

церемонія: військовослужбовці Сил спеціальних операцій ЗСУ освятили зброю проти ворога, наслідуючи старовинні традиції козаків і гайдамаків різних часів”, – написав генерал-майор Кривонос у фейсбуці, додавши фото.

Також відомо що у травні 2021 року військовослужбовці Сил спеціальних операцій ЗСУ освятили зброю проти ворога. Прапор холодноярівських повстанців майорів на Євромайдані в Києві як свідчення незламності та свободолюбивості українського народу. Отже, з поданого вище матеріалу можемо зробити висновок, що період повстання в урочищі Холодний Яр припав на момент розвитку та посилення української ідентичності серед населення. Історія Холодноярської республіки має безпосередній вплив на сучасні проблеми та динаміку українського суспільства.

1. Гісем О. В. Історія України : підруч. для 10 кл. Харків: Вид-во «Ранок», 2018.
2. Шкляр В.М. Чорний ворон. Харків: «Клуб Сімейного Дозвілля», 2011.
3. Холодний Яр: Документальний роман / Горліс-Горський, Юрій Юрійович; Вст. сл. Р.Ковалю. Дрогобич: ВФ "Відродження", 2008. 432 с.
4. https://24tv.ua/ru/holodniy_yar_istoriya_yaku_treba_znati_abi_peremogti_v_sogodni_shniy_viyni_n1319322
5. <https://msmb.org.ua/stily-zhittya/gromadyansyka-pozitsiya/slavetna-istoriya-holodnogo-yaru/>
6. <https://www.udau.edu.ua/ua/news/xolodnoyarska-respublika-geroyichna-storinka-borotbi-ukrayinskogo-narodu-za-derzhavnist.html>

«БАЙРАКТАРЩИНА» ТА УКРАЇНСЬКА МАСОВА КУЛЬТУРА PER TEMPUS BELLI

Дедуш Олексій

ІМФЕ ім. М.Т. Рильського НАН України, м. Біла Церква

Повномасштабне вторгнення російської терористичної держави в Україну призвело не лише до масштабних втрат, але і стало каталізатором нових культурних процесів. У воєнне лихоліття дуже швидко було створено нові зразки творчості та національні символи. Однак, також мала місце комерціалізація наведених вище конструктів. У вітчизняній інтернет-культурі це явище отримало назву «байрактарщина». Назва походить від розтиражованого образу турецького БПЛА, що став символом успішного враження ворожих військових колон з повітря. Але у своїй етимологічній сутності цей термін має алюзії до терміну, який, на жаль, увійшов і до наукового обігу – «шароварщини». На нашу думку, так звана «шароварщина» не є негативним явищем, оскільки вона хоч і в спрощеній манері, але ретранслює основи української традиційної культури. Зіставлення цих понять у єдиний комплекс несе шкоду популяризації зразків традиційної культури українців, котрі відразу важко досягнути обивателям у всій їхній складній палітрі. Байрактарщина має зовсім інше наповнення, яке спробуємо розглянути детальніше.

Байрактарщина – це комерціалізоване та вульгаризоване використання символів

та сенсів, які популяризувались або виникли після повномасштабного вторгнення військ РФ в Україну. Власне слово «байрактар» (антропонім. тур. bayraktar «прапорносець») стало найменуванням цього явища неспроста, бо ця власна назва набула значного поширення в новинах та інтернет-дописах. На честь безпілота було перейменовано навіть FM-станцію [4] та названо гумористичну передачу, а також ця лексема стала новим людським іменем. Загалом тема іноземної зброї викликала великий шквал емоцій в українському суспільстві на початку війни. Іншим прикладом можна назвати ПТРК «FGM-148 Javelin» виробництва США, який зайняв умовно друге місце у цій сфері, також ставши іменем новонароджених українців у формах Джавелін та Джавеліна [1]. Попри наявність вітчизняних, ефективних зразків військової техніки, українці передусім пишалися саме зразками іноземного ВПК. Це можна пояснити прогалинами в національній ідентичності. Вона досі перебуває в координатах звеличення іноземного, оскільки українцям тривалий час насаджували комплекси колонізованого народу. Особливо активно це відбувалось у часи окупації українських теренів московитськими імперіями,

Однак, серед зразків байрактарщини є й питомо вітчизняні, які могли б і не стати такими, але свою негативну роль зіграла комерційна сфера. Таким собі тотемом нашого опору московитам став пес Патрон. Ідея тих хто через медіа створив імідж песика з ДСНС була логічна – тварина могла стати чудовим прикладом м'якої демонстрації військового героїзму серед дітей, а в майбутньому стати зооморфним послом української звитяги закордоном, де останнім часом існує особливий пієтет до домашніх улюбленців. Однак, швидко з'явилися зразки, назовемо це *кітч-брендування*, зокрема цукерки «Пес Патрон», сосиски «Патрончики», навіть підакцизна продукція [3]. Більше того аніматори по всій Україні одяглися у не завжди вдалі костюми величезного джек-рассел-тер'єра у бронезилеті, які іноді танцюють під російську «попсу» [5]. Фактично замість світлого іміджу тварини, яка допомагала розмінювати українську землю, почалась нещадна комерційна експлуатація цього образу.

Іншим ганебним явищем стала комерціалізація власне військових та національно-визвольних символів. Ринок заповнили різноманітні невійськові товари, що апелювали до ЗСУ, Степана Бандери, «Червоної калини», послання до русского корабля (без цензури) тощо. Єдиною метою такого кроку ділків вітчизняної комерції було швидке підвищення попиту на свій товар, який зрідка вирізнявся адекватною якістю. Навіть державні установи, зокрема УкрПошта, вдалися до таких дій, випустивши низку «тематичних» марок. Вочевидь, такі заходи створюють ефект символічної інфляції для речей, що мають фактично сакральний характер. Згадані вище символи стали наслідком жертвності, які понесли захисники, підпільники, дисиденти та інші причетні до тривалого у часі визвольного чину українців. Через це у побуті громадян війна починає сприйматись не як трагедія, а якась ігрова ситуація з відповідним реквізитом, який потрібно здобути, щоб бути своїм.

Український приклад не унікальний, оскільки та ж країна-агресор, виробивши ідеологію так званого «победобесія», значно раніше почала експлуатувати патріотичні у московитському розумінні, символи у тамтешній торгівлі та сфері послуг. Для жителів терористичної РФ вже є типовою розпусна клубна вечірка у військовій формі РСЧА під 9 травня, алкогольні сурогати з «георгіївською» стрічкою та дитячі візки у вигляді танка «Т-34».

До експлуатованих байрактарщиною елементів можна віднести наступні:

1) Пов'язані з Силами Оборони (назви підрозділів та військової техніки, військові привітання, імітації мілітарної уніформи у виключно цивільній, навіть дитячій сфері);

2) Дотичні до місць військових злочинів росіян (продукція, що атрибутує у своїй назві топоніми Бахмут, Буча, Маріуполь, Чорнобаївка та ін.);

3) Рефлексовані на українські державні та національні символи (неприйнятне брендування національною символікою харчових, розважальних продуктів та особливо підакцизних товарів);

4) Прив'язані до зразків вітчизняної культури (Брендування пісень «Ой у лузі Червона калина», «Доброго вечора ми з України», вульгарні бренд-алюзії на тему національного одягу);

5) Інші (технологічні, зооморфні та близькі до них типи брендування на кшталт Пес Патрон, Літак «Мрія», тощо).

Байрактарщина у її негативній конотації неодноразово висміювалась не лише у приватному порядку, а навіть у сучасній пісенній творчості. Зокрема у композиціях виконавця Паліндрома «Літній час» та «Все не так погано» є низка критичних рефлексій щодо цього явища [2; 6].

Звісно є і позитивні моменти такого використання українських символів. Наприклад масове поширення у медіапросторі окремих пісень та героїв визвольного руху фактично вивели їх із забуття, до якого доклали зусиль радянські пропагандисти та путінські медіакілери 2000-х рр. Це стимулювало інтерес до нашої недавньої минувшини, оскільки не всі просто є споживачами кітч-брендованої продукції, а завдяки інформаційним технологіям можуть більше дізнаватись про використані образи та символи. Також це значно збільшує рівень обізнаності про війну навіть далеких від політики громадян. Важливо, щоб зароблені кошти на таких символах, які часто мають трагічний характер, вливались не лише у чийсь кишені, а й у фонд нашої оборони та перемоги.

1. Джавеліна, Мрія, Іскандер – незвичайні імена немовлят 2022 року. *УКРІНФОРМ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3649780-dzavelina-mria-iskander-nezvicajni-imena-nemovlat-2022-roku.html>

2. Паліндром – Літній час. *YouTube*. URL: <https://youtu.be/UBfHg7naWdk?si=1eceRxLPw-Gtpr8G>

3. «Привид Києва» та сосиски «Патрончики». як регулювати безтактність у рекламі. *Дзеркало тижня*. URL: <https://zn.ua/ukr/business/privid-kijeva-ta-sosiski-patronchiki-jak-rehuljuvati-beztaktnist-u-reklami.html>

4. «Русское радио» в Україні змінило назву на «Радіо Байрактар». *LB.ua*. URL: https://lb.ua/society/2022/05/19/517342_russkoe_radio_ukraini_zminilo.html

5. «Це просто жакливо!» - пес Патрон обурений танцями аніматорів у його костюмі під Аллегрову. *Telegraf*. URL: <https://telegraf.com.ua/ukr/dnepr/2023-05-05/5790008-tse-prosto-zhakhливо-pes-patron-obureniy-tantsyami-animatoriv-u-yogo-kostyumi-pid-allegrovu>

6. Ship Her Son x Паліндром – Все не так погано. *YouTube*. URL: <https://youtu.be/KthyvTcA3NY?si=-oelqg3Tep4Qr5Hd>