

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА
СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка

до магістерської роботи

на тему

**«СИМВОЛІЗАЦІЯ ОБРАЗУ В КОНТЕКСТІ ВІЙНИ: ДВАНДЦЯТЬ
ПОДВИГІВ ПСА ПАТРОНА»**

Виконала: студентка 2 курсу групи СЦ-63
другого (магістерського) рівня освіти
спеціальності 054 — Соціологія
Кікоть К. А.

Керівник: Калашнікова А. О., кандидатка
соціологічних наук, доцентка кафедри
прикладної соціології та соціальних
комунікацій

Рецензент:

Харків — 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Соціологічний факультет

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) другий (магістерський)Спеціальність 054 – Соціологія

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувачка кафедри
прикладної соціології та
соціальних комунікацій
Ірина СОЛДАТЕНКО

підпис

“ _____ ” _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Кікоть Ксенія Андріївна
(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи «Символізація образу в контексті війни: дванадцять подвигів пса Патрона»

керівник роботи Калашнікова Аліна Олександрівна, кандидатка соціологічних наук, доцентка кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від 04 листопада 2024 року № 1006-5/3582

2. Строк подання студентом роботи 02 грудня 2024 року

3. Перелік питань, які потрібно розробити

1) проаналізувати теоретичні засади символізації як соціального та культурного феномену;

- 2) здійснити огляд ключових концепцій щодо символу та символізації у філософії, антропології, соціології та семіотиці;
- 3) представити авторську концептуалізацію поняття символу;
- 4) вивчити історію створення та популяризації образу пса Патрона, зокрема дослідити контекст його виникнення та особливості розвитку;
- 5) здійснити огляд українського наукового дискурсу щодо вивчення пса Патрона;
- 6) охарактеризувати ключові символічні елементи, пов'язані з образом пса Патрона, зокрема ідентифікувати основні візуальні, текстуальні та контекстуальні компоненти;
- 7) здійснити контент-аналіз зображень пса Патрона, проаналізувавши вибірку зі 100 зображень для виявлення варіативності його візуалізації, трансформації та символічного навантаження залежно від комунікативного контексту.

4. План роботи

№ з/п	Назва етапів роботи
1	Аналіз наукової літератури щодо поняття символу та символізації.
2	Дослідження українського наукового дискурсу щодо пса Патрона.
3	Визначення й концептуалізації підходу до вивчення символізації образу пса Патрона.
4	Розробка програми дослідження
5	Збір, обробка та аналіз даних методом контент-аналіза
6	Формулювання висновків

5. Дата видачі завдання 18 вересня 2024 року.

Студент



Ксенія КІКОТЬ

Керівник роботи



Аліна КАЛАШНІКОВА

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СИМВОЛІЗАЦІЇ.....	8
1.1. Символ як службова категорія у соціогуманітарних науках.....	8
1.2 Символ і символізація як самостійні категорії: поняття, визначення, зв'язок	19
Висновки до розділу 1	31
РОЗДІЛ 2. ОБРАЗ ПСА ПАТРОНА В СУЧАСНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРИ	32
2.1 Контексти символізації образу пса Патрона: візуальна комунікація і війна	32
2.2 Пес Патрон як символ за Р. Бартом.....	36
2.3 Пес Патрон в українському науковому дискурсі.....	46
Висновки до розділу 2	52
РОЗДІЛ 3. СИМВОЛІЗАЦІЯ ОБРАЗУ ПСА ПАТРОНА: КОНТЕНТ-АНАЛІЗ ВІЗУАЛЬНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ МІФУ	53
3.1. Програма дослідження «Символізація образу пса Патрона в контексті війни».....	53
3.2 Результати авторського дослідження «Символізація образу пса Патрона в контексті війни»	59
Висновки до розділу 3	75
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТКИ.....	85

ВСТУП

Символізація є одним із фундаментальних механізмів формування колективної свідомості, що дозволяє суспільству транслювати, підтримувати та зберігати ключові ідеї, цінності й ідеали. В умовах війни ці процеси набувають особливої інтенсивності, адже виникає потреба у створенні символів, здатних надихати, мобілізувати та консолідувати суспільство перед обличчям складних викликів. В українському суспільстві, що переживає безпрецедентні виклики у зв'язку з повномасштабним вторгненням Російської Федерації, одним із яскравих символів героїзму, надії і стійкості став пес Патрон. Його образ, що виник як реальний учасник розмінувань у зоні бойових дій, швидко вийшов за межі реальності, перетворившись на культурний феномен із численними рівнями інтерпретації.

Актуальність дослідження символізації образу пса Патрона зумовлюється низкою онтологічних і гносеологічних підвалин. **Онтологічна** актуальність дослідження пов'язана з впливом символів на суспільну свідомість у контексті війни, коли такі образи виконують роль інструментів психологічної підтримки, соціальної консолідації та трансляції важливих цінностей. На **гносеологічному** рівні питання полягає в недостатньому вивченні механізмів та впливів сучасної символізації в умовах кризових ситуацій, зокрема війни. Образ пса Патрона є унікальним феноменом, що об'єднує символічний зміст, пов'язаний із героїчністю та захистом, із культурно-розважальними елементами, представленими в численних візуальних і текстуальних продуктах, що їх створюють медіа та громадськість.

Образ пса Патрона є багатошаровим явищем, що вимагає ретельного аналізу. Його функції репрезентації варіюються від героїзму саперів, які працюють у складних і небезпечних умовах, до серйозної проблематики проживання досвіду війни, представленого для сприйняття широкої аудиторії у легкій, доступній формі. Крім того, пес Патрон як символ привернув значну

міжнародну увагу, що робить його важливим елементом культурної дипломатії України.

Об'єктом дослідження є образ пса Патрона в контексті війни.

Предметом є процес символізації цього образу, який відображає взаємодію між соціальною реальністю, медійними практиками та культурним сприйняттям.

Метою роботи є характеристика процесу символізації (створення, закріплення та функціонування) образу пса Патрона в умовах російсько-української війни.

Відповідно до мети роботи було поставлено такі **задачі**:

1) проаналізувати теоретичні засади дослідження символізації як соціального та культурного феномену, здійснивши огляд ключових концепцій символу та символізації у філософії, антропології, соціології;

2) керуючись семіотичним підходом, представити авторську концептуалізацію понять символу і символізації;

3) проаналізувати історію й особливості створення та популяризації образу пса Патрона у контексті війни;

4) розглянути українську наукову літературу, присвячену створенню та популяризації образу пса Патрона у контексті війни;

5) здійснити контент-аналіз зображень пса Патрона для виявлення варіативності його візуалізації, трансформації та символічного навантаження залежно від комунікативного контексту й ідентифікувати основні візуальні, текстуальні та контекстуальні компоненти;

б) охарактеризувати ключові символічні елементи, пов'язані з образом пса Патрона.

Теоретична основа. Дослідження базується на концепціях символізації, представлених у соціології й суміжних соціогуманітарних науках (У. Еко, К. Гірц, Е. Дюркгайм, Т. Парсонс, Дж. Г. Мід, П. Бурдьє та інші). Особливу увагу в роботі приділено аналізу символізації як процесу створення та закріплення символічних значень. Основою дослідження став підхід Р. Барта,

який дозволяє вивчати, як повсякденні об'єкти та явища в культурі набувають значень, стають символами, а з плином часу перетворюються на міфи.

Емпіричну основу роботи становить авторське дослідження 100 вибраних зображень пса Патрона, яке було проведено методом контент-аналізу. Зображення були відібрані з різних джерел, зокрема з медіа, соціальних мереж, друкованої продукції, цифрових галерей. Аналіз було здійснено з метою ідентифікації ключових символічних елементів образу, способів їхньої візуалізації та варіативності залежно від комунікативного контексту. Використання контент-аналізу дало змогу систематизувати дані щодо популярних рис образу пса Патрона та його трансформації, а також дослідити його символічне навантаження в різних соціокультурних умовах.

У межах дослідження висунуто дві робочі **гіпотези**. Згідно з *першою гіпотезою*, символізація образу пса Патрона відбувається через систематичне використання ключових атрибутів у його зображеннях. Ці атрибути є обов'язковими для створення впізнаваного образу, який закріплюється в суспільній свідомості та виконує функцію символу. *Друга гіпотеза* передбачає, що образ пса Патрона має тісний зв'язок з міфами, які репрезентують схожі ідеї та цінності. Такий зв'язок сприяє посиленню його символічного значення та інтеграції в ширший контекст української культури.

Наукова новизна роботи полягає у виявленні специфіки символізації образу в контексті війни на прикладі пса Патрона як комплексного культурного явища, яке поєднує соціально значущі ідеї та засоби їх популяризації. У результаті дослідження емпірично доведено зв'язок символізації з міфологізацією. Такий аналіз дозволив не лише поглибити розуміння феномену сучасних символів у контексті війни, але й визначити їхню роль у формуванні національної ідентичності.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, ... підрозділів, висновків, списку використаних джерел, що налічує 53 найменування, та 3 додатків. Загальний обсяг роботи — 107 сторінка, з них 83 — основний текст роботи.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СИМВОЛІЗАЦІЇ

1.1. Символ як службова категорія у соціогуманітарних науках

Поняття «символ» походить від грецького слова σύμβολον (symbolon), яке означає «знак», «умовне позначення» або «розпізнавальний знак» [40, с. 1676].

Італійський філософ У. Еко у своїй статті “At the Roots of the Modern Concept of Symbol” [32] досліджує концепцію символу, простежуючи її розвиток через різні історичні, культурні й філософські контексти, та наголошує на складнощях, що виникають під час інтерпретації символу, а також на еволюції цього поняття від класичної античності до сучасності.

У класичній традиції символ розглядали як об’єкт, який репрезентував зв’язок між частинами чогось цілого. Наприклад, розламані монета чи дощечка, які в Стародавній Греції символізували домовленість між сторонами та наочно демонстрували первісне соціальне значення символу, пов’язане з його фізичною формою, — це можливість відновлення єдності та забезпечення довіри в соціальних взаємодіях [32, с. 384]. Однак це базове значення поступово трансформувалося у філософську категорію, яка почала виявляти глибокі культурні та естетичні аспекти.

Дискусія про символ і його зв’язок з алегорією займає центральне місце в аналізі У. Еко. Він цитує Й. Гете, який описує символ як образ, що передає ідею, залишаючи її багатозначною і невловною, тоді як алегорія перетворює ідею на концепт, що стає конкретним і визначеним через образ [32, с. 385]. Цей розподіл не був чітко окреслений у середньовічній та патристичній традиціях, де символ і алегорія часто використовували як синоніми. Зокрема, християнський богослов Августин використовував символіку Святого Письма для опису божественних істин, але їхні інтерпретації часто базувалися на правилах алегорії. Августин запропонував систему, за якою символічні сенси виникають, коли текст розуміють буквально та суперечить принципам віри чи

моралі, а також тоді, коли текст містить зайві деталі чи тривіальні події, що провокують пошук глибшого значення [32, с. 391–392].

Романтичний підхід до символу, який розвинувся в XVIII–XIX століттях, значно вплинув на сучасне розуміння цього поняття. У. Еко звертається до філософії Ф. Шеллінга та Г. Гегеля, які вбачали в символізмі зустріч скінченного й нескінченного. Для Ф. Шеллінга символ був вищою формою мистецтва, тоді як Г. Гегель розглядав його як примітивну форму вираження, яка вказувала на неадекватність образів у спробі відобразити нескінченне [32, с. 385]. Подібні ідеї підтримували неоплатоніки, такі як Псевдо-Діонісій, який у своїй заперечній теології ('negative theology') описував Бога через символи, які суперечать традиційному розумінню: світло, яке є темрявою, і тиша, яка є мовленням. Ця символічна мова не є алегорією, оскільки вона підкреслює суперечливість і невизначеність розуміння трансцендентного [32, с. 387].

Сучасне розуміння символу значною мірою базується на ідеях, висловлених у романтичній традиції, проте воно також інтегрує вплив герметичних ідей епохи Відродження. У цьому контексті значення символу розширилося до концепції архетипів, продемонстрованих у психологічній теорії К. Юнга. Символи в цій парадигмі є інтуїтивними та завжди залишаються частково незрозумілими, оскільки відображають внутрішню суперечливість реальності [32, с. 399–400].

Сучасний підхід до символу часто нехтує контекстуальними обмеженнями, які були притаманні середньовічному мисленню [32]. Символи середньовічної традиції підкорялися суворим правилам, що визначали їхнє значення. Наприклад, Фома Аквінський наголошував на важливості буквального сенсу тексту, який, на його думку, був основою для подальшого тлумачення духовного змісту. Він розрізняв «духовні» сенси Святого Письма й «параболічні» сенси поезії, обмеживши їх межами буквального значення [32, с. 394–395].

Отже, У. Еко приходиться до висновку, що символ є ключовим елементом людської культури, який вимагає ретельного аналізу й розуміння його багатозначності. Сучасна інтерпретація символу може бути збагачена, якщо враховувати історичний досвід, зокрема середньовічні підходи до контекстуального обмеження і філософські ідеї романтизму. Водночас У. Еко застерігає від надмірної відкритості поняття символу, яка може призвести до хаосу інтерпретацій. Баланс між відкритістю і контекстуальною визначеністю є необхідним для адекватного розуміння символу.

Антропологічний підхід до визначення символу значно відрізняється від філософського, оскільки він зосереджується на функціональній ролі символів у соціальному. В антропології символ розглядають не просто як об'єкт, що має умовне значення, а як елемент культури, здатний передавати глибокі сенси та втілювати колективні уявлення і переконання. Символи формують основу культурних традицій і ритуалів, допомагають структурувати соціальні зв'язки та надавати сенс життю людей у спільнотах [34, с. 89–91].

Символи залучені в конструювання культури, оскільки вони є засобами передачі значень, які дають змогу людям організовувати свої соціальні взаємодії та інтерпретувати навколишній світ [34, с. 89]. К. Гірц розглядає культуру як мережу значень, у якій люди «заплутані» і через яку вони надають сенс своїм діям [34, с. 5], а символи грають важливу роль як одиниці цієї мережі, які дають змогу комунікувати через соціальні значення та надають форму ритуалам, релігії, мистецтву тощо.

Когнітивний каркас, який забезпечують символи, дає людям розуміння, як діяти в певних соціальних ситуаціях. Наприклад, релігійні символи допомагають структурувати соціальні ролі та взаємодії, встановлюючи принципи поведінки в межах певної віри. Ритуали, натомість, є практичними діями, що матеріалізують ці символічні структури [34, с. 126–128]. Релігійні символи відіграють важливу роль у підтриманні соціального ладу, оскільки вони створюють системи вірувань, які структурують поведінку людей і визначають їхні соціальні ролі [34, с. 87–91]. У своїх дослідженнях яванських

ритуалів К. Гірц демонструє, як ритуальні символи допомагають вирішувати соціальні конфлікти та відновлювати соціальний баланс [34, с. 142–170].

Інтерпретативний підхід до дослідження символів спирається на думку К. Гірца про те, що науковець має не лише спостерігати за поведінкою людей, але й намагатися зрозуміти, як ці люди самі інтерпретують свої дії та символи, які використовують [34, с. 6]. Важливим є не просто описати символи, а проникнути в культурний контекст, який надає цим символам сенс. Крім того, символи виконують інтегративну функцію в суспільствах, бо допомагають створювати загальноприйняті системи значень, які стають основою для соціальних норм та цінностей [34, с. 193].

Попри важливість символічного підходу К. Гірца, його теорії зазнавали критики. Символічна антропологія місцями занадто зосереджується на інтерпретації символів, нехтуючи матеріальними аспектами соціального життя, а підхід К. Гірца може призводити до надмірної суб'єктивізації аналізу культури, оскільки він базується на особистих інтерпретаціях дослідника [53, с. 19–21].

В. Тернер розвиває свою концепцію символів, наголошуючи на їхній ролі в процесах соціальних змін і криз. Він досліджує символи як активні елементи, які можуть мобілізувати соціальні групи та сприяти соціальній трансформації [53, с. 21]. Автор розглядає символи в контексті ритуалів, де вони є засобами вираження соціальних напруг і способами їх вирішення та підкреслює, що символи мають не лише когнітивне значення, але й виконавчу силу, що впливає на соціальні процеси.

М. Дуглас у своїй праці “Purity and Danger: An Analysis of Concepts of Pollution and Taboo” [30] аналізує символи крізь їхній тісний зв'язок із тим, як спільноти підтримують устрій, категоризують досвід і впроваджують межі, як соціальні, так і релігійні чи культурні. У цьому контексті символи не просто представляють абстрактні ідеї — вони втілюють спосіб, у який суспільства структурують та інтерпретують свій світ.

Одна з центральних тез М. Дуглас полягає в тому, що символи чистоти й забруднення не лише стосуються гігієни, але глибоко пов'язані з тим, як суспільства визначають порядок і безлад. З цієї точки зору бруд не є внутрішньо нечистим, але стає таким, коли порушує соціальний чи культурний устрій. Символи, пов'язані з чистотою і нечистотою, слугують інструментами для підтримання соціальних меж і цілісності. Як пише М. Дуглас: «Бруд — це матерія, що перебуває не на своєму місці» [30, с. 44], тобто нечистота виникає тоді, коли щось перетинає свою встановлену межу, загрожуючи наявному соціальному ладу.

Аналіз М. Дуглас біблійної книги Левіт пропонує яскравий приклад того, як символи функціонують у релігійному контексті для зміцнення ідей чистоти та соціального ладу. Вона інтерпретує дієтичні закони й ритуали очищення в Левіті як символічні системи, які відображають ширшу цікавість до підтримання соціальних меж і згуртованості. Ці закони не є випадковими, а мають глибоке значення в культурному контексті стародавньої ізраїльської спільноти, де вони функціонували для розмежування святого і світського, чистого і нечистого [30, с. 57].

Отже, підхід М. Дуглас до розуміння символів ґрунтується на ідеї, що символи не є нейтральними чи статичними, бо вони є динамічними елементами, які спільноти використовують для підтримання устрою, впровадження меж та відображення своїх цінностей і переконань. Символи чистоти й нечистоти, зокрема, є потужними інструментами регуляції соціального життя та культурних норм.

У соціології символи розглядаються як елементи соціальної взаємодії та культури. Вони не тільки виконують функцію передачі інформації, але й формують спільне розуміння соціальної реальності, даючи змогу індивідам погоджувати свої дії та взаємодіяти в межах спільнот. Символи допомагають структурувати суспільне життя, підтримувати соціальні норми та формувати ідентичність групи. Відповідно, можна вважати, що символи впливають на формування соціальних відносин, підтримання соціального ладу та

встановлення культурних цінностей. Розгляд соціологічних теорій, присвячених символам, дасть нам глибше розуміння їхньої ролі в соціальних процесах та суспільних структурах.

Е. Дюркгайм, один із засновників соціології, розглядає символ як фундаментальний елемент соціальної структури, через який суспільства виражають свої колективні вірування, цінності та норми. У своїй роботі “The Elementary Forms of Religious Life” [31] він підкреслює, що символи виконують функцію інтеграції та підтримання соціальних груп. Важливість символів полягає в їхній здатності бути матеріальними репрезентаціями нематеріальних понять, які є необхідними для функціонування суспільства. Символи, за Е. Дюркгаймом, є своєрідними «носіями» колективної свідомості, через які індивіди можуть відчути свою належність до більшої спільноти [31, с. 158].

Е. Дюркгайм вважає, що символи не функціонують у вакуумі, вони є продуктом колективного творення і взаємодії. У своїх дослідженнях релігії він стверджував, що релігійні символи є відображенням колективної сили, яка переважає над індивідом. Ця сила символів полягає в тому, що вони можуть викликати в людей емоції, такі як повага, страх або захоплення, що підтримує їхню здатність мобілізувати колективну дію. Символи стають об'єктами шанування і через ритуали вони зміцнюють суспільні зв'язки [31, с. 159].

Особливу увагу Е. Дюркгайм приділяє соціальним функціям символів. Він підкреслював, що через символи суспільство передає свої головні цінності й підтримує єдність. Наприклад, у релігійних практиках, таких як тотемізм, тотеми виконують роль символів, які представляють не лише надприродну сутність, але й саму групу, яка створила їх. Отже, поклоніння тотемам стає способом вираження поклоніння суспільству як цілому [31, с. 161]. Це відображає важливий принцип підходу Е. Дюркгайма: символи функціонують не лише як релігійні об'єкти, але як засоби вираження соціального ладу.

Отже, соціологічний підхід Е. Дюркгайма до символів полягає в їх розгляді як необхідних елементів колективного життя, які виконують функції у формуванні, підтриманні та передачі соціальних цінностей і норм. Через

символи суспільство інтегрує індивідів у свою структуру, забезпечує соціальну стабільність і передає свої культурні надбання наступним поколінням.

Дж. Г. Мід у своїй книзі “Mind, Self, and Society” [42] розкриває розуміння символів як центрального елементу соціальної взаємодії та формування самосвідомості. Його підхід тісно пов’язаний із розвитком символічного інтеракціонізму — соціологічної теорії, що розглядає соціальні взаємодії через призму використання символів, які дають змогу людям спілкуватися, розуміти одне одного та будувати суспільні відносини.

Дж. Мід вважає, що символи є головними елементами соціальної взаємодії, оскільки вони дають можливість індивідам брати участь у «розмові жестів». У людській взаємодії ці жести набувають складнішої форми у вигляді мови та інших соціальних знаків, що дають змогу людям спілкуватися на вищому рівні, передаючи абстрактні ідеї та емоції [42, с. 22]. Завдяки символам люди спроможні передбачати дії інших і відповідним чином коригувати свою поведінку.

Дж. Мід підкреслює, що свідомість і самосвідомість виникають через здатність використовувати символи для «прийняття ролі іншого» [42, с. 56]. Це означає, що людина може сприймати себе як об’єкт, дивлячись на себе з позиції іншої особи, і це можливо тільки через використання символів, зокрема, таких як мова. Саме через цю здатність люди можуть розвивати самосвідомість та критично оцінювати свою поведінку, базуючись на очікуваннях інших.

Однією з ключових ідей Дж. Міда є поняття «значущих символів» (significant symbols). Це символи, які викликають однакові реакції як у того, хто їх надсилає, так і в тих, хто їх отримує. Вони є значущими для створення спільних значень у соціальних процесах. У цьому контексті мова є одним із найбільш потужних символів, оскільки вона дає змогу індивідам передавати складні ідеї та взаємодіяти на високому рівні абстракції [42, с. 75]. Ця здатність робить мову основою соціальної організації.

Отже, для Дж. Міда символи є основними інструментами соціальної взаємодії, які дають можливість людям розвивати самосвідомість, спілкуватися

на складному рівні та будувати соціальні інститути. Підхід Дж. Міда до символів показує, як ці абстрактні елементи відіграють ключову роль у розвитку суспільства та людини як соціальної істоти.

Підхід Г. Блумера до поняття «символ» є основоположним для його ширшої теорії символічного інтеракціонізму [25], де символи слугують головними засобами, за допомогою яких люди створюють і розуміють соціальне значення. Г. Блумер розвиває ідеї свого наставника Дж. Міда, який стверджував, що люди є не просто реагентами на стимули, а активними інтерпретаторами світу навколо них. Символи, у межах теорії Г. Блумера, є центральними в цьому процесі інтерпретації. Він наголошує, що люди діють щодо речей не через їхні внутрішні властивості, а на основі тих значень, які ці речі мають для них [25, с. 2]. Ці значення є соціальним продуктом, створеним через діяльність людей, які взаємодіють один з одним [25, с. 4]. Наприклад, простий жест, такий як махання рукою, набуває значення залежно від контексту, у якому він відбувається, і від стосунків між людьми, які беруть участь у взаємодії.

Г. Блумер розрізняє «несимволічну» та «символічну» взаємодію. Несимволічна взаємодія відбувається тоді, коли люди реагують безпосередньо на дії інших без інтерпретації, як це буває у випадках рефлексивних або автоматичних дій. Символічна взаємодія, навпаки, включає інтерпретацію дій інших, розуміння їхнього підґрунтя і подальшу реакцію на основі цієї інтерпретації [25, с. 8]. Цей процес інтерпретації робить людську взаємодію складною і варіативною, що пояснює, чому символи можуть мати різні значення в різних контекстах або для різних людей.

Г. Блумер підкреслює мінливість символів. Символи не є статичними, їхні значення можуть змінюватися з часом або в різних соціальних середовищах. Він вказує, що люди постійно переосмислюють символи в нових взаємодіях, через що значення символу підлягає постійним трансформаціям [25, с. 12]. Наприклад, значення національного прапора може змінюватися залежно від політичного контексту або історичного моменту.

Г. Блумер критикує інші соціологічні теорії, які трактують символи та значення як фіксовані або наперед визначені. Він вважає, що такі підходи ігнорують динамічну природу людської взаємодії та активну роль індивідів у створенні й відтворенні соціальних значень. Для нього соціальне життя не є продуктом наперед визначених структур, його постійно будують через значення, які люди надають символам, і через спосіб, яким вони взаємодіють на основі цих значень [25, с. 15].

Т. Парсонс у своїх роботах “The Social System” [44] та “Toward a General Theory of Action” [45], розкриває свій підхід до поняття «символ». Його розуміння символів ґрунтується на концепції дії та структурно-функціональному аналізі, де символи відіграють вагомую роль в інтеграції та підтриманні соціальних систем. Т. Парсонс розглядає символи як засоби, за допомогою яких соціальні актори взаємодіють, обмінюються значеннями та забезпечують соціальний лад.

Основою теорії дії Т. Парсонса є те, що люди діють у межах соціальних систем, орієнтуючись на певні символи, які дають їм змогу взаємодіяти з іншими індивідами. Він підкреслює, що будь-яка дія є не просто індивідуальним актом, а включає соціальний контекст, у якому актори орієнтуються на спільні символічні значення [44, с. 259]. У цьому контексті символи забезпечують можливість спільної орієнтації акторів у соціальній реальності, оскільки вони втілюють узгоджені цінності, норми та очікування.

Т. Парсонс акцентує на важливості символів для комунікації між соціальними акторами. Він підкреслює, що без спільної системи символів соціальна взаємодія була б неможливою або хаотичною. Символи передають ціннісні орієнтації, які структурують соціальні системи. Вони забезпечують не лише когнітивний рівень сприйняття, але й емоційну частину, що впливає на соціалізацію та інтеграцію акторів у систему цінностей і норм [44, с. 265].

Т. Парсонс розглядає символи як елементи в системах дії, зокрема в економіці, політиці та культурі. Він стверджує, що символи, такі як гроші, є генералізованими засобами обміну, які забезпечують функціонування

соціальних систем. Вони дають змогу здійснювати обмін не лише матеріальними, але й нематеріальними цінностями, такими як влада, вплив та довіра [45, с. 388].

Символи мають ключове значення для соціальної інтеграції, оскільки вони допомагають вирішувати конфлікти та забезпечують консенсус. Через символи люди можуть виражати свої очікування щодо соціальних ролей і норм, що полегшує процес соціалізації та зменшує ймовірність девіантної поведінки [44, с. 77]. Символи в такий спосіб сприяють не лише передачі інформації, але й інтеграції різних частин соціальної системи, забезпечують її стабільність та здатність до саморегуляції.

П. Бурдьє зробив вагомий вклад у розвиток розуміння символів як інструментів соціальної влади та механізмів підтримання соціальної ієрархії. У своїх роботах “Language and Symbolic Power” [28] та “Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste” [26], він досліджує, як символи впливають на соціальні структури та взаємодії, перетворюючись на форми влади, що приховано позначаються на суспільстві та формують його ієрархію.

Одна з ключових концепцій у теорії П. Бурдьє — це символічна влада. Вона полягає в здатності впливати на суспільство через символи, які здобувають соціальне визнання і є легітимними. Автор зазначає, що символічну владу здійснюють завдяки визнанню цих символів як природних і незмінних у суспільній свідомості, що дає змогу панівним класам зберігати свою позицію навіть без застосування фізичного примусу. Символічну владу реалізують через ритуали, мову, культурні практики, які нав’язують панівну позицію певних соціальних груп і встановлюють межі для легітимних форм поведінки та сприйняття. Символи надають соціальній нерівності форму, яку сприймають як природну і справедливу [28, с. 166].

Символічна влада пов’язана з мовними практиками, оскільки мова є основним інструментом символічного впливу. У роботі “Language and Symbolic Power” [28] П. Бурдьє аналізує, як мовні практики можуть впливати на розподіл влади в суспільстві. Він стверджує, що мова є не нейтральним засобом

комунікації, а засобом підтримання соціальної ієрархії. Мовні норми, які встановлені в суспільстві, стають засобом легітимації певних соціальних груп, зокрема панівних класів [28, с. 43]. Володіння офіційною мовою надає символічний капітал, що надає доступ до інших ресурсів влади, таких як економічний чи соціальний капітал.

Поняття символічного капіталу є ще одним із центральних складників соціологічного підходу П. Бурдьє. Символічний капітал — це форма капіталу, виражена через престиж, авторитет і соціальне визнання. Символічний капітал виникає тоді, коли певні соціальні ресурси, такі як знання, соціальні зв'язки або матеріальні ресурси, набувають визнання в суспільстві та перетворюються на джерела соціальної влади. За П. Бурдьє, символічний капітал є важливим механізмом відтворення соціальної нерівності, оскільки він надає певним групам можливість легітимізувати свої привілеї, перетворюючи їх на загально визнані норми. Як зазначає соціолог, символічний капітал має силу лише тоді, коли його визнають інші учасники соціальних відносин [27, с. 241].

П. Бурдьє також підкреслює зв'язок між символами й габітусом — системою глибоко вкорінених когнітивних структур, які визначають, як індивіди сприймають і діють у соціальному світі [26, с. 169]. Габітус формується під впливом соціального досвіду й культурного капіталу, накопиченого впродовж життя індивіда. Символи відіграють важливу роль у формуванні габітусу, оскільки вони встановлюють межі, у яких індивіди сприймають і оцінюють соціальну реальність. Габітус своєю чергою впливає на те, як індивіди використовують символи у своєму повсякденному житті і як вони взаємодіють із соціальними структурами.

Габітус визначає здатність індивідів розуміти й використовувати символи в соціальних контекстах. Це стає очевидним при розгляді культурного капіталу, коли ті, хто має доступ до визнаних форм культури, можуть використовувати ці символи для підвищення свого соціального статусу, тоді як ті, хто не володіє цими знаннями, опиняються в не вигідному становищі. Це підкреслює важливість символів у процесі соціальної диференціації та ієрархізації.

Символи слугують механізмом відтворення соціальної ієрархії, зокрема коли естетичні вподобання і символічні практики стають засобами соціальної класифікації. Як зазначає П. Бурдьє, смаки та вподобання є не просто індивідуальними проявами, а відображають соціальні позиції індивідів у суспільстві [26, с. 260].

1.2 Символ і символізація як самостійні категорії: поняття, визначення, зв'язок

Семіотику часто визначають як науку про знаки, що вивчає знаки та символи як фундаментальні елементи комунікації та створення смислів. Ця галузь досліджує способи, у які люди сприймають, інтерпретують і створюють значення через різні типи знаків: слова, зображення, звуки, жести та об'єкти. Семіотика виходить за межі лише мовних знаків, охоплюючи будь-яку систему, яка передає інформацію та значення. Завдяки своїй універсальності семіотика є міждисциплінарною галуззю, яка взаємодіє з такими сферами, як лінгвістика, антропологія, психологія, соціологія та мистецтво.

Зв'язок між семіотикою та соціологією є особливо значущим, оскільки обидві дисципліни досліджують способи формування та функціонування соціального значення. Соціологія аналізує, як суспільства структуруються, а семіотика додає до цього розуміння того, як знаки та символи стають основою для соціальних норм, цінностей та ідеологій. Зокрема, соціальні практики, такі як мода, реклама чи політична риторика, можна аналізувати семіотично, щоб виявити, які смисли вони передають і як ці смисли формують суспільну свідомість. Водночас соціологічний підхід допомагає зрозуміти, як історичний і культурний контекст впливають на значення, які приписують тим чи іншим знакам. Отже, семіотика та соціологія доповнюють одна одну, досліджуючи способи, у які знаки та символи створюють і підтримують соціальні структури.

Ф. де Сосюр — засновник сучасної семіотики, у своїй праці “Course in general linguistics” [49, с. 67] вводить поняття лінгвістичного знака, який складається з двох компонентів: означуваного (поняття) й означника (звукового

образу). Означуване — це психічний концепт, який ми пов'язуємо з певною ідеєю, тоді як означник — це слуховий або візуальний образ, через який цю ідею виражають. Центральним у підході Ф. де Сосюра є принцип арбітрарності (довільності знака). Це означає, що між означником і означуваним немає природного зв'язку, бо їхній зв'язок визначає лише суспільна домовленість. Наприклад, слово «стіл» не має природного зв'язку із самим предметом столу — це просто умовна домовленість, наявна в межах мовної системи [49, с. 67].

Відмінність між знаком і символом Ф. де Сосюр пояснює тим, що символ, на відміну від знака, не є повністю довільним. Символ завжди має з означуваним певний зв'язок, який часто є культурним або асоціативним. Наприклад, терези як символ справедливості мають певну історичну основу, яка закріпила їхнє значення в суспільній свідомості. На відміну від знаків, які функціонують через їх протиставлення в системі, символи базуються на певному рівні асоціативності, що робить їх більш залежними від контексту та культурних традицій [49, с. 69].

Цей підхід Ф. де Сосюра до аналізу знаків є основою для його семіотичної теорії, яка розглядає мову як систему, де кожен елемент здобуває своє значення через протиставлення іншим елементам. Значення слова визначають не ізольовано, а через його місце в мовній системі. Наприклад, значення слова «ніч» залежить від його відмінності від слова «день». Отже, мову розглядають як систему диференційованих одиниць, що визначають через їхні взаємозв'язки [49, с. 70].

Ключовим у розумінні підходу Ф. де Сосюра є його ідея про системність мови. Він наголошує, що мовні одиниці мають значення лише в системі, а не самі по собі. Це дає змогу аналізувати мову як структуру, де кожен елемент є частиною цілісного механізму. Такий підхід показує, що мова не є простою сумою слів, а складною системою, яка функціонує за своїми законами [49, с. 71].

Водночас арбітрарність, яку Ф. де Сосюр вважав фундаментальною рисою знака, викликає певні запитання. Наприклад, звуконаслідувальні слова,

як-от «кукуріку» або «гав-гав», частково суперечать цій теорії, адже їхній зв'язок з означуваним є не цілком довільним. Крім того, у сучасній семіотиці є різні підходи, які доповнюють або уточнюють ідеї Ф. де Сосюра. Наприклад, Ч. Пірс вводить поняття піктограми (ікони), індексу та символу, де арбітрарність властива переважно символам, а не всім знакам загалом.

Попри певні обмеження, концепція Ф. де Сосюра стала основою для розвитку семіотики як науки. Його підхід до аналізу мови як системи знаків знайшов застосування не лише в лінгвістиці, але й у багатьох інших гуманітарних науках [49, с. 72–73]. Сучасні дослідження культурних кодів, символів у мистецтві чи ритуалів спираються на ідеї Ф. де Сосюра, адже вони дають змогу розкрити структуру значень у соціальних і культурних контекстах.

Семіотика Ч. Пірса є основоположною теорією для розуміння знаків і їхньої ролі в комунікації та мисленні. Центральною ідеєю цієї теорії є тріадна структура знака, яка складається з трьох ключових компонентів: знака (*representamen*), об'єкта (*object*) й інтерпретанта (*interpretant*). Ця структура дає можливість пояснити, як створюють і передають значення в процесі комунікації. На відміну від простого розуміння знаків як елементів, які просто «демонструють» щось, тріадна модель підкреслює складну динаміку їхніх взаємозв'язків [41, с. 18–22; 47, с. 17–18].

Кожен компонент тріади відіграє свою унікальну роль. Знак (*representamen*) — це форма, яку ми бачимо, чуємо або відчуваємо. Він несе інформацію, але сам по собі не є значенням. Наприклад, слово «дерево» є знаком. Об'єкт (*object*) — це те, на що знак вказує, тобто реальний чи уявний предмет або явище, яке репрезентує знак. У випадку слова «дерево» об'єктом буде рослина з корінням, стовбуром і гілками. Інтерпретант (*interpretant*) — це наше розуміння або значення, яке виникає у свідомості, коли ми взаємодіємо зі знаком. Це може бути образ дерева в уяві, наші знання про нього чи емоції, які воно викликає [41, с. 53–55; 47, с. 202].

Особливе місце в цій теорії займають три основні типи знаків: піктограми (*icon*), індекси (*index*) та символи (*symbol*). Піктограми, або ікони, — це знаки,

які мають схожість із тим, що вони представляють. Наприклад, мапа є піктограмою місцевості, яку вона відображає. Її ефективність як знака залежить від того, наскільки точно вона відтворює форму або вигляд об'єкта. Індокси, натомість, пов'язані з об'єктами через прямий причинно-наслідковий зв'язок. Дим є індексом вогню, оскільки його існування прямо залежить від процесу горіння. Символи — це найскладніший тип знаків, які мають значення завдяки соціальним або культурним умовам. Вони функціонують через встановлені правила чи звички, наприклад, слова чи математичні формули. Їхнє значення не пов'язане безпосередньо з об'єктом і залежить від системи інтерпретації, у якій їх використовують [41, с. 78–81; 47, с. 179].

Що стосується символів, то вони є центральними для складних систем комунікації. Символи мають властивість бути універсальними, бо вони здатні передавати як конкретні, так і абстрактні значення. Наприклад, слово «любов» є символом, який вказує на складне емоційне та соціальне явище. Однак значення цього слова може змінюватися залежно від культурного чи контекстуального середовища, де його використовують. Це демонструє гнучкість символів і їхню здатність адаптуватися до різних умов. Окрім того, символи створюють можливість для нескінченного семіозису, коли один знак породжує наступний через інтерпретацію, створюючи ланцюг значень, що постійно розвивається [41, с. 18–20; 47, с. 267].

Тріадна структура знака дає можливість аналізувати, як людина створює і сприймає значення, як знаки функціонують у культурних і соціальних контекстах і як вони можуть змінюватися та адаптуватися до нових обставин. Ця модель підкреслює активну роль інтерпретанта, де він не лише формує значення знака, але й може стати новим знаком у подальшій комунікації, що забезпечує динамічність і розвиток знакових систем [41, с. 22–25; 47, с. 18].

Й. Йохансен аналізує три основні типи знаків за Ч. Пірсом та наголошує, що жоден знак не є повністю ізольованим у межах лише однієї категорії, оскільки він часто включає аспекти всіх трьох типів. Наприклад, фотографія має іконічні аспекти через схожість з об'єктом, індексальні — через фізичний

зв'язок (відбиток світла на плівці), а також символічні — через необхідність навчитися «читати» цей знак [38, с. 498].

Для Р. Барта символ — це не лише інструмент репрезентації чи засіб передачі інформації, але й важливий елемент ідеологічного коду суспільства, який формує і трансформує сприйняття реальності. Його семіотичний підхід базується на лінгвістичних ідеях Ф. де Сосюра, проте значно розширює їхнє значення в напрямі аналізу культури, масових комунікацій та візуальних практик. У своїй праці “Mythologies” [22] Р. Барт підходить до символу через призму міфу, який він визначає як форму мови. Міф, за Р. Бартом, є не тільки виключно літературною чи усною традицією, але і способом надання значення об'єктам, явищам чи подіям. У межах міфологічної системи символ стає засобом передачі прихованих ідеологічних змістів. Цей процес він пояснює через концепцію другого порядку семіології — символ, який уже має первинне значення в межах першого порядку, перетворюється на означник для нового означуваного. У такий спосіб, зв'язок між символом і його значенням формують соціальні, історичні та ідеологічні контексти, які створюють враження природності чи «очевидності» значень.

Символ у міфології завжди є носієм ідеології. Аналізуючи рекламні зображення або культурні артефакти, такі як їжа, одяг чи автомобілі, Р. Барт показує, як символи стають носіями буржуазної ідеології, приховуючи її історичний та політичний характер. Він називає це деполітизацією мови символів, коли вони здаються нейтральними та «природними» [22, с. 142–148].

Інший ключовий аспект семіотики Р. Барта можна побачити в його аналізі фотографії в праці “Camera Lucida: Reflections on Photography” [21]. Він розробляє два важливі концепти — “studium” і “punctum” — для опису того, як символи функціонують у межах зображень. Studium стосується культурного, лінгвістичного та соціального контекстів, у якому глядач інтерпретує символи на раціональному рівні. Це сфера загальноприйнятого, яка дає зрозуміти значення фотографії в межах певної культурної логіки. Натомість punctum є суб'єктивним і емоційним елементом, який раптово привертає увагу глядача,

створюючи глибокий особистий зв'язок із зображенням. Ці два поняття демонструють дуальність символу — його здатність бути одночасно універсальним і персоналізованим, культурно зумовленим та індивідуально пережитим [21, с. 25–47].

Підхід Р. Барта до символів і знаків також виявляється в його роботі “A Lover’s Discourse” [20], де він аналізує мову любові. Тут символи не лише репрезентують почуття, але і стають способом створення індивідуальних та колективних ідентичностей. Автор показує, як через символічну мову любові суб’єкт конструює свій досвід і взаємодію з «іншим». У цьому сенсі символи стають не просто інструментом комунікації, але і способом структурування реальності, який не завжди піддається раціональній інтерпретації.

Значення робіт Р. Барта полягає в його здатності розглядати символи в їхній динамічній взаємодії із суспільством. Водночас його підхід отримав певну критику за схильність до редукціонізму, оскільки інтерпретацію символів він часто зводить до ідеологічного аналізу. Однак це обмеження компенсує багатогранність його аналізу, який дає змогу глибше зрозуміти механізми функціонування культури та її впливу на індивідів. Семіотичний підхід Р. Барта залишається надзвичайно актуальним, особливо в умовах сучасної візуальної культури, де символи відіграють ключову роль у формуванні значень.

Символи в теорії Р. Барта є не просто інструментом передачі змісту, але й активними учасниками процесу творення соціальної реальності, що закликає до критичного осмислення культурних кодів, які оточують нас у повсякденному житті, і спонукає до уважного аналізу того, як символи впливають на наше сприйняття світу.

На основі семіотичного підходу та з урахуванням розглянутих у цьому розділі різноманітних теорій символу, ми пропонуємо таке визначення: *символ* — це елемент комунікації, що через свій умовний характер і асоціативну природу є носієм значень, які транслюють і зберігають когнітивні, емоційні, соціальні та ідеологічні аспекти колективного й індивідуального досвіду. Символ утворює зв'язок між означником і означуваним через соціальний,

культурний та історичний контексти, формуючи водночас матеріальний, семантичний і трансцендентний виміри значення.

Символ можна концептуалізувати як складний та багатовимірний феномен, що перебуває на перетині матеріального та ідеального, історичного й культурного, індивідуального та колективного. Він слугує одночасно інструментом репрезентації та механізмом трансформації соціокультурної реальності. Символи наділені здатністю конденсувати множинні сенси та емоційні значення, що робить їх особливо ефективними в контексті комунікації, де вони можуть об'єднувати раціональні й інтуїтивні рівні розуміння.

Семіотично символ є знаком, чия багатозначність є результатом його включеності до культурних кодів, де система соціальних практик та домовленостей визначає значення. На відміну від знака, який має умовно фіксоване значення, символ за своїм характером є динамічним і здатен адаптуватися до нових умов. Це підкреслюють сучасні дослідження культурних кодів, де символи стають полем боротьби за значення в контексті глобалізації та цифрової епохи [36].

Соціальний вимір символу проявляється в його здатності інтегрувати спільноти, створювати спільні уявлення та визначати культурні межі. Символи не лише закріплюють соціальні норми, але і структурують колективну пам'ять та є матеріальними репрезентаціями спільного досвіду. Зокрема, символи національної ідентичності одночасно відображають історичний контекст і формують емоційний зв'язок громадян із державою. Цю ідею розвиває А. Сміт, вказуючи, що символи є центральними у формуванні націй як «уявлених спільнот» [51].

Комунікативний аспект символу полягає в його здатності створювати «сміслові містки» між суб'єктами, забезпечуючи передачу значень у міжкультурному чи міжособистісному контекстах. Наприклад, символіка релігійних ритуалів є універсальним засобом комунікації, яка може поєднувати різні покоління навіть якщо їхні соціальні умови кардинально відрізняються.

Динамічність символів, тобто їхня здатність змінювати значення залежно від контексту, є критично важливою характеристикою. У сучасному глобалізованому світі символи швидко адаптуються до нових контекстів, зберігаючи водночас зв'язок із первинними сенсами. Наприклад, цифрові емодзі, що початково були простими знаками, сьогодні перетворилися на універсальні символи емоційної комунікації, адаптовані до різних культурних умов [48].

Ідеологічний аспект символів розкриває їхню здатність відтворювати соціальні ієрархії та культурні доміанти. За П. Бурдьє, символи, такі як мова чи культурні артефакти, стають засобами, через які панівні групи легітимізують свою владу, закріплюючи її у вигляді «природних» соціальних порядків [27]. Це можна спостерігати, наприклад, у культурній політиці, де символіку використовують для нав'язування певних світоглядних моделей або для підтримання панівного устрою.

Отже, символ є ключовим елементом людської культури, що інтегрує когнітивний, соціальний, емоційний та ідеологічний рівні. Його вивчення дає глибше розуміння механізмів функціонування соціальних інституцій, культурної пам'яті та комунікаційних систем.

Створення символів відбувається поступово і є результатом тяглого процесу утвердження певного зв'язку між знаком (або знаками) і значенням (набором значень). Символізація є важливим процесом формування способів, якими суспільство передає смисли, розвиваючи культуру, мову, мистецтво та науку. Вона допомагає переходити від особистого сприйняття до спільного розуміння, слугуючи універсальним механізмом взаємодії між людьми. У цьому процесі абстрактні ідеї, почуття та явища набувають конкретної форми через символи, які стають носіями культурного, соціального або особистого значення. Символізацію можна описати як процес створення та надання значення символам — особливим знакам, що поєднують абстрактні ідеї з конкретними формами вираження.

У статті “Symbolization Process and Social Interaction” [39] А. Клоковська досліджує процес символізації як ключовий механізм соціокультурної взаємодії, який лежить в основі формування значень і структурування соціальної поведінки. Авторка стверджує, що символізація є центральним аспектом людської діяльності, забезпечуючи передачу значень шляхом створення символів і знаків, які мають спільне значення в межах певної соціальної групи [39, с. 9]. Ця концепція дає змогу не лише пояснити природу культури, але і зрозуміти, як суспільство формує свої культурні форми, які надалі визначають поведінкові стандарти.

А. Клоковська зазначає, що спроби розмежування соціальних і культурних явищ залишаються теоретично непереконливими, адже обидві сфери нерозривно пов'язані. Навіть елементарні соціальні взаємодії відбуваються в межах культурних стандартів, що задають контекст і напрямок поведінки [39, с. 10]. Це підтверджує тезу Г. Хоманса, згідно з якою визначення винагород і покарань, що мотивують поведінку, залежить від системи цінностей конкретного суспільства, а отже, потребує розуміння культурного контексту [39, с. 9].

Особливу увагу А. Клоковська приділяє символічній взаємодії як процесу передавання значень за допомогою символів. У межах цього аналізу вона пропонує три моделі символізації: актуально соціальну, потенційно соціальну та латентну культуру [39, с. 16]. Перша модель передбачає безпосередню взаємодію комунікатора та реципієнта в реальному часі, друга включає символізацію, яка може стати основою для комунікації через певний час, наприклад, у формі текстів чи артефактів. Третя — латентна культура — включає внутрішньоособистісну символізацію, яка залишається на рівні суб'єктивного досвіду, але може стати основою для створення об'єктивованих культурних форм [39, с. 17].

А. Клоковська також наголошує, що навіть у своїх найбільш індивідуалізованих формах символізація завжди залишається соціально детермінованою. Коди, які використовують для створення і передачі значень,

мають соціальне походження і відображають культурні норми та цінності [39, с. 18]. Цей аспект є важливим для розуміння того, як культуру відтворюють через індивідуальні практики, що зі свого боку впливають на соціальні структури.

У сучасному суспільстві, де символічні форми комунікації стають дедалі складнішими, підхід, який пропонує А. Клосковська, дає зрозуміти, як значення формують, транслюють і сприймають. Водночас критика авторкою редукціоністських підходів у теорії культури наголошує на необхідності більш комплексного підходу до вивчення символізації, який враховує не лише структури значень, а і їхній зв'язок із соціальними контекстами та практиками [39, с. 14].

На основі викладеного можна зробити висновок, що процес символізації є не лише засобом створення та закріплення значень, але і ключовим механізмом, через який суспільство відтворює свої культурні форми. Це робить символізацію центральною темою для соціології, зокрема тому, що вона дає можливість пояснити, як соціальні та культурні структури взаємодіють, формуючи складну систему людських відносин [39, с. 19].

У статті “Culture in Action: Symbols and Strategies” [52] Е. Свідлер розглядає поняття символізації в контексті формування культурних стратегій дій та пропонує альтернативний підхід до розуміння впливу культури на людську поведінку. Вона зазначає, що культура не стільки визначає кінцеві цілі дій, скільки формує «інструментальний набір» символів, звичок, навичок і стилів, з якого індивіди створюють стратегії дій у відповідь на різноманітні виклики [52, с. 273]. Тут символізація є ключовим механізмом, який дає змогу інтегрувати культурні елементи в поведінку та організувати її в ширші схеми.

Е. Свідлер критикує традиційну модель розуміння культури як системи цінностей, яка визначає кінцеві цілі дій. Вона зазначає, що цей підхід є недостатнім для пояснення того, чому в однакових умовах різні групи людей демонструють різні поведінкові моделі. Альтернативна концепція, яку пропонує авторка, трактує культуру як інструментальний набір, який

забезпечує ресурси для конструювання стратегій дій, зокрема через символи, ритуали, оповідки та світоглядні установки [52, с. 274].

Символи, за Е. Свідлер, слугують не лише засобом вираження значень, але й механізмом організації дій, особливо в періоди соціальної трансформації, коли усталені культурні стратегії дій змінюються. У такі моменти ідеології та символічні системи відіграють пряму роль у формуванні нових способів поведінки, навчаючи індивідів нових стилів самовираження, взаємодії та співпраці [52, с. 279]. Авторка робить наголос на тому, що в нестабільні періоди культури ідеології не просто впливають на дії, а й самі перебувають у конкуренції, виборюючи домінування у свідомості індивідів та груп.

Цікавим є підхід Е. Свідлер до питання про різницю між «усталеними» та «нестабільними» періодами культури. У стабільних умовах культура діє як приховане тло, забезпечуючи ресурси для підтримки наявних стратегій дій, тоді як у нестабільні періоди вона стає більш експліцитною, формуючи нові способи організації соціального життя [52, с. 278]. Це дає змогу пояснити, чому культура здатна витримувати структурні зміни, залишаючи незмінними ключові стратегії дій, навіть якщо цілі цих дій трансформуються.

Аналіз символізації в контексті концепції «культури як інструментального набору» надає нові перспективи для розуміння зв'язку між культурою, дією та соціальними структурами. Е. Свідлер підкреслює, що культурні символи не лише передають значення, але і структурують способи, у які індивіди взаємодіють із соціальним середовищем. Це підтверджує важливість символізації як процесу, який дає змогу культурі адаптуватися до нових умов, залишаючись натомість активним чинником формування людської поведінки [52, с. 281].

Символізація є багатовимірним процесом, який впливає на формування смислів, консолідацію суспільства та зміцнення національної ідентичності. У сучасній Україні символізація стала одним із ключових чинників державотворення, особливо в умовах протистояння зовнішнім загрозам. Державні символи, такі як прапор, герб і гімн, слугують не лише інструментами

комунікації та ідентифікації, а й уособлюють історичну спадкоємність та міжнародний статус держави [2, с. 39].

Важливе місце в символізації займає політична символіка, яка сприяє мобілізації громадян, легітимації державної влади та підтриманню суспільної злагоди. У демократичних суспільствах вона здатна зміцнювати зв'язок між громадянами та владою, тоді як у тоталітарних системах може бути використана як інструмент маніпуляції громадською думкою. Наприклад, у сучасній Україні політична символіка відіграє центральну роль у формуванні спільних цінностей, таких як незалежність і свобода [2, с. 40].

Одним із найважливіших аспектів символізації є військова символіка, яка в українському контексті набула нового значення під час російської агресії. Вона слугує засобом вираження незламності та національної єдності. Сучасні військові символи, як-от гасла «Слава Україні!» та «Героям слава!», формують новий патріотичний дискурс, що сприяє зміцненню морального духу суспільства та армії [2, с. 41].

Ще одним важливим складником є топоніміка, яка є інструментом ідеологічного впливу через декомунізацію та дерусифікацію назв вулиць, міст та інших географічних об'єктів. Цей процес є засобом відновлення історичної справедливості та зміцнення національної ідентичності. Перейменування вулиць і повернення історичних назв сприяють формуванню позитивного образу України як у власному суспільстві, так і на міжнародній арені [2, с. 42].

Отже, символізація є не лише інструментом комунікації, але й засобом створення нових сенсів, які консолідують суспільство та сприяють збереженню його історичної та культурної спадщини. У сучасних умовах символи стали важливою частиною інформаційної боротьби, допомагаючи Україні утверджувати свою незалежність і протидіяти агресивним зовнішнім впливам.

Висновки до розділу 1

У першому теоретичному розділі магістерської роботи досліджено символ як багатовимірне явище, що поєднує функції репрезентації, комунікації та соціокультурної інтеграції. На основі опрацювання наукових підходів філософії, антропології, соціології та семіотики було сформульовано власне визначення символу, яке відображає його багатозначність та універсальність у соціальних і культурних контекстах. Вибір теорії Р. Барта як ключової для подальшого дослідження зумовлений її акцентом на здатності символів формувати ідеологічні наративи через багаторівневу систему значень.

Відповідно обраного підходу, ми розуміємо символ як феномен, що поєднує конкретний знак із системою абстрактних смислів, які формуються в процесі інтерпретації та набувають нових значень залежно від контексту. Він є механізмом формування колективної ідентичності, інструментом соціального впливу та засобом відтворення культурних норм і традицій. У нашому баченні символ є динамічним феноменом, який може адаптуватися до змін у соціокультурному середовищі та виконувати важливі функції під час суспільних криз і трансформацій.

Особливу увагу приділено символізації як процесу, який дає змогу інтегрувати індивідуальний досвід у спільний соціокультурний простір, забезпечуючи єдність і стійкість суспільства. У цьому контексті ми розглядаємо символізацію не лише як механізм передачі смислів, але і як процес їх створення, що уможливорює активну участь символів у конструюванні соціальної реальності.

Теоретичний підхід, викладений в цьому розділі, став основою для аналізу символізації образу пса Патрона в контексті війни. У наступному розділі буде досліджено, як образ пса Патрона конструюють у межах нових соціокультурних наративів, надаючи значення символу національної єдності, стійкості та боротьби за свободу.

РОЗДІЛ 2. ОБРАЗ ПСА ПАТРОНА В СУЧАСНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРИ

2.1 Контексти символізації образу пса Патрона: візуальна комунікація і війна

Візуальна комунікація — це процес передачі інформації, ідей чи емоцій через візуальні засоби, такі як зображення, символи, графіка або відео. Ефективність візуальної комунікації зумовлює природна здатність людини сприймати більшість інформації через зорові канали [3, с. 4–5]. У сучасній цифровій сфері такі елементи, як фотографія, інфографіка чи анімація, сприяють не лише легшому розумінню складної інформації, а і створенню емоційного залучення до контенту.

Згідно з визначенням, поданим у статті «Візуальна комунікація як феномен масової культури» Ж. Денисюк, візуальна комунікація є не лише повноцінною частиною культурних практик та процесів обміну інформацією, але і продуцентом сенсів, значень та цінностей, закладених в архітектоніку візуальних образів [4, с. 13]. Особливе значення в цьому контексті мають символи, які слугують універсальною мовою, здатною долати мовні та культурні бар'єри. Вони є основними елементами візуальної комунікації, адже їхня абстрактна природа дає змогу передавати складні поняття через прості образи.

Основою візуальної комунікації є здатність візуальних образів не лише доповнювати, але й замінювати текстовий контент, чому сприяє швидше сприйняттям і запам'ятовуванням візуальної інформації. Візуальні елементи не лише спрощують розуміння складних даних, а й посилюють емоційний вплив на аудиторію, формуючи специфічну знакову систему, яка за аналогією з вербальною мовою має свої символи, правила та структури [18, с. 1].

Еволюція форм візуалізації пов'язана з технологічними інноваціями: від наскельного живопису й ієрогліфів до друкарства, яке започаткувало новий етап у передачі інформації, завдяки Й. Гутенбергу, який винайшов друкарський

верстат, і до цифрових форматів [18, с. 3]. У сучасному контексті візуалізація охоплює широкий спектр форм, зокрема інфографіку, фотографію, графічний дизайн і типографіку. Останню розглядають не лише як засіб зображення, а і як спосіб створення естетичного та інформаційного впливу [18, с. 2]. Водночас можна зауважити, що в сучасній візуальній комунікації відбувається зміщення акценту від простої передачі інформації до формування візуального нарративу, де образи стають не лише допоміжними елементами, але і ключовими носіями смислу.

Значущими компонентами в цьому контексті є композиція, кольори, масштаби, які забезпечують гармонію та впорядкованість. В. Шевченко наголошує на дотриманні композиційних принципів, таких як симетрія, ритм і контраст [18, с. 2]. Варто додати, що сучасна візуальна мова дедалі частіше апелює до інтерактивності, використовуючи цифрові технології для персоналізації візуального досвіду. Це створює можливості для глибшого залучення аудиторії, адже користувач може взаємодіяти з контентом, перебуваючи в центрі комунікаційного процесу.

Окремо В. Шевченко розглядає питання зображальної журналістики як важливої частини медіа, що містить фотографію, карикатури, графічні матеріали та інфографіку. Такі форми подання інформації не лише підвищують привабливість матеріалів, але і сприяють кращому розумінню та запам'ятовуванню [18, с. 3]. Додатково можна зазначити, що зображальна журналістика трансформується відповідно до змін у медіасередовищі, бо цифрові платформи дають змогу інтегрувати анімацію, доповнену реальність та 3D-графіку, розширюючи межі традиційної подачі інформації. Це формує новий формат візуальної комунікації, що відповідає вимогам аудиторії, яка звикла до динамічного й адаптивного контенту.

Технологічний прогрес значно розширив можливості візуалізації, що призвело до появи нових форматів медіаконтенту. Водночас розвиток штучного інтелекту створює нові виклики для візуальної комунікації, бо автоматизація

графічного дизайну та генерація контенту за допомогою неймереж вимагають переосмислення етики використання зображень і символів.

Візуальні комунікації в контексті війни є явищем, що інтегрує різні аспекти соціальної, культурної, політичної та інформаційної взаємодій, значення яких полягає в здатності формувати колективну свідомість, ідентичність і суспільні настрої через використання символів, образів та візуальних повідомлень. У воєнних конфліктах ці комунікації набувають особливого значення, оскільки спрямовані не лише на учасників протистояння, але й на ширшу аудиторію: цивільне населення, міжнародну спільноту, потенційних союзників або противників.

Одними з ключових завдань візуальних комунікацій у контексті війни є створення та підтримання колективної ідентичності. Прапори, емблеми, кольори чи військова уніформа виконують функцію маркування належності до певної спільноти. Вони дають змогу чітко відрізнити «своїх» від «чужих», посилюють почуття єдності та солідарності поміж членів групи. У цифрову епоху традиційні форми символіки доповнюють нові елементи, наприклад, цифрові логотипи, меми чи графічні зображення, які завдяки швидкому поширенню в соціальних мережах стають важливими маркерами ідентичності.

Війну завжди супроводжує інформаційна боротьба, у якій візуальні комунікації відіграють роль інструмента пропаганди. Плакати, відеоролики, графічні інфографіки, спрямовані на створення емоційного впливу, формування наративів і керування громадською думкою. Їх можуть використовувати для героїзації певних дій чи осіб, демонізації супротивника або мобілізації населення для участі у воєнних діях. Ця комунікація базується на емоційній реакції глядача, апелюючи до таких почуттів, як патріотизм, страх або ненависть.

Окремим напрямом візуальних комунікацій є процес меморіалізації, який полягає у створенні візуальних об'єктів, покликаних зберегти пам'ять про події війни та їхні наслідки. Пам'ятники, стінописи, стели або фотовиставки стають маркерами колективної пам'яті, сприяючи формуванню історичного наративу.

Вони не лише фіксують події, а й допомагають наступним поколінням осмислювати їх у контексті культурного чи національного досвіду.

Плакати, відео та інші візуальні матеріали активно використовують для залучення населення до воєнних дій, волонтерської діяльності чи підтримки постраждалих. Візуальні образи з високим емоційним потенціалом, такі як зображення воїнів-захисників, жертв конфлікту або символів боротьби, сприяють підвищенню рівня громадянської активності та мобілізації населення.

Культура спротиву у воєнному контексті також знаходить своє вираження у візуальних комунікаціях. Символи спротиву, наприклад, графіті, плакати або сатиричні карикатури, є не лише способом ідентифікації, але й формою політичного та соціального висловлювання. Вони стають інструментом мирного опору, підсилюючи ідеологічну боротьбу та мотивуючи населення до спротиву окупації чи репресіям.

У глобальному контексті візуальні комунікації відіграють важливу роль у формуванні міжнародного сприйняття війни. Фотографії чи відео з місць подій, впливають на громадську думку, підвищують підтримку або засудження, а також можуть стати каталізатором міжнародних політичних рішень. Усі аспекти візуальних комунікацій, розглянуті в контексті воєнного часу, інтегровані навколо поняття символу як базового елемента, що забезпечує передачу смислів та емоційних впливів.

Д. Шилл наголошує, що візуальні символи в комунікації часто залишаються недооціненими в науковому середовищі, хоча вони мають потужний потенціал для формування публічних уявлень та емоційного впливу. Зокрема, у політичному та соціальному контекстах символи можуть формувати наративи через ефекти асоціацій, контрастів і узагальнень. Візуальні символи не є автономними одиницями, їхнє сприйняття залежить від культурного та історичного бекграунду аудиторії, що зумовлює складність та багатовимірність їхнього функціонування [50, с. 118–121].

Значення візуальних символів також пов'язане з їхньою здатністю бути носіями аргументації, засобами встановлення емоційного зв'язку з аудиторією

та маркерами ідентичності. Як зазначає автор, візуальні аргументи можуть бути побудовані через *juxtaposition* — зіставлення елементів, що створює певні асоціації або спонукає до інтерпретації. У цьому контексті візуальні символи набувають функції «мови образів», яку сприймають швидше та запам'ятовують краще, ніж вербальну комунікацію [50, с. 122–124].

2.2 Пес Патрон як символ за Р. Бартом

2.2.1 Анатомія символу за Р. Бартом

На основі підходу Р. Барта до розуміння символу, розглянутого в першому розділі, можна стверджувати, що символ є знаком, який набуває численних додаткових значень, окрім свого буквального значення.

Процес формування таких значень знаку тісно пов'язаний із поняттями денотації та конотації. Перша категорія стосується прямого, основного значення знака. Д. Чендлер характеризує денотацію як «буквальне, очевидне або розумне» значення знака [29]. У випадку мовних знаків денотативним значенням є їхнє словникове тлумачення, тоді як денотат візуального образу позначає те, що всі глядачі, незалежно від культурного або часово-історичного контексту, розпізнають у зображенні як його зміст [43].

Категорію «конотація» використовують для позначення соціокультурних та індивідуальних асоціацій знака, які можуть мати ідеологічний, емоційний або інший характер. Конотацію трактують як додаткове значення або смисловий відтінок, що виникає на основі культурних, історичних, соціальних чи особистісних асоціацій. Наприклад, голуб, який на рівні денотації є лише птахом, на рівні конотації часто є символом миру.

У роботах “*The Photographic Message*” [23] та “*The Rhetoric of the Image*” [24] Р. Барт зазначає, що в межах фотографії конотація може бути аналітично відокремлена від денотації. Як зазначає Дж. Фіске [33]: «денотація — це те, що фотографують, тоді як конотація — це спосіб, у який це фотографують». Р. Барт наводить приклад з обкладинки французького журналу

“Paris-Match” (рис. 2.1.), яку він випадково побачив, очікуючи на свою чергу в перукарні [22].



Рисунок 2.1. Обкладинка французького журналу “Paris-Match” 326 (25 червня — 2 липня, 1955 року)

На перший погляд, зображення виглядає доволі простим: чорношкірий солдат віддає честь у формі французького військового вітання. Однак для Р. Барта цей образ виходить за межі буквального значення і набуває ідеологічного навантаження, слугуючи підтримкою певних переконань чи ідей.

Аналізуючи зображення глибше, можна побачити не лише акт військової поваги до Батьківщини, а й символіку імперіалізму та колоніалізму. Воно втілює ідею Франції як великої імперії, де всі громадяни, незалежно від раси, служать під її прапором. У міфологічному сенсі цей образ натуралізує імперіалізм, представляючи його як природний та невіддільний елемент суспільного життя, а не як історично зумовлений факт чи політичний вибір. Міф у такий спосіб створює ілюзію, що імперіалізм є «нормальним» та «зрозумілим», позбавляючи його критичної оцінки чи сумнівів.

На думку самого Р. Барта, це зображення було засобом нейтралізації критики французького колоніалізму в Африці [22], перетворюючи ідеологічну дискусію на сприйняття колоніальної системи як чогось очевидного, та

визначив цей процес як сигніфікацію, узагальнивши його структуру у формі таблиці (рис. 2.2.) [22, с. 113].



Рисунок 2.2. Модель сигніфікації за Р. Бартом.

Розвиваючи ідеї лінгвіста Л. Єльмслева про різні рівні сигніфікації, Р. Барт визначає, що першим порядком сигніфікації (позначення) є денотація, яка є базовим рівнем знака, який утворюють означник та означуване. Натомість конотація функціонує як другий порядок сигніфікації, який використовує денотативний знак у ролі свого означника, доповнюючи його новим означуваним. У цій системі конотація є знаком, що постає похідним від денотата початкового знака, створюючи таким чином ланцюг конотацій.

Третій рівень сигніфікації є концептом, який виходить за межі денотації (першого рівня) та конотації (другого рівня) і стосується ідеологічного чи культурного значення знака. Знаки та коди формуються на основі міфів і водночас сприяють їхній підтримці та відтворенню. На думку Р. Барта, міфи виконують важливу ідеологічну функцію натуралізації [22]. Їхнє завдання полягає в тому, щоби представити панівні культурні й історичні цінності, погляди та вірування як природні, нормальні, такі, що є об'єктивними й істинними у відображенні реальності.

Розглянемо механізм сигніфікації на прикладі слова «троянда». На першому рівні сигніфікації, денотативному, це слово позначає конкретну рослину, зокрема її квіти. Однак, переходячи на другий рівень, конотативний, знак набуває додаткових смислових нашарувань: він починає асоціюватися з романтичними стосунками, оскільки троянди традиційно дарують як символ

кохання. На третьому рівні сигніфікації, міфологічному, цей жест стає частиною ширшого міфу, що підкреслює значущість любові та стосунків у суспільному житті. У межах цього міфу ідеологія романтики поширюється через масову культуру — телесеріали, романтичні комедії, літературу та популярні журнали, формуючи ідею про те, що «кохання — це головне в житті».

Згідно з Д. Чендлером [29], межі між трьома рівнями знаковості є нечіткими, проте для описових та аналітичних цілей теоретики пропонують розрізняти їх таким чином: перший рівень сигніфікації, денотативний, переважно репрезентативний і порівняно самодостатній. Другий рівень, конотативний, містить «експресивні» значення, які закріплює знак та які відображають його асоціативний потенціал. Третій рівень, визначений як міфологічний або ідеологічний, репрезентує основні культурно-змінні концепції, які формують основу певного світогляду, такі як маскуліність, фемінність, свобода, індивідуалізм, об'єктивізм чи національна ідентичність. Зображення корони, наприклад, може мати денотативне значення як об'єкт, конотативне — як символ влади, але на третьому рівні воно може бути частиною ідеології монархії, яка натуралізує ідею божественності або спадковості влади.

С. Гейворд пропонує інший приклад аналізу трьох рівнів значущості на основі фотографії Мерилін Монро. На денотативному рівні ця фотографія постає як зображення відомої кінозірки Мерилін Монро. На конотативному рівні вона викликає асоціації з її публічним образом, такими як гламур, сексуальність і врода, якщо мова йде про ранній період її творчості, а у випадку пізніх фотографій асоціації можуть змінюватися на депресію, вживання наркотиків та її трагічну передчасну смерть. На міфологічному рівні цей знак символізує міф про Голлівуд як «фабрику мрій». Цей міф, з одного боку, створює ідеалізований образ гламурного світу через сконструйовані кінозірки, а з іншого — показує Голлівуд як механізм, здатний руйнувати цих же зірок заради прибутку та комерційної доцільності [37].

Згідно з вищезазначеним, символізацію можна розглядати як процес сигніфікації, що полягає в переході знака від його денотативного значення до міфологічного. У випадку візуальних знаків цей процес передбачає наповнення зображення змістовною репрезентацією, яка полягає у вилученні семантичного змісту з візуальної інформації та приписуванні зображеним елементам певних значень, концепцій чи ідей. Ці значення слугують інструментом формування та закріплення норм, цінностей і переконань у суспільстві, які внаслідок цього можуть бути сприйняті як природні або самоочевидні.

2.2.2 Перший порядок сигніфікації. Денотат Пса Патрона.

Перша публічна згадка про пса Патрона була 15 березня 2022 року. У цей день на офіційній сторінці Державної служби України з надзвичайних ситуацій у соціальній мережі Facebook було опубліковано допис, у якому вперше представлено собаку громадськості.

Якщо розглядати денотат як поняття, подібне до словникового значення знака, то пес Патрон є собакою породи джек-рассел-тер'єр. Однак, керуючись думкою Р. Барта про те, що денотат не є першим значенням, але претендує на нього [22], денотативне значення Патрона можна трактувати ширше. Воно охоплює уявлення про нього як про українського пса-сапера, символу Державної служби з надзвичайних ситуацій, який набув визнання під час повномасштабної російсько-української війни. На офіційному сайті пса Патрона його характеризують так: «Патрон — джек-рассел-тер'єр, український пес-сапер та героїчний улюбленець українців. Талісман чернігівських піротехніків ДСНС України та перший собака в історії з титулом «Пес Доброї Волі» від UNICEF» [46].

Іконічність та індексальність є ключовими поняттями в дослідженні візуальних символів, що відіграють визначальну роль у розумінні процесів передачі значення.

Іконічність характеризують ступенем схожості символу з об'єктом, який він репрезентує. У сфері візуальної комунікації цей аспект часто проявляється

через візуальну подібність або схожість між символом і його референтом [19]. На відміну від іконічності, яка залежить від візуальної схожості, індексальність ґрунтується на непрямих зв'язках, що можуть включати контекстуальні підказки, культурні асоціації або символічні конвенції.

У контексті іконічності пес Патрон репрезентує собаку породи джек-расселл-тер'єр, маючи характерні фізичні риси цієї породи, такі як текстура шерсті, форма вух, хвіст і загальна будова тіла. Завдяки цій візуальній схожості символ забезпечує легке розпізнавання та асоціацію з образом собаки, що усуває необхідність у додаткових словесних поясненнях.

Індексальність пса Патрона формується через його повторне використання в масовій культурі та специфічний соціокультурний контекст. Ключову роль у цьому процесі відіграли засоби масової інформації, які поширювали історію про пса-рятівника Державної служби України з надзвичайних ситуацій. Завдяки цьому Пес Патрон почав асоціюватися з конкретною організацією, набуваючи індексального значення.

Візуальний образ Пса Патрона почали сприймати як уособлення певних якостей, цінностей та атрибутів, які характеризують цю організацію, таких як професіоналізм, відданість, героїзм та турбота про безпеку. У результаті символ набуває конотацій, що виходять за межі його первинного образу.

2.1.3 Другий порядок сигніфікації. Конотації Пса Патрона.

Символізація образів сприяє формуванню індивідуальної та колективної ідентичності, яка відображає спільні цінності та наративи певної спільноти. Через механізми ідентифікації та розмежування люди погоджують свою ідентичність із цими символами або протиставляють себе їм.

Образ пса Патрона в цьому контексті еволюціонує від початкової ролі талісмана Державної служби України з надзвичайних ситуацій до значно ширшого символу, який асоціюється з російсько-українською війною. Ця трансформація відбувається через додавання нових конотацій, які формуються в суспільній свідомості.

Розповсюдження в медіаісторії про пса-рятівника мало значний суспільний відгук, який знайшов своє вираження в народній творчості (рис. 2.3.). Образ собаки став основою для створення авторських ілюстрацій, що значно підвищило впізнаваність цього персонажа.

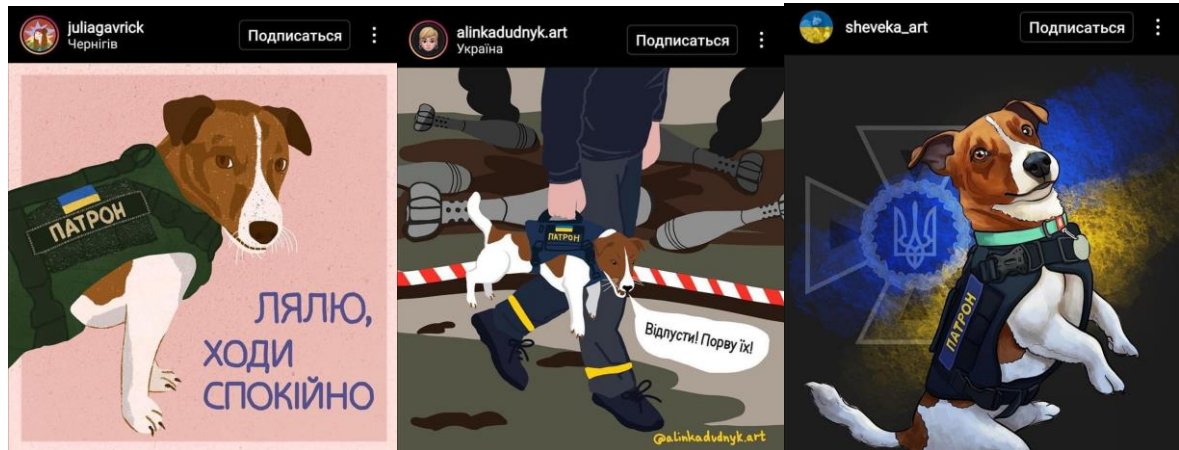


Рисунок 2.3. Малюнки із зображенням пса Патрона, додані до публікації на офіційній сторінці МВС України у Facebook від 15.02.2023¹

Ці зображення передавали образ пса Патрона як захисника, який охороняє українців від ворогів та вибухонебезпечних предметів та як вірного й надійного героя. Подібні ідеї також втілювали у вуличних стінописах, присвячених улюбленцю українців, у багатьох містах (див. дод. А, рис. А.79.-А.83.).

На офіційному сайті пса Патрона зазначено [46], що він допомагає саперам, дітям та тваринам, що відповідає основним конотаціям, які він набув упродовж перших місяців після початку повномасштабного вторгнення. Ці конотації можна об'єднати в одну загальну — «Пес Патрон — медійне обличчя (морда)».

Як публічна персона пес Патрон активно бачиться з провідними політиками країн-партнерів та всесвітньо відомими знаменитостями. Серед них державний секретар США Ентоні Блінкен, прем'єр-міністр Канади Джастін Трюдо, прем'єр-міністр Великої Британії Ріші Сунак, Надзвичайний і

¹ <https://www.facebook.com/MNS.GOV.UA/posts/354429863391576>

Повноважний Посол Держави Японія в Україні Мацуда Кунінорі, а також британський актор та посол доброї волі UNICEF Орландо Блум.

Висхідна популярність пса Патрона дала йому змогу акумулювати довіру значної аудиторії та спрямувати її на підтримання своєї волонтерської діяльності. На сьогодні пес Патрон має власний фонд, а також значну присутність у соціальних мережах: 398 тис. підписників в Instagram², 80 тис. читачів у соціальній мережі X(Twitter)³, 212 тис. підписників на YouTube-каналі⁴ та 766 тис. підписників із 75,5 млн уподобань у TikTok⁵.

Пес Патрон має офіційну лінію сувенірної продукції, прибуток від продажу якої спрямовують на підтримання саперів ДСНС України, які постраждали під час виконання службових обов'язків.

1 вересня 2022 року вийшла поштова марка із зображенням пса Патрона (рис. 2.4.), яку він урочисто погасив разом із Президентом України Володимиром Зеленським [16].



Рисунок 2.4. Благодійна поштова парка «Пес Патрон»

Ідею використати образ собаки для чергової серії марок підтримали українці в межах народного голосування. Перший наклад склав один мільйон аркушів, а продаж стартував не лише через відділення Укрпошти та українські

² https://www.instagram.com/patron_dsns?igsh=MWEyZ25tbDZoZmQxcg== (дата звернення: 28.11.2024.)

³ <https://x.com/patrondsns?s=21> (дата звернення: 28.11.2024.)

⁴ <https://youtube.com/@patronthedog?si=KxKTOB1JgYB2F-cL> (дата звернення: 28.11.2024.)

⁵ https://www.tiktok.com/@patron_dsns?t=ZM-8roNWr0TbqJ&r=1 (дата звернення: 28.11.2024.)

онлайн-платформи, але й на міжнародних майданчиках, таких як Amazon та eBay. Кошти, отримані від продажу, були спрямовані на придбання машини для дистанційного розмінування та підтримання притулків для тварин.

Діяльність, спрямована на допомогу чотирилапим друзям, є однією з основних для пса Патрона і він офіційно обіймає посаду директора департаменту комунікацій в UAnimals.

Наразі Україна є однією з найбільш забруднених мінами країн у світі, що робить навчання населення, особливо дітей, правилам безпечного поводження з вибухонебезпечними предметами, пріоритетним завданням. Завдяки своєму простому і зрозумілому образу песик швидко став популярним серед дітей, які разом із дорослими переживають реалії війни. Отже, однією з ключових конотацій образу пса Патрона є його роль як «вчителя» для молодшої аудиторії.

Наразі пес Патрон є символом, який використовують в широкому циклі матеріалів із мінної безпеки для дітей, що містить мультиплікаційний серіал, перша серія якого має 4,2 млн переглядів (рис. 2.5.) [14], книги та комікси (див. дод. А, рис. А.31.-А.35.), розмальовки (див. дод. А, рис. А.20.; А.36.; А.40.).



Рисунок 2.5. «Зруйнований міст». Обкладинка першої серії мультиплікаційного серіалу «Пес Патрон»

До Всесвітнього дня дитини Дитячий фонд ООН (ЮНІСЕФ) в Україні спільно з представниками пса Патрона, за його безпосередньої участі, підписали Меморандум про співпрацю. Цей документ закріплює поглиблення

партнерства між фондом та Патроном у підтриманні психічного здоров'я дітей, а також у популяризації знань про мінну безпеку. У межах цієї співпраці пес Патрон набув титул «Пса Доброї Волі» від ЮНІСЕФ в Україні.

Образ пса Патрона, який виконує роль амбасадора мінної безпеки в Україні, активно використовують в соціальній рекламі, яку розміщують у різних містах країни (див. дод. А, рис. А.76.-А.78.). Соціальна реклама є специфічною формою комунікації, метою якої є вплив на суспільну свідомість, формування або коригування ставлень, поведінки та уявлень щодо певних соціальних проблем чи викликів. Вона відіграє важливу роль у процесі соціалізації сучасної людини, пропонуючи моделі взаємодії зі світом через такі підходи, як «соціалізація шляхом заборони», «соціалізація через надання альтернатив» та «соціалізація через наслідування» [8].

В умовах воєнного часу суттєво зросла значущість нового типу соціальної реклами, яка реалізує модель соціалізації через заборону [8]. Зокрема, бігборди із зображенням пса Патрона є прикладом такого формату реклами-застереження, що наголошує на дотриманні правил безпечної поведінки з вибухонебезпечними та підозрілими предметами. Ці інформаційні повідомлення передають ключові настанови, наприклад: «Пес Патрон застерігає! Не чіпай! Зателефонуй 101».

Якщо денотат ініціює ланцюг конотацій, то на другому рівні сигніфікації ці конотації залишаються безпосередньо пов'язаними з первинним значенням знака. Діяльність саперів має прямий зв'язок із функціями службової собаки, а застосування образу Патрона в навчанні мінної безпеки також пов'язаний з його професійною діяльністю. Водночас допомога тваринам повертає нас до первісного денотата — конкретної породи собаки. Проте коли конотації втрачають зв'язок із первісним значенням знака або формують опосередковані чи символічні зв'язки, ми переходимо до третього рівня сигніфікації, де знак трансформується в міф.

2.3 Пес Патрон в українському науковому дискурсі

Пса Патрона можна впевнено вважати одним із найвідоміших собак у світі та одним із найпопулярніших символів російсько-української війни. Його робота з розмінування українських територій разом із підрозділами ДСНС здобула широкого визнання як в Україні, так і за її межами. Завдяки своїй ролі в порятунку життя, а також медійному висвітленню, Патрон перетворився зі звичайного службового собаки на культурний феномен, об'єкт суспільної уваги та наукового вивчення.

У статті Н. Васильєвої «Прагмалінгвістичні риси мемів про війну в Україні» [1] основну увагу зосереджено на ролі мемів як особливого культурного та комунікаційного феномену в умовах війни, але також надано аналіз образу пса Патрона як одного із персонажів цих мемів.

Меми з псом Патроном є елементом прагмалінгвістичної комунікації, зокрема через поєднання тексту та зображення, що створює багатозначні та іронічні образи, які потребують контекстуального осмислення. Пес Патрон, зображений на фоні українського прапора, стає символом сміливості, вірності та патріотизму. Його антропоморфізм у мемах (стоїть на задніх лапах, підняті лапи нагадують людські руки) підкреслює його роль не лише як тварини, а і як істоти, що має людські якості, такі як відданість та інтелект. Така трансформація образу пса в мемах є складним прагмалінгвістичним ходом, де візуальні та текстові компоненти взаємодіють для створення емоційно заряджених меседжів [1, с. 167].

Мем із Патроном у ролі сапера не лише передає його роль у боротьбі, але і є символом здатності українців долати труднощі в умовах війни. Цей образ, створений у формі креолізованого мему, містить комічний, але водночас глибоко серйозний підхід до актуальних тем безпеки та боротьби з агресором. Меми, які зображують пса Патрона, є також способом адаптації до травматичних реалій війни, перетворюючи стрес на знаряддя боротьби через гумор та інтертекстуальність [1, с. 168]. Отже, образ Патрона в мемах про війну

в Україні є не лише символом героїзму, а й важливим культурним кодом, який допомагає суспільству переживати труднощі війни, виражати солідарність і підтримку через колективну креативність інтернет-користувачів [1, с. 169].

У статті «Байрактарщина та українська масова культура *per tempus belli*» [5] О. Дедуш зазначає, що спершу образ пса Патрона використовували для популяризації військових досягнень і як засіб виховання патріотизму, особливо поміж дітей, але згодом він став об'єктом комерціалізації. Йдеться про виробництво товарів із використанням його імені та образу, зокрема цукерок, сосисок, ростових костюмів для аніматорів тощо. Такі дії нерідко призводять до знецінення символу, перетворюючи його з носія героїчної ідеї на об'єкт комерційного кітчу [5, с. 319].

Автор підкреслює, що подібна комерціалізація не лише відвертає від справжньої ролі символу, але й формує ризик сприйняття війни як чогось розважального. У випадку з Патроном ця тенденція відображає ширший процес «інфляції символів», яка також стосується та інших важливих елементів української культури та історії. Проте навіть за умови масової комерціалізації образу залишається потенціал для його позитивного використання, якщо зароблені кошти спрямовують на підтримання армії та соціальних ініціатив [5, с. 320].

В. Наконечний у статті «Маніпулятивні тренди сучасного українського інформаційного простору» [12] аналізує образ пса Патрона як елемент маніпулятивного впливу в інформаційному просторі. Автор зазначає, що цей образ використовують не лише для інформування про проблему мінування, але і для просування різних товарів, як-от іграшки, аксесуари, сувеніри, книги тощо. Залучення Патрона в рекламних цілях спрямоване на привертання уваги до продукту через популярність символу [12, с. 3].

Такі маніпуляції базуються на емоційному залученні аудиторії, яка прагне підтримати образи, пов'язані з героїчними діями. Популярність Патрона як символу боротьби та відданості також підштовхнула до створення пісень і

відео, які активно поширюються поміж молоді для збільшення охоплення в соціальних мережах [12, с. 3].

Н. Павлішина в статті «Ситуативний маркетинг чи хайп на війні?» [13] також аналізує використання військової тематики, зокрема образу пса Патрона, у маркетингових стратегіях українських компаній. Образ Патрона застосовують для просування товарів, що включає цукерки, аксесуари, одяг та соціальну рекламу. Авторка підкреслює, що ситуативний маркетинг має враховувати етичні норми, оскільки зловживання такими символами може призвести до негативної реакції споживачів і втрати довіри до бренду [13, с. 346–347].

У статті Л. Капінус, І. Бойко та О. Лелеки «Ставлення споживачів до використання військової та патріотичної тематики в назвах українських брендів» [7] пса Патрона згадують як приклад використання анімалістичних назв у неймінгу. Наприклад, цукерки «Тузя» були перейменовані на «Патрон», що викликало схвальну реакцію в частини споживачів завдяки асоціації із символом героїзму та звитяги. Однак автори наголошують на ризиках використання таких образів: надмірна комерціалізація може нівелювати їхню цінність і спотворювати споживацьке сприйняття [7, с. 33].

Бренди, які містять посилення на військову або патріотичну тематику, мають бути обережними, щоб уникнути звинувачень у спекуляції на національних символах. За даними дослідження авторок⁶, ставлення до використання військової тематики в назвах брендів демонструє значну варіативність. Лише 13 % респондентів мають дуже позитивне ставлення, тоді як 15 % сприймають це позитивно. Однак 41 %, ставляться нейтрально, а по 16 % висловлюють негативне або дуже негативне ставлення [7, с. 34].

Що до використання атрибутів та символів української визвольної війни, до яких належить і образ пса Патрона, 18 % респондентів оцінили це дуже позитивно, 15 % — позитивно. Нейтральну позицію займають 38 %, тоді як негативне й дуже негативне ставлення мають 15 % і 13 % відповідно [7, с. 34]. Ці дані підтверджують, що сприйняття таких маркетингових підходів є

⁶ Опитування проведене серед контактної аудиторії НУХТ, 14-60 років (N=125).

неоднозначним і потребує делікатного підходу. Тут буде доцільним зазначити також про дослідження «Сприйняття рекламного креативу під час війни», який провели галузевий підрозділ Google та дослідницька компанія Kantar у 2022 році [35]⁷ та за результатами котрого 48% українців відзначають пса Патрона як образ, який сподобається їм найбільше, якщо він буде використаним у креативі.

У статті І. Карпової «Соціальна реклама в Україні в умовах воєнного стану» розглянуто питання соціальної реклами, яка має виконувати мобілізаційну функцію в умовах війни. Образ пса Патрона є ключовим елементом соціальної реклами щодо мінної безпеки, що реалізує модель соціалізації через заборону. Зокрема, бігборди з його зображенням містять попередження про небезпеку вибухових предметів: «Пес Патрон застерігає! Не чіпай! Подзвони 101» [8, с. 55].

Авторка зазначає, що соціальна реклама з псом Патроном є прикладом ефективного використання національного символу для досягнення суспільно важливих цілей [8, с. 55]. Водночас такі кампанії сприяють формуванню громадської відповідальності та усвідомленню безпеки серед населення. Реклама з Патроном символізує прагнення консолідації зусиль суспільства для подолання наслідків війни та укорінення ключових соціальних цінностей.

Т. Качак та Т. Близнюк у статті «Війна в сучасній українській літературі для дітей та юнацтва» розглядають образ пса Патрона як казкового персонажа у творах для юних читачів. Зокрема, пес Патрон постає в казці З. Живки «Пес Патрон. Маленька історія про велику мрію» [6] та коміксі Ю. Ран «Пес Патрон і Шкарпетковий монстр» [15], де він зображений як собака-сапер, який рятує людські життя. Його образ має важливе виховне значення, оскільки вчить дітей мужності, відповідальності й любові до рідної країни [9, с. 155]. Література для дітей про війну, зокрема казки з Патроном, створює героїчні образи, які протистоять злу. Такий підхід дає змогу пом'якшити драматизм воєнних подій, надаючи дітям надію та впевненість у перемозі добра [9, с. 155].

⁷ Дослідження репрезентативне для мешканців міст України з населенням 50+ тис. віком 18-60 років (N=1200).

У статті О. Худошник «Українські марки воєнного часу як масмедіа» [17] образ пса Патрона розглядається як частина серії благодійних марок, які випустила Укрпошта. Вони поєднують функцію збору коштів для підтримання армії та допомоги безпритульним тваринам із роллю масмедійного інструменту. Марки з Патроном поширюють актуальну інформацію, формують патріотичні настрої та слугують засобом інформаційної війни, транслюючи національні цінності та реалії сучасної України [17, с. 71–72].

М. Красиков у своїй роботі «Війна: актуалізація фольклорної свідомості» [10] розглядає образ пса Патрона як частину сучасних фольклорних переосмислень у період війни. Автор наголошує на використанні цього образу в популярній культурі, де пса Патрона, зокрема, зображують в стилі козака Мамає на рекламі дитячого гелю, що підкреслює зв'язок із фольклорними традиціями. Такі інтерпретації виконують роль архетипів, які об'єднують історичну пам'ять із сучасними реаліями [10, с. 169].

Війна актуалізує фольклорні образи, які символізують ідеалізованих героїв і одночасно демонізують ворогів. У випадку пса Патрона його популярність візуально та семантично інтегрована у фольклорні традиції, слугуючи містком між історичною спадщиною та сучасною культурою [10, с. 170].

У статті А. Метриш та К. Ягельської «Особливості формування tone of voice для благодійних організацій» розглянуто значення стилю комунікації в роботі благодійних фондів. На прикладі БО «Фонд пса Патрона» автори показують, як персонаж бренду пес Патрон формує унікальний голос організації. Комунікацію від його імені будують на сторітелінгу, дружній атмосфері та емоційному посланні, сприяючи ефективній взаємодії з аудиторією. Завдяки впізнаваному стилю організація підвищує довіру та залученість до своїх проєктів, спрямованих на підтримання саперів і тварин [11, с. 227–228].

Аналіз наукових робіт, присвячених псу Патрону, демонструє широкий спектр підходів до його розгляду. Автори робіт наголошують на його значенні

як засобу формування патріотизму, мобілізації суспільства, а також виховання дітей через позитивні приклади. Образ пса Патрона розглядають у таких сферах, як: соціальна реклама, де його використовують у кампаніях із підвищення обізнаності щодо мінної небезпеки [8]; маркетинг, у якому він стає прикладом ситуативного маркетингу та впізнаваного бренду [11; 13]; культурологія та фольклор, що інтегрує його в традиції та сучасний культурний контекст [10]; література для дітей, де він постає як символ героїзму та надії [9]; масмедіа, через випуск благодійних марок, які підтримують гуманітарні ініціативи [17].

Проте варто звернути увагу на те, що всі автори одразу одностайно визначають пса Патрона як національний символ, підкреслюючи його роль у формуванні колективної свідомості, мобілізації суспільства та укоріненні ключових соціальних цінностей. Однак, попри це, жоден з аналізованих текстів не розглядає детально процес символізації цього образу. Питання того, як звичайний службовий пес перетворився на символ національного опору й героїзму, залишається відкритим, що наочно демонструє актуальність обраної в межах цієї магістерської роботи тематики, а наявна прогалина є свідченням необхідності подальших досліджень.

На нашу думку, важливим є не лише визначення сфер, де образ пса Патрона відіграє свою роль, але й аналіз тих механізмів, які дали змогу цьому образу стати символом національного значення. Значущими аспектами, які потребують дослідження в межах цієї проблематики є те, як саме поєднання медійного висвітлення, візуального образу, соціальної потреби в символах опору та громадського підтримання створило цей феномен; як вплинуло на його популярність використання в мемах, літературі, рекламі та піснях та чи можна цей процес узагальнити для створення подібних національних символів у майбутньому.

Висновки до розділу 2

У підсумку до другого розділу зазначимо, що проведений у його межах аналіз висвітлив складні механізми денотації та сигніфікації образу пса Патрона. Розглядаючи війну та її вплив на комунікацію, можна констатувати зростання уваги до візуальних знаків у цілому, особливо до тих, які забезпечують демаркацію свої/чужі. Ними можуть ставати як окремі компоненти – емблеми, герби, слова, – так і цілі символічні ряди, а також окремі атрибути зображень, такі як композиція, колорит та ін.

Візуальна мова й використання культурних кодів відіграють ключову роль у формуванні стійких асоціацій з образом Патрона, сприяючи його сприйняттю як символу національного опору. Особливо важливими є елементи іконічності, які забезпечують візуальну впізнаваність, та індексальності, що пов'язує образ із реальними діями, такими як участь у розмінуванні та підтримання соціальних ініціатив. Це дає змогу аудиторії ототожнювати Патрона з ключовими соціальними цінностями — безпекою, єдністю та відданістю, які відіграють особливу роль у часи суспільних криз.

Українські дослідники зазначають, що завдяки медійному висвітленню інтеграції в культурні, соціальні й рекламні проєкти, а також активній громадській підтримці, образ пса Патрона трансформувався зі службового собаки на багатозначний символ. Він уособлює не лише професійні якості сапера, а й ширші цінності — героїзм, солідарність і національну ідентичність. Значущими в цьому процесі стали мему, література, соціальна реклама та культурні ініціативи, які закріпили за псом Патроном роль впізнаваного й емоційно насиченого образу, здатного апелювати до широкої аудиторії, зокрема, дітей.

РОЗДІЛ 3. СИМВОЛІЗАЦІЯ ОБРАЗУ ПСА ПАТРОНА: КОНТЕНТ-АНАЛІЗ ВІЗУАЛЬНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ МІФУ

3.1. Програма дослідження «Символізація образу пса Патрона в контексті війни»

У сучасному українському суспільстві, яке перебуває в стані війни, значний вплив на соціокультурне середовище мають символи та міфи, які стають об'єднувальними образами. Вони репрезентують патріотизм, надію та захист, сприяючи зміцненню національної ідентичності. Пес Патрон став одним із таких символів, перетворившись із собаки-сапера на образ, що символізує героїзм, надію та опір.

Проблемна ситуація дослідження полягає в необхідності дослідження того, як цей образ набув різних атрибутів та значень, що дали йому стати символом уявного ідеалу та репрезентації українського духу.

Вивчення цих процесів дасть розуміння, як саме відбувається символізація візуальних образів у відповідь на національні кризи, зокрема на війну, як вони впливають на колективну уяву і які атрибути надають цим образам статус соціальних і культурних символів, в перспективі – міфів.

Об'єктом дослідження є процес символізації образу в кризових умовах через використання візуальних атрибутів, що набувають особливого значення в колективній свідомості. **Предметом** дослідження є специфіка символізації образу пса Патрона в Україні в контексті війни через використання візуальних атрибутів, що служать репрезентації міфу.

Основною метою дослідження є виявлення специфіки використання візуальних атрибутів, що служать репрезентації міфу, у процесі символізації пса Патрона в Україні в контексті війни. Відтак, аналіз спрямований на виявлення візуальних і смислових компонентів, які формували образ пса Патрона як символ під час повномасштабного вторгнення.

Задачі дослідження:

1. Систематизувати візуальні атрибути, які сприяють міфологізації образу пса Патрона.
2. Провести контент-аналіз зображень, щоб визначити основні символічні елементи міфологізації.
3. Вивчити, як зображення Патрона впливають на ідентифікацію його як національного символу.
4. Оцінити емоційний та культурний вплив образу Патрона в контексті війни, щоб розкрити його значення для української соціокультурної ідентичності.

Для досягнення основної мети дослідження важливо інтерпретувати ключове поняття, яке стосується символізації образу пса Патрона в контексті війни: *символізація* — це процес соціального надання образу Патрона розширеного спектра значень, в рамках якого його сприймають не лише як конкретний об'єкт (пес-сапер), але і як означувач ідей патріотизму, стійкості та надії.

Для забезпечення практичного застосування цього поняття у контент-аналізі необхідно операціоналізувати їхнє значення через специфічні категорії. Зокрема, символізація візуально виражається у *виборі кольорів, атрибутуці та композиційних методах*. Міфологізація ж має вияв у наявності *національних символів*, які пов'язують образ пса Патрона із нарративом про захисника нації. Також вона проявляється в *емоційному змісті* зображень, які формують стійкий образ Патрона, незалежний від конкретного часу, простору чи, власне, пса.

Оскільки цей символ є багатошаровим і поєднує візуальні, емоційні та культурні аспекти, які формуються через соціальні медіа, художні роботи, масові комунікації та товари, на нашу думку, найбільш доцільно застосувати для його дослідження метод контент-аналізу. Це дає змогу глибоко аналізувати візуальний контент, який несе значущі символічні та культурні конотації. Вибір

контент-аналізу зображень базується на тому, що візуальні образи здатні передавати та формувати культурні смисли й уявлення.

За теорією Р. Барта, міфи з'являються шляхом об'єднання реальних та уявних елементів [22], які допомагають пояснити, як конкретний образ — у цьому випадку пса Патрона — трансформується з простого зображення на культурний символ. Підхід на основі контент-аналізу дає змогу виявити елементи цього трансформування, як-то колірну палітру, композиційні особливості, асоціативні елементи та обов'язкові атрибути.

За *першою робочою гіпотезою*, символізація образу пса Патрона відбувається шляхом систематичного використання ключових атрибутів у зображенні, які є обов'язковими для позначення образу пса Патрона та його сприйняття як конкретного символу. За *другою робочою гіпотезою*, пес Патрон як символ має зв'язок з міфами, які репрезентують ті самі ідеї, що й він: безпеку, єдність, позитив, тощо.

Стратегічний план дослідження містить п'ять основних етапів: підготовка, аналіз, інтерпретація, верифікація та підбиття підсумків.

Етап підготовки полягає у зборі та систематизації матеріалів для контент-аналізу — 100 зображень із псом Патроном із різних джерел. На етапі аналізу буде здійснений контент-аналіз за спеціально сформованими категоріями. Етап узагальнення міститиме узагальнення результатів аналізу, опис процесів міфологізації та розкриття того, які атрибути формують образ пса Патрона як символу. На етапі верифікації відбудуться перевірка висунутих гіпотез. На кінцевому етапі буде здійснений підсумковий аналіз та формування висновків.

Категорії аналізу. Візуальний контент-аналіз зображень пса Патрона зосереджений на декількох категоріях, сформованих у блоки, кожен із котрих розкриває окремий аспект розуміння формування символічного значення образу пса Патрона в контексті війни.

Перший блок містить загальну інформацію про зображення, через яку чітко класифіковані матеріали для подальшого аналізу (див. дод. Б. табл. Б.1.-Б.2.). Тут зафіксовано номер зображення відповідно до таблиці із відібраними

матеріалами, що спрощує їх систематизацію. Формат зображення, зокрема, визначено як світлину, малюнок або предмет/товар із зображенням пса Патрона — ця характеристика допомагає зрозуміти, як саме цей образ передано візуально, які засоби виразності використовують для створення впливу.

Особливу увагу приділено визначенню цільової аудиторії, до якої звернене зображення, адже ця характеристика суттєво впливає на інтерпретацію і сенс символічного навантаження. Цільова аудиторія тут охоплює кілька категорій: дорослі, діти, діти через дорослих та позавікова аудиторія.

Другий блок — візуальні характеристики зображення, що охоплюють колірну гаму, композицію (відкрита/закрита, симетрія/асиметрія, східна/висхідна, округле/гострокутне) та основні елементи структури зображення (див. дод. Б. табл. Б.3.). Композиційні особливості, такі як відкрита або закрита структура зображення, також впливають на сприйняття: відкрита композиція запрошує глядача взаємодіяти з образом, у той час як закрита створює відчуття завершеності та цілісності. Симетрія або асиметрія композиції впливає на стабільність або динамічність образу, що символічно відтворює характер пса Патрона як стійкого захисника або ж активного учасника подій.

Третій блок зосереджений на поведінці та зовнішньому вигляді пса Патрона. У межах цієї категорії важливо враховувати характер покликання на його образ — чи зображення демонструє пса Патрона прямо з чітким акцентом на його атрибутах, чи опосередковано, можливо, через контекст чи асоціації. Це допомагає зрозуміти, як саме ідентифікувати його образ. Зовнішній вигляд включає його екіпірування: наявність захисної форми, що підсилює символіку надійності, а також елементи, такі як шеврон сапера, які конкретизують роль і функцію пса Патрона як сапера. Людиноподібні риси, пози, жести надають Патрону певної близькості та роблять його символічним у людському розумінні, що посилює емоційний зв'язок глядача з образом.

Четвертий блок аналізу стосується символіки та знаків, які є невіддільними атрибутами ідентифікації образу пса Патрона. У цьому блоці

також розглянуто зв'язок з іншими міфами, символами, мемами, які можуть посилювати сприйняття пса Патрона як колективного образу, відомого через масову культуру та міфологічні алюзії. Наприклад, зображення, пов'язані з популярними українськими мемами або текстовими символами, можуть додавати глибину й розширювати контекст, у якому сприймають пса Патрона, інтегруючи його в ширший культурний наратив.

П'ятий блок присвячений емоційному змісту зображення. Тут дослідженню підлягає емоційний вплив, який зображення має на глядача, зокрема, які емоції викликає в глядача.

Емоції, які демонструє Патрон на зображенні, є не менш важливими. Наприклад, зображення може передавати грайливість, доброту, захист, а іноді й героїзм. Наявність мотиваційного характеру зображення вказує на його мету підтримати військових, викликати почуття гордості за країну, надихнути на боротьбу тощо.

Вибіркова сукупність. Для здійснення аналізу символізації образу пса Патрона в контексті війни було відібрано 100 зображень (див. дод. А.), які репрезентують різні аспекти символізації та міфологізації цього образу відповідно до теорії Р. Барта. Добір охоплював широкий спектр форматів, щоб відобразити багатогранність і впливовість символічного образу пса Патрона в сучасній масовій культурі та соціокультурному просторі України.

Перша категорія складається із 10 останніх зображень, розміщених на офіційній Instagram-сторінці пса Патрона (див. дод. рис. А.1.-А.10.). На момент звернення (09.09.2024.) сторінка мала 404 тисячі підписників і налічувала 851 допис.

Ці зображення становлять важливу частину аналізу, оскільки Instagram-сторінка Патрона відіграє роль у створенні його публічного образу та формуванні безпосереднього зв'язку із соціальною аудиторією. Вибірка з десяти останніх публікацій забезпечує актуальність ілюстрацій символізації, що відображають як реакції соціальних медіа на його образ, так і зміни в акцентах у представленні пса.

Друга категорія охоплює 10 зображень, знайдених за гештегом «#песпатрон» у соціальній мережі Instagram (див. дод. рис. А.11.-А.20.). На момент звернення (09.09.2024) було понад 25 тисяч дописів із цим гештегом, що свідчить про масштабну зацікавленість громадськості в популяризації образу Патрона.

Ця вибірка забезпечує доступ до контенту користувачів, а не лише офіційних джерел, що розкриває процес міфологізації через призму індивідуальних і колективних інтерпретацій та емоційного сприйняття. Отже, гештег є не лише пошуковим засобом, але і значущим маркером колективної інтерпретації образу.

До третьої категорії належать 10 перших зображень у результатах пошуку Google за запитом «Пес Патрон» (див. дод. рис. А.21.-А.30.). Такий метод добору відображає візуальний контент, що першочергово асоціюється з образом Патрона, водночас враховано алгоритмічне ранжування і популярність контенту в мережі. Завдяки цьому можна виявити загальноприйняті візуальні стереотипи, які пов'язані з образом пса Патрона та є вагомим аспектом у вивченні його символічної репрезентації.

Четверту категорію представляють 14 обкладинок друкованих видань, таких як книги, комікси, журнали, розмальовки, зошити та щоденники (див. дод. рис. А.31.-А.45.). Такі зображення мають високий рівень впливу, оскільки обкладинки становлять першу точку візуального контакту з читачем, сприяючи як естетичній привабливості, так і подальшому поширенню образу пса Патрона в культурній продукції.

П'ята категорія містить 30 малюнків (див. дод. рис. А.46.-А.75.). Художні інтерпретації підкреслюють гнучкість символізації та багатозначність образу Патрона, водночас відображаючи процес його індивідуального переосмислення та колективного сприйняття. Ці зображення показують, як митці бачать і передають цей символізований образ через власну естетичну призму, яка нерідко виходить за межі реалістичності та сприяє формуванню нових міфологем.

Шосту категорію складають 10 зображень соціальної реклами, банерів та стінописів (див. дод. рис. А.76.-А.85.). Вибір саме цих об'єктів наголошує на соціальному аспекті символізації образу Патрона, розкриваючи процес його міфологізації на рівні масової культури та демонструючи його соціальну цінність. Таке представлення допомагає формувати позитивний суспільний образ, підкреслюючи роль пса Патрона як символу об'єднання і підтримки.

До сьомої категорії входять 16 товарів із зображенням пса Патрона (див. дод. рис. А.86.-А.100.). Товари з таким зображенням, зокрема різні предмети побуту та декоративні елементи, репрезентують матеріалізований символ, котрий переходить із віртуального чи комунікативного середовища у фізичну реальність. Ці товари також є індикатором впливу образу пса Патрона на споживчу культуру та демонструють високий ступінь символічного сприйняття.

Різноманітність категорій охоплює різні рівні сигніфікації за Р. Бартом — від денотативних значень, які відображають зображення пса Патрона як конкретного об'єкта, до конотативних та міфологічних значень, що розкривають культурну ідею та символічне значення образу, як у соціальному, так і в комерційному просторі.

3.2 Результати авторського дослідження «Символізація образу пса Патрона в контексті війни»

Загальна кількість зображень для аналізу складає 100 одиниць, серед них фото — 17, малюнки — 55, предмети/товари із зображенням пса Патрона — 28. Розподіл цільової аудиторії, на котру орієнтується зображення: діти — 11, дорослі — 37, позавікова категорія — 40, діти через дорослих — 12.

Для дорослих образ пса Патрона має більш воєнізований характер, наголошуючи на його ролі в умовах війни та боротьби за свободу. Зображення для цієї аудиторії часто включають атрибути воєнної тематики, такі як техніка, уніформа, зброя або прапори, що підсилюють меседж про героїзм і патріотизм.

Окрім цього, у зображеннях для дорослих можуть використовувати більш провокативні чи неоднозначні тексти й елементи, які апелюють до специфічного гумору або культурного контексту. Наприклад, на ілюстрації від `babu_raccoon_art` (див. дод. А. рис. А.59.) зображення супроводжує жартівливий, але двозначний напис «А ти ще та вибухова штучка», що можна сприйняти як загравання з аудиторією через гумор у контексті війни.

Для дітей образ пса Патрона зосереджений на виховному й повчальному аспектах. Він постає як доброзичливий і сміливий герой, якого можна наслідувати. Зображення орієнтовані на формування в дітей важливих соціальних цінностей, таких як дружба, доброта та взаємодопомога. Наприклад, у розмальовці «Прогулянка з Патроном» (див. дод. А. рис. А.36.) він виконує роль учителя, який навчає правил мінної безпеки в доступній для дітей формі. Через книги та мультфільми за участю Патрона діти отримують основи поведінки в небезпечних умовах, що запам'ятовують через яскраві візуальні образи.

Позавікова категорія становить найбільшу частку в аналізі — 40 зі 100 зображень, що дозволяє зафіксувати універсальність і широкий емоційний вплив образу пса Патрона. Ці зображення орієнтовані на створення позитивного настрою та підтримання морального духу людей незалежно від їхнього віку. Образ Патрона в цьому контексті найчастіше зображений як символ добра, оптимізму та спокою. Ці зображення уникають вузької спеціалізації, фіксуючись на універсальних цінностях, які можуть резонувати з будь-якою віковою категорією. Вони підтримують символічний статус пса Патрона як об'єднувального образу, що сприяє формуванню спільної культурної ідентичності.

Підхід орієнтації на дітей через дорослих часто реалізують у вигляді товарів із зображенням пса Патрона — одягу, шкільного приладдя, іграшок та інших дитячих продуктів (рис. 3.1.).



Рисунок 3.1. Дитячий рюкзак із псом Патроном, ТМ Kite

Пес Патрон, зображений на таких товарах, несе заклик до дорослих купувати саме ці предмети для своїх дітей. Це базується на тому, що пес Патрон є улюбленим героєм малечі, тому товари з його зображенням мають для дітей додаткову цінність. Через це дорослі бачать у Патроні не лише героя, але й надійного друга, який, окрім розваги, допомагає виховувати дітей, вчити їх важливим принципам безпеки та доброзичливості. Отже, він стає зв'язком між поколіннями, закріплюючи образ відданого захисника й доброго товариша, який супроводжує дитину в повсякденному житті.

У зображеннях із псом Патроном, узятих за основу аналізу, переважає асиметрична, закрита висхідна композиція (див. дод. Б. табл. Б.3).

Найчастіше пса Патрона зображують на тлі природи — 19, зброї та бойових дій — 20 та українського прапора — 14. Кожне тло несе своє змістове навантаження.

На природному фоні він асоціюється з мирним життям і відновленням гармонії. Наприклад, зображення Патрона в медитації поміж веж із каміння (див. дод. А. рис. А.10.) підкреслює прагнення до спокою і стабільності, які необхідно зберегти в складних умовах.

Зображення на тлі бойових дій або міських руйнувань наголошують на його ролі як службового собаки, який працює в умовах небезпеки. Наприклад,

Патрон, який стоїть на боєприпасах (див. дод. А. рис. А.51.), демонструє важливість його діяльності в мінних зонах, показуючи роботу з розмінування в реаліях війни.

Третім поширеним фоном є український прапор, що підсилює асоціації з державними цінностями та ідентичністю. Наприклад, зображення Патрона на тлі прапора з написом «Спи спокійно дороженька! Я працюю!» додає патріотичного контексту й підкреслює його зв'язок із сучасним українським суспільством (див. дод. А, рис. А.56).

Жовто-блакитна палітра, характерна для багатьох зображень, посилює зв'язок із національною символікою. Наприклад, використання жовто-блакитного шеврона додає зображенню контексту приналежності до української культури. У такий спосіб фони й кольори візуально структурують образ пса Патрона, забезпечуючи його багатофункціональність і зрозумілість у різних контекстах.

Колірна палітра зображень пса Патрона зосереджена на біло-коричневих тонах, що відповідають його природному окрасу та роблять образ впізнаваним і близьким для аудиторії. Проте, якщо не брати до уваги біло-коричневу гаму, основну колірну палітру на зображеннях Патрона складають різні відтінки синього. Цей колір використовують від темних насичених до ніжних блакитних тонів, що надає образу глибини та допомагає створити різноманітні настрої. Відтінки синього часто асоціюються зі спокоєм, надією та стійкістю, що ідеально підходить для створення образу Патрона як захисника та символу підтримки.

У результаті аналізу було виокремлено три головні атрибути, необхідні для ідентифікації та сприйняття пса Патрона, — захисний жилет, шеврон із написом «Патрон» і собачий нашійник. Ці три атрибути є фундаментальними елементами, що формують впізнаваність та цілісність його образу (див. дод. Б. табл. Б.5.).

Захисний жилет є одним із незмінних атрибутів, який підкреслює роль Патрона як службового собаки. Без нього його образ втрачає зв'язок із

професійною функцією та символічним значенням як відважного захисника, готового до дії. Жилет став не просто захисним спорядженням, а важливим візуальним кодом, що вказує на його належність до команди захисників.

Шеврон із написом «Патрон» — це індивідуальний маркер, який підтверджує його особистість і унікальність. Наявність шеврона на зображеннях слугує для чіткої ідентифікації саме пса Патрона, а не будь-якого іншого собаки, виконуючи роль «іменного знака». Він забезпечує впізнаваність та допомагає підсилити сприйняття пса Патрона як конкретного персонажа, який виконує свою місію.

Собачий нашійник надає завершеності образу пса Патрона, нагадуючи про його природу як собаки, а не просто символу. Цей елемент не лише підтримує його вигляд як домашнього улюбленця, але й робить його близьким для глядача, додаючи теплоти в сприйняття. Нашійник закріплює його зв'язок із людською спільнотою, підсилюючи його значущість як друга та помічника.

Отже, саме ці три атрибути — захисний жилет, шеврон і нашійник — стають базовими елементами, що забезпечують впізнаваність і закріплюють образ пса Патрона в суспільній свідомості, роблячи його значущим символом із чітко визначеними характеристиками та роллю.

Для перевірки ключових атрибутів, які формують упізнаваний образ пса Патрона, було відібрано три фото (рис. 3.2.), що не входили до загального масиву контент-аналізу. Перше фото зображало пса Патрона, але без будь-яких атрибутів (рис. 3.2.а.), на другому фото собака був у чорному жилеті, який не мав жодних розпізнавальних шевронів чи інших маркувань (рис. 3.2.б.), третє фото було класичним зображенням пса Патрона з усіма важливими атрибутами — захисний жилет, шеврон Патрон та собачий нашійник (рис. 3.2.в.).



а)

б)

в)

Рисунок 3.2. Фото пса Патрона із різною кількістю визначальних атрибутів образу

Кожне із зображень ми дали проаналізувати ChatGPT із питанням «Що ти бачиш на фото?». У випадку з першим фото штучний інтелект ідентифікував це як собаку породи джек-рассел-тер'єр (див. дод. В. рис. В.1.). Аналізуючи друге фото, ChatGPT зробив припущення про те, що це може бути службовий пес, але не впізнав у ньому пса Патрона (див. дод. В. рис. В.2.). На відміну від попередніх двох фото, де штучний інтелект визначав лише базові характеристики собаки, визначаючи його породу, забарвлення та аналізуючи тло, на третьому фото ChatGPT вже зміг впізнати пса Патрона (див. дод. В. рис. В.3.). Проте, попри те, що штучний інтелект зміг визначити пса Патрона лише на третьому фото, маючи всі ключові атрибути його образу, ми можемо зазначити, що людське сприйняття візуального може бути куди ширше, оскільки людина має асоціативне мислення, яке не доступне машинам.

Це цілком можливо продемонструвати на прикладі дизайну «Песомобіля» — спеціального продуктового візочка із місцем для песика із мережі продуктових супермаркетів «Сільпо» (рис. 3.3.). На візочках та інформаційних банерах зображений пес породи джек-рассел-тер'єр у блакитному собачому нашійнику. Для демонстрації маленьких собак можна було б обрати будь-яку іншу породу, яка має відповідний розмір. На нашу думку, вибір саме цієї породи собаки пов'язаний із намаганням послатися на образ пса Патрона,

оскільки завдяки популяризації його образу зростає цікавість до джек-рассел-тер'єрів.



Рисунок 3.3. «Песомобіль» із мережі продуктивних супермаркетів «Сільпо»

Товари із зображенням пса Патрона зазвичай мають класичне, канонічне зображення цього героя, що стало впізнаваним символом. На таких товарах Патрон постає у своєму характерному захисному жилеті, з нашийником та шевроном з ім'ям «Патрон», що підкреслює його службову роль і додає автентичності. Це зображення має всі ключові атрибути, необхідні для однозначної ідентифікації саме Патрона.

Говорячи про товари та продукти, варто зазначити, що центральною ідеєю застосування образу пса Патрона в дизайні є намагання посилити патріотичний зміст продукції, аби люди, котрі знаходяться в пошуку способу продемонструвати свою національну ідентичність та політичну позицію, точно звернули на неї увагу.

Людиноподібність пса Патрона є ще однією категорією, котра допомагає розкрити механізм символізації його образу. Людиноподібність досягається завдяки кільком візуальним елементам, що створюють ефект антропоморфного образу та наближають його до глядача через характерні для людей риси.

Одним із таких елементів є зображення Патрона на двох задніх лапах (див. дод. А. рис. А.63.; А.73.). Зазвичай собаки не стоять прямо, і це спосіб наблизити його до людської поведінки, адже така поза часто асоціюється з людьми. Патрон, зображений як істота прямоходяча, яку сприймають як персонажа зі свідомістю, ціллю та навіть характером, що відрізняє його від

звичайної собаки та підкреслює його статус героя, який діє на благо суспільства.

Іншим елементом антропоморфізації є використання бульбашок із текстом, які демонструють здатність пса Патрона говорити (див. дод. А. рис. А.42.; А.44.; А.58.). Цей спосіб дає йому висловлювати свої думки або передавати важливі меседжі, що робить його образ ближчим і зрозумілішим для аудиторії. Завдяки текстовим бульбашкам Патрон набуває голосу, а отже, можливість взаємодіяти зі світом і комунікувати безпосередньо. Такий спосіб подання значно підсилює його людяність і надає йому риси повноцінного персонажа, здатного до вираження емоцій, думок та до ведення діалогу з глядачем.

Образ пса Патрона активно використовують в мемах, де за допомогою методу «олюднення» йому приписують риси, властиві людині. Такий підхід дозволяє втілювати гуманістичні цінності, зокрема порятунок, турботу та патріотизм, через символічний образ службової тварини. Одним із прикладів адаптації цього образу став мем про «пса Протона» (рис. 3.4.), створений у контексті загроз підриву російськими військами Запорізької АЕС. Цей мем виконував важливу психологічну функцію, знижуючи рівень тривожності та паніки серед населення.

Гумористична форма подачі сприяла поширенню меседжу про готовність українців протистояти навіть найбільшим загрозам, включно з ядерною небезпекою. Таким чином, образ Протона став засобом комунікації, який не лише розважав, але й підкреслював стійкість національного духу та готовність до самопожертви заради захисту країни.



Рисунок 3.4. Мем «Пес Протон»

Підґрунтям для тенденції до олюднення тварини стала ситуація, коли пес Патрон заснув під час брифінгу ДСНС (рис. 3.5.). Фото швидко поширилося в соціальних мережах і стало предметом жартів та мемів. У цих мемах Патрон знов «олюднюється» і представлений як будь-яка людина, яка потребує відпочинку і сну, що викликало симпатію та позитивне ставлення до нього. Такий підхід використовували і в подальших способах популяризації цього «людського» героя на різних комунікативних платформах.



Рисунок 3.5. Мем «Пес Патрон та сні про Кремль у вогні»

Останній аспект, який додає людяності образу Патрона, — це наявність одягу, що не є його стандартним екіпіруванням. Окрім функціональних елементів, таких як захисний жилет, нашійник чи шеврон, він буває зображений у додаткових аксесуарах: капелюхах, окулярах, чи вишиванці (див. дод. А. рис. А.11.). Ці деталі додають його образу індивідуальності й навіть комічності, що створює ефект легкості та розширює його роль поза службовим собакою. Він постає перед глядачем як повноцінний персонаж, який

може проявляти індивідуальний стиль і навіть модні риси, що робить його цікавішим та ближчим до людей.

19 березня 2023 року на офіційній інстаграм-сторінці пса Патрона з'явився допис⁸, у котрому було анонсовано публікацію матеріалу “Animals at War” (укр. «Тварини на війні») у сингапурському журналі “The Pet Times” (див. дод. А. рис. А.38.). Фактом, який привертає увагу, є те, що собака зображений на обкладинці не у своєму стандартному екіпіруванні для роботи, а у вишиванці. Цей синтез підкреслює тяглість культурної традиції в умовах нових викликів, що постали перед Україною, і водночас показує здатність сучасного символу інтегруватися в контекст багатої історії країни.

Іншим прикладом симбіотичного поєднання традиційного та новітнього є зображення пса Патрона разом із соняшником (див. дод. А. рис. А.41.; А.54.; А.70.; А.89.), який є одвічним рослинним символом України поруч із калиною та вербою.

Зображення пса Патрона можна поділити на прямі та опосередковані залежно від того, наскільки точно передано його образ із характерною атрибутикою, що робить його впізнаваним.

Пряме зображення Патрона зберігає всі ключові елементи, які дають змогу легко ідентифікувати його як конкретного персонажа, — це захисний жилет, шеврон із написом «Патрон» та нашійник, які разом створюють образ відважного службового собаки, що допомагає в розмінуванні та захисті людей.

Таке зображення може бути як фотографією, так і деталізованою ілюстрацією, що прагне якомога точніше відтворити реальну зовнішність Патрона, наближену до справжнього вигляду собаки. Відтворення основних атрибутів підкреслює його функцію і значення, даючи безпомилково впізнати його як героя, знайомого глядачу.

Опосередковане зображення Патрона, зі свого боку, менш точно дотримується його первинної форми та атрибутики, натомість пропонує художнє бачення образу. Тут можуть бути збережені певні елементи чи натяки,

⁸ <https://www.instagram.com/p/Cp-Wpq-tvC-/?igsh=am81azB4Ym0yaHB1>

які асоціюються з Патроном, але сам образ може виглядати віддаленим від реального вигляду собаки. Наприклад, це може бути стилізований силует, елементи української символіки, такі як вишиванка чи соняшник, або спрощені, абстрактні деталі, що натякають на характерні риси.

Художнє бачення дає зберегти основний символічний зміст образу, зосереджуючись на його символічній і культурній значущості. Навіть якщо такі зображення не відтворюють Патрона буквально, вони напряду асоціюються з ним і сприймаються глядачами як посилення на образ відомого героя.

Одним із найпоширеніших зображень пса Патрона є момент, коли він виконує жест «dab» або «dabbing» (див. дод. А. рис. А.25.). Жест «dab» або «dabbing», популярний рух хіп-хоп культури, став символом молодіжної свободи, протесту, вираження емоцій та тріумфу. Виконання цього жесту додає образу службового собаки не лише легковажності, але й упевненості, створюючи яскравий контраст із його серйозною роботою.

Для дитячої та підліткової аудиторії жест «dab» у виконанні пса Патрона має особливе значення, оскільки цей рух є добре зрозумілим і близьким саме цій віковій групі. «Dabbing» набув популярності через соціальні мережі, ігри, меми та відео на YouTube і TikTok, де діти й підлітки активно беруть участь у популярних трендах, таких як цей жест. Тому бачити улюбленого героя, пса Патрона, який виконує «dab» означає для дітей певний культурний код, який з'єднує їхній світ із героїчним образом собаки-сапера.

Це зображення робить Патрона зрозумілим і доступним для юної аудиторії, створюючи зв'язок між серйозною місією та веселим, сучасним жестом, що несе позитивні емоції.

Така інтеграція жесту в образ Патрона допомагає дітям легше сприймати важкі теми війни й небезпеки, об'єднуючи героя з повсякденними іграми та водночас демонструючи, що навіть серйозні герої можуть бути веселими. Жест стає способом говорити з дітьми зрозумілою для них мовою, роблячи Патрона не тільки героєм, а і другом, із яким вони можуть себе асоціювати.

Пса Патрона часто зображають не лише в момент виконання жесту «dab», а й у впізнаваній рожевій панамці, що відсилає до стилю соліста гурту «KALUSH» (див. дод. А. рис. А.43.). Після перемоги гурту на «Євробаченні» цей головний убір став символом сучасної української культури, патріотизму та національної єдності. Коли Патрон постає в рожевій панамці, його образ набуває додаткового символізму: він відображає не лише службового собаку, але й героя, який об'єднує різні покоління в підтримці України.

Такий образ особливо привабливий для молоді, адже поєднує патріотичні цінності з актуальною попкультурою. Рожева панамка перетворює Патрона на символ гордості, що поєднує музику, свободу та оптимізм, роблячи його ближчим до аудиторії, яка бачить у ньому героя з їхнього світу.

Одне із зображень пса Патрона, яке створив одеський художник Ігор Матроскін, відомий своїми яскравими стінописами з котами, які прикрашають вулиці Одеси (див. дод. А. рис. А.82.). У своєму унікальному стилі Матроскін зобразив одного з котів у костюмі пса Патрона. Це поєднання підкреслює зв'язок між традиційним образом одеського kota та сучасними героями.

Одне із зображень з образом пса Патрона (див. дод. А. рис. А.73.) відсилає до «Swole Doge» — популярного інтернет-мему, де собака породи шиб-іну зображений із надзвичайно мускулистим тілом. Цей мем символізує силу, впевненість та домінування. Поєднання образу Патрона з «Swole Doge» підкреслює його відвагу та значущість у контексті війни, надаючи йому риси супергероя. Таке зображення не лише підсилює патріотичні настрої, але й робить Патрона ближчим до молодіжної аудиторії, яка знайома з інтернет-культурою та мемами.

Є також зображення, на яких Патрон показаний сумним і зажуреним, і вони зазвичай пов'язані з важкими темами, такими як втрата і смерть (див. дод. А. рис. А.1.). Ці образи додають глибини його персонажу, показуючи його не лише як веселого і грайливого, а і як істоту, здатну до співпереживання і скорботи. Вони нагадують, що навіть найсильніші герої відчувають біль і що боротьба за мир має свої сумні моменти.

Окремим феноменом, що відходить від класичного зображення пса Патрона, є ростові костюми для аніматорів (див. дод. А. рис. А.100.), які використовують його образ як символ. Такі костюми не мають на меті точно відтворити зовнішність Патрона з усіма деталями, як це зазвичай бачимо на класичних зображеннях чи товарах, проте вони передають його сутність через великі впізнавані елементи, що дають змогу миттєво зрозуміти, хто стоїть перед глядачем.

Ростові костюми призначені для активної взаємодії з аудиторією, особливо з дітьми, що підкреслює дружню та доброзичливу сторону Патрона. Завдяки своїм масштабам і яскравості ці костюми оживляють образ Патрона, роблячи його рухомим і ближчим до глядача, демонструючи прив'язаність цього образу до дитячої аудиторії. Діти легко впізнають у костюмах свого улюбленого героя, і такий формат дає можливість псу Патрону активно комунікувати з ними, сприяючи формуванню позитивних асоціацій та створюючи зв'язок з аудиторією, для якої він став символом надійного захисника та друга.

Образ пса Патрона став одним із ключових культурних символів сучасної України, глибоко вкоріненим у масову свідомість через різні форми мистецтва. Особливої популярності він набув у музиці завдяки пісні «Пес Патрон» від гурту «KARTA SVITU»⁹. Ця композиція, випущена в серпні 2022 року, швидко завоювала серця слухачів, ставши всеукраїнським трендом. На платформі YouTube пісня зібрала понад 6,2 мільйона переглядів.

Популярність пісні також породила нові музичні тренди. В українському сегменті соціальної мережі TikTok користувачі активно створюють машапи й кавери на «Пса Патрона», поєднуючи її з легендарними хітами світової та української музики. Цей феномен демонструє багатогранність пісні та її здатність інтегруватися в різні стилі й жанри. Серед найвідоміших машапів — композиції на основі «Bad Guy» (Billie Eilish), «Creep» (Radiohead), «Bohemian Rhapsody» (Queen), «Lose Yourself» (Eminem), «Sway» (Michael Bublé), «West

⁹ <https://youtu.be/fMSS6diyXQE?si=BaCm9EXslgWkWB4I>

Coast» (Lana Del Rey), «Toxic» (Britney Spears) та інших. Такі експерименти не лише розширюють аудиторію пісні, але і зміцнюють її символічне значення як культурного феномену.

Окремої уваги заслуговує хор «Ch.Ch.Choir»¹⁰, який долучився до цього тренду, створивши унікальну версію пісні, засновану на «Щедрику» Миколи Леонтовича. Виконавці зазначили, що адаптація знаменитої щедрівки, яка традиційно асоціюється з ластівками та ягнятами, чудово пасує до образу пса Патрона, якого вони вважають сучасним українським символом. Цей підхід демонструє, наскільки гнучким є образ Патрона в культурному просторі, адже він легко інтегрується навіть у такі класичні твори, як «Щедрик».

У документальному фільмі «Ми, наші улюбленці та війна» (2024) режисера Антона Птушкіна, де пес Патрон вказаний як один із головних акторів, він відіграє ключову роль як приклад ефективного залучення тварин у воєнних умовах. Сюжет розкриває його діяльність у команді саперів, демонструючи, як службові собаки допомагають у розмінуванні та рятуванні життів.



Рисунок 3.6. Обкладинка фільму «Ми, наші улюбленці та війна»

Фільм наголошує на практичних аспектах роботи пса Патрона, зокрема його тренуванні, методах взаємодії з командою та внеску в забезпечення безпеки цивільних. Через історію Патрона глядачі дізнаються про реальні

¹⁰ <https://www.tiktok.com/@ch.ch.choir/video/7302418732872174854>

виклики та небезпеки, з якими щоденно стикаються сапери, а також про роль службових тварин у подоланні цих викликів.

Дванадцять подвигів пса Патрона: між символізацією і міфологізацією. Вивчивши стереотипи та патерни у використанні образу пса Патрона в різних медіа та соціальних платформах, можемо зауважити, що його нерідко зображують в контекстах, які підкреслюють національні цінності. Зокрема, «пес Патрон» наразі сформувався у свідомості суспільства як символ, який втілює певні значення та емоції, пов'язані з патріотизмом, безпекою та національною ідентичністю на тлі війни.

Крім того, Патрон стає не просто собакою, а метафоричною основою, що символізує захисника та опору для українського суспільства під час випробувань. Так, на одному із зображень пес Патрон постає у вигляді світової черепахи (див. дод. А. рис. А.52.), яка тримає на собі чотирьох слонів, які підтримують Землю. Такий образ перегукується з давньою міфологічною концепцією світобудови, де черепаха символізує стабільність, надійність і фундаментальну опору світу.

Символічно це зображення говорить про відданість і стійкість Патрона, який, як світова черепаха, несе на собі вагу відповідальності за безпеку та мир. Це додає образу Патрона ще більшої глибини, показуючи його як не лише героя тут і зараз, але й важливу частину тривкої опори, на якій стоїть усе українське суспільство, надаючи йому ролі культурного символу національної стійкості та єдності.

Напис «Доброго вечора, ми з України!», декілька разів супроводжує зображення пса Патрона і є посиланням до відомого українського вислову, що став знаковим у контексті війни. Це висловлювання, що часто використовують як гасло незламності, гордості та ідентичності, у поєднанні з образом пса Патрона створює глибокий символізм. Він втілює ідею стійкості українського народу, його рішучості та сили духу навіть у найскладніших обставинах.

Образ Патрона з таким написом не лише підкреслює його зв'язок з іншими символами російсько-української війни, а й посилює роль собаки як

культурного героя, який несе цей меседж із гордістю. У цьому контексті Патрон стає не тільки службовим собакою, але й уособленням народу, що попри все стоїть на своєму, об'єднаний спільною метою.

Здебільшого Патрон зображений веселим і грайливим, що додає його образу доброзичливості та тепла. Його зображують таким, щоб показати як друга й захисника, який поруч із людьми, зберігаючи в собі щиру відданість і любов до них. Проте на деяких зображеннях, коли йдеться про захист від ворога, Патрон набуває серйозного й навіть агресивного вигляду, який підкреслює його готовність рішуче протистояти небезпеці. Це показує, що він не просто ігровий персонаж, але і справжній захисник, який бореться за спокій і безпеку.

Друга гіпотеза припускає, що образ пса Патрона має зв'язок із багатьма міфами, які відображають подібні ідеї, — відваги, захисту, національної єдності та боротьби за справедливість. Гіпотеза підтвердилася, адже образ пса Патрона включає не тільки покликання на національні символи, а й інтегрує сучасні тренди, популярні мему та елементи міфів про будову світу. Цей процес залучає символіку, знаки та міфологічні конструкції, реально демонструючи перехід від *символізації* до *міфологізації*, бо використання образу пса Патрона для подій чи явищ уже не має прямого зв'язку з його діяльністю як собаки-сапера. *Міфологізація пса Патрона* — це процес конструювання нарратива про Патрона, де Патрон-символ виходить за межі своєї фактичної ролі й перетворюється на елемент колективної свідомості. Міфологізація охоплює як соціальні, так і культурні аспекти, зокрема використання візуальних і вербальних символів, що зміцнюють розуміння Патрона як національного героя.

Це робить Патрона багатограним символом, який поєднує традиції з новими культурними кодами. У ньому одночасно присутнє покликання до української символіки та ідеї захисника, а також до сучасної інтернет-культури, яка за допомогою мемів і символів творить новий, легший спосіб сприйняття серйозних тем. Поєднання традиційного героїзму із сучасними візуальними

трендами створює новий міфологічний образ, що відображає стійкість та силу українського народу.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі було представлено програму дослідження і проведено комплексний контент-аналіз візуальних репрезентацій пса Патрона, спрямований на виявлення атрибутів, які утворюють його образ як національного символу. Аналіз показав, що візуальні характеристики зображень пса Патрона відображають різноманітні емоційні та культурні конотації, відчутні в усіх категоріях досліджених матеріалів: товари, соціальна реклама, соціальні мережі та художні інтерпретації. Колірна палітра зображень — зокрема синьо-жовта гама, яка асоціюється з національним прапором, — підкреслює патріотичний зміст образу. Крім того, емоційні риси персонажа, такі як доброзичливість, грайливість або героїчність, допомагають адаптувати образ пса Патрона до різних цільових аудиторій: дітей, дорослих та універсальної позавікової групи.

Дослідження продемонструвало, що Патрон перетворився з образу службового собаки на культурний феномен, здатний транслювати елементи патріотизму, героїзму та соціальної згуртованості. Така вже не символізація, а міфологізація його образу відбувається через систематичне використання знакових елементів — захисного жилета, нашійника та шеврона з ім'ям — які стали візуальними маркерами, що дозволяють суспільству чітко ідентифікувати його як символу українського опору, а також через багатоманітність використання цього символу у зв'язку з іншими міфологічними й ідеологічними феноменами.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дало змогу глибше зрозуміти процеси символізації, які формують сучасні культурні феномени в умовах суспільних криз, зокрема війни. Аналіз образу пса Патрона як символу розкрив багатовимірність цього явища та його значущість як інструменту суспільної комунікації. Символізація є одним із ключових механізмів, що забезпечують консолідацію соціуму, підтримання колективного морального духу, а також збереження і трансляцію культурних цінностей. В умовах війни цей процес набуває особливого значення, оскільки спрямований на створення об'єднувальних образів, здатних забезпечити емоційну та психологічну підтримку, зміцнити ідентичність і транслювати ключові соціальні меседжі.

Образ пса Патрона виник із реальної діяльності собаки-сапера і швидко перейшов межі вузького професійного контексту, перетворившись на багатогранний культурний символ. Він репрезентує такі універсальні цінності, як героїзм, надія, турбота та професіоналізм. Це дало йому стати потужним інструментом соціальної комунікації, який об'єднує різні покоління та соціальні групи. В умовах війни цей образ набув особливого значення, оскільки відповідає не лише національним, але й загальнолюдським викликам, пов'язаним із потребою в героїчних і об'єднавчих символах. Аналіз матеріалів показав, що його візуальні та емоційні характеристики сприяють сприйняттю цього символу як універсального і зрозумілого для різних аудиторій.

Емпіричний аналіз візуальних матеріалів засвідчив, що образ пса Патрона є впізнаваним завдяки низці сталих атрибутів. До них належать спеціалізоване спорядження, яке асоціюється з діяльністю саперів, чіткий зв'язок із темою безпеки та героїзму. Завдяки цим характеристикам образ Патрона набуває універсальності, яка адаптує його до різних соціокультурних контекстів. Наприклад, у соціальній рекламі він є персонажем-комунікатором, який

пояснює важливість мінної безпеки. У медіа його часто зображують як символ професійності та стійкості, що формує позитивний імідж діяльності саперів.

Аналіз показав, що візуальні характеристики зображень Патрона відображають різноманітні емоційні та культурні конотації, відчутні в усіх категоріях досліджених матеріалів: товари, соціальна реклама, соціальні мережі та художні інтерпретації. Колірна палітра зображень, зокрема синьо-жовта гама, яка асоціюється з національним прапором, підкреслює патріотичний зміст образу. Крім того, емоційні риси персонажа, такі як доброзичливість, грайливість або героїчність, допомагають адаптувати образ Патрона до різних цільових аудиторій: дітей, дорослих і універсальної позавікової групи. Завдяки цьому символ стає не лише зрозумілим, але й емоційно близьким для кожної категорії аудиторії.

Результати дослідження підтвердили наявність постійних атрибутів у зображенні пса Патрона, які забезпечують сталість його образу та сприяють його міфологізації. Патрон став не лише популярним персонажем, але й культурним символом, що об'єднує різні покоління. Емоційний спектр, який викликає цей образ, варіюється від захоплення і гордості до турботи й натхнення. Аналіз також підтвердив часткову гіпотезу про зв'язок образу Патрона з іншими національними символами та глобальними культурними міфами. Наприклад, його співвіднесеність із такими цінностями, як відвага, захист і самопожертва, інтегрує цей образ у ширший контекст сучасної культурної символіки.

Важливим аспектом є використання образу пса Патрона в соціальній рекламі, особливо в повідомленнях про мінну безпеку. Завдяки своїй емоційній близькості та довірі, яку викликає його персонаж, Патрон ефективно доносить важливі соціальні меседжі до різних груп населення, зокрема до дітей. Його зображення в цьому контексті не лише популяризує ідеї безпеки, але й формує культуру відповідального ставлення до ризиків. Пес Патрон стає не просто інформативним персонажем, а й виховним, допомагаючи через доступну мову формувати усвідомлення важливості безпеки в умовах війни.

Окрім цього, дослідження виявило значну роль пса Патрона в культурній ідентифікації. Образ поєднує традиційні українські символи, такі як вишиванка чи соняшник, із сучасними атрибутами героїзму, що робить його універсальним для сприйняття. У цьому контексті Патрон стає своєрідним медіатором між поколіннями, а також символом єдності нації в умовах кризи. Його символічний зміст поширюється не лише на національні, але й на загальнолюдські цінності, такі як стійкість, співчуття та відповідальність.

Теоретична база дослідження, що включає ідеї У. Еко, Р. Барта, К. Гірца та інших науковців, дала змогу детально проаналізувати процеси міфологізації образу. Зокрема, концепція Р. Барта про перетворення повсякденних об'єктів у культурні міфи допомогла пояснити, як образ пса Патрона набув універсального символічного значення. Методологія контент-аналізу, яка була застосована для вивчення вибірки зі 100 зображень, показала, як ці візуальні елементи взаємодіють із соціальними та культурними контекстами, формуючи сталий і впізнаваний символ.

Наукове значення дослідження полягає у виявленні особливостей сучасної символізації в умовах соціальних криз. Воно збагачує теоретичну базу досліджень символічних феноменів, даючи нові перспективи вивчення комунікаційних моделей у кризових умовах. Отримані результати можуть слугувати основою для розроблення соціально-комунікативних стратегій, спрямованих на посилення єдності та популяризацію суспільно значущих тем.

Новизна роботи полягає в міждисциплінарному підході до вивчення образу пса Патрона як унікального культурного феномену, що об'єднує традиційні символи із сучасними соціальними реаліями. Це дає можливість не лише зрозуміти механізми створення і функціонування символів, але й дослідити їхню роль у зміцненні колективної свідомості, формуванні ідентичності та трансляції цінностей у суспільстві.

Отже, дослідження підкреслило багатогранність образу пса Патрона як культурного феномену, що відповідає національним і глобальним викликам. Його символічна роль виходить за межі суто візуальної репрезентації і

репрезентації взагалі. Патрон стає потужним інструментом соціальних комунікацій, сприяючи формуванню колективної свідомості, підтриманні морального духу та популяризації ключових цінностей. Його успішна інтеграція в сучасний культурний простір підтверджує, що такі символи можуть слугувати ефективними інструментами для подолання кризових ситуацій та зміцнення національної ідентичності.

Подальші дослідження феноменів символізації та міфологізації образу пса Патрона у соціальних комунікаціях мають включати відтермінований аналіз іміджу пса Патрона, а також детальне порівняння швидкості процесів символізації та міфологізації у «звичайних» умовах та в умовах кризи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Васильєва Н. Прагмалінгвістичні риси мемів про війну в Україні // Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих учених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. 2023. Вип. 62. С. 164–169.
2. Голденштейн, К. О. Основні напрями і специфіка використання політичної символіки в сучасній Україні // Політичне життя. 2023. № 1. С. 38–43.
3. Гресько О. В. Візуальна комунікація як основа масово-інформаційної діяльності ХХІ століття // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2015. № 1. С. 4–10.
4. Денисюк Ж. З. Візуальна комунікація як феномен масової культури // Вісник Національної академії керівних кадрів культури й мистецтв. 2022. № 2. С. 9–14.
5. Дедуш О. «Байрактарщина» та українська масова культура *per tempus belli* // Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України. 2023.
6. Живка З. Пес Патрон. Маленька історія про велику мрію / іл. Б. Бондар. Львів: Свічадо, 2022. 64 с.
7. Капінус Л. В., Бойко І. А., Лелека О. О. Ставлення споживачів до використання військової та патріотичної тематики в назвах українських брендів // Підприємництво та інновації. 2023. № 28.
8. Карпова І. Г. Соціальна реклама в Україні в умовах воєнного стану // Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих учених ДДПУ ім. Івана Франка. 2023. № 62. С. 53–58.
9. Качак Т. Б., Близнюк Т. О. Війна в сучасній українській літературі для дітей та юнацтва // Наукові записки. Серія: Філологічні науки. 2023. № 209. С. 151–157.

10. Красиков М. Війна: актуалізація фольклорної свідомості. За матеріалами 2022–2023 рр. // Традиційна культура в умовах глобалізації: нові вектори розвитку: матеріали науково-практичної конференції з міжнародною участю (Харків, 29–30 червня 2023 р.). Харків: Видавець О. А. Мірошніченко, 2023. С. 169–177.

11. Метриш А., Ягельська К. Особливості формування tone of voice для благодійних організацій // Бренд-менеджмент: маркетингові технології: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 14 березня 2023 р.). Київ: Державний торговельно-економічний університет, 2023. С. 227–229.

12. Наконечний В. В. Маніпулятивні тренди сучасного українського інформаційного простору // Вісник Вінницького національного технічного університету. 2023. № 3. С. 17–23.

13. Павлішина Н. М. Ситуативний маркетинг чи хайп на війні? // Відновлення України та її регіонів у контексті глобальних трендів: управління, адміністрування та забезпечення: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Запоріжжя, 25–26 травня 2023 р.) / НУ «Запорізька політехніка». Запоріжжя, 2023. С. 345.

14. Пес Патрон. Мультсеріал «Пес Патрон». Серія 1. «Зруйнований міст» [Електронний ресурс]. URL: <https://youtu.be/XwwXNli5ik8> (дата звернення: 12.11.2024).

15. Ран Ю. Пес Патрон та Шкарпетковий монстр / іл. К. Підлісна. Харків: Ранок, 2023. 32 с.

16. Суспільне Новини. «Укрпошта» почала продавати благодійні марки «Пес Патрон» / О. Богданьок, К. Бугайченко. 1 вересня 2022. URL: <https://suspilne.media/277190-ukrpost-pocala-prodavati-blagodijni-marki-pes-patron/> (дата звернення: 20.10.2024).

17. Худошник О. Українські марки воєнного часу як масмедіа // Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи. Конференційна доповідь. 2023.

18. Шевченко В. Становлення наукової думки щодо мови візуальної комунікації // Вісник Книжкової палати. 2014. № 9. С. 1–6.
19. Baicchi, A. Iconicity and Indexicality: A Perceptual Approach to Language // *Applied Semiotics*. 2000. Vol. 4, No. 10. P. 81–89.
20. Barthes, R. *A lover's discourse: Fragments*. Hill and Wang, 1978. 240 с.
21. Barthes, R. *Camera lucida: Reflections on photography* / Trans. by R. Howard. Hill and Wang, 1981. 119 с.
22. Barthes, R. *Mythologies* / Trans. by A. Lavers. Hill and Wang, 1972. 240 с.
23. Barthes, R. *Rhetoric of the Image* // Barthes, R. *Image-Music-Text* / Trans. by Stephen Heath. New York: Hill and Wang, 1977.
24. Barthes, R. *The Photographic Message* // Barthes, R. *Image-Music-Text* / Trans. by Stephen Heath. New York: Hill and Wang, 1977.
25. Blumer, H. *Symbolic interactionism: Perspective and methods*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1969. 207 с.
26. Bourdieu P. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. London: Routledge & Kegan Paul, 1984.
27. Bourdieu P. *The forms of capital* // Richardson J. (Ed.). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood, 1986. P. 241–258.
28. Bourdieu, P. *Language and symbolic power*. Harvard University Press, 1991. 324 с.
29. Chandler D. *Semiotics for Beginners* [Електронний ресурс]. URL: <http://www.visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/> (дата звернення: 30.11.2024).
30. Douglas M. *Purity and Danger*. London: Routledge and Kegan Paul, 1966.
31. Durkheim E. *The Elementary Forms of Religious Life*. London: George Allen & Unwin, 1995.
32. Eco U. *At the roots of the modern concept of symbol* // *Social Research*. 1985. Vol. 52, no. 2. P. 383–402.

33. Fiske, J. Introduction to Communication Studies. 2nd ed. London: Routledge, 1990.
34. Geertz C. The Interpretation of Cultures. New York: Basic Books, 1973.
35. Google. Сприйняття рекламного креативу під час війни. URL: <https://services.google.com/fh/files/events/webinar.pdf> (дата звернення: 11.05.2024).
36. Hall, S. (Ed.). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage Publications in association with The Open University, 1997. 450 с.
37. Hayward, S. Cinema Studies: The Key Concepts. 2nd ed. London; New York: Routledge, 2000. 517 p.
38. Johansen, J. D. The Distinction Between Icon, Index, and Symbol in the Study of Literature. In: Semiotics Unfolding. Berlin: De Gruyter, 1988, pp. 498–503.
39. Kłoskowska, A. Symbolization process and social interaction: Towards the definition of the sociology of culture // The Polish Sociological Bulletin. 1966. № 14. С. 8–19.
40. Liddell H. G., Scott R. A Greek-English lexicon. 9th ed. Oxford: Oxford University Press, 1996.
41. Liszka, J. J. A general introduction to the semeiotic of Charles Sanders Peirce. Indiana University Press, 1996. 188 с.
42. Mead, G. H. Mind, self, and society. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1934. 462 с.
43. Panofsky, E. Meaning in the Visual Arts. Garden City, NY: Doubleday Anchor Books, 1955.
44. Parsons, T. The social system. New York: Free Press, 1951. 570 с.
45. Parsons, T., Shils, E. (Eds.). Toward a general theory of action. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1951. 504 с.
46. Patron.dog. Пес Патрон — офіційний вебсайт. URL: <https://patron.dog> (дата звернення: 17.05.2024).
47. Peirce, C. S. Chance, love, and logic: Philosophical essays. Ed. by M. R. Cohen. With an essay by J. Dewey. University of Nebraska Press, 1998. 256 с.

48. Rønbro, S. N. The endgame of emojis: Analysing emoji policy [Master's thesis]. Aalborg University. Aalborg University Digital Repository, 2023. 128 c.
49. Saussure, F. de. Course in general linguistics. New York: Philosophical Library, 1959. 230 c.
50. Schill, D. The visual image and the political image: A review of visual communication research in the field of political communication // Review of Communication. 2012. T. 12, № 2. C. 118–142.
51. Smith, A. D. National identity. Penguin Books, 1991. 240 c.
52. Swidler, A. Culture in action: Symbols and strategies // American Sociological Review. 1986. T. 51, № 2. C. 273–286.
53. Turner V. The forest of symbols: Aspects of Ndembu ritual. Ithaca; London: Cornell University Press, 1967.

ДОДАТКИ

Додаток А. Зображення з псом Патроном дібрані для контент-аналізу в межах магістерського дослідження.



Рисунок А.1. Зображення зі сторінки пса Патрона в Instagram від 04.09.2024. URL: https://www.instagram.com/p/C_fxxBcNh6-/ (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.2. Зображення зі сторінки пса Патрона в Instagram від 02.09.2024. URL: https://www.instagram.com/p/C_bBUKVt15N/ (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.3. Зображення зі сторінки пса Патрона в Instagram від 30.08.2024. URL: https://www.instagram.com/p/C_SxjUQIe3F/?img_index=1 (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.4. Зображення зі сторінки пса Патрона в Instagram від 28.08.2024. URL: https://www.instagram.com/p/C_GuWdUNhYP/ (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.5. Зображення зі сторінки пса Патрона в Instagram від 23.08.2024. URL: https://www.instagram.com/p/C_fxxBcNh6-/ (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.6. Зображення зі сторінки пса Патрона в Instagram від 18.08.2024. URL: https://www.instagram.com/p/C_fxxBcNh6-/ (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.7. Зображення зі сторінки пса Патрона в Instagram від 23.08.2024. URL: <https://www.instagram.com/p/C-umiv5NUDM/> (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.8. Зображення зі сторінки пса Патрона в Instagram від 23.08.2024. URL: <https://www.instagram.com/p/C-ik-KrNcPm/> (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.9. Зображення зі сторінки пса Патрона в Instagram від 23.08.2024. URL: https://www.instagram.com/p/C-fx9KZNDbr/?img_index=1 (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.10. Зображення зі сторінки пса Патрона в Instagram від 23.08.2024. URL: <https://www.instagram.com/p/C-YCKogtjhB/> (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.11. Зображення з Instagram за гештегом «#песпатрон» від 03.03.2024. URL: <https://www.instagram.com/p/C4DLqhotOdl/> (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.12. Зображення з Instagram за гештегом «#песпатрон» від 03.05.2024. URL: <https://www.instagram.com/p/C4DLqhotOdl/> (дата звернення: 03.05.2024).



Рисунок А.13. Зображення з Instagram за гештегом «#песпатрон» від 30.04.2024. URL: <https://www.instagram.com/p/C6Y66tsKKG0/> (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.14. Зображення з Instagram за гештегом «#песпатрон» від 28.07.2024. URL: <https://www.instagram.com/p/C99dcnzolI5/> (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.15. Зображення з Instagram за гештегом «#песпатрон» від 14.08.2024. URL: <https://www.instagram.com/p/C-otv1OC4-V/> (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.16. Зображення з Instagram за гештегом «#песпатрон» від 13.08.2024. URL: <https://www.instagram.com/p/C-mbOVUizg7/> (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.17. Зображення з Instagram за гештегом «#песпатрон» від 04.06.2024. URL: <https://www.instagram.com/p/C7zUxzdIQM6/> (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.18. Зображення з Instagram за гештегом «#песпатрон» від 06.06.2024. URL: <https://www.instagram.com/p/C73msrlidLf/> (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.19. Зображення з Instagram за гештегом «#песпатрон» від 01.02.2024. URL: <https://www.instagram.com/p/C20VzjpI2kL/> (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.20. Зображення з Instagram за гештегом «#песпатрон» від 12.12.2023. URL: <https://www.instagram.com/p/C0v-IJfqERU/> (дата звернення: 09.09.2024).



Рисунок А.21. Зображення за запитом «Пес Патрон» у пошуковому сервісі Google. Обкладинка статті про Пса Патрона на Вікіпедії (українською мовою). URL: <http://surl.li/lyppky>



Рисунок А.22. Зображення за запитом «Пес Патрон» у пошуковому сервісі Google. Обкладинка статті про Пса Патрона на Вікіпедії (російською мовою). URL: <http://surl.li/xftugi>



Рисунок А.23. Зображення за запитом «Пес Патрон» у пошуковому сервісі Google. Собака породи пса Патрона — особливості джек-рассел-тер'єра. URL: <http://surl.li/zttter>



Рисунок А.24. Зображення за запитом «Пес Патрон» у пошуковому сервісі Google. Пес Патрон на службі ДСНС — Охорона праці й пожежна безпека. URL: <http://surl.li/acpuit>



Рисунок А.25. Зображення за запитом «Пес Патрон» у пошуковому сервісі Google. Обкладинка товару «Стікер Україна пес Патрон». URL: <http://surl.li/rtfvcd>



Рисунок А.26. Зображення за запитом «Пес Патрон» у пошуковому сервісі Google. Пес Патрон стає директором департаменту комунікацій UAnimals! URL: <http://surl.li/aomgki>



Рисунок А.27. Зображення за запитом «Пес Патрон» у пошуковому сервісі Google. Житомирська ОДА Легендарний пес Патрон став героєм нового мультсеріалу від USAID та UNICEF. ВІДЕО. URL: <http://surl.li/xodoj>



Рисунок А.28. Зображення за запитом «Пес Патрон» у пошуковому сервісі Google. Обкладинка товару «Картина каміннями Пес Патрон». URL: <http://surl.li/dxwqcl>



Рисунок А.29. Зображення за запитом «Пес Патрон» у пошуковому сервісі Google. Обкладинка товару «Пес Патрон» — Пакет 32/18/9 см. URL: <http://surl.li/gklubg>



Рисунок А.30. Зображення за запитом «Пес Патрон» у пошуковому сервісі Google. Пес Патрон показав новий знімок і розповів про свій метод заохочення. URL: <http://surl.li/rmjwpt>



Рисунок А.31. Юліта Ран, Катя Підлісна. Книга «Пес Патрон і Шкарпетковий монстр». Ранок, 2023 рік. URL: <http://surl.li/lpsbea>



Рисунок А.32. Юліта Ран, Катя Підлісна. Книга «Пес Патрон і Великий Т». Ранок, 2023 рік. URL: <http://surl.li/zrflbe>



Рисунок А.33. Зоряна Живка. Книга «Пес Патрон. Маленька історія про велику мрію». Свічадо, 2022 рік. URL: <http://surl.li/kjftkz>



Рисунок А.34. Галина Ткачук. Книга «Сни пса Патрона». Свічадо, 2024 рік. URL: <https://www.yakaboo.ua/ua/sni-psa-patrona.html>



Рисунок А.35. Катажина Ририх. Книга «Буду як Патрон». Vivat, 2023 рік. URL: <https://www.yakaboo.ua/ua/budu-jak-patron.html>



Рисунок А.36. Книга-розмальовка з правил мінної безпеки «Прогулянка з Патроном». URL: <http://surl.li/zneiua>



Рисунок А.37. Тая Орлик. Книга «Пес Патрон». Ілюстрації В. Арабаджи. Library For All, 2022 рік. URL: <http://surl.li/rwvbzq>



Рисунок А.38. «The Pet Times», випуск № 002, березень 2023 року. «Animals at War».

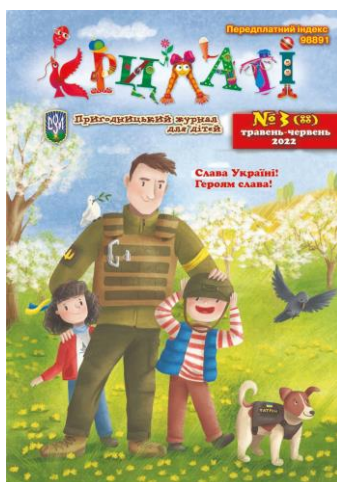


Рисунок А.39. Крилаті. Пригодницький журнал для дітей. № 3 (88), травень-червень 2022.



Рисунок А.40. Розмальовка із зображенням пса Патрона на обкладинці.



Рисунок А.41. Блокнот із зображенням пса Патрона ТМ BUROMAX.



Рисунок А.42. Блокнот із зображенням пса Патрона ТМ ZiBi.



Рисунок А.43. Блокнот із зображенням пса Патрона «Доброго вечора, ми з України!» ТМ BUROMAX.



Рисунок А.44. Щоденник із зображенням пса Патрона «Геть з України, москаль некрасивий!» ТМ ZiBi.

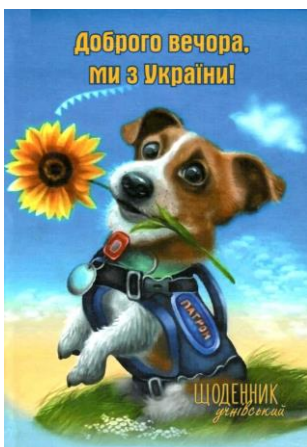


Рисунок А.45. Щоденник учнівський із зображенням пса Патрона «Доброго вечора, ми з України!»

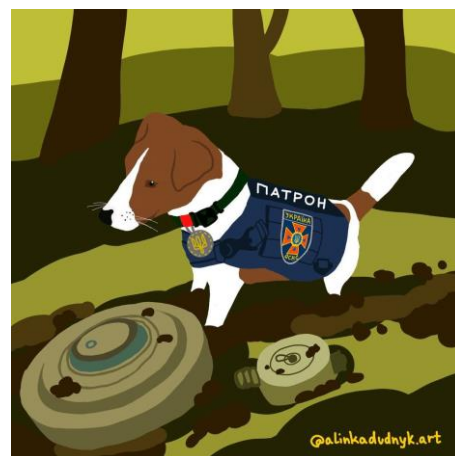


Рисунок А.46. Художній арт із псом Патроном. Автор/ка: alinkadudnyk.art URL: <https://www.instagram.com/p/Cb2dI7hjmOR/>



Рисунок А.47. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: karinrio_art
URL: <https://www.instagram.com/p/Cb5cOmsK3Ta/>



Рисунок А.48. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: maryndraws
URL: <https://www.instagram.com/p/Cb-n63bNGZ7/>



Рисунок А.49. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: mari.currant
URL: <https://www.instagram.com/p/CcHrprzMaQa/>



Рисунок А.50. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: dunakovskiy
URL: <https://www.instagram.com/p/CbiDVRs8Bq/>



Рисунок А.51. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: meeriartt
URL: <https://www.instagram.com/p/CcIvUjStj5r/>



Рисунок А.52. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: unicornandwine
URL: <https://www.instagram.com/p/C0XT1BLtrw-/>



Рисунок А.53. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: yakubouskayaolga
URL: <https://www.instagram.com/p/CdDfH3xoZge/>

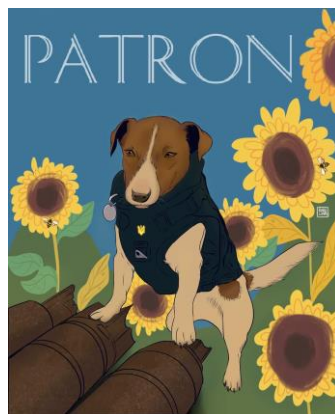


Рисунок А.54. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: saromay007
URL: <https://www.instagram.com/p/CdAukzvoe9F/>



Рисунок А.55. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: maube.ju
URL: https://www.instagram.com/p/Cdbk_5-KJSR/?img_index=1



Рисунок А.56. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: vasechko.ekaterina
URL: <https://www.instagram.com/p/CcU1O51tbbw/>



Рисунок А.57. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: viktoriia_parr
URL: <https://www.instagram.com/p/CbTAnctMgF/>



Рисунок А.58. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: alinkadudnyk.art
URL: <https://www.instagram.com/p/CcWF33SjJiH/>



Рисунок А.59. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: baby_raccoon_art
URL: <https://www.instagram.com/p/CchnChaKq0F/>



Рисунок А.60. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: anta_arf
URL: <https://www.instagram.com/p/CcSeb1sMODI/>



Рисунок А.61. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: sher.stasya
URL: <https://www.instagram.com/p/CcnvU8ZJ4or/>

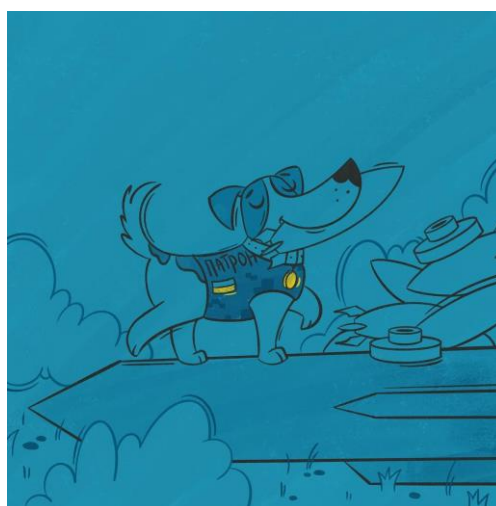


Рисунок А.62. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: olga.mchuk
URL: <https://www.instagram.com/p/CcqVF98M2vO/>



Рисунок А.63. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: kosko_art
URL: https://www.instagram.com/p/CbOE-NXNsKR/?img_index=1



Рисунок А.64. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: shchetmya
URL: <https://www.instagram.com/p/Cc3nikotQ0S/>



Рисунок А.65. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: tarnovetskaya
URL: <https://www.instagram.com/p/Cc5GJOsoHb2/>



Рисунок А.66. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: ana_godis
URL: <https://www.instagram.com/p/CdBYpOss-PE/>



Рисунок А.67. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: oks.illustrator
URL: <https://www.instagram.com/p/Cdd8xU-DF-d/>



Рисунок А.68. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: turworks
URL: <https://www.instagram.com/p/CdeSzGRNkV1/>



Рисунок А.69. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: jushuuart
URL: https://www.instagram.com/p/CdjgflUsYBs/?img_index=2



Рисунок А.70. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: vikashumko.art
URL: <https://www.instagram.com/p/CdtYXJDrSry/>



Рисунок А.71. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: 111viktoriiaa
URL: https://www.instagram.com/p/CdwClZatUQm/?img_index=1



Рисунок А.72. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: magicart_kate
URL: <https://www.instagram.com/p/Cd-IJOVKuva/>

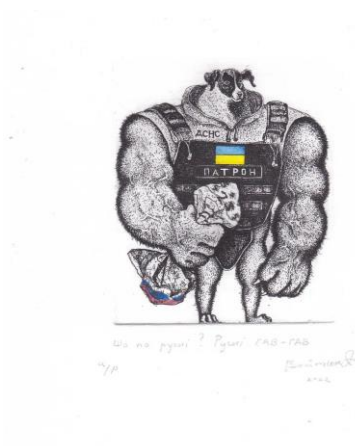


Рисунок А.73. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: voitiuk_print
URL: <https://www.instagram.com/p/CeJF3uat7Lx/>



Рисунок А.74. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: lisalupin_07
URL: <https://www.instagram.com/p/CeJF3uat7Lx/>



Рисунок А.75. Художній арт із псом Патроном.
Автор/ка: crudchan
URL: https://www.instagram.com/p/C7rTHgbtNld/?img_index=1



Рисунок А.76. Соціальна реклама з мінної безпеки «Патрон застерігає!».



Рисунок А.77. Соціальна реклама з мінної безпеки «Патрон засиєрає!».



Рисунок А.78. Соціальна реклама з мінної безпеки «Патрон застерігає!».



Рисунок А.79. Стінопис із зображенням пса Патрона. м. Хмельницький, Україна.



Рисунок А.80. Стінопис із зображенням пса Патрона. м. Ужгород, Україна.

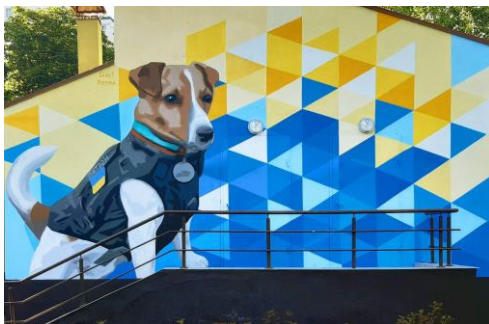


Рисунок А.81. Стінопис із зображенням пса Патрона. м. Київ, Україна.



Рисунок А.82. Стінопис із зображенням пса Патрона. м. Одеса Україна.



Рисунок А.83. Стінопис із зображенням пса Патрона. м. Одеса, Україна.



Рисунок А.84. Банер до Дня міста. м. Чернівці, Україна.



Рисунок А.85. Песомобіль, торговельна мережа продовольчих супермаркетів Сільпо.



Рисунок А.86. Сосиски PATRONчики, ТМ Тарасівські ковбаси.



Рисунок А.87. Цукерки «PATRON», ТМ Lukas.



Рисунок А.88. Драже глазуrowане «Пес Патрон», ТМ Monzhar.



Рисунок А.89. Цукерки «ПАТРОНчик», ТМ Goluba Sweets.



Рисунок А.90. Льодяники вітамінізовані «Патрончик», «ГЛОБАЛ СВІТС» ТОВ.



Рисунок А.91. Рахат-лукум «Карпатські солодощі» із зображенням пса Патрона.



Рисунок А.92. Гель-пінка для купання «Патрон»



Рисунок А.93. ЗД пазл «The dog PATRON».



Рисунок А.94. М'яка іграшка пес Патрон.



Рисунок А.95. М'яка іграшка пес Патрон на скло в машину.



Рисунок А.96. Годинник «Пес Патрон».



Рисунок А.97. Тарілка «Пес Патрон», PAPADESIGN.



Рисунок А.98. Шопер «Пес Патрон».



Рисунок А.99. Календар Пес Патрон Україна на 2022 рік, ТМ Аргіогі.



Рисунок А.100. Ростовий костюм для аніматорів «Пес Патрон».

Додаток Б.

Таблиця Б.1. Загальні характеристики зображень пса Патрона, відібраних для контент-аналізу

Формат	Кількість одиниць
Фото	17
Малюнок	55
Предмет товар із зображенням пса Патрона	28

Таблиця Б.2. Розподіл зображень із псом Патроном за аудиторією

Аудиторія	Кількість одиниць
Діти	11
Дорослі	37
Позавікова аудиторія	40
Діти через дорослих	12

Таблиця Б.3. Композиційні характеристики зображень із псом Патроном

Характеристика	К-ть	Характеристика	К-ть	Характеристика	К-ть
Симетрія	45	Закрита	76	Східна	36
Асиметрія	55	Відкрита	24	Висхідна	64

Таблиця Б.4. Фонові об'єкти на зображеннях із псом Патроном

Місце	Кількість одиниць
Відсутнє (однотонне тло)	39
Зброя, воєнна техніка та бойові дії	20
Природа	19
Український прапор	14
Місто, будівлі та руїни	8

Таблиця Б.5. Розподіл атрибутів, які визначають сталий образ пса

Патрона

Комбінація атрибутів	Кількість одиниць
Захисний жилет	1
Захисний жилет, Шеврон ДСНС	2
Захисний жилет, Шеврон ДСНС, Шеврон “Патрон”	1
Захисний жилет, Шеврон ДСНС, Шеврон “Патрон”, Собачий нашійник	8
Захисний жилет, Шеврон ДСНС, Шеврон “Патрон”, Собачий нашійник, Аксесуари (окуляри, головні убори)	1
Захисний жилет, Шеврон ДСНС, Собачий нашійник	4
Захисний жилет, Шеврон “Патрон”	17
Захисний жилет, Шеврон “Патрон”, Собачий нашійник	25
Захисний жилет, Шеврон “Патрон”, Аксесуари (окуляри, головні убори)	1
Захисний жилет, Собачий нашійник	13
Захисний жилет, Собачий нашійник, Аксесуари (окуляри, головні убори)	1
Захисний жилет, Аксесуари (окуляри, головні убори), Одяг	1
Шеврон ДСНС, Одяг	1
Шеврон “Патрон”	1
Шеврон “Патрон”, Одяг	1
Відсутнє	5
Собачий нашійник	9
Собачий нашійник, Одяг	1
Аксесуари (окуляри, головні убори)	2
Аксесуари (окуляри, головні убори), 7. Одяг	1
Одяг	4

Додаток В. Фото пса Патрона запропоновані штучному інтелекту для аналізу змісту зображення.

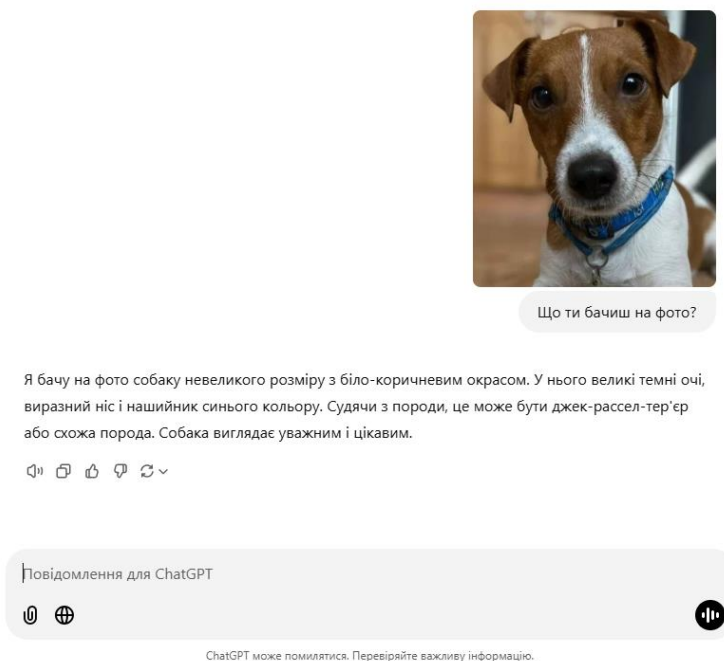


Рисунок В.1. Відповідь ChatGPT на запитання «Що ти бачиш на фото?» для першого фото (позначено в тексті роботи як рис. 3.2.а.)

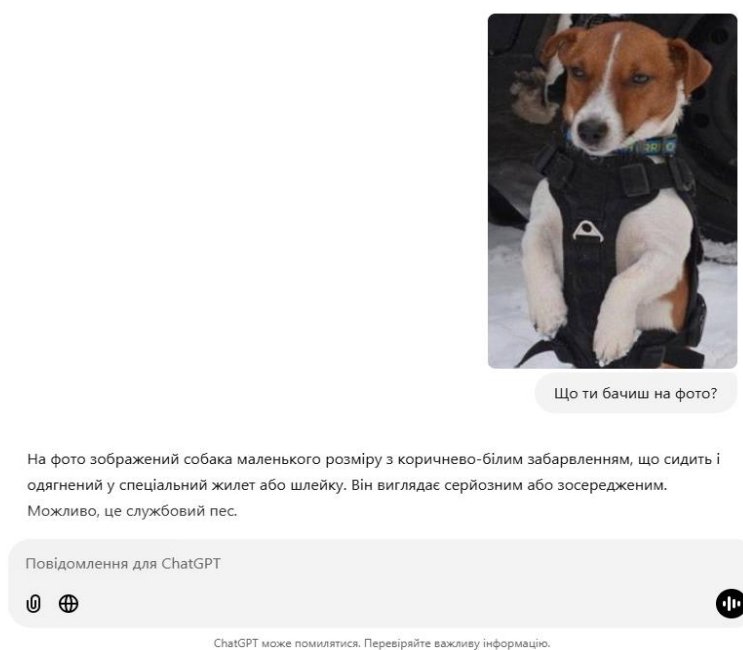


Рисунок В.2. Відповідь ChatGPT на запитання «Що ти бачиш на фото?» для другого фото (позначено в тексті роботи як рис. 3.2.б.)



Що ти бачиш на фото?

На фото зображено собаку невеликого розміру, породи, схожої на Джек-Рассел-тер'єра. Він одягнений у спеціальний жилет із нашивкою, на якій написано "ПАТРОН" та є прапор України. Собака знаходиться на відкритій території, поруч із металевим предметом, який може нагадувати частину боєприпасу чи іншого військового обладнання. На задньому плані видно багато металевих об'єктів, схожих на використану військову техніку чи боєприпаси.

Цей пес може символізувати пса-сапера Патрона, відомого в Україні своїм внеском у розмінування територій.

1 2 3 4 5

Повідомлення для ChatGPT



ChatGPT може помилятися. Перевіряйте важливу інформацію.

Рисунок В.3. Відповідь ChatGPT на запитання «Що ти бачиш на фото?» для третього фото (позначено в тексті роботи як рис. 3.2.в.)

АНОТАЦІЯ

Робота «Символізація образу в контексті війни: дванадцять подвигів пса Патрона» присвячена дослідженню процесу символізації образу пса Патрона як унікального культурного феномену, що виник в Україні в умовах повномасштабної війни.

Об'єктом дослідження є образ пса Патрона як феномен сучасної символізації в контексті війни. Предметом є процес символізації цього образу, який відображає взаємодію між соціальною реальністю, медійними практиками та культурним сприйняттям. Метою роботи є розкриття процесу створення, закріплення та функціонування символічного образу пса Патрона в умовах сучасної війни, а також виявлення його впливу на українське суспільство.

Теоретична база магістерської роботи ґрунтується на концепціях символізації, представлених у соціологічному, культурологічному та семіотичному дискурсах. Особливу увагу приділено підходам Ролана Барта, що розкривають процес міфологізації як створення символічних значень.

Емпірична база роботи включає власне дослідження, проведене методом контент-аналізу 100 зображень пса Патрона, відібраних із різних джерел, зокрема медіа, соціальних мереж та художніх інтерпретацій. Аналіз дав змогу ідентифікувати ключові символічні елементи образу, способи їхньої візуалізації та трансформації залежно від комунікативного контексту.

Наукова новизна дослідження полягає у виявленні специфіки сучасної символізації через образ пса Патрона як унікального культурного явища, що поєднує соціально значущі ідеї, пов'язані з героїзмом і захистом, із засобами їхньої популяризації через медіа та мистецтво. У роботі вперше здійснено комплексний аналіз багаторівневої символіки образу пса Патрона, вивчено його роль у соціальній консолідації, психологічній підтримці та культурній дипломатії України.

ABSTRACT

The master's thesis «The Symbolization of an Image in the Context of War: The Twelve Labours of Patron the Dog» is dedicated to examining the process of symbolizing the image of Patron the Dog as a unique cultural phenomenon that emerged in Ukraine during the full-scale war.

The object of the study is the image of Patron the Dog as a phenomenon of modern symbolization in the context of war. The subject of the study is the process of symbolizing this image, reflecting the interplay between social reality, media practices, and cultural perception. The primary goal of the thesis is to uncover the process of creating, consolidating, and functioning of the symbolic image of Patron the Dog within the framework of contemporary warfare and to assess its impact on Ukrainian society.

The theoretical basis of the master's thesis is grounded in the concepts of symbolization as articulated in sociological, cultural, and semiotic discourses. Special emphasis is placed on Roland Barthes' approaches, which delve into the process of mythologization as the generation of symbolic meanings.

The empirical basis of the study comprises original research conducted via content analysis of 100 images of Patron the Dog, sourced from diverse platforms, including media, social networks, and artistic interpretations. This analysis facilitated the identification of key symbolic elements within the image, methods of their visualization, and their evolution depending on the communicative context.

The scientific novelty of the research is defined by its exploration of the specific characteristics of modern symbolization through the image of Patron the Dog as a unique cultural phenomenon. This phenomenon fuses socially significant ideas of heroism and protection with their dissemination through media and art. For the first time, a comprehensive analysis of the multilayered symbolism of Patron the Dog's image has been undertaken, highlighting its role in social cohesion, psychological support, and Ukraine's cultural diplomacy.