів у трансляванні соціокультурних цінностей українців в англійськомовних масмедійних текстах.

4. РЕЗУЛЬТАТИ Й ОБГОВОРЕННЯ

На першому етапі дослідження було проведено опитування жителів України, Великої Британії та США з метою виокремлення тих соціокультурних цінностей українців, які, на думку респондентів, найчастіше представлені у вітчизняному й англійськомовному медійному просторі. В опитуванні взяло участь 35 осіб. За результатами його опрацювання було встановлено, що найчастіше в медійному просторі і України, і Великої Британії та США

демонструється вираження цінності свободи (84% та 81,8% відповідно). Наступними за частотністю соціокультурними цінностями українців, актуалізованими в медіа, стали патріотизм (68% і 72,7%), почуття національної гідності (64% і 63,6%), людяності і прагнення миру (52% і 54,5%), поваги до традицій і звичаїв (48% та 45,5%), любов до родини (42% і 54,5%). Інші цінності представлено з меншою частотністю, зокрема вихованість (12% і 9,1%), негативне ставлення до ворога (8% та 0%), повага до релігії (4% і 27,3%). Результати опитування переконливо свідчать про подібне представлення соціокультурних цінностей українців і у вітчизняних, і в англійських масмедійних текстах.

Завдання наступного етапу дослідження полягало в аналізі масмедійних текстів з метою встановлення мовних та позамовних засобів, що беруть участь в актуалізації окреслених вище соціокультурних цінностей українців. Розглянемо особливості вираження цих цінностей у контекстних ситуаціях за участю вербальних засобів.

Наразі більшість Європейських країн, Велика Британія й США виражають солідарність та підтримку Україні, яка відстоює свої кордони, бореться за права населення й переживає страшні часи. Несподіваний візит колишнього прем'єр-міністра Британії Бориса Джонсона до Києва у черговий раз продемонстрував вираження підтримки держави та її народу, акцентувавши увагу на таких спільних цінностях, як солідарність, честь і повага. У статті "*Boris Johnson makes surprise trip to Ukraine*" від 22 січня 2023 року (Boris Johnson, 2023) це показано декларативним реченням мовця, які транслюють позитивне ставлення до України: *It is a privilege to visit Ukraine at the invitation of President Zelenskiy*. Це підтверджує те, що Велика Британія виражає колосальну моральну підтримку і повагу прем'єр-міністра до слів президента України й усього народу. Вживанням паралельної порівняльної конструкції (*The sooner Putin fails, the better for Ukraine and for the whole world*) мовець одночасно створює дві контрастні семантичні площини, в обох з яких виражено прагнення українського народу: правосуддя та мир.

Як відомо, вже тривалий час Україна прагне вступити до НАТО і нарешті світ звертає на це увагу. У статті "*NATO agrees strong package for Ukraine, boosts deterrence and defence*" (NATO, 2023) висловлюється підтримка України та її бажання стати членом НАТО, а також підкреслюється важливість партнерства в майбутньому та значні переваги для українського соціуму. Оголошення пакету допомоги актуалізує такі цінності, як бажання миру, свободи, підтримка патріотизму, толерантність та гідність: *This is a strong package for Ukraine, and a path towards its membership in NATO*, де емоційно забарвлені епітети *strong* і *clear* набувають позитивної конотації і передають позитивне ставлення мовця до України. Організація оголошує про погодження багаторічної допомоги українцям, що буде покривати критичні потреби нашої армії, і це є важливим аспектом безпеки й оборони України у контексті соціокультурних цінностей: *This includes a new multi-year assistance programme to facilitate the transition of the Ukrainian armed forces from Soviet-era to NATO standards and help rebuild Ukraine's security and defence sector, covering critical needs like fuel, demining equipment, and medical supplies*. Речення викладене в офіційному стилі, проте його наповнення термінологією безпеки країни (*Ukraine's security, defence sector, fuel, demining equipment, medical supplies*), наявність семантичних контрастів (*Ukrainian armed forces from Soviet-era vs NATO standards*), чітка ритмічна побудова надають всьому висловленню підвищеного рівня емоційно-прагматичного потенціалу і переконливого звучання. Далі в межах одного речення оголошується про організацію Ради Україна-НАТО, що підтверджує сильні політичні зв'язки між державами та важливість безпеки у контексті соціокультурних цінностей України: *Allies also agreed to establish the new NATO-Ukraine Council, which will hold its inaugural meeting in Vilnius on Wednesday with the participation of President Zelenskiy*. Зазначається і про важливість збереження миру на міжнародному рівні: *Beijing's increasing assertiveness affects our security*, де словосполучення *increasing assertiveness* передає прямий зміст загрози, а ступінь її ваги підсилюється оцінним прикметником *increasing*.

Таку цінність українців як жага до правосуддя реєструємо в статті, присвяченій російсько-українській війні (Ourdan, 2023), де вже з заголовку метафора транслює основну

ідею тексту – жагу українців до справедливості: *In Ukraine, Russian crimes spark a thirst for justice*. Водночас текст наповнений і лексичними одиницями з негативною конотацією до країни-агресора: *No one is ever really prepared for a litany of horrors like this, because no one is ready to believe that crimes of this nature can take place before their very eyes, in their own country, in their own city*. Сугестія цього речення досягається за рахунок низки повторів-підхватів: *No one is ever really prepared..., no one is ready..., in their own country, in their own city*, які передають високий ступінь негативних емоцій щодо описаних подій.

Аналіз інших текстів (Zelenskyu, 2023a) дозволяє зробити узагальнення про частотне використання саме емоційно-навантаженої лексики, типу *terrorism, murders, aggression*, яка вживається в контекстній опозиції з такими лексемами, як *unity of the world, the global majority, fair vision*, що описує картину сьогодення українців, актуалізуючи цінності єдності та справедливості в умовах агресії: автор вважає важливим, що український народ не повинен потерпати від тероризму, але світ мусить «відкрити очі» та побачити реальну картину того, що відбувається: *The world is not a place for aggression. But unity will certainly work effectively. The unity of all who help Ukraine defeat ruscism*. Це висвітлює важливість співпраці й підтримки на міжнародному рівні, з дотриманням норм і законів, як одне зі спрямувань актуалізації соціокультурних цінностей українців.

Наступний масмедійний текст присвячено зближенню українського та американських народів від 27 травня 2022 року, який опублікований на офіційному сайті президента України (Zelenskyu, 2023b). Цей текст, спрямований на масову аудиторію, апелює емоцій слухачів, оскільки лексичні одиниці вживаються в прямому значенні, інформуючи про дійсні факти й реальні події конфлікту: *Now I use words that each and every one of you read and hear very often in the media, in books. "Struggle for freedom", "myth", "russian army", "war", "survived", "trenches", "path", "peace"*. Ці слова дуже влучно передають ті цінності, які зараз на передньому плані в українців – це мир і свобода. При цьому президент наголошує, що для американців і українців, цінність свободи є спільною: *We became much closer in our feelings. We know for sure that we mean the same thing when we say the word "freedom"*. Уживані метафоричні образи та лексичні одиниці актуалізують відчуття солідарності та змушують світ розмірковувати про власне ставлення до соціуму та життя в цілому. Експресивність, передана виразом *I'm sure*, показує впевненість автора у своїх думках і ідеях, що також апелює аудиторії.

Крім цього, у багатьох масмедійних текстах акцентується увага на віданості й доброті з боку тих, хто фізично постраждав у цій війні: *Despite his disability, Vasyl started volunteering. He started making trench candles to make soldiers more comfortable on the front lines*. Говориться і про людей, які готові не віддати життя, аби допомогти постраждалим: *Despite the ongoing danger, people were ready to stand in line day after day to help save others. This is the superpower of Ukrainians!* Стійкість українців всупереч обставинам і небезпечним умовам передається складнопідрядним реченням уступки, лексичним повторам, а також метафорою (*the superpower*). Ці рядки актуалізують такі соціокультурні цінності, як людяність, добро, бажанню жити в мирі та підтримку один одному.

Вартий уваги й легендарний слоган *Be brave like Ukraine*. Розміщений у багатьох країнах, він мотивує та заохочує людей бути сильними, стійкими, сміливими і впертими так само, як і український народ. Поданий у формі наказового речення, в якому вжито порівняння, цей слоган транлює такі цінності українців, як хоробрість, сміливість і мужність.

Іншими прикладами можуть слугувати речення з масмедійного тексту, опублікованого 7 грудня 2022 р. в журналі *Time* (The Spirit, 2022): *As he spoke, the world was already sorting itself out, the response to the war coming as quickly as the invaders — quicker, when Russian tanks ran out of gas on the road to Kyiv*. Вжиті в реченні метафора (*the world was already sorting itself*) та низка порівнянь (*as quickly as the invaders*) говорять про миттєву реакцію світу на події, які відбувалися в Україні, та готовність допомогти.

Викладений вище огляд участі мовних засобів у вираженні соціокультурних цінностей українців в англійських масмедійних текстах дозволяє зробити узагальнення про те, що серед

найчастотніших засобів зареєстровано вживання вузькоспеціальної лексики, наприклад, політична, військова та ін. (16,6%), другим за рекурентністю є використання іменників з негативною конотацією (11,6%). Наступними за частотою вживання є порівняння (8,5%), оцінні прикметники з позитивною конотацією (8%), метафори (7,5%) й епітети (6,5%). Дещо нижчими за частотністю використання зафіксовано повтори (5,7%), гіперболи (5,5%), перформативні дієслова (4,5%), вставні фрази і звороти (4%).

Вагому роль в образно-лаконічній передачі соціокультурних цінностей українців у масмедійних текстах відіграють невербальні засоби, серед найчастотніших з яких виокремлюємо зображальні засоби, сукупність яких традиційно кваліфікують як мультимодальний текст (Макарук, 2014, р. 27). Так, одним з типових графічних образів, що транслюють ціннісні орієнтири українців, зареєстровано зображення українського стягу, як це видно з поданого на Рис. 2 масмедійного мультимодального тексту.



Рис. 2. Зображення обкладинки журналу *Time*

На обкладинці американського журналу *Time* зображений президент України Володимир Зеленський, навколо якого згуртовані відомі українські діячі різних сфер, що прославили нашу країну і в межах держави, і за її кордонами (Radford, 2022). Використання синьо-жовтої кольорової гамми представляє націю, яка бореться за чисте українське небо та безкраї жовті лани. Жест віднятих до гори рук та український стяг, який майорить в руках майже кожного українця, промовисто демонструють такі цінності, як віра в перемогу, стійкість, патріотизм, гідність, бажання свободи й миру, згуртованість і сила духу. На обкладинці також зображені й жовті соняхи, які є символом квітучої української землі. Вони, як сонце, вказують на правильний і справедливий шлях вирішення конфлікту.

Наступними за рекурентністю в масмедійних мультимодальних текстах постають такі соціокультурні цінності українців, як сила духу, патріотизм і сміливість, що здебільшого транслюється зображенням українських військових у жовто-синіх кольорах, як це видно з прикладу Рис. 3.



Рис. 3. Кольорова гамма як невербальний компонент актуалізації соціокультурних цінностей українців (*The Economist* за 25 лютого 2023 року (*The Future*, 2023))

На обкладинці чітко розрізняємо декілька символів: силует військового, зображеного синім кольором на жовтому фоні, що відповідає кольорам прапора України, та голуба, який є символом свободи, миру й відродження. Обидва невербальні компоненти транслюють ідею стійкості, незламності й волелюбності українського народу та любові до Батьківщини. Стосовно зображення силуету військового, то видно, що його голова впевнено піднята догори, демонструючи сміливість, мужність і силу-волю. У свою чергу, зображення голуба вказує на напрям його польоту догори, що також символізує віру в майбутнє в незалежній, вільній і мирній Україні.

Наступним прикладом слугує обкладинка журналу *The Washington Examiner* за 27 вересня 2022 року, присвячена подіям повномасштабної війни в Україні.



Рис. 4. Невербальні засоби вираження соціокультурних цінностей українців на прикладі обкладинки журналу *Washington Examiner*

На обкладинці зображено молоду українську жінку, одягнену у вбрання національних кольорів нашої держави як уособлення України, яка переможно стоїть на голові очільника країни-агресора. У руках дівчина тримає дві медалі, які уособлюють важливі цілі українського народу: вступ до НАТО та ЄС. Дівчина гордо дивиться на медалі, емоційно транслюючи такі соціокультурні цінності українців, як готовність жити далі й рухатися вперед. Водночас дівчина зображена із гвинтівкою за спиною, а на задньому тлі видніються наслідки кривавої війни в одному з українських міст. Ці кадри привертають до себе увагу та в загальному контексті обкладинки сигналізують готовність держави й народу відбудувувати міста і села та

працювати на отримання кращих результатів. Гвинтівка свідчить про відважність українців, які завжди будуть боротися за свою свободу. Отже, графічний образ дівчини, яка уособлює український народ, наочно виражає такі його соціокультурні цінності, як свобода, патріотизм, готовність до дій, рухатися вперед, любов до Батьківщини, бажання миру та свободи.

Викладене свідчить, що невербальні засоби є невід'ємною частиною актуалізації соціокультурних цінностей українців в англомовних масмедійних текстах, провідними серед яких виокремлюємо графічні візуальні невербальні компоненти. Їх роль полягає у швидкому сугестивно-дієвому транслюванні комплексних образів, емоцій і смислів.

5. ВИСНОВКИ І НАПРЯМИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

За результатами виконаного дослідження з'ясовано, що найтипівішими соціокультурними цінностями українців, які представлені в англомовних масмедійних текстах, постають свобода, патріотизм, прагнення миру, гідність, людяність, толерантність, відповідальність за власні дії або вчинки. Виконаний аналіз англомовних масмедійних текстів засвідчив значну роль, яку відіграють вербальні й невербальні засоби у відображенні цінностей українців в масмедійних текстах та, відповідно, сприянні у формуванні на міжнародній арені коректного іміджу України.

Результати аналізу ілюстративного матеріалу засвідчили, що серед вербальних засобів передачі соціокультурних цінностей українців найчастотнішими є вузькоспеціалізована лексика, використання іменників з негативною конотацією, порівняння, метафори й оцінні прикметники. Найрекурентнішими невербальними засобами зареєстровано візуальні невербальні компоненти, зокрема графічні (які транслюють зоровий контакт, вираз обличчя, міміку), а також використання традиційної кольорової гамми, національної символіки, одягу, зовнішності, які слугують модусом трансляції таких цінностей, як патріотизм, сила волі та духу, бажання миру і свободи, любові до своєї родини й Батьківщини, а також волелюбність і єдність українців.

Виконане дослідження підтверджує перспективність подальшого вивчення закономірностей взаємодії вербальних і невербальних засобів передачі соціокультурних цінностей українців в англомовних масмедійних текстах. До таких напрямів слід віднести поглиблене вивчення екстралінгвальних процесів, які впливають на формування цінностей народу та їх відображення в мові й мовленні, виявлення впливу мовної картини світу індивіда на сприйняття мультимодального повідомлення та його оцінку; визначення сугестивного потенціалу масмедійного тексту та його впливу на реципієнта; дослідження когнітивного аспекту функціонування вербальних і невербальних засобів у процесі декодування смислу мультимодального масмедійного тексту.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- Бакіров В.С., Ручка А.О. Соціологія цінностей сьогодні. *Проблеми розвитку соціологічної теорії*: матеріали конф. Київ: Логос, 2013. С. 5–17.
- Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ: Вид. центр «Академія», 2004. 344 с.
- Бондаренко І. Вплив медіатексту на читача. *Медіатекст у сучасному комунікативному дискурсі* : Матеріали науково-практ. конф., м. Миколаїв. 2020. С. 16–20.
- Куций О.А. Організаційні цінності: теоретичний аналіз поняття та практичних аспектів застосування. *Вісник Національного університету оборони України*. 2022. Т. 4, № 68. С. 80–87.
- НАТО узгоджує потужний пакет для України, зміцнює стримування і оборону. 2023. *NATO*. URL: https://www.nato.int/cps/uk/natohq/news_217059.htm?selectedLocale=uk (дата звернення 16.12.2023)
- Новікова Т.Л. До проблеми формування соціокультурних цінностей майбутніх офіцерів-прикордонників у процесі вивчення гуманітарних дисциплін. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету "Україна"*. 2011. № 4. С. 123–126.
- Янкін А.І. Поняття цінності у філософському знанні. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. № 112. С. 16–119.
- Arnett J.J. The Psychology of Globalization. *American Psychologist*. 2002. No. 57. P. 774–783.

- Boris Johnson makes surprise trip to Ukraine. *PA Media*. 2023. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2023/jan/22/boris-johnson-makes-surprise-trip-to-ukraine> (дата звернення 16.12.2023)
- Kiesling S.F. Norms of sociocultural meaning in language: Indexicality, stance, and cultural models. *Intercultural Discourse and Communication: The Essential Readings*, 2008. P. 92–105.
- Makaruk L. The Role of Visual Perception and Visual Recognition in Deriving Meaning from Multimodal Texts. Book of Abstracts. *Linguistic Snapshots: Language and Cognition “Explorations in Lexico-Grammar Continuum”* (Poland, Sosnowiec, 16–17 May). 2014. P. 27.
- Merton R.K. Bureaucratic Structure and Personality. *Social Theory and Social Structure* (1968 ed.). Glencoe, IL: Free Press, 1957. P. 560–568.
- Meyrowitz J. Understandings of Media. *ETC: A Review of General Semantics*. 1999. Vol. 56, No. 1. P. 44–52.
- Ourdan R. In Ukraine, Russian crimes spark a thirst for justice. *Le Monde.fr*. 2023. URL: https://www.lemonde.fr/en/international/article/2023/10/06/in-ukraine-russian-crimes-spark-a-thirst-for-justice_6154093_4.html (дата звернення 16.12.2023)
- Radford A. Volodymyr Zelensky is Time Magazine's 2022 Person of the Year. 2022. BBC News. URL: <https://www.bbc.com/news/world-63890775> (дата звернення 16.12.2023)
- Rokeach M. The Nature Of Human Values. Free Press, 1973. 438 p.
- Rose A. M. Sociology and the Study of Values. *The British Journal of Sociology*. 1956. Vol. 7, No. 1. P. 1–17.
- Schwartz S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology* In M. Zanna (Ed.). New York: Academic Press, 1992. Vol. 25. P. 1–65.
- Schwartz S. H., Bilsky W. Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1990, Vol. 58, P. 878-891.
- The Future of Ukraine. *The Economist*. 2023. URL: <https://www.economist.com/weeklyedition/2023-02-25> (дата звернення 16.12.2023)
- The Spirit of Ukraine and TIME's 2022 Person of the Year. *Time*. 2022. URL: <https://time.com/spirit-of-ukraine-person-of-the-year-2022/> (дата звернення 16.12.2023)
- Zelensky V. Our Peace Formula gradually, step by step, is becoming global – address by the President of Ukraine. *President of Ukraine Volodymyr Zelenskyy Official Website*. 2023. URL: <https://www.president.gov.ua/en/news/nasha-formula-miru-postupovo-krok-za-krokom-staye-globalnoyu-86669> (дата звернення 16.12.2023)
- Zelensky V. President of Ukraine Volodymyr Zelenskyy Official Website. 2023a. URL: <https://www.president.gov.ua/en/news/nasha-formula-miru-postupovo-krok-za-krokom-staye-globalnoyu-86669> (дата звернення 16.12.2023)
- Zelensky V. Ukrainians and Americans have become much closer: we equally understand the word "freedom" - address by the President of Ukraine to the Stanford University community. *President of Ukraine Volodymyr Zelenskyy Official Website*. 2023b. URL: <https://www.president.gov.ua/en/news/ukrayinci-j-amerikanci-stali-znachno-blizhchimi-mi-odnakovo-75421> (дата звернення 16.12.2023)
- Washington Examiner. Ukraine after Putin loses. *Reddit*. 2022. URL: <https://www.reddit.com/media?url=https://i.redd.it/julm6558doq91.jpg> (дата звернення 16.12.2023)

REFERENCES

- Arnett, J.J. (2002). The Psychology of Globalization. *American Psychologist*, 57, 774-783.
- Bakirov, V.S., & Ruchka, A.O. (2013). Sociologija cinnostej s'ogodni [Sociology of the present-day values]. Problems of the sociology theory development, 5–17. Kyiv: Logos. [in Ukrainian]
- Batcevych, F.S. (2004). *Osnovy komunikatyvnoi' lingvistyky [Fundamentals of communicative linguistics]*. Kyiv: Editorial Center “Akademia”. [in Ukrainian]
- Bondarenko, I. (2020). Vplyv mediatekstu na chytacha [Media text in modern communicative discourse]. In *Influence of media text on the reader*. Scientific and practical materials conference. 16–20. Mykolaiv. [in Ukrainian]
- Boris Johnson makes surprise trip to Ukraine. (2023). *PA Media*. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2023/jan/22/boris-johnson-makes-surprise-trip-to-ukraine> (дата звернення 16.12.2023)
- Kiesling, S.F. (2008). Norms of sociocultural meaning in language: Indexicality, stance, and cultural models. *Intercultural Discourse and Communication: The Essential Readings*, 92-105.
- Kutsyy, O. A. (2022). Organizacijni cinnosti: teoretychnyj analiz ponjattja ta praktychnyh aspektiv zastosuvannja [Organizational values: theoretical analysis of the concept and practical aspects of application]. *Bulletin of the National Defense University of Ukraine*, 4(68), 80–87. [in Ukrainian]
- Makaruk, L. (2014). The Role of Visual Perception and Visual Recognition in Deriving Meaning from Multimodal Texts. Book of Abstracts. *Linguistic Snapshots: Language and Cognition “Explorations in Lexico-Grammar Continuum”* (Poland, Sosnowiec, 16–17 May), 27.
- Merton, R.K. (1957). Bureaucratic Structure and Personality. *Social Theory and Social Structure* (1968 ed.). Glencoe, IL: Free Press, 560–568.

- Meyrowitz, J. (1999). Understandings of Media. *ETC: A Review of General Semantics*. 56(1), 44–52.
- NATO. (2023). *NATO agrees strong package for Ukraine, boosts deterrence and defense*. https://www.nato.int/cps/uk/natohq/news_217059.htm?selectedLocale=uk
- Novikova, T.L. (2011). Do problemy formuvannja sociokul'turnyh cinnostej majbutnih oficeriv-prykordonykiv u procesi vyvchennja gumanitarnyh dyscyplin [To the problem of formation of socio-cultural values of future border guards in the process of studying humanitarian disciplines]. *Collection of scientific papers of the Khmelnytskyi Institute of Social Technologies of the University "Ukraine"*, 4, 123-126. [in Ukrainian]
- Ourdan, R. (2023). In Ukraine, Russian crimes spark a thirst for justice. *Le Monde.fr*. URL: https://www.lemonde.fr/en/international/article/2023/10/06/in-ukraine-russian-crimes-spark-a-thirst-for-justice_6154093_4.html
- Yankina, A.I. (2007). Ponjattja cinnosti u filososfs'komu znanni [The concept of value in philosophical knowledge]. *Culture of the peoples of the Black Sea region*, 112, 16-19. [in Ukrainian]
- Radford, A. (2022). Volodymyr Zelensky is Time Magazine's 2022 Person of the Year. *BBC News*. URL: <https://www.bbc.com/news/world-63890775>.
- Rokeach, M. (1973). *The Nature Of Human Values*. Free Press.
- Rose, A. M. (1956). Sociology and the Study of Values. *The British Journal of Sociology*. 7(1), 1–17.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology* In M. Zanna (Ed.). New York: Academic Press. 25, 1–65.
- Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*. 58, 878-891.
- The Future of Ukraine. (2023). *The Economist*. URL: <https://www.economist.com/weeklyedition/2023-02-25>.
- The Spirit of Ukraine and TIME's 2022 Person of the Year. (2023). *Time*. URL: <https://time.com/spirit-of-ukraine-person-of-the-year-2022/>.
- Washington Examiner. (2022). Ukraine after Putin loses. *Reddit*. URL: <https://www.reddit.com/media?url=https://i.redd.it/julm6558doq91.jpg>.
- Zelensky, V.O. (2023). Our Peace Formula gradually, step by step, is becoming global - address by the President of Ukraine. <https://www.president.gov.ua/news/nasha-formula-miru-postupovo-krok-za-krokom-staye-globalnoyu-86669>
- Zelensky, V.O. (2023a). President of Ukraine Volodymyr Zelenskyy Official Website. URL: <https://www.president.gov.ua/en/news/nasha-formula-miru-postupovo-krok-za-krokom-staye-globalnoyu-86669>.
- Zelensky, V.O. (2023b). Ukrainians and Americans have become much closer: we equally understand the word "freedom" - address by the President of Ukraine to the Stanford University community. President of Ukraine Volodymyr Zelensky Official Website. URL: <https://www.president.gov.ua/en/news/ukrayinci-j-amerikanci-stali-znachno-blizhchimi-mi-odnakovo-75421>.

Larysa Taranenko, Tetiana Poladych. Verbal and Non-Verbal Means Conveying Socio-Cultural Values of Ukrainians in English Media Texts.

As a result of English mass media texts analysis, the paper puts forward a nomenclature of verbal and non-verbal means used to convey socio-cultural values inherent in modern Ukrainian society. Based on the review of various approaches to defining the notion of sociocultural values, the authors offer a matrix generalising the content of this concept as it is considered within such fields of humanitarian knowledge as philosophy, ethics, psychology, sociology, and linguistics. The survey carried out among the residents of Ukraine, Great Britain, and the USA allowed identifying those socio-cultural values of Ukrainians, being most frequently presented in English media, namely: freedom, patriotism, yearning for peace, dignity, humanity, tolerance, responsibility for one's own actions and deeds. The analysis of 118 fragments, selected out of 40 English mass media texts of various genres (interviews, news, articles, posts on social media, magazine covers, caricatures, graphic images, video materials), whose contexts actualise socio-cultural values of Ukrainians, enabled the authors to come up with the set of verbal and non-verbal means. The most frequent verbal means conveying the values, include specialised vocabulary, the use of nouns with negative connotations, comparisons, metaphors, and evaluative adjectives. Among the most recurrent non-verbal means there are visual components (graphic images representing the eye contact, facial expressions, mimicry, etc.), as well as the use of national colours, symbols, clothes, etc., which serve as a mode of broadcasting such Ukrainian values as patriotism, the power of will and spirit, yearning for peace and freedom, love for the family and Motherland, as well as freedom and unity of Ukrainians.

Keywords: actualisation; English mass media texts; verbal and non-verbal means; sociocultural values; Ukrainians.