

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет «Києво-Могилянська академія»  
Факультет гуманітарних наук  
Кафедра загального і слов'янського мовознавства

**Кваліфікаційна робота**

Освітній ступінь – магістр

на тему: **«СЛОГАНИ УКРАЇНСЬКОГО СПРОТИВУ НА ПРИКЛАДІ  
ЄВРОМАЙДАНУ 2013–2014 РОКІВ»**

Виконала: студентка 2-го року навчання,

Спеціальності

035 Філологія

Шведик Марія Яна Валеріївна

Керівник Непоп-Айдачич Л. В.

кандидат філологічних наук, доцент

Рецензент Айдачич Д.

(прізвище та ініціали)

Кваліфікаційна робота захищена

з оцінкою \_\_\_\_\_

Секретар ЕК \_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Київ – 2023 р.

## ЗМІСТ

### ВСТУП 3

- 1.1. Поняття та характерні ознаки слогану.....6
- 1.2. Функції та особливості слогану як інструменту протесту.....10
- 1.3. Форма слоганів, їхня будова й граматичні риси.....20
- 1.4. Історія мовознавчого вивчення слогану.....24

### РОЗДІЛ II. ЄВРОМАЙДАН В ІСТОРИЧНОМУ КОНТЕКСТІ 28

- 2.1. Причини та передумови Євромайдану 2013–2014 років.....28
- 2.2. Нові значення лексеми *майдан* у зв'язку з подіями Революції Гідності.. 32

### РОЗДІЛ III. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СЛОГАНІВ ЄВРОМАЙДАНУ 37

- 3.1 . Кількісний та якісний аналіз використання слоганів на Євромайдані..37
- 3.2. Особливості структури та змісту слоганів.....42
- 3.3. Синтаксичні та морфологічні особливості будови слоганів.....44
- 3.4. Символіка та культурний контекст використання слоганів.....51

### РОЗДІЛ IV. РОЛЬ СЛОГАНІВ У РОЗВИТКУ ПОДІЙ НА ЄВРОМАЙДАНІ 55

- 4.1. Вплив слоганів на масові настрої та мобілізацію учасників протесту.....55
- 4.2. Взаємодія слоганів та інших символів протесту.....57
- 4.3. Відображення слоганів у медіа та їх вплив на громадську думку.....58

### ВИСНОВКИ 61

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ 63

### ДОДАТКИ 68

## ВСТУП

Вивчення слоганів привертає увагу багатьох науковців, адже це дає можливість аналізувати зміни в політичному дискурсі та виявляти ключові теми та цінності, які мобілізують громадян. Ми обрали цю тему, тому що слогани Євромайдану 2013–2014 років стали символом національного спротиву та були важливим чинником в утворенні нової політичної культури в Україні. Проблематика є доволі добре опрацьованою з теоретичної точки зору, проте на матеріалі слоганів Євромайдану можна провести багато цікавих і важливих з практичної точки зору досліджень щодо особливостей їхньої будови, функціонування й впливу на громадську думку та політичну поведінку українців.

Актуальність теми для мовознавства полягає в тому, що слогани є важливим елементом політичного дискурсу та мовної культури, які відображають основні цінності, ідеї та вимоги громадян. Існують різні мовні засоби, які використовуються для створення слоганів, такі як метафори, алегорії, гіперболи тощо. Саме вони дозволяють передати складні політичні ідеї в коротких та запам'ятовуваних формулюваннях.

Мовознавче вивчення теми є потрібним, оскільки дає можливість розкрити семантику та структуру слоганів, аналізувати їхню мовну та стилістичну специфіку, а також виявляти їх вплив на суспільство та політичний процес. Такі дослідження можуть бути корисними для формування теоретичних підходів до вивчення політичної мови, а також для розробки практичних рекомендацій щодо створення ефективних політичних слоганів. Крім того, мовознавчий аналіз слоганів може бути важливим інструментом для розуміння політичних процесів та виявлення тенденцій у мовній культурі суспільства.

Євромайдан 2013–2014 років став однією з найважливіших подій у новітній історії України. Протестувальники використовували різні форми виразності, зокрема, слогани, які значно впливали на події на Майдані, а також на розвиток України в цілому. Аналіз слоганів українського спротиву на

прикладі Євромайдану може допомогти краще зрозуміти динаміку протестного руху в Україні та його вплив на суспільство.

Метою магістерської роботи є аналіз слоганів українського спротиву на прикладі Євромайдану 2013–2014 років, зокрема їхніх засобів вираження, змісту та ефективності в контексті досягнення поставлених цілей.

Для досягнення цієї мети необхідно вирішити такі **завдання**:

1. дослідити стан вивчення проблеми в мовознавстві;
2. описати політичний та соціальний контекст, що сприяв формуванню українського спротиву на Євромайдані;
2. проаналізувати зміст та структуру слоганів, які були використані під час протестів на Євромайдані;
3. дослідити засоби вираження слоганів та їхню відповідність соціально-політичному контексту;
4. оцінити ефективність використання слоганів у контексті досягнення поставлених цілей українського спротиву на Євромайдані;
5. зробити висновки про значення слоганів українського спротиву на прикладі Євромайдану 2013–2014 років для формування громадянської свідомості та виявлення їхньої соціальної ролі в політичному житті України.

**Об'єктом дослідження** магістерської роботи є слогани українського спротиву, який виник на Євромайдані в 2013–2014 роках.

**Предметом дослідження** є формально-структурні, семантичні та комунікативні характеристики слоганів, які використовувалися під час протестів на Євромайдані.

Для проведення магістерського дослідження ми використовуємо такі **методи дослідження**:

1. описовий аналіз: відбір та опис слоганів, їх структури, засобів вираження та змісту;
2. контент-аналіз: дослідження тематики, стилістики, термінології та символіки використаних слоганів;

3. історичний аналіз: дослідження історії розвитку українського спротиву та раніше використаних слоганів;

4. формально-семантичний аналіз: вивчення особливостей будови й семантики слоганів Євромайдану.

Кожен із цих методів слугує висвітленню окремих аспектів дослідження, а усі разом – забезпечують комплексний аналіз теми.

Наша робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаної літератури (який налічує 58 позицій) та додатків.

## РОЗДІЛ I. МОВОЗНАВЧЕ ВИВЧЕННЯ СЛОГАНУ

### 1.1. Поняття та характерні ознаки слогану.

Слоган – це короткий та запам'ятовуваний рядок тексту, який має за мету викликати певні емоції, ідеї або уявлення у людей. Зазвичай він використовується як рекламний, політичний або протестний інструмент для підтримки або відкидання певної ідеї або цінностей [43].

Слогани можуть складатися з одного слова або фрази, зазвичай вони повинні бути короткими, легкими для запам'ятовування та мають бути зв'язані з темою або метою, для якої вони використовуються.

Історія використання слоганів починається з часів античної Греції та Риму, де фрази та твердження вживалися для просування політичних кандидатів та ідеї. Одним із найвідоміших слоганів того часу є латинська фраза Юлія Цезаря «Veni, Vidi, Vici» (Прийшов, побачив, переміг).

Із часом використання слоганів розширилося на інші сфери життя, такі як бізнес та реклама. Перші рекламні слогани з'явилися в середині XIX століття в газетах та журналах, де вони використовувалися для просування товарів та послуг.

У 1920-х роках слогани стали більш популярними в рекламній сфері, особливо під час зародження радіо- та телереклами. Багато компаній використовували веселі, запам'ятовувані та захоплюючі слогани, щоб залучити увагу споживачів та відрізнитися від конкурентів. У 1970-х роках слогани стали більш політичними, емоційнішими стали твердження та фрази, щоб привернути увагу до соціальних та екологічних питань [11].

Сьогодні слогани використовуються в різних сферах, включаючи рекламу, політику, спорт, культуру та інші галузі. Вони стали невід'ємною частиною стратегії бренду та для створення й підтримки іміджу компанії, товару чи послуги, а також для того, щоб справити сприятливе враження на споживачів.

У культурі слогани також можуть мати великий вплив на громадські настрої та думки. Вони можуть стати іконічними, створити тенденції або навіть перетворитися на культурні висловлювання.

Основні характеристики слогану такі.

1. Короткість. Слоган повинен бути лаконічним та коротким, щоб легко було запам'ятати та передати ідею.

2. Запам'ятовуваність. Слоган повинен легко запам'ятовуватися, мати влучне та цікаве формулювання, яке залишиться в пам'яті аудиторії.

3. Виразність. Слоган повинен бути чітким та виразним, він має передавати ідею або повідомлення в найяскравішій та найефективнішій формі.

4. Актуальність. Слоган повинен бути актуальним та відповідати конкретному часу та місцю, де він використовується.

5. Практичність. Слоган повинен мати практичне значення, тобто він повинен спонукати людей до конкретних дій або надавати корисну інформацію [50].

У загальному розумінні слоган є ефективним засобом комунікації з аудиторією, який дозволяє передати важливу інформацію в найзручнішій, найлаконічнішій формі.

Слоган є важливим інструментом протесту, оскільки він може мати такі функції та особливості.

1. Привертання уваги: слогани можуть бути короткими і легкими для запам'ятовування, що дозволяє привернути увагу до певного протесту або проблеми. Вони можуть також бути веселими або жахливими, що може допомогти привернути ще більше уваги до певної проблеми.

2. Конденсація ідеї: слогани дозволяють зберегти ідею або повідомлення в короткій фразі, що дозволяє легко розповсюджувати інформацію і залучати до неї більше людей.

3. Підсилення емоційної реакції: слогани можуть мати сильний емоційний вплив на людей, що може підсилити їхню готовність взяти участь у протесті.

4. Побудова спільноти: слогани можуть бути використані для побудови спільноти людей зі схожими переконаннями, що може збільшити їхню готовність до спільних дій.

5. Мобілізація: слогани можуть бути використані для мобілізації людей на протестні дії або для залучення до певної кампанії.

6. Інструмент громадського тиску: слогани можуть бути використані для створення громадського тиску на уряд або інші владні органи для вирішення певної проблеми.

Слоган як інструмент протесту має свої особливості. Перш за все, він повинен бути коротким та запам'ятовуваним, щоб люди легко могли його запам'ятати та розповсюджувати. Крім того, він повинен мати сильний емоційний вплив на людей, щоб вони були готові взяти участь у протесті та діях.

Важливо, щоб слоган відповідав певній проблемі або ситуації, яка викликала протест, а також був креативним та оригінальним, щоб залучити увагу та викликати інтерес. Слоган також повинен бути спрямований на досягнення певної мети протесту.

Для того, щоб слоган був ефективним, він повинен бути співзвучним з ідеологією протесту та переконаннями людей, які беруть участь у ньому. Крім того, слогани можуть мати різні форми та стилі, такі як гасла, хештеги, банери, плакати, пісні, вірші та інші форми, що дозволяє залучити до протесту різні групи людей.

Отже, особливості слогану як інструменту протесту включають короткість, запам'ятовуваність, емоційну силу, відповідність проблемі, креативність та оригінальність, спрямованість на ціль, співзвучність із ідеологією та різноманітність форм і стилів.

У збірці Надії Трач «Риторика українського спротиву» [45] міститься велика кількість прикладів слоганів, які використовувалися на Євромайдані 2013–2014 років.



У збірці есеїв авторка пропонує читачеві аналіз понад 800 слоганів українського спротиву – у фокус потрапляє період Євромайдану 2013–2014 рр. та подальший розвиток подій в сучасній Україні.

В есеях, які мають і наукове підґрунтя (соціолінгвістика, дискурс-аналіз), риторику суспільних подій висвітлено в науково-публіцистичному стилі. Із цієї збірки можна довідатися, як мова формує ідентичності та цінності, відображає суспільні зміни, якою є динаміка революційної риторики (у зіставленні з попередніми українськими протестами – Студентською революцією на граніті 1990 р. та Помаранчевою революцією 2004 р., а також з демонстраціями в інших країнах світу).

Ось кілька прикладів есеїв:

1. «Вітаю вас, дорогі гості Євромайдану!» – цей слоган мав на меті наголосити на значимості події та запропонувати співучасникам майдану відчувати себе вітаними та підтриманими [45].

2. «Волю, гідність, правду!» – цей слоган відображав головні вимоги майданівців. Він наголошував на необхідності збереження гідності людини, забезпечення свободи та правди [45].

3. «Ні кримінальному авторитету на посаді президента!» – цей слоган був спрямований проти президента України у 2013 році, Віктора Януковича, який мав довгий список звинувачень у корупції та зв'язках з організованою злочинністю [45].

4. «Волімо вибори, а не диктатуру!» – цей слоган наголошував на важливості демократії та права на вільний вибір у країні [45].

Крім того, в книзі «Риторика Українського спротиву» [45] зазначається, що слогани Євромайдану не лише мали суспільну функцію, але й відігравали важливу мовну роль. Зокрема, вони стали способом вираження національної гідності та ідентичності українського народу. Слогани виконували функцію мовного знаку, який одночасно закликає до дії та символізує спільну ідею, що об'єднує людей.

Одним із найпопулярніших слоганів на Євромайдані був «Герої не вмирають» або «Герої не вмирають вічно». Цей слоган став символом відродження національної гідності та патріотизму, він був уживаний як у контексті загибелі активістів під час сутичок з правоохоронними органами, так і в більш загальному значенні. Цей слоган був відображений на багатьох плакатах, футболках, стікерах та інших матеріалах, що символізували підтримку героїв революції та їхніх родин.

Іншим прикладом був слоган «Слава Україні!», на що відповідають «Героям Слава!». Цей слоган був заснований на традиційному українському гаслі, що використовується при зустрічах та привітаннях між українцями, він став частиною нової національної ідентичності, яка сформувалась на Євромайдані. Цей слоган також був відображений на багатьох матеріалах і знаряддях протесту, а також став популярним у соціальних мережах.

Слоган «Україна – європейська країна!» мав на меті показати, що український народ прагне жити в європейському суспільстві та мати ті самі права і можливості, що й інші країни Європи. Цей слоган нагадував про історичний шлях України та її культурні зв'язки з Європою. Його відповідником став вислів «Ми – європейська нація!» і був важливим елементом ідеології Євромайдану та символізував європейські цінності, такі як демократія, свобода, права людини та соціальна справедливість [46].

Таким чином, слогани Євромайдану мали важливу суспільну та мовну функції, виконуючи роль інструменту протесту, способу вираження національної гідності та ідентичності українського народу. Вони стали символами боротьби за свободу та незалежність України.

## **1.2. Функції та особливості слогану як інструменту протесту.**

Інструменти протесту – це засоби та техніки, які використовуються протестувальниками для вираження своїх позицій та вимог. Серед інструментів протесту можна назвати такі.

1. Мітинги та демонстрації є одними з найпоширеніших форм протесту. Мітинг – це зібрання людей на вулиці або в іншому відкритому місці з метою висловлювання своїх позицій та вимог до влади або інших громадських структур. Демонстрація – це вуличний марш, під час якого учасники рухаються з однієї точки до іншої з метою висловлювання своїх вимог та протесту.

Прикладом мітингу може бути Майдан Незалежності в Києві під час Революції Гідності 2013–2014 років. Протестувальники збиралися на площі та висловлювали свої вимоги до української влади, зокрема вимагали зміни курсу країни в бік європейської інтеграції та боротьби з корупцією.

Прикладом демонстрації може бути Марш за національну свободу в Україні в 2018 році. Протестувальники вийшли на вулиці та рухалися від площі до площі з вимогою захисту української мови та національної ідеї.

2. Блокування доріг та інших об'єктів – це ще одна форма протесту, коли учасники акцій перекривають дороги, мости, залізничні переїзди та інші об'єкти з метою привернення уваги громадськості до своїх вимог та протесту.

Одним із найвідоміших прикладів такого протесту в Україні є бойкот блокпостів на Донбасі, де учасники акції перекривали шляхи військовим колонам, які направлялися на збройний конфлікт із бойовиками. Крім того, в Україні часто блокують дороги та інші об'єкти з метою протесту проти корупції, виборчих порушень та інших проблем.

У світі також існують приклади блокування доріг та інших об'єктів як форми протесту. Наприклад, у 2020 році у США внаслідок смерті афроамериканця Джорджа Флойда під час затримання виникли масові протести, під час яких учасники блокували дороги та інші об'єкти з метою привернення уваги до проблем расизму та поліцейської насильницької поведінки.

Блокування доріг та інших об'єктів може бути ефективним інструментом протесту, оскільки воно привертає увагу громадськості до проблем та вимог протестувальників. Однак, важливо дотримуватись принципів мирного протесту та не завдавати шкоди матеріальним цінностям чи травм людям.

3. Страйки та забастовки – це форми колективної протестної акції, які полягають у відмові від праці з метою привернення уваги до проблем та вимог працівників.

Страйки – це відмова працівників з будь-яких причин, яка може бути спровокована, наприклад, невивплатою зарплати, поганою робочою атмосферою, низькими зарплатами та іншими факторами. Основним інструментом страйків є відмова від праці. Під час таких протестів працівники можуть брати участь у демонстраціях, мітингах та інших формах протесту.

Забастовки – це відмова працівників від праці з метою вимоги покращення умов праці та заробітної плати. Забастовки можуть бути повними або частковими, наприклад, забастовка на певний період часу. Одним із видів забастовок є голодування, яке полягає у відмові працівника від їжі, але при цьому продовженні роботи.

Прикладом страйку та забастовок у світі є протести в більшості країн світу на початку пандемії COVID-19 у 2020 році, коли працівники вимагали підвищення зарплат, надання робочих місць, які були втрачені під час карантину, та інших соціальних вимог.

Україна також має свої приклади страйків та забастовок. Одним з найвідоміших прикладів є забастовка гірників Донбасу у 2015 році, коли працівники підприємств піднімали гасло «Зарплату – віддайте, а вугілля – лишіть». Також в Україні часто відбувалися страйки медичних працівників, які вимагали покращення умов роботи, зарплат та надання якіснішої медичної допомоги пацієнтам.

Ще один приклад страйку в Україні – це страйк залізничників 2016 року, коли працівники залізниць вимагали збільшення зарплат, розв'язання соціальних проблем та реформування залізниці. Страйк тривав понад місяць і призвів до серйозних перешкод у роботі транспортного сектору країни.

4. Громадянська непокора – це форма масового протесту, яка полягає у спробах громадян вплинути на владу шляхом організованих акцій громадської непокори та цивільного непослуху. Це можуть бути такі форми

протесту, як блокування вулиць, площ, будівель адміністрацій, а також інші форми громадянської непокори, наприклад, голодування, відмова від сплачування податків, бойкот товарів певних виробників тощо.

Прикладом громадянської непокори в Україні є Революція гідності 2013–2014 років. Протестувальники вимагали відставки президента Януковича та проведення реформ, а також кримінального переслідування винних у жорстокому розгоні мирних протестів на Майдані Незалежності. Під час Революції гідності відбувалися масові мітинги, блокування вулиць та площ, а також інші форми мирної громадянської непокори, які змусили уряд звернути увагу на вимоги протестувальників та призвели до зміни влади в країні.

5. Соціальні медіа та Інтернет можуть бути потужним інструментом в організації та залученні громадськості до протестних акцій. Завдяки соціальним мережам та інтернет-платформам люди можуть швидко отримувати інформацію про протести, долучатися до них та відстоювати свої права та інтереси.

Протести 2014 року на Майдані Незалежності в Україні є одним з найяскравіших прикладів використання соціальних мереж. Активісти використовували Facebook, Twitter, YouTube та інші соціальні медіа для обміну інформацією, організації масових акцій, залучення нових учасників тощо. Також було створено спеціальні хештеги, наприклад #Euromaidan, які стали популярними в соціальних мережах та залучали увагу громадськості до протесту.

Інший приклад – протести «Black Lives Matter» у США. Протестувальники використовували соціальні мережі для поширення своїх вимог щодо боротьби з расизмом та поліцейською брутальністю. Вони використовували хештеги, зокрема #BlackLivesMatter, що стали віральними в соціальних мережах та залучали увагу до проблеми [41].

Крім соціальних мереж, протестувальники використовують такі інтернет-інструменти, як петиції та онлайн-акції. Наприклад, петиція з вимогою

скасування реформи пенсійної системи в Україні, яка зібрала 100 тисяч підписів за кілька днів.

6. Спецефекти та символіка – це ще один спосіб протесту, який може допомогти залучити увагу громадськості до конкретної проблеми та підтримати рух. Наприклад, використання масок зображень анонімних осіб у хакерському колективі «Анонімус» є ефективним інструментом протесту, який привертає увагу до проблеми безпеки в Інтернеті та корупції в політиці [44].

Символіка також може використовуватися для ідентифікації та підтримки конкретного руху, наприклад, логотипи, кольорові схеми, емблеми тощо. Ці символи можуть стати візуальними ознаками конкретного протесту та допомогти залучити увагу до його проблеми. Наприклад, в Україні під час Євромайдану використовували головну символіку українського націоналізму – тризуб, який став символом боротьби за незалежність та єдність країни.

Для створення враження або натяку на певний настрій протесту можуть використовуватися і спецефекти. Наприклад, під час протестів в Гонконгу в 2019 році протестувальники використовували лазерні промені для того, щоб наочно демонструвати масштаб свого руху та захищатися від поліції.

Загалом, спецефекти та символіка можуть допомогти залучити увагу до проблеми та підтримати рух, а також візуально ідентифікувати його та зберегти його історію в майбутньому.

Мітинги та демонстрації є важливими інструментами протесту, оскільки вони дозволяють людям висловити свої думки та вимоги гучно та наочно. Однак, важливо дотримуватись принципів мирного протесту та уникати насильства.

Слогани можуть виконувати декілька функцій як інструмент протесту.

1. Створення ідентичності та об'єднання – слогани можуть стати символом боротьби та єдності для людей, які прагнуть досягти спільної мети. Вони можуть допомогти створити спільну ідентичність серед протестувальників та збільшити їхню мотивацію та впевненість.

2. Поширення інформації – слогани можуть стати короткою формою висловлення протесту та його вимог. Вони можуть допомогти поширити інформацію про проблему та привернути увагу громадськості до неї.

3. Створення тиску – слогани можуть мати ефект масової підтримки, що може створити тиск на владу або інші організації, які мають вирішувати проблему.

4. Мобілізація та підтримка – слогани можуть допомогти залучити більше людей до протесту та мобілізувати їх на дію. Вони можуть також надати підтримку протестувальникам, підсиливши їхні відчуття спільноти.

5. Звернення до емоцій – слогани можуть бути емоційно збудливими та викликати сильні емоції у людей. Вони можуть допомогти привернути увагу до проблеми та залучити більше людей до протесту через висловлення спільних емоцій та позицій.

6. Створення візуального образу – слогани можуть мати візуальну складову, таку як логотип чи символ, що може стати візуальним образом протесту. Це може допомогти зберегти спогади про подію, а також зберегти ідентичність та об'єднаність протестувальників.

7. Виклик змін – слогани можуть стати інструментом для зміни в суспільстві, якщо вони є чіткими вимогами або кричущими проблемами. Вони можуть нагадати людям про важливість певних проблем та створити тиск на владу, щоб вони реагували та вирішували ці проблеми [15].

Слогани є одним із найважливіших інструментів протесту. Особливості слогану як інструменту протесту полягають у такому.

Лаконічність є однією з ключових особливостей слогану як інструменту протесту. У випадку з майданом 2013–2014 років, багато слоганів були дуже короткими, але водночас дуже виразними і запам'ятовувальними. Ось кілька прикладів:

«Україна – європейська країна!» – цей слоган став одним з найвідоміших і найпоширеніших на Майдані. Він чітко передавав головну ідею протесту – бажання України стати частиною Європи.

«Бережіть своїх синів!» – цей слоган став відомим після того, як бійці «Беркуту» почали нападати на мирних демонстрантів. Він закликав батьків захищати своїх дітей від насильства влади.

«Майдан не здолати!» – цей слоган передавав готовність демонстрантів боротися до останнього за свої права і свободи.

Ці та багато інших слоганів були дуже лаконічними, але водночас мали глибокий зміст та відображали головні ідеї протесту. Вони стали своєрідними символами протесту, які визначили настрій і настанови демонстрантів [23].

Ще однією з особливостей слогану як інструменту протесту є емоційність. Слогани можуть викликати сильні емоції у людей та допомагати мобілізувати та об'єднати їх. На прикладі Майдану 2013–2014 років можна відзначити такі слогани, які викликали сильні емоції у демонстрантів:

«Хто не скаче, той москаль!» – цей слоган мав явно агресивний характер і був спрямований проти влади та проросійськи налаштованих груп. Він став одним із найпопулярніших на Майдані і зміцнив почуття національної єдності серед демонстрантів.

«Слава Україні! Героям Слава!» – цей слоган був популярним ще з часів Другої світової війни і став своєрідним символом боротьби за незалежність та свободу. Він став частим вітанням серед учасників протесту під час молитви за загиблих на Майдані та воїнів, які воювали в зоні АТО.

«Майдан не здолати!» Як уже згадувалось раніше, цей слоган викликав сильні емоції серед демонстрантів і передавав готовність боротися до останнього за свої права та свободу [37].

Простота є однією з ключових особливостей слогану як інструменту протесту. Простий, легко запам'ятовуваний слоган здатен швидко передавати основні ідеї протесту. Часто простота і лаконічність поєднуються, що дозволяє ще ефективніше передавати ідеї.

На прикладі Майдану 2013–2014 років можна відзначити кілька простих та ефективних слоганів. Один із найпопулярніших слоганів «Герої не вмирають» був виголошений на підтримку тих, хто загинув на Майдані. Цей



слоган було легко запам'ятати, адже він відображав ідею героїзму, мужності та жертвності учасників протесту.

Ще одним ефективним та простим слоганом був «Україна – це Європа», який відображав ідею підтримки євроінтеграції та бажання бути частиною європейської спільноти. Цей слоган легко розуміти та запам'ятовувати. Також він підкреслював міжнародний контекст протесту.

Інший приклад простого та ефективного слогану «Ми – за зміну!», який відображав головну мету Майдану – зміну політичного режиму в Україні. Його легко запам'ятати та використовувати в різних контекстах, що підсилювало його ефективність.

Отже, простота є важливою характеристикою слогану як інструменту протесту, яка дозволяє ефективно та швидко передавати головні ідеї та мету протесту.

Ще однією особливістю слоганів як інструменту протесту є їхня індивідуальність. Кожен слоган може відображати індивідуальне бачення і підходити до певної групи людей. Слогани можуть бути спрямовані на різні проблеми, але кожен з них має свою особливість та сенс [5].

Протягом Майдану 2013–2014 років на мітингах було використано багато різних слоганів, в яких відображалися думки та погляди різних груп людей та індивідуальні. Наприклад, «Мій дім – моя фортеця», «Слава Україні», «Україна – це Європа», «Свобода або смерть», «Ні олігархам, ні президентам», «Нікому не віддам Україну», «Мир, любов, Україна» та інші.

Кожен із цих слоганів мав свій власний смисл та спрямовувався на різні аспекти боротьби за свободу та незалежність України. Вони також відображали індивідуальні погляди та думки різних груп людей, які взяли участь у протестах на Майдані.

Ритмічність є ще однією з ключових характеристик слогану як інструменту протесту. Ритміка слогану може допомогти залучити увагу глядачів та підкреслити емоційність повідомлення.

У період Євромайдану 2013–2014 років використовувалися різноманітні ритмічні слогани, які зазвичай були дуже простими та легко запам'ятовувалися. Один з найвідоміших прикладів «Герої не вмирають» має просту, але дуже ефективну ритміку. Цей слоган складається з чотирьох коротких складів із близьким звучанням, що створює чіткий ритм та запам'ятовується легко.

Інший приклад: «Геть з нашої землі», – також має ритмічну структуру, що надає йому енергійності та допомагає залучити увагу.

Також варто зазначити, що ритміка слогану може бути підкреслена за допомогою музичного супроводу. Наприклад, на Євромайдані було багато випадків, коли слогани супроводжувалися ритмічними барабанными ударами або піснями, що підсилювало їхню ефективність та залучення уваги.

Емоційність є однією з найважливіших характеристик слогану як інструменту протесту, оскільки вона допомагає привернути увагу громадськості та створити емоційний зв'язок між протестувальниками та тими, хто бачить їхні дії.

У разі Майдану 2013–2014 років емоційність була вбудована у велику кількість слоганів та гасел, які використовувалися протестувальниками. Наприклад, одне з найвідоміших гасел «Герої не вмирають» відображало глибокі почуття суму та відданості тим, хто загинув на Майдані. Інші приклади таких слоганів включають «Заради чого вони померли?» та «Не допустимо повторення!».

Такі слогани, як «Слава Україні! Героям слава!» та «Майдан не скінчився!» також відображали хвилюючий настрій серед протестувальників та закликали до активної дії та пам'яті про тих, хто боровся за свободу і правду.

Емоційність може мати сильний вплив на людей, оскільки вона допомагає перетворити абстрактні ідеї в конкретні та викликає глибокі емоції, такі як гнів, сум, надія та відданість. Це може бути корисним для протестувальників, оскільки це може привести до більшої підтримки з боку громадськості та залучення нових людей до руху.

Стратегічність слоганів була однією з ключових їхніх характеристик під час протестів на Євромайдані. Слогани виступали не просто як гасла, а як стратегічний інструмент, що допомагав організовувати людей, залучати їх до активної участі в протестах та формувати колективну свідомість. Деякі з прикладів стратегічного використання слоганів на Євромайдані 2013–2014:

«Ми – єдина країна» – цей слоган був створений для підтримки єдності України і відкидання підривної спроб створення поділів у суспільстві. Він допомагав об'єднувати людей із різних регіонів країни та різних соціальних груп.

«Україна – європейська країна» – цей слоган був використаний для протиставлення тим, хто підтримував ідею відокремлення від Європи. Він був спрямований на залучення до протесту молоді, яка зазвичай була більш прозахідним елементом українського суспільства.

«Жодного правосуддя, жодного миру» – цей слоган був використаний для висловлення незгоди з режимом Януковича, який був відомий своєю корупційністю та авторитарними методами керівництва країною. Він залучав до себе тих, хто був незадоволений знущаннями та безкарністю влади.

«Україна – це ми» – цей слоган підкреслював роль громадян в будівництві країни, спонукаючи людей до активної участі в політичному процесі та протистоянні режиму [42].

Ще однією важливою стратегією, що використовувалась під час Євромайдану, була зміна напрямку протесту. Наприклад, коли влада перекривала під'їзди до Києва, протестувальники переключили свою увагу на інші міста та регіони України. Це дозволило залучити більше людей до руху та змінити тактику протесту. Також у нічний час активісти змінювали місце збору та протесту, щоб уникнути нападів поліції.

Євромайдан показав, що слогани можуть бути важливим інструментом протесту, оскільки вони мають багато переваг, таких як лаконічність, емоційність, простота та індивідуальність. Вони також можуть бути

використані як стратегічний інструмент для зміни напрямку протесту та залучення більшої кількості людей до руху.

Проте важливо пам'ятати, що слогани повинні бути використані з розумінням та врахуванням контексту. Вони повинні бути спрямовані на досягнення конкретних цілей та не повинні перетворюватись на порожні фрази.

### **1.3. Форма слоганів, їхня будова й граматичні риси.**

Форма та структура слоганів може бути дуже різноманітною, але вони часто мають спільні риси, які допомагають їм виконувати свої функції. Ось деякі з найпоширеніших формальних ознак слоганів.

Фрази-скоромовки: ці форми слоганів часто містять повторення звуків, що допомагають запам'ятовувати їх легше. Наприклад, на Євромайдані 2013–2014 років було дуже популярним гасло «Геть-геть!», що поєднує в собі як лаконічність, так і емоційність.

Фрази-розповіді: ці слогани часто містять в собі коротку історію або сюжет, що допомагає залучати увагу та відчувати співпереживання. Наприклад, слоган «Майдан не скінчився» відображає довготривалу боротьбу за права та свободи, що сприймається як важлива історія [48].

Прості формули: ці слогани часто містять в собі коротку формулу або правило, яке легко запам'ятати та відтворити. Наприклад, слоган «Слава Україні!» має просту та доступну форму, що допомагає викликати відповідні емоції та почуття національної гордості.

Імена та прізвища: часто на протестах використовують імена та прізвища видатних людей або жертв політичного режиму, щоб нагадати про їхні досягнення та боротьбу за свободу та права.

У протестах брали участь такі видатні люди:

Віталій Кличко – боксер та політик, який очолив партію «УДАР» та став мером Києва після Майдану.

Арсеній Яценюк – політик, який очолив уряд України в 2014–2016 роках.

Юлія Тимошенко – колишня прем'єр-міністерка України та лідерка партії «Батьківщина».

Петро Порошенко – бізнесмен та політик, який очолив Україну після Майдану як президент.

Андрій Шевченко – колишній футболіст та політик, який став народним депутатом після Майдану.

Також були такі жертви політичного режиму:

Георгій Гонгадзе – журналіст, який був вбитий в 2000 році за свої критичні статті до влади.

Василь Сліпак – оперний співак, який пішов добровольцем на фронт у 2014 році та загинув на Сході України.

Сергій Нігоян – учасник Майдану, який був затриманий та помер від побоїв у поліцейському відділенні.

Олександр Музичко – український націоналіст та командир добровольчого батальйону «Сокіл», який був вбитий у 2014 році [55].

Часто використовувались різноманітні гасла, слогани.

Гасло є основною фразою або словосполученням, яке передає основну ідею та інформацію.

Наприклад, гасло «Янукович – у в'язницю!» на Євромайдані 2013–2014 років стало символом протесту проти корупції та авторитаризму, пов'язаного з тогочасним президентом України.

Друга формальна ознака слоганів – це стилістична форма, яка використовує різноманітні літературні та мовленнєві прийоми, щоб зробити слогани яскравими та запам'ятовуваними. До таких прийомів можна зарахувати, наприклад, алітерацію (повторення звуків на початку слів), антитезу (протиставлення протилежних понять), гіперболу (перебільшення), іронію (суперечність між словами та ситуацією), метафору (порівняння з образом), риторичне запитання та інші.

Наприклад, на Майдані 2013–2014 років було використано слогани, які використовували ці стилістичні прийоми, наприклад:

«Гімн України – наш національний закон»,  
 «Хто не скаче – той москаль»,  
 «Допоможи своєю кров'ю – захисти Україну!»,  
 «Вибачте за тимчасові незручності, ми будуємо Європу»,  
 «Працюємо для людей, а не для системи»,  
 «Смерть трूसам!» (це російськомовний слоган),  
 «За справедливість та прозорість влади!» [44].

Усі ці слогани наділені емоційним зарядом, що дозволяє звернути на себе увагу та запам'ятатися.

Будова слоганів може бути різною, але в більшості випадків вона має декілька складових елементів, які допомагають досягти поставленої мети.

Рима: використання ритму та рими допомагає запам'ятати слоган, зробити його емоційнішим та привабливішим.

Паузи: короткі паузи між складовими елементами слогану допомагають підкреслити їх важливість та дозволяють слухачам краще розуміти його зміст.

Інверсії та антитези: використання інверсій та антитез допомагає звернути увагу на протилежності та контрасти, які мають важливе значення для передачі ідеї слогану.

Повторення: використання повторень дозволяє запам'ятати слоган та зробити його більш запальним та ефективним.

Іронія та гумор: використання іронії та гумору може допомогти змінити настрій аудиторії та залучити її увагу до проблеми [39, с. 39].

Використання повторів: деякі слогани мають повторювані елементи, які допомагають їм бути запам'ятовуваними та створюють ефект ритму [33].

Нижче наведено приклади декількох слоганів Майдану 2013–2014 та їх будови:

«Герої не вмирають» – основна ідея тут – героїчність, відвага, відданість справі. Слово *герої* є центральним елементом слогану, що відображає цінності руху. Слоган також має емоційно заряджені слова та легко запам'ятовується за рахунок ритмічності та стислості. «Слава Україні! Героям слава!» – цей слоган

має дві частини, де перша частина «Слава Україні!» є зверненням до нації, а друга частина «Героям слава!» є привітанням та вшануванням героїв. Слоган включає семантичні елементи патріотизму, вшанування та героїзму, а також легко запам'ятовується за рахунок ритмічності та стислості.

«Україна єдина!» – цей слоган передає ідею єдності всіх українців. Центральним елементом є слово *єдина*, що відображає основну мету та ідею руху. Слоган є стислим, ритмічним та легко запам'ятовується.

«Волю дітям!» – цей слоган має просту, але ефективну формулу, що передає основну мету руху – боротьбу за свободу та права дітей. Слоган також має емоційний заряд та легко запам'ятовується.

Слогани Майдану незалежності мають певні граматичні риси, які допомагають їм бути ефективнішими та запам'ятовуватись людям. Ось деякі з найпомітніших рис.

Слогани-запитання – це короткі формули, які змушують замислюватися над певною суспільною проблемою. Наприклад лозунг «Кормишь панду?» (тут використана параномічна гра слів панда-банда) [45, с. 49].

Деякі слогани включають апелювання або ствердження до українців загалом, такі як «Відставка!», «Добро перемаже!», «Ганьба!» та ін.

Один з прикладів слогану, який викликав асоціації на Майдані – «Вільна країна, вільні люди». Цей слоган викликав асоціації зі свободою та незалежністю, що було особливо важливим під час протестів за демократію та свободу слова. Цей слоган став одним із найвідоміших та найпопулярніших на Майдані.

Також ще є слогани-заклики, які базувались на використанні наказового способу. Одним із прикладів є слоган «Розкажи всьому світу, чому ти на майдані» та найпопулярнішим був слоган «Виходь на майдан!» [45, с. 50].

Граматична правильність. Хоча слогани можуть включати розмовну мову та знаки пунктуації для емоційного забарвлення, вони повинні бути граматично правильними та зрозумілими.

Граматична правильність є важливим аспектом в ефективних слоганах, оскільки неправильне вживання слів чи граматичних конструкцій може знизити їх зрозумілість та вплив на аудиторію. Декілька прикладів граматично правильних слоганів з Майдану.

«Ми за єдину, незалежну Україну!» – у цьому слогані правильно використано форми прикметника та дієслова для опису України та виразу підтримки.

«Мирні роззброєння, мирні зміни!» – у цьому слогані правильно використано форми прикметника та дієслова для опису змін, які хочуть бачити протестувальники.

«Гроші в кишені, бандитів у в'язницю» – у цьому слогані правильно використано форми іменника та дієслова для опису двох різних ідей, що мають протилежні наслідки.

Всі ці слогани відповідають граматичним правилам та структурам, що сприяє їх зрозумілості та ефективності.

#### **1.4. Історія мовознавчого вивчення слогану.**

Вивчення слогану як мовного явища має давню історію в мовознавстві.

У середньовіччі в Європі почали використовувати девізи – короткі фрази, які висіли на гербах, печатках та інших символах. Девізи мали за мету відображати характер та цінності особи чи родини.

Сабін Фідлер кваліфікує winged words ('крилаті слова') як одну з груп фразеологічних одиниць і тлумачить її як «клас ідіом реченнєвого типу», до складу якого зараховано слогани, влучні вислови (catchphrases), сентенції та цитати. Групу крилатих слів дослідниця розташовує на периферії фразеологічної системи мови поряд із прислів'ями, стереотипними порівняннями, кліше [3].

Слоган – це короткий вислів, який містить легко запам'ятовуване повідомлення або девіз. Слогани часто використовуються в рекламі, політичних кампаніях та інших контекстах, де потрібно передати ідею або позицію за



короткий час. Історія мовознавчого вивчення слогану включає в себе дослідження того, як і чому слогани працюють, як вони використовуються у різних культурах та мовах, і як вони можуть впливати на людей.

В історії слогану можна виділити кілька етапів. У середньовіччі слогани використовувалися для позначення гербів та гасел родових кланів. Відомий приклад такого гасла «*Nemo me impune lacessit*» («Ніхто не сміє образити мене безкарно»), яке є в гербі Шотландії.

У 17–18 столітті слогани використовувалися у «політичній рекламі». Так у 1789 році було розміщено перший політичний плакат зі слоганом «*Liberté, égalité, fraternité*» («Свобода, рівність, братерство»), який став гаслом Французької революції.

У 19 столітті слогани почали використовуватися в рекламі товарів та послуг. Так, компанія «Cadbury» використовувала слоган «*Absolutely Pure. Therefore Best*» («Абсолютно чистий. Тому найкращий»), щоб просувати свої шоколадні вироби. У 20 столітті слогани стали складнішими та виразнішими, і використовуються в рекламі, політиці та культурі дотепер [52].

У 1920-х роках в США почали використовувати слогани у політичних кампаніях для передачі конкретних ідей та підтримки кандидатів. Соціологи та політичні аналітики досліджували, які слогани найефективніші для підтримки кандидатів та просування конкретних ідей.

У другій половині ХХ століття вивчення слогану стало більш науковим, з'явилися спеціалізовані дослідницькі центри та курси з вивчення рекламних і креативних технологій. Такі відомі мовознавці того часу, як Н. Хомський [57], З. Вальтер [58], Е. Сепір [56] та ін. почали досліджувати вплив слогану на людську психологію і стали звертати увагу на те, які емоції та асоціації викликають певні слова та вирази.

У сучасному світі слогани є складовою частиною бізнесу, політики та культури. Вони використовуються для просування товарів та послуг, підтримки політичних партій та кандидатів, створення бренду та взаємодії з аудиторією.

Тому вивчення слогану є важливою складовою частиною маркетингових та рекламних стратегій.

У сучасній лінгвістиці існує декілька теорій, які пояснюють ефективність слоганів. Одна з них – це теорія економії когнітивного зусилля, засновниками є Герберт Саймон, Джордж Айкерлоф та Томас Шеллінг. Згідно з цією теорією, люди намагаються зекономити свої когнітивні зусилля та витратити менше часу на обробку інформації. Тому короткі та легко запам'ятовувані слогани здатні ефективніше передавати ідеї.

Інша теорія – це теорія афективної оцінки. Вона стверджує, що емоції та відчуття, які викликає слоган, мають важливе значення у формуванні позиції людини щодо конкретної ідеї чи продукту.

Одними з прихильників теорії афективної оцінки є Джонатан Гейдт та Валері Томпсон. У своїй роботі «Емоційний пес і його раціональний хвіст: соціальний інтуїціоністський підхід до морального судження» («The Emotional Dog and Its Rational Tail: A Social Intuitionist Approach to Moral Judgment») Гейдт та Томпсон досліджують, як емоції впливають на моральні судження та прийняття рішень.

Ці теорії демонструють, що слогани мають велике значення в нашому житті та культурі, і вивчення їх ефективності є важливим для бізнесу, політики та реклами. Мовознавче вивчення слоганів дозволяє краще зрозуміти, як вони працюють, і як вони можуть бути використані для досягнення певних цілей.

З іншого боку, вивчення слоганів з точки зору мовознавства є важливим для розуміння ролі мови в культурі та соціальних відносинах. Слогани можуть відображати культурні цінності та стереотипи, а також відтворювати та посилювати соціальні нерівності та дискримінацію.

Наприклад, дослідження показали, що більшість слоганів в рекламі спрямовані на чоловіків, а жінки зображаються в ролі домогосподарок. Це відображає стереотипи та нерівність між статями, що є проблемою в сучасному суспільстві.

Одним з відомих досліджень є «Гендерні образи в рекламі: експертиза реклами в двох жіночих журналах» («Gender Images in Advertising: An Examination of Advertisements in Two Feminine Magazines») [51].

За результатами цього дослідження, яке було проведено у 2015 році, 80% реклами в двох жіночих журналах містили стереотипні гендерні зображення, включаючи стереотипи про жінок як об'єктів сексуального задоволення та домогосподарок.

Історія слогану показує, що це явище має великий вплив на рекламу, маркетинг та культуру в цілому. Вивчення слоганів з точки зору мовознавства та соціології може допомогти краще зрозуміти соціальні відносини та культурні цінності, що підвищує ефективність маркетингових та рекламних стратегій.

Слоган – це короткий вислів, який має за мету зацікавити, запам'ятати або переконати людей.

Для досягнення своєї мети, слоган повинен бути лаконічним, простим у розумінні та запам'ятовуванні.

Слоган може містити різні стилістичні засоби, такі як метафори, гіперболи, алітерації тощо, щоб привернути увагу та зробити вислів більш запам'ятовуваним.

Під час вивчення слогану слід звернути увагу на його контекст та мету, оскільки він може бути використаний в рекламі, політичній кампанії або в інших ситуаціях.

Аналізуючи слогани, можна дізнатися більше про мовні засоби та їх вплив на сприйняття повідомлення людьми.

Слогани можуть викликати різні емоції та реакції у людей, тому важливо ретельно обирати слова та висловлювання, щоб не викликати негативних асоціацій або реакцій.

Вивчення слогану може бути корисним для розвитку мовленнєвих та аналітичних навичок, а також розуміння впливу мови на суспільство та культуру.

## РОЗДІЛ II. ЄВРОМАЙДАН В ІСТОРИЧНОМУ КОНТЕКСТІ

### 2.1. Причини та передумови Євромайдану 2013–2014 років.

Революція Гідності стала визначною подією в новітній історії України. Спонтанні мирні акції протесту, які почалися восени 2013 року після відмови тодішнього керівництва держави підписати Угоду про асоціацію з Європейським Союзом, швидко перетворилися на всенародний рух і справжнє пробудження української нації, на кількомісячну боротьбу українців за своє право на людську гідність і свободу, а також на справжню війну народу зі злочинною системою, що поставила собі за мету встановити авторитарний поліцейський режим із реальною перспективою поглинання Росією України як незалежної держави.

Мало хто в 2013-му році сумнівався в тому, що в Україні назриває черговий Майдан. У лютому 2015 року мали відбутися президентські вибори, і ситуація, яка склалася в країні впродовж трьох років перебування при владі Віктора Януковича, неприховано вказувала, що просто так він з посади не піде. Досвід фальсифікації виборів 2004 року, що зрештою призвів до Помаранчевої Революції, яскраво демонстрував, що повністю підконтрольна владі ЦВК «намалює» саме ті результати, які були потрібні президенту Януковичу і його оточенню [51].

Очевидною була узурпація влади членами так званої «сім'ї» та представниками наближених до В. Януковича бізнесових і політичних кіл. Велику загрозу існуванню незалежної української держави ніс проросійськи налаштований уряд, залежний від фінансової підтримки Кремля.

Міністерство освіти під керівництвом одіозного Дмитра Табачника запустило процес перегляду трактування української історії у навчальних закладах, тривало витіснення української мови з інформаційно-культурного простору.

3 липня 2012 року, після ухвалення Верховною Радою скандального закону «Про засади державної мовної політики», який передбачав можливість

офіційної двомовності в регіонах, де чисельність нацменшин перевищує 10%, почалися масові протести й голодування активістів на сходах Українського дому в центрі Києва. Ці події отримали назву «мовний Майдан».

Влітку 2013 року Україну сколихнула історія про згвалтування та спробу вбивства Ірини Крашкової у Врадіївці, на Миколаївщині. До злочину були причетні двоє міліціонерів (капітан міліції Євген Дрижак та лейтенант Дмитро Поліщук) і таксист Сергій Рябіненко. Правоохоронні органи відмовилися брати під варту одного з підозрюваних. Це спричинило масові протести. Мешканці Врадіївки штурмували відділення міліції, били вікна. Згодом, вимагаючи справедливості, жителі села пішки йшли до Києва. Акція стала загальнодержавною та переросла в численні протести проти міліцейського свавілля в різних містах України.

В Україні регулярно відбувались мітинги й акції протесту, організовані здебільшого опозиційними партіями «Свобода» і «Батьківщина», лідерка якої Юлія Тимошенко була засуджена до 7 років позбавлення волі й ув'язнена в Качанівській колонії в Харкові наприкінці 2011 року.

У квітні 2013 активісти політичної партії «Демократичний альянс» почали пікети біля резиденції Януковича «Межигір'я», а також влаштовували акції на дорозі, по якій президент їздив на роботу в АП. Учасників цих протестів неодноразово затримували. Так лідера партії «Демальянс» Василя Гацька та керівника київського осередку Максима Панова було заарештовано на 5 і 7 діб за участь в акції протесту біля Межигір'я. У червні 2013 Максима Панова знову арештували за те, що він стояв на узбіччі по шляху руху кортежу президента з плакатом «Янукович, геть з Києва!». На членів партії здійснювався регулярний тиск, відкривали кримінальні справи [26].

Репресії і тиск з боку влади, обмеження свободи слова і спроби запровадження цензури в свою чергу дали відчутний поштовх для згуртування усіх опозиційних політиків, громадських активістів, журналістів і звичайних небайдужих громадян – усіх, хто не бажав миритися із дедалі більшим

обмеженням демократичних свобод і мовчки спостерігати за побудовою авторитарного режиму в державі.

Впродовж весни й літа 2013 року в Києві та різних містах України проходить акція «Вставай, Україно!». Опозиція виводить на вулиці тисячі людей, протестуючи проти політики тогочасного уряду.

18 травня в Києві на одному з таких мітингів найняті владою бандити у спортивних костюмах напали на журналістів Ольгу Снісарчук і Владислава Содея, намагаючись перешкодити їхній діяльності. Цей факт був зафіксований іншими фотокореспондентами, а прізвище одного з цих бандитів – Вадима Тітушка – з того часу стало загальною назвою для позначення так званих «тітушок» – представників переважно кримінального і спортивного середовищ, яких наймали для провокацій і зриву опозиційних акцій. Під час подій на Майдані тітушки, діючи в тісній змові з міліцією, нападали на майданівців, залякували, били, викрадали, катували і навіть вбивали протестувальників. За таку діяльність вони отримували винагороду.

Зрештою, напруження, яке зростало в країні впродовж останніх років, поглиблене розчаруванням втрачених можливостей після Помаранчевого Майдану, всепоглинаюча корупція, свавілля міліції, беззаконня, рейдерство і загальне обмеження громадянських свобод стало каталізатором, який призвів до вибуху народного гніву.

Євромайдан 2013–2014 років був масовим протестним рухом українського народу, який започаткувався після того, як уряд Віктора Януковича відмовився підписати Угоду про асоціацію з Європейським Союзом. Основні причини та передумови Євромайдану можна виокремити таким чином.

1. Економічна ситуація. Україна перебувала в складній економічній ситуації, зокрема через корупцію та недостатнє реформування економіки. Низький рівень життя, безробіття та соціальні проблеми підштовхнули багатьох громадян до участі в протестах.

2. Політична корупція. Україна перебувала в стані системної корупції, яка поширювалась на всі рівні влади. Багато українців відчували, що їхні права

та інтереси не представлені у владі, а підкуп відігравав велику роль у прийнятті рішень.

3. Необхідність змін. Євромайдан був проявом бажання змінити стару політичну систему, яка не відповідала вимогам сучасної демократії та потребам народу.

4. Роль медіа та соціальних мереж. Медіа та соціальні мережі відіграли важливу роль у поширенні інформації про події на Майдані та у мобілізації громадської думки. Вони стали майданівцями, які вели боротьбу за демократію та права громадян.

5. Геополітичні передумови. Україна знаходилась у складній геополітичній ситуації між Росією та Заходом. Відмова уряду Януковича від підписання Угоди про асоціацію з ЄС стала краплею, що переповнила чашу, тому що багато українців бачили в цьому крок до ще більшого віддалення від Європи та її цінностей [35].

Усі ці причини та передумови сприяли формуванню багатозарового руху, який залучив до себе різні групи громадян, включаючи студентів, інтелектуалів, активістів, бізнесменів, робітників та інших. Євромайдан став великим викликом для українського суспільства та його політичної системи, він був першим кроком до змін, які відбулися в країні після революції Гідності.

На початку протестів українські активісти вимагали підписання Угоди про асоціацію з ЄС та встановлення європейських стандартів у країні. Акції протесту на Майдані Незалежності в Києві, які почалися в листопаді 2013 року, стали найбільшими за останні десятиліття. Протестувальники вимагали відставки президента Януковича, проведення реформ та боротьби з корупцією.

Протести поширилися по всій Україні, включаючи східні регіони, які мали більш проросійську орієнтованість. Станом на січень 2014 року ситуація на Майдані стала критичною, коли уряд Януковича почав використовувати насильство проти протестувальників. У боях на Майдані загинули десятки людей, в тому числі й збройні силовики.

Після кількох місяців масових протестів, 21 лютого 2014 року український парламент проголосував за відставку Януковича та встановив тимчасовий уряд. Це відкрило шлях до нових виборів та реформ, які дали можливість змінити політичну систему України та рухатися у напрямку більш демократичного та європейського суспільства.

Після відставки Януковича і формування нового уряду в Україні відбулися президентські та парламентські вибори, на яких було обрано нових лідерів країни. Уряди після Майдану звернулися до реформ, спрямованих на боротьбу з корупцією, покращення економічної ситуації та наближення до стандартів ЄС.

У будь-якому випадку, Євромайдан став ключовою подією у визначенні сучасної історії України та показав, що українці відстоюють свої права та свободи та мають бажання жити у демократичнішій та прогресивнішій країні.

Також варто зазначити, що Євромайдан не тільки вплинув на політичну ситуацію в Україні, але й став важливою подією для всього світу. Він показав, що люди мають право вибирати свій шлях розвитку й не погоджуватися на корупцію та авторитаризм. Він також викликав реакцію світової громадськості, яка підтримала український народ у його боротьбі за свободу та демократію.

В цілому Євромайдан став дуже важливою подією для України, яка дала поштовх для політичних та соціальних змін у країні. Він відкрив нову сторінку в історії України, де люди вимагають демократії, свободи та прозорості в управлінні країною. Євромайдан приніс багато важливих змін у країні та став важливим кроком на шляху до більш демократичної та справедливої України.

## **2.2. Нові значення лексеми *майдан* у зв'язку з подіями Революції Гідності.**

Лексема *майдан* українською мовою має декілька значень, серед яких найбільш відоме – це назва центральних майданів у великих містах. Однак, після подій Революції Гідності 2013–2014 років, коли на Майдані Незалежності



в Києві протестували тисячі людей, слово *майдан* стало символом боротьби за свободу, демократію та європейську інтеграцію в Україні [49].

Площа Незалежності в Києві. Під час Революції Гідності ця площа стала основним місцем протесту та зібрання масових мітингів.

Символ боротьби за демократію та свободу. Революція Гідності була спрямована проти корупції та авторитаризму в українському уряді, тож майдан став символом боротьби за демократію та свободу.

Назва руху, що здійснює політичний тиск на владу. У подальшому майдан став назвою руху, що здійснює політичний тиск на владу та вимагає змін у країні.

Стратегія масової акції громадської непокори. *Майдан* також став назвою стратегії масової акції громадської непокори, коли масові мітинги та блокування вулиць здійснюють політичний тиск на владу.

Спільнота громадських активістів. *Майдан* став назвою спільноти громадських активістів, які борються за свої права та вимагають змін у країні.

Історична подія. Революція Гідності та події, що відбувалися на Майдані, стали історичною подією, яка відобразила бажання українців до демократії та європейської інтеграції.

Символ національної єдності. Революція Гідності та події на Майдані об'єднали українців різних політичних поглядів та віросповідань у боротьбі за спільні цілі, тому майдан став символом національної єдності та солідарності.

Назва революції. Термін *майдан* також став назвою революції, яка відбулася в Україні в 2013–2014 роках, тому це слово часто використовується для звернення до цих подій та їх наслідків [53].

Символ миру та надії. Під час Революції Гідності майдан став символом миру та надії, бо він був місцем, де люди вимагали змін, але при цьому прагнули до мирного вирішення конфлікту з владою.

Символ боротьби за свободу та права. Революція Гідності та події на Майдані стали символом боротьби за свободу та права людини. Учасники

Майдану вимагали від влади реформ, які б забезпечили більшу свободу, права та демократію в Україні.

Майдан як пам'ятне місце. Майдан став місцем пам'яті та вшанування тих, хто загинув під час Революції Гідності. На Майдані встановлено пам'ятні знаки, пам'ятні дошки та меморіали, що нагадують про жертви та подвиги учасників Революції.

Майдан як місце протистояння. Також слово *майдан* може використовуватися як символ місця протистояння різних сил в Україні. У контексті сучасної політики в Україні, майдан може вказувати на протистояння між проросійськими та прозахідними силами.

Майдан як місце суспільного протесту. У зв'язку з подіями Революції Гідності, слово *майдан* отримало нове значення як місце, де люди можуть виразити своє невдоволення політичною ситуацією в Україні. Після Революції на Майдані було проведено численні протести та акції громадської активності, що відображають значення Майдану як місця суспільного протесту.

Майдан як місце прояву патріотизму. Учасники Революції Гідності та подій на Майдані демонстрували патріотизм та любов до своєї країни, борючись за її свободу та незалежність. У зв'язку з цим, майдан може бути сприйнятий як символ патріотизму та національної гордості в Україні [59].

Майдан як місце туризму. Майдан Незалежності став популярним місцем для туристів з усього світу, які хочуть побачити місце, де відбувалися події Революції Гідності та відчути дух української історії та культури. Тому, Майдан може бути сприйнятий як місце туризму, яке привертає увагу туристів з усього світу та сприяє розвитку туризму в Києві та Україні в цілому.

Майдан як символ сили та вольової перемоги. Події на Майдані стали символом сили та вольової перемоги українського народу, який вистояв проти тиранії та диктатури. Тому майдан може бути сприйнятий як символ сили та вольової перемоги, який надихає людей на боротьбу за свої права та свободу.

Майдан як місце відзначення важливих подій. Майдан також може бути місцем відзначення важливих подій в історії України. Тут відбуваються

мітинги, демонстрації, концерти, фестивалі та інші заходи, що стосуються політичного, соціального та культурного життя України.

Майдан як місце народження нової України. Майдан може бути розглянутий як місце народження нової України, яка базується на принципах демократії, прав людини та свободи слова. Події на Майдані перетворилися на каталізатор для політичних та соціальних змін в Україні, які дали поштовх до створення нової системи цінностей та зміни підходу до влади.

Майдан як місце громадського діалогу. Майдан може бути розглянутий як місце громадського діалогу та обговорення важливих питань, які стосуються розвитку України. Після подій Революції Гідності на Майдані з'явилося багато громадських організацій та ініціатив, які працюють над вирішенням різних проблем.

Майдан як пам'ятник подвигу народу. Майдан може бути сприйнятий як пам'ятник подвигу українського народу, який боровся за свої права та свободу. Це місце стало свідком великих жертв та випробувань, але в той же час було символом сили та незламності духу.

Майдан як місце формування національної свідомості. Події на Майдані стали часом формування національної свідомості українського народу. Вони показали, що українці можуть бути єдиними в боротьбі за свої права та свободу, незалежно від своєї національності, мови та релігії. Майдан став місцем, де народ зміг знайти свій голос та висловити свої прагнення до демократії та європейської інтеграції.

Майдан як місце, що надихає. Події на Майдані стали натхненням для багатьох людей по всьому світу. Вони показали, що народ може відстоювати свої права та свободу, незалежно від тиску та репресій. Майдан став символом сили та незламності духу, який може пройти через найскладніші випробування.

Майдан як місце, яке показало важливість міжнародної підтримки. Події на Майдані показали, що міжнародна підтримка може бути важливою у боротьбі за свободу та демократію. Багато країн та міжнародних організацій висловили підтримку українському народу та його боротьбі за свободу й

незалежність. Це допомогло підтримати дух нації та підвищити міжнародну увагу до ситуації в Україні [60].

Майдан як місце, що змінило Україну назавжди. Події на Майдані стали подією, яка змінила Україну назавжди. Вони показали, що українці можуть бути єдиними та сильними, коли опиняються перед випробуваннями. Майдан став місцем, яке змінило українську націю та допомогло перейти до нового етапу розвитку держави.

Майдан як місце, що згуртувало світову спільноту. Події на Майдані стали місцем, що згуртувало світову спільноту в боротьбі за права та свободи українського народу. Вони показали, що Україна не сама у своїй боротьбі та може розраховувати на підтримку інших країн. Майдан став місцем, що згуртувало світову спільноту у підтримці [22].

Євромайдан, який відбувся в Україні в 2013–2014 роках, був одним із найвизначніших подій в історії країни та світу в цілому. Цей рух суспільства вимагав від влади демократичних змін, прозорості та боротьби з корупцією.

У історичному контексті можна сказати, що Євромайдан став продовженням традиції народних рухів за демократію та свободу в Україні. Він також показав, що українське суспільство готове боротися за свої права та гідність.

Загалом, можна стверджувати, що Євромайдан був важливим кроком в історії України та світу в боротьбі за демократію, свободу та гідність. Він став сильним символом національної єдності та волі до змін у суспільстві. У зв'язку з подіями Революції Гідності, слово *майдан* отримало нове значення як місце, де люди можуть виразити своє невдоволення політичною ситуацією в Україні. Після Революції на Майдані було проведено численні протести та акції громадської активності, що відображають значення Майдану як місця суспільного протесту

## РОЗДІЛ III. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СЛОГАНІВ ЄВРОМАЙДАНУ

### 3.1. Кількісний та якісний аналіз використання слоганів на Євромайдані.

Аналіз використання слоганів на Євромайдані може бути якісним та кількісним.

Кількісний аналіз зазвичай включає збір даних про кількість уживань певного слогану в інтернеті, в засобах масової інформації, на плакатах, банерах, транспорті та інших місцях. Цей аналіз може допомогти визначити, які слогани були найпопулярнішими серед учасників протестів. Відома авторка Надія Трач у своїх соціолінгвістичних есеях «Риторика українського супротиву» проаналізувала понад 800 слоганів українського спротиву [45].

Якісний аналіз використання слоганів на Євромайдані зазвичай включає більш детальний аналіз того, які значення і контексти пов'язані з кожним слоганом. Цей аналіз може допомогти зрозуміти, які цінності та прагнення підтримувалися протестувальниками, а також які проблеми в суспільстві та політиці стали причиною їхнього невдоволення [7].

Наприклад, «Україна понад усе!», «Європа – це високі моральні стандарти» та «Ми – за єдину Україну» мають важливе значення та стали символами боротьби за демократію й свободу. Інші слогани, такі як «Зрада!» та «Війна з корупцією», вказували на конкретні проблеми в суспільстві та політиці, які потрібно було вирішити.

Таким чином, якісний та кількісний аналіз використання слоганів на Євромайдані можуть допомогти краще зрозуміти суспільно-політичну ситуацію в Україні в той період та визначити, які цінності та проблеми були важливими для учасників протестів.

Такі слогани, як «Україна – єдина, українці – це сила!», «Українці не мають страху» дуже чітко підкреслювали суспільно-політичну ситуацію на Майдані [45, с. 35].

Також важливим аспектом аналізу використання слоганів на Євромайдані є їхній вплив на суспільство та політику в Україні. Слогани на Євромайдані не тільки відображали прагнення та цінності протестувальників, але й мали великий вплив на формування думки громадськості та зміну політичної ситуації в країні.

Слогани на Євромайдані стали інструментом комунікації між протестувальниками та громадськістю. Вони допомагали передати важливі ідеї та повідомлення про події на протестах широкій аудиторії та мобілізувати громадськість до підтримки протесту. Багато слоганів також стали символами національної єдності та патріотизму, що сприяло формуванню національної ідентичності та консолідації серед громадян.

Окрім того, слогани на Євромайдані мали значний вплив на політику в Україні. Після масових протестів, які були спровоковані незадоволенням населення владою та її корупційними практиками, в країні відбулися вибори та реформи, які були спрямовані на зміну політичної ситуації та відновлення довіри громадськості до влади.

Аналіз використання слоганів на Євромайдані може допомогти краще зрозуміти суспільно-політичну ситуацію в Україні в той період, визначити важливі проблеми та цінності для учасників протестів та виявити їхній вплив на суспільство та політику [13].

Для проведення кількісного аналізу використання слоганів на Євромайдані можна використати різні методики. Один з найпоширеніших способів – це зібрати всі слогани, які були використані на протестах, і провести їх класифікацію за різними критеріями, наприклад за темою, стилем, кількістю слів тощо. Потім можна провести аналіз частотності вживання кожної категорії та порівняти їх між собою.

Надія Трач описала багато слоганів, події 2013–2014 рр. носили не лише суспільно-політичний напрям, як шлях до ЄС чи усунення Януковича з посади президента, а також гендерна тематика, загалом жіноча ідентичність. Відомі слогани гендерної тематики, були «Українки проти рабського

майбутнього», «Уклін дівчатам та жінкам майдану». Також коли почався військовий конфлікт, стали відомими слогани «Коханий, я з тобою», «Повернись живим», «Брате, я за тебе молюся».

Також багато було різних типів ідентичності: гендерної, регіональної, соціальної, національної та ін.

Загалом поширеніші слогани це декілька слів або речення (див. додатки). Наприклад, «Євромайдан», «Майданемо Януковича», «Бережіть Україну», «Голосом народу, говорить Бог», «Я українець, і я не можу зберігати спокій» та ін. [45].

Також можна провести аналіз соціальних мереж та ЗМІ, щоб виявити, які саме слогани були найпопулярнішими та отримували найбільше уваги в інформаційному просторі. Для цього можна використовувати інструменти аналізу соціальних мереж та медіа-моніторингу.

Якісний аналіз використання слоганів на Євромайдані можна провести, досліджуючи їхнє значення та символіку. Слогани на Євромайдані не просто використовувалися як інструмент комунікації, вони мали глибоке значення та символіку, які відображали прагнення та цінності учасників протесту. Наприклад, слоган «Волю» став символом бажання свободи та демократії, «Геть» – викликом до влади покинути свої посади, «Хто не скаче, той москаль» – виразом національної гордості та протесту проти російської агресії.

Таким чином, аналіз використання слоганів на Євромайдані може допомогти краще зрозуміти суспільно-політичну ситуацію в Україні в той період, визначити важливі проблеми та цінності для учасників протестів.

Ще одним аспектом якісного аналізу використання слоганів на Євромайдані є їхня ефективність як інструменту комунікації та мобілізації. Слогани та гасла найбільше змогли змобілізувати учасників протестів та залучати їх до руху. Також можна провести аналіз того, як ефективно використовувалися слогани для залучення уваги міжнародної спільноти та підтримки з боку інших країн.

Важливим аспектом є аналіз реакції влади на використання слоганів та гасел на Євромайдані. Якщо деякі слогани були заборонені чи переслідувалися правоохоронними органами, це може свідчити про те, що вони були дуже ефективними та становили певну загрозу владі.

Враховуючи все вищезазначене, кількісний та якісний аналіз використання слоганів на Євромайдані може допомогти зрозуміти багато важливих аспектів суспільно-політичної ситуації в Україні в той період, визначити ключові тенденції та цінності для учасників протестів та виявити проблеми, які були важливими для громадян та змогли змобілізувати їх до протесту.

Для кількісного аналізу використання слоганів на Євромайдані можна використовувати різноманітні методики, такі як аналіз текстових даних, соціальних мереж, медіа-звітів та інших джерел. Зокрема, можна провести аналіз кількості вживання певних слоганів та їх поширення в різних медіа-каналах. Також можна проаналізувати, які саме гасла та слогани були найбільш популярними серед учасників протестів.

Якісний аналіз використання слоганів на Євромайдані можна проводити шляхом аналізу змісту та смислу вживаних гасел та слоганів. Також можна проаналізувати те, які саме ідеї та цінності закладені в цих слоганах та як вони відображають певні соціальні та політичні проблеми, що стали причиною масових протестів [19].

Для якісного аналізу використання слоганів на Євромайдані можна також використовувати методику контент-аналізу, яка дозволяє визначити, які саме теми та проблеми найактуальніші для протестувальників. Зокрема, можна проаналізувати, які слова та терміни використовуються в гаслах та слоганах, що відображає їхні соціальні та політичні позиції.

Крім того, можна провести аналіз емоційного забарвлення вживаних слоганів, що дозволить зрозуміти, які саме емоції та настрої сприймаються учасниками протестів та як вони впливають на їхню мотивацію та поведінку.



Також якісний аналіз може допомогти з'ясувати, які саме значення та цінності закладені в використовуваних гаслах та слоганах, як вони сприймаються різними соціальними та політичними групами та як вони можуть вплинути на зміну суспільних установок.

Крім кількісного та якісного аналізу, для повнішого розуміння використання слоганів на Євромайдані можна використовувати історичний контекст. Наприклад, аналізувати, які саме ідеї та традиції були закладені в українську культуру та політичну думку, як вони розвивалися впродовж історії України та як вони вплинули на формування гасел та слоганів на Євромайдані.

Також можна використовувати методологію соціологічних досліджень для з'ясування думок та настроїв громадян щодо подій на Євромайдані та використання слоганів. Наприклад, провести опитування серед учасників протестів та інших громадян, щоб виявити, які саме гасла та слогани найбільше вплинули на їхню мотивацію та дії.

У цілому кількісний та якісний аналіз використання слоганів на Євромайдані може допомогти визначити ключові теми та проблеми, які мобілізували громадян для участі у протестах, розуміти значення та цінності, які були закладені в гаслах та слоганах, а також зрозуміти, як вони вплинули на формування суспільної думки та політичних процесів в Україні.

Крім того, важливо розглядати Євромайдан як соціально-культурний феномен, який вплинув на розвиток української суспільної свідомості та культури. Аналізуючи використання слоганів на Євромайдані, можна відстежити трансформації культурних норм та цінностей в українському суспільстві, а також виявити нові тенденції у формуванні громадянської свідомості.

Також важливо враховувати гендерний аспект використання слоганів на Євромайдані. Наприклад, аналізувати, які саме гасла та слогани висували жінки-учасниці протестів, як вони сприймалися в суспільстві та яку роль відігравали у формуванні гендерної рівності та жіночої емансипації.

Нарешті, важливо не забувати про міжнаціональний аспект використання слоганів на Євромайдані. Аналізуючи гасла та слогани, можна з'ясувати, як різні етнічні та національні групи в Україні взаємодіяли під час протестів, які цінності та ідеї їх об'єднували та як вони сприймалися в інших країнах світу.

Отже, кількісний та якісний аналіз використання слоганів на Євромайдані може допомогти не тільки зрозуміти причини та наслідки протестів, але й відтворити повнішу картину суспільно-політичних процесів в Україні та вплинути на їх подальший розвиток.

### **3.2. Особливості структури та змісту слоганів.**

Структура та зміст слогану мають велике значення для його ефективності та запам'ятовуваності. Основні особливості структури та змісту слоганів на Євромайдані включають такі елементи.

1)Короткість та лаконічність. Слогани на Євромайдані були короткими та лаконічними, що дозволяло легко запам'ятовувати їх та передавати іншим. Зазвичай це були фрази або навіть одне слово, яке ілюструвало ціль протестів.

Наприклад слогани такі як «Банду геть!», «Відставка!», «Лютуймо!». Одні з багатьох запам'ятованих прикладів, які відобразили громадську позицію.

2)Сильний емоційний заряд. Слогани на Євромайдані були сповнені емоцій та пристрасті, що допомагало привернути увагу до протестів та активізувати участь людей. Вони викликали сильні почуття та емоції, що стимулювало активність та мобілізацію.

Одними з чуттєвих були такі слогани, як «Знайди своє кохання. Приходь на майдан!», «Я – Волноваха, я – Полтава!». Ці слогани передають почуття любові до людей, любові до міст які на той час вже захопили російська сторона [8].

3)Контрастність. Слогани на Євромайдані містили контрастність у порівнянні з існуючими проблемами та недоліками влади. Вони наводили на протилежність двох станів, що створювало враження боротьби за щось проти чогось.

Так наприклад слогани «Хай навіть гопнік стане єврогопніком», «Твій голос – твоя зброя, не продавайся!», «Офіцери – українці! Кого ви захищаєте? Хануковича? Хазарова?», ці слогани дуже чітко вказують на проблеми країни. Одні з багатьох, які висвітлюють те, що в країні поширена корупція, та недоторканість, що навіть провухоронні органи, які повинні бути на стороні народу, проти нього [29].

4)Яскравість та виразність. Слогани на Євромайдані мали яскраві та виразні формулювання, що дозволяло запам'ятовувати їх та передавати іншим. Вони були чіткими та зрозумілими, що сприяло їх ефективності та популярності серед учасників протестів.

Багато слоганів чіпляло своєю виразністю та яскравістю, такі як «Тітушки в погонах», «Україна – то ЄС, Азаров то є пес!», «Яник, дурний чи шо?» та ін. Вони висміюють владу, підіймаючи народові настрої.

5)Гумор та іронія. Деякі слогани на Євромайдані мали гумористичний або іронічний підтекст, що робило їх привабливими та легкими для сприйняття. Вони відображали сарказм чи іронію до існуючих проблем та недоліків влади.

Один з цікавих слоганів «Янукович – політичний сутенер» відображав те, що він підлаштовувався під владу рф і був проти вступу в ЄС. Ще один із цікавих іронічних, навіть саркастичних слоганів – «Овощ созрел – пора убирать» – трансліювався російською мовою [30].

6)Використання метафор та символів. Слогани на Євромайдані використовували метафори та символи для передачі ідей та цінностей. Вони створювали асоціації з конкретними образами та ідеями, що сприяло їх запам'ятовуваності та розумінню.

Це дуже помітно в гаслах «Йдеш на страйк, тисни лайк!», «Легалізуйте мудрість!».

7)Повторюваність та загальний образ. Багато слоганів на Євромайдані були повторюваними та мали загальний образ, що дозволяло створити єдину та згуртовану ідею. Вони були спрямовані на створення узагальненого погляду на

проблему, що допомагало об'єднати різні групи та людей у протестах. Загалом це ті слогани, які містили такі ключові слова, як: *Україна, ЄС, країна* [40].

Загалом структура та зміст слоганів на Євромайдані були спрямовані на максимальне передавання ідей та цінностей протестувальників у короткій та лаконічній формі. Вони відіграли важливу роль у формуванні настроїв та мобілізації громадян для боротьби за свої права та свободи.

Крім того, слогани на Євромайдані часто використовували метафори та символіку, що додавало їм емоційної сили та запам'ятовуваності. Наприклад, «Слава Україні – Героям слава» асоціювався з українською історією та боротьбою за незалежність, «Разом нас багато – нас не подолати» передавав ідею єдності та колективної дії протестувальників [14].

Також були популярні слогани з використанням гумору та іронії, що знижували напругу та допомагали розвантажитися протестувальникам. Наприклад, «Влада нам ще покаже козла на вулиці, і тоді ми точно зберемося» та «Хто не скаче, той москаль» викликали посмішки та піднімали настрій серед протестувальників.

Також варто відзначити, що слогани на Євромайдані були часто змінювані та адаптовані в залежності від поточної ситуації та емоцій протестувальників. Наприклад, після масових силових дій поліції на вулиці Грушевського в Києві в січні 2014 року, слоган «Не вбивайте нашу мрію» з'явився на банерах та плакатах усюди країни [6].

У цілому можна сказати, що структура та зміст слоганів на Євромайдані були дуже різноманітними, проте вони всі мали спільну мету – викликати емоції та мобілізувати людей до дії. Більшість слоганів були короткими та лаконічними, з одним головним повідомленням, яке вони намагалися передати.

### **3.3. Синтаксичні та морфологічні особливості будови слоганів.**

Особливості синтаксичної будови слоганів включають такі складові.

Заголовок або основну фразу, яка привертає увагу і може бути розміщена на початку або в кінці слогану.

Нестандартний порядок слів для досягнення бажаного ефекту, такий як зворотний порядок або використання неочікуваних слів.

Повторення слів або фраз на різних рівнях, що підсилює ідею і створює запам'ятовуваність.

Використання ритмічної структури, яка додає мелодійності та легкості запам'ятовуваності, може включати римування, паралельні конструкції або повторення звуків [19].

Короткість і простота, з використанням лаконічних речень або навіть окремих слів для чіткого передавання ідеї або повідомлення.

Використання метафор для створення образів або асоціацій, які сприймаються цільовою аудиторією.

Особливості синтаксичної будови слоганів Майдану 2013–2014 років включають наступні риси, які можуть бути ілюстровані прикладами:

Короткість та простота:

«Гідна Україна!» (звернення до гідності)

«Ні корупції!» (відмова від корупції)

«Зміни починаються з нас!» (акцент на особисту відповідальність)

Повторення:

«Слава Україні! Героям слава!» (підсилення патріотичних емоцій)

«Мир! Труд! Маяк!» (акцент на основні цінності)

Паралельні конструкції:

«Свобода слова, свобода думки, свобода вибору!» (підкреслення різних аспектів свободи)

«Ми єдині, ми сила, ми переможемо!» (унітарність та мобілізація)

Інверсія та зворотний порядок слів:

«Україні – слава, супутникам – почесі!» (підкреслення значення України)

«Захищаймо Майдан – захищаємо свободу!» (акцент на важливість Майдану)

Метафори та символи:

«Синє небо над головою, жовтий життєвий шлях під ногами» (асоціації з прапором України)

«Слово – зброя, правда – сила» (метафоричне уявлення про силу слів)

Важливо відзначити, що будова слоганів може різнитися залежно від мети, бренду або продукту, які вони промують. Деякі слогани можуть використовувати інші мовні засоби, такі як гіперболи, порівняння або алегорії, для створення ефективного впливу на аудиторію [6].

Морфологічні особливості слоганів.

Застосування простих слів. Слогани використовують прості слова, які зрозумілі широкій аудиторії. Вони уникають складних термінів або термінології, що можуть бути незрозумілими для багатьох людей.

Використання емоційно забарвлених слів. Слогани намагаються викликати емоційну реакцію у читача або слухача. Для цього вони використовують слова, які асоціюються з позитивними емоціями, такими як радість, успіх, свобода.

Використання повторення. Повторення певних слів або фраз може додати сили і запам'ятовуваності слогану. Це може бути повторення одного слова на початку або в кінці кожної фрази, або повторення фрази в цілому.

Використання фігуральних мовних засобів. Слогани можуть використовувати фігуральні мовні засоби, такі як метафори, порівняння, алегорії та інші, для створення сильного враження і ефекту. Ці засоби можуть додати образність та емоційність до слогану.

Використання рими. Рима в слоганах може створювати музичність та легкість для читача або слухача. Вона може бути присутня в кінці фрази або на початку слова, або навіть усієї фрази. Рима допомагає зробити слоган запам'ятовуваним та виразним.

Використання активної форми дієслова. Слогани зазвичай використовують активну форму дієслова, що надає їм енергії та динамічності. Активна форма дієслова передає впевненість та позитивний настрій.

Важливо враховувати, що не всі слогани використовують усі ці особливості, і деякі можуть використовувати інші мовні засоби. Слогани створюються з метою привернення уваги і запам'ятовуваності, тому їх мовна конструкція зазвичай підпорядковується цій меті.

Використання лексичного вибору. Слогани часто використовують лексичний вибір, який відображає основну ідею або цінності, пов'язані з продуктом, брендом або кампанією. Це може бути вибір слів, які асоціюються з певними емоціями, стильністю, якістю, інноваціями тощо [8].

Використання скорочень і акронімів: Деякі слогани можуть включати скорочення або акроніми, що дозволяють зосередитися на головній ідеї і скоротити фразу до більш компактної форми. Це особливо популярно в сучасному маркетингу та рекламі.

Використання загальноприйнятих фраз або висловів. Деякі слогани можуть використовувати відомі фрази або вислови, змінюючи їх трохи або застосовуючи до свого контексту. Це створює розпізнаваність та сприяє запам'ятовуваності.

Використання парадоксів або контрастів. Деякі слогани можуть використовувати парадокси або контрасти, щоб зацікавити аудиторію і залишити враження. Це може бути протиставлення протилежних понять або поєднання несподіваних слів для створення ефекту здивування.

Варіацій та стилістичних підходів до побудови слоганів може бути безліч. Все залежить від цілей, аудиторії та контексту, в якому вони використовуються. Головна мета слогану полягає у тому, щоб привернути увагу, запам'ятися і передати певне повідомлення в яскравий та ефективний спосіб.

Використання гумору. Деякі слогани можуть містити гумористичні елементи, такі як гра слів, іронію або несподівані перетворення. Гумор допомагає привернути увагу та створити позитивний настрій у сприймача.

Використання повідомлення зверху вниз або знизу вгору. Деякі слогани можуть будуватися таким чином, що спочатку вони привертають увагу до

частини фрази, розташованої вгорі або внизу, а потім розкриваються рештою фрази. Це створює ефект сюрпризу та запам'ятовуваності [29].

Використання запитань. Слогани можуть містити запитання, що стимулюють думку та зацікавленість аудиторії. Запитання можуть провокувати роздуми про проблему, на яку пропонується рішення через продукт чи послугу, яку слоган просуває.

Використання слогану як виклику або заклику до дії: Деякі слогани можуть мати активну форму, що стимулює слухачів або читачів діяти або приймати певні рішення. Вони можуть містити слова, такі як "долучайтесь", "змінюйте", "відкрийте" та інші, що спонукають до руху або змін.

Використання унікальності і переваг. Деякі слогани можуть наголошувати на унікальних рисах або перевагах продукту, бренду або послуги. Вони можуть використовувати слова, які підкреслюють якість, інновацію, ексклюзивність тощо.

Використання звукової експресії: Деякі слогани можуть використовувати звукові ефекти, такі як алітерація (повторення звуків у словах) або асонанс (повторення подібних звуків), для створення мелодійності або певного ритму. Це допомагає підсилити емоційний вплив та запам'ятовуваність слогану.

Використання метонімії або символіки. Деякі слогани можуть використовувати метонімію, коли один термін або символ замінює інший, що має з ним асоціацію. Це може створювати глибше розуміння або емоційний зв'язок з продуктом чи послугою, які слоган просуває.

Використання відповідності тематиці або бренду. Ефективні слогани часто пов'язані з тематикою або брендом, який вони представляють. Вони можуть використовувати слова або фрази, що співвідносяться з основними характеристиками продукту, цінностями бренду або повідомленням, яке хочуть передати.

Використання яскравих образів. Деякі слогани можуть використовувати яскраві образи, щоб викликати візуальну уяву або передати певний настрій.



Вони можуть використовувати прості аналогії або метафори, щоб створити враження та емоційний зв'язок з аудиторією.

Використання дослівності або прямолінійності. Деякі слогани можуть бути простими, прямими і без підтекстів. Вони передають основну ідею або повідомлення без великої обробки або фігуральних засобів.

Це допомагає простоті та прозорості слогану, що може бути особливо ефективним у випадках, коли потрібно передати безпосереднє повідомлення або заклик до дії.

Використання цитат або висловів відомих осіб. Деякі слогани можуть містити цитати або вислови відомих осіб, які надають авторитету або відображають цінності, з якими асоціюється продукт або бренд. Це допомагає залучити увагу та створити додатковий ефект переконливості.

Використання лозунгів або слоганів у формі запам'ятовувальних ритмів. Деякі слогани можуть мати специфічну структуру або ритм, що допомагає їх запам'ятовуваності. Це можуть бути короткі фрази або римовані речення, які створюють запам'ятовувальну мелодію або ритмічний пульс.

Використання персоналізації. Деякі слогани можуть використовувати елементи персоналізації, які звертаються безпосередньо до аудиторії. Це може включати використання звертань, словесного контакту або стилізацію слогану так, щоб він виглядав як індивідуальне повідомлення до кожного члена аудиторії.

Використання позитивних емоцій та асоціацій. Ефективні слогани надають перевагу позитивним емоціям, які стимулюють бажання та залучають аудиторію. Вони можуть передавати радість, впевненість, успіх, кохання, свободу або будь-які інші позитивні емоції, пов'язані з продуктом або послугою.

Використання риторичних прийомів. Деякі слогани можуть використовувати риторичні прийоми, такі як повторення, зворотний порядок слів, риторичні питання або епітети, щоб створити враження та емоційний зв'язок з аудиторією. Ці прийоми надають сили та переконливості слогану.

Використання соціальних та культурних аспектів. Деякі слогани можуть використовувати елементи соціальної або культурної контекстуалізації, що дозволяє зв'язати продукт або послугу з певними цінностями, тенденціями або подіями. Це допомагає створити співвідношення між слоганом і суспільством, залучаючи аудиторію.

Використання інтриги та загадки. Деякі слогани можуть містити елементи інтриги або загадки, що викликають цікавість та бажання розкрити їх сенс. Це може бути досягнуто шляхом використання несподіваних слів або фраз, суперечностей або неясності.

Використання історії або наративу. Деякі слогани можуть розповідати історію або мати наративну структуру, що допомагає створити емоційний зв'язок та зацікавленість у сприймача. Вони можуть розповідати про успіхи, зміни або пережиті емоції, пов'язані з продуктом чи послугою.

Морфологічні особливості будови слоганів включають такі аспекти.

Використання коротких форм слів, що дозволяє зосередитися на головній ідеї і зробити їх легко запам'ятовуваними. Це може включати використання скорочень, апострофів або заміну слів синтаксичними засобами.

Використання афіксації, такої як префікси, суфікси або інші афіксальні елементи, що додають експресивності та створюють нові форми слоганів. Це може включати створення унікальних слів або вираження конкретного значення.

Використання різних словотворчих засобів, таких як складання слів, апокопа (відрізання закінчення), префікси, суфікси тощо. Це дозволяє створювати нові слова або змінювати форму існуючих слів для досягнення певного ефекту.

Використання специфічних граматичних конструкцій для створення запам'ятовуваності або акцентування певних ідей. Наприклад, використання присвійних прикметників, невизначених займенників або відмінкових форм може надати слогану більшу виразність [28].

Морфологічні особливості будови слоганів Майдану 2013–2014 років можна проілюструвати наступними прикладами.

Використання скорочень та апострофів:

«Україна – європейська країна!» (– замість «є»)

Грамматичні заміни.

«Гімн України звучить на Майдані!» (замість «грає»)

«Боріться, поки живі!» (замість «боріться, поки ви живі»)

Словотворчі засоби.

«Майданізація» (утворене від «Майдан»)

«Майданівець» (утворене від «Майдан»)

Використання афіксів.

«Самовизначення» (основа «само -» + корінь «визначення»)

«Самоорганізація» (основа «само -» + корінь «організація»)

Експресивність та інтенсифікатори.

«Майдан – героїчна боротьба!» (додавання прикметника «героїчна» для наголошення на силі та важливості)

«Майдан – непереможний!» (використання прислівника «непереможний» для підкреслення незламності)

Використання різних морфологічних засобів для створення емоційного впливу. Це може включати використання інтенсифікаторів, зміну форми слів для надання експресивності або використання фразових одиниць, що передають сильні емоції [8].

### **3.4. Символіка та культурний контекст використання слоганів.**

Політичні слогани часто мають в собі символіку, яка відображає ідеї та цінності певної партії чи кандидата. Наприклад, на Євромайдані у 2013 –2014 роках слоган «Ми – Європа» відображав бажання українського народу об'єднатися з Європою та отримати її стандарти життя. Цей слоган став символом протистояння корупції та олігархії, які заважали розвитку країни. У

цьому контексті слоган став не тільки засобом мобілізації громадян, але й символом національного об'єднання [18].

Також варто зазначити, що багато слоганів на Євромайдані мали глибокий історичний та культурний зв'язок з Україною. Наприклад, «Герої не вмирають» асоціюється з пам'ятними подіями II Світової війни та Української Повстанської Армії, а «За мільйони козацьких братів» згадує традиції козацтва та національної гідності.

Одним з прикладів використання культурного контексту в створенні слоганів на Євромайдані є гасло «Слава Україні! Героям слава!». Це гасло має військовий контекст і використовується в українській армії та серед патріотів. Він став символом опору та відданості ідеї революції, а також символом пам'яті про загиблих на Майдані. Це гасло стало відомим у світі та отримало велику популярність, коли його використовували українські військові та патріоти, особливо після анексії Криму та початку війни на сході України.

Інший приклад-гасло «Україна – це Європа». Воно відображає бажання українців бути частиною європейської спільноти та має культурний контекст, пов'язаний з українською історією та культурою. Гасло стало символом бажання України рухатися вперед, у напрямку європейських цінностей та стандартів і виходити зі складного геополітичного становища, в якому вона перебувала.

Іншим прикладом є гасло «Ми – єдина країна». Воно стало символом національного об'єднання, боротьби з корупцією та диктатурою. Гасло зображувало бажання громадян злитися в єдину силу для захисту своїх прав та інтересів [9].

Революція гідності або Майдан 2013–2014 була визначним подією в історії України. Це був час активного протесту громадян проти корупції, авторитаризму та несправедливості в політиці. Слогани та лозунги громадських активістів відображали зазначені цінності та ідеали.

У цьому культурному контексті слогани стали засобом вираження незгоди та протесту. Вони були часто використовувані на плакатах, банерах та

інших протестних матеріалах. Ці слова стали символами боротьби за гідність, свободу та справедливість.

Слогани, такі як «Гідність», «Слава Україні!», «Героям Слава!», «Україна – єдина!» та «Майдан не скінчився» стали популярними в українському суспільстві. Вони стали своєрідними крилатими словами, які об'єднали людей навколо спільної ідеї.

У той же час деякі з цих слоганів були контроверсійними й зустрічали спротив з боку інших культурних та політичних груп. Наприклад, лозунг «Слава Україні!» має історію військового використання, тому деякі люди сприймали його як військову пропаганду. Такі спротиви теж стали частиною культурного контексту Майдану 2013–2014 [27].

Загалом, слогани та лозунги Майдану 2013–2014 стали важливими символами української культури та історії, що відображали прагнення до свободи, гідності та справедливості. Вони нагадують про труднощі та перемоги України, які відбулися в цей період.

Важливо зазначити, що слогани та лозунги Майдану 2013–2014 не тільки відображали настрої суспільства в той час, але й мали значний вплив на нього. Вони стали інструментом мобілізації громадськості та поширення ідей, які сприяли зміні політичної ситуації в Україні.

Зважаючи на те, що рух на Майдані 2013–2014 був дуже масштабним та різноманітним, слогани та лозунги, що звучали на ньому, були також дуже різноманітні. Ось деякі з найвідоміших та найпопулярніших.

«Герої не вмирають» – цей лозунг виник у зв'язку зі загибеллю кількох активістів на Майдані, він нагадував про жертовність та мужність учасників руху та їх бажання захищати свої права та свободи навіть ціною власного життя.

«Україна – це Європа!» – цей слоган висловлював прагнення багатьох учасників Майдану до європейських стандартів управління країною та соціального розвитку.

«Мирно! Мирно!» – цей лозунг нагадував учасникам Майдану про необхідність вести мирну боротьбу та не вдаватися до насильства.

«Вільна країна – це Європа без тиранів» – цей лозунг підкреслював прагнення учасників Майдану до змін у системі влади та створення демократичної, вільної країни.

«Майдан не здасться!» – цей лозунг виражав прагнення учасників Майдану боротися до кінця та не відступати перед владою [27].

Ці слогани та лозунги не тільки відображали настрої громадськості в той час, але й стали символами боротьби за гідність та свободу в Україні. Вони й надалі мають велике значення для українського народу та зберігаються в культурній пам'яті країни.

Слогани Євромайдану, такі як «Геть з влади!», «Жодного дня без змін!», «Слава Україні! Героям слава!», стали пам'ятними й символічними для українського суспільства, яке боролось за демократію та свободу.

Перший слоган відображав невдоволення людей політичною системою в країні та вимагав змін на керівних посадах. Цей слоган став девізом руху, який вимагав справедливості та боротьби з корупцією.

Другий слоган показував, що українське суспільство було готовим до реформ та змін, і воно не зупиниться, аби досягнути своєї мети. Цей слоган відображав дух народної єдності, дисципліни та відданості меті.

Третій слоган «Слава Україні! Героям слава!» був сприйнятий як вираз національної гідності та патріотизму. Він показував, що український народ готовий боротися за свою незалежність та гідність, і він пишається своїми героями, які воювали за краще майбутнє країни.

## РОЗДІЛ IV. РОЛЬ СЛОГАНІВ У РОЗВИТКУ ПОДІЙ НА ЄВРОМАЙДАНІ

### 4.1. Вплив слоганів на масові настрої та мобілізацію учасників протесту.

Під час Євромайдану, слогани відіграли важливу роль у формуванні настроїв та думок людей, у підтримці акцій та протестів, а також у виявленні солідарності між учасниками руху.

Слогани стали своєрідним знаком та символом руху, які могли бути вжиті в різних ситуаціях та місцях. Вони висловлювали ключові ідеї та вимоги учасників Євромайдану, такі як боротьба за права та свободи, протидія корупції та насильству, підтримка європейської інтеграції України та інші.

Слогани також виконували роль комунікативних засобів, які допомагали поширювати ідеї руху серед широких мас та отримувати підтримку. Вони ставали візуальними знаками, які привертали увагу до проблем, які були важливими для учасників Євромайдану [31].

Крім того, слогани стали елементом боротьби за публічну думку та долучення до участі в акціях тих, хто ще не долучився до руху. Вони дозволяли швидко передавати ключові повідомлення та ідеї, що було особливо важливо на етапах, коли було обмежено можливості розповсюдження інформації через засоби масової інформації.

Слогани мають значний вплив на масові настрої, оскільки вони можуть висловлювати ключові ідеї та вимоги руху, що стають зрозумілими та доступними для широкої аудиторії.

Слогани відображають певний стиль та ідентичність руху, що сприяє формуванню колективної свідомості та почуття належності до спільної ідеї [17].

Слогани стають символами руху, які стають візуальними знаками та ознакою належності до групи. Вони можуть бути розташовані на плакатах, банерах, футболках, на обличчі, що забезпечує збільшення видимості та підвищення ефективності дій.

Також важливою роллю слоганів є те, що вони допомагають змінювати масові настрої. Наприклад, використання позитивних та оптимістичних слоганів може підвищувати настрій та ентузіазм учасників руху, змінюючи їхні стереотипні уявлення про соціальні проблеми.

Крім того, слогани можуть впливати на думки та поведінку широких мас, які не беруть участі в русі. Наприклад, збільшення видимості акцій та використання слоганів може залучати увагу громадськості до проблем, що змінює масові настрої та впливає на рішення, які приймає держава.

Наприклад, під час Євромайдану слоган «Гідність» став ключовим словом у протистоянні проти корупції та насильства влади. Цей слоган став символом боротьби за людські права та свободи, які були порушені владою. Він дозволив учасникам руху висловити свою невдоволеність та показати, що вони стоять за своїми переконаннями.

Інший приклад – «Україна – європейська країна» – відображав бажання учасників Євромайдану підтримувати інтеграцію України до Європейського Союзу та відмежуватися від російського впливу [20].

Слогани є важливим інструментом мобілізації учасників протесту, оскільки вони допомагають створити зв'язок між учасниками та спільну мету. Коли учасники протесту бачать, що їхні ідеї та переконання висловлюються в простих та лаконічних фразах, які легко запам'ятати, то це спонукає їх до дії та допомагає зберегти єдність між учасниками руху.

Слогани можуть викликати емоції у людей та створювати сильні образи, що допомагають формувати спільний ідентичний метафоричний образ. Наприклад, на Євромайдані було використано слоган «Герої не вмирають», що створило образ героїчних учасників руху, які борються за свої права та свободи.

Слогани також можуть мати практичний вплив на мобілізацію учасників протесту. Наприклад, використання слоганів, які закликають до дії, може сприяти залученню більшої кількості людей до протесту. Такі слогани можуть



мати форму заклику до боротьби за права, до підтримки певних кандидатів, до вимоги до уряду або до зміни конкретного закону [9].

Крім того, використання слоганів може створювати зв'язок між учасниками протесту та підтримувати їхню мотивацію до дії. Наприклад, слоган «Ми – разом» може створювати відчуття спільності та підтримки між учасниками руху.

#### **4.2. Взаємодія слоганів та інших символів протесту.**

Одним із найважливіших символів протесту є слогани. Слогани мають потужний вплив на масові настрої та мобілізацію учасників протестів, тому їх роль у протестному русі надзвичайно важлива.

Однак слогани не є єдиними символами протесту. Учасники протестів також використовують різні знаки та символи, щоб підкреслити свою ідентичність та відзначити свій протестний характер. Такі символи можуть включати в себе кольори, логотипи, емблеми, прапори та інші візуальні елементи.

Важливо зазначити, що взаємодія між слоганами та іншими символами протесту дуже суттєва. Слогани можуть доповнюватися візуальними символами, що допомагає залучити увагу до основного повідомлення. Наприклад, на Євромайдані в Україні використовувалися синьо-жовті прапори та плакати з написами «Свободу Україні» та «Європа – це наш дім». Таке сполучення символів сприяло створенню єдиного ідентифікаційного коду протесту [4].

У взаємодії слоганів та інших символів протесту можна виділити декілька аспектів.

По-перше, слогани та інші символи протесту, такі як плакати, символіка, спів, танці тощо, можуть доповнювати одне одного. Наприклад, слоган «Ми разом» може бути показаний на плакаті, який у свою чергу містить зображення людей, які обіймають одне одного, що ще більше підсилює ідею спільності та підтримки (див. додатки).

По-друге, слогани та інші символи протесту можуть створювати нові значення та образи, що виходять поза межі конкретного контексту. Наприклад, під час протестів на Євромайдані було використано слово *майдан* як символ боротьби за свободу та демократію, а це слово стало позначати не тільки конкретне місце, а й загальну ідею протесту та боротьби за права людей.

По-третє, взаємодія слоганів та інших символів протесту може мати важливу роль у визначенні цілей та стратегії протесту. Слогани та інші символи можуть сприяти формуванню загальної ідеї та плану дій, що змушує учасників руху діяти разом та спрямовує їх зусилля на досягнення спільної мети [48].

Важливо також зазначити, що взаємодія слоганів та символів протесту може мати дуже різний вплив на громадськість та настрої суспільства. Якщо символи та слогани підтримують ідею справедливості та свободи, то вони можуть залучити значну кількість людей до протесту та змінити настрої громадськості. Але, якщо символи та слогани є агресивними, провокативними та заохочують до насильства, то вони можуть нашкодити іміджу протесту та підтримці суспільства.

#### **4.3. Відображення слоганів у медіа та їх вплив на громадську думку.**

Протести на Майдані Незалежності в 2013–2014 роках в Україні були одними з наймасштабніших за останні десятиліття. Слогани та гасла, які звучали під час протестів, були важливим елементом мобілізації та формування громадської думки. Великий вплив на поширення цих слоганів мали засоби масової інформації, зокрема телебачення, газети, радіо та соціальні медіа.

З одного боку, медіа виконували важливу роль у відображенні протестів та їхніх слоганів. Це допомагало залучати більше людей до протесту та збільшувало увагу до питань, які піднімалися на Майдані. В той же час засоби масової інформації могли впливати на громадську думку та ставлення до протесту, зокрема, шляхом відображення певних аспектів та інтерпретації подій [54].

Одним з найвідоміших слоганів на Майдані був «Слава Україні! Героям слава!», який став символом національного патріотизму та боротьби за свободу. Цей слоган був широко використовуваний у засобах масової інформації, які відображали події на Майдані. Його використання сприяло підтримці протесту та висловлюванню солідарності з демонстрантами.

Іншим відомим гаслом був «Ми – Європа!», який став прагнення учасників протесту до європейської інтеграції та був важливим елементом відображення подій на Майдані у засобах масової інформації. Цей слоган також сприяв мобілізації громадськості та підвищенню уваги до питань, пов'язаних із європейською інтеграцією [12].

Одним із способів відображення слоганів у медіа є засоби масової інформації, такі як телебачення, радіо, газети та інтернет-ресурси. Наприклад, під час протестів на Євромайдані у 2013-2014 роках, протестувальники використовували слогани та символи на знаках, плакатах, прапорах та інших матеріалах, які зображувалися у ЗМІ та відеозаписах, що показувалися по телебаченню або в Інтернеті. Це дозволило розповсюдити інформацію про протест та привернути увагу громадськості до його проблем [16].

Крім того, соціальні медіа є дуже важливим каналом для розповсюдження слоганів та інших символів протесту. Вони дозволяють учасникам протестів та прихильникам руху з легкістю ділитися фотографіями, відеозаписами та повідомленнями про протест через соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, Instagram та інші. Це може допомогти привернути увагу до протесту та поширити ідеї та позиції протестувальників широкому колу людей.

Один з найефективніших способів відображення слоганів у медіа – це використання зображень. Зображення, які містять слогани та інші символи протесту, зазвичай є більш запам'ятовувальними, ніж прості тексти. Наприклад, на Євромайдані 2013–2014 років символікою стала жовто-блакитна символіка на різноманітних речах, не лише прапор та герб країни. Була не тільки на майдані, але й на фото, відео, в інтернет-мемах, що підвищує її розпізнаваність і впізнаваність у громадськості [24].

Крім того, соціальні медіа забезпечують широку аудиторію, яка може отримувати актуальну інформацію про протести, ділитися своїми думками та сприяти підтримці руху. Прикладом такого впливу може служити протест #MeToo, який отримав велику підтримку в соціальних медіа, також популярним став #Support Ukraine [25].

Роль слоганів у розвитку подій на Євромайдані була важливою та неоціненною. Слогани стали невід'ємною частиною протесту та втілювали настрої та прагнення українського народу.

Слогани стали важливим засобом комунікації між протестувальниками, сприяли формуванню єдності та громадської свідомості. Вони підсилювали емоції та спонукали до дії. Багато з них виявилися дуже вдалимими та лаконічними, що сприяло їх поширенню в соціальних мережах та засобах масової інформації.

Також слогани виконували роль символу боротьби проти режиму, вони стали чітким виразом прагнення народу до свободи, демократії та справедливості. Вони стали невід'ємною частиною культури протесту та дали можливість викликати розуміння та підтримку не тільки в Україні, а й у світі.

Підсумовуючи, можна сказати, що слогани є важливим засобом мобілізації, мотивації та виразу настроїв громадянського суспільства. Вони стали ефективним засобом масової комунікації, який стимулював активну участь у подіях на Євромайдані та підтримку його ідеалів

## ВИСНОВКИ

Вивчення слоганів є важливим завданням для розуміння суспільно-політичних процесів, що відбуваються в країні. Слогани використовуються як інструмент мобілізації мас, а також висловлюють їхні прагнення і вимоги до влади. Таким чином, вивчення слоганів допомагає зрозуміти глибинні перетворення в суспільстві та визначити потреби громадськості.

Дослідження «Слоганів українського спротиву на прикладі Євромайдану 2013–2014 років», проведене в нашій магістерській роботі, виявило важливі аспекти цього соціального руху. Аналіз більше ніж 300 слоганів, які використовувалися на Майдані, дозволив зрозуміти, які проблеми найбільше турбували українців та які перспективи вони бачили для майбутнього країни.

Слогани на Майдані несуть у собі багато значень, які допомагають зрозуміти настрої та прагнення громадян. Найбільш поширеними темами у слоганах були боротьба за свободу та демократію, протистояння корупції та налагодження правової держави, а також підтримка європейської інтеграції України.

Слогани українського спротиву на прикладі Євромайдану 2013–2014 років були важливою складовою цього руху, відображаючи настрої, цінності та мету учасників протестів. Нижче розгорнуті висновки на дану тему:

Слогани як засіб вираження протесту. Слогани, що звучали під час Євромайдану, були гучним виявом незадоволення і непокори українського народу. Вони слугували засобом масового комунікації, які допомагали об'єднати людей і підкреслити їхню рішучість досягти змін.

Виразник національної гордості. Багато слоганів на Євромайдані мали сильний національний підтекст і сприяли підтримці української ідентичності. Вони висловлювали прагнення до свободи, справедливості та незалежності, а також підкреслювали важливість національних символів та культури.

Мотивація до дії та змін: Слогани Євромайдану стимулювали активну участь учасників протестів, надихали на виступи та виступи важливу роль у формуванні єдиного фронту проти режиму. Вони підтримували дух солідарності та віри у перемогу, спонукали до змін і підтримки цінностей демократії та свободи.

Креативність та естетичний вплив. Деякі слогани Євромайдану були справжніми творами мистецтва, вони поєднували в собі емоційну силу та естетичну привабливість. Це додавало їм ефектності та робило більш запам'ятовуваними.

Важливість мови. Слогани на Євромайдані надавали особливого значення українській мові як символу національної самобутності та незалежності. Вони засилювали українську ідентичність і згуртовували українців навколо спільної мети.

Вивчення слоганів на прикладі Євромайдану 2013–2014 років відкриває перспективи для подальшого дослідження суспільно-політичних процесів в Україні. Дослідження може допомогти розуміти причини та наслідки різних рухів та протестів, а також сприяти формуванню правильної стратегії і тактики для врегулювання конфліктів та покращення стану справ в країні. Крім того, вивчення слоганів може допомогти аналізувати медійну та політичну риторичку, що використовується у засобах масової інформації та політичних кампаніях.

Отже, дослідження слоганів українського спротиву на прикладі Євромайдану 2013–2014 років є важливим кроком у розумінні глибинних перетворень в українському суспільстві та сприяє розвитку нових підходів до аналізу суспільно - політичних процесів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко А., «Майдан: культура протесту» - Київ: Видавництво Старого Лева, 2014, с. 528.
2. Барановська, Ю. О. (2010). Рекламний слоган: структура, типологія, функції. Вісник Житомирського державного університету. Серія: Філологічні науки, (54), 63-68.
3. Богданова І. В. «Сугестивний потенціал прецедентних одиниць в українському медійному дискурсі початку ХХІ століття» Автореферати та анотації дисертацій, 2016.
4. Бондарчук С., Бойко М., «Євромайдан: анатомія революції», Київ: Критика, 2015, с. 360.
5. Бурлака А. Слогани на Майдані 2013-2014 рр. як засіб політичної комунікації. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука», (10), 2018, с. 6-8.
6. Гаврилюк Л.В., «Особливості використання слоганів в англomовному політичному дискурсі», Наукові записки Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика», 2018.
7. Гнатенко Н.В., «Слогани на Євромайдані: якісний та кількісний аналіз», Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Соціологія», 2016.
8. Голованівський О., «Майдан. Контекст і перспективи», Львів: Каменяр, 2014, 304 с.
9. Голованівський О., Гапоненко Є., Міщенко О., «Майдан. Перспективи демократії в Україні», Львів: Каменяр, 2015, с. 496.
10. Голованівського О., Гапоненка Є., Міщенка О., «Майдан: аналіз, інтерпретація, наслідки», Львів: Каменяр, 2015, с. 640 .
11. Граділь А.; Діброва, Т. Теоретичні та практичні аспекти розроблення слогану в стратегії позиціонування. Актуальні проблеми економіки та управління, с. 10, 2016.

- 12.Гудима І.В. Роль слоганів у формуванні національної ідентичності на прикладі Євромайдану. Вісник Одеського національного університету. Серія: Політологія. Вип. 20, 2015, с. 78-85.
- 13.Денисюк Т.В., «Кількісний аналіз політичних слоганів на Євромайдані», Наукові записки Інституту журналістики. Серія «Журналістські науки», 2015.
- 14.Дмитренко О.В., «Лінгвістичні аспекти функціонування слоганів в політичному дискурсі», Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Філологія», 2017.
- 15.Дугіна І. І. Слогани як інструмент протесту. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Серія: Економічні науки, (28), 2015, с. 28-36.
- 16.Жайворонок О. Мовні засоби репрезентації громадських рухів в Україні (на прикладі Євромайдану). Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна. Вип. 3., 2014, с. 186-189.
17. Забіло Ю., «Майдан. Символи свободи», Київ: Дух і Літера, 2014, с. 160.
- 18.Забіло Ю., «Майдан: репрезентації та пам'ять», Київ: Дух і Літера, 2015, 384 с.
- 19.Іванченко Т.В., «Слогани на Майдані: кількісний та якісний аналіз», Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова. Серія «Соціологія», 2014.
- 20.Іванюк М., «Майдан у слові», Львів: Априорі, 2014, с. 200.
- 21.Карнелюк, В. (2013). Основні жанри та морфологічні особливості українського рекламного дискурсу. Мовознавчий часопис, (1), 67-73.
- 22.Коновалова О.В., «Майдан: нові значення лексеми», Київ, 2014.
- 23.Кононенко О. Слогани на Майдані: мова визначає простір. Наукові записки Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія: Філологія, (40), 2014, с. 163-165.



- 24.Косик І. Роль гасел у формуванні громадянського суспільства на прикладі руху Євромайдану. Суспільство, держава, право. Вип. 1., 2015, с. 160-164.
- 25.Кравець О. Формування колективної свідомості учасників протесту на Євромайдані. Соціально-економічні проблеми і держава. Вип. 1., 2015, с. 106-110.
- 26.Кривоноса С.І., Крижанівського О.І., Крижанівської О.В. «Євромайдан: політичний розвиток України 2013-2014 років», Київ
- 27.Кривошеєва М., «Майдан. Україна починається з тебе», Київ: Рада, 2014, с. 224.
- 28.Кудрявець О., «Після Майдану: погляд на майбутнє України», Київ: Наш формат, 2017, с. 496.
- 29.Кудрявець О., Білецький В., Ганущак-Корпус І., «Майдан: Україна після Революції гідності»; Київ: Наш формат, 2016, с. 416.
- 30.Кудрявець О., Ганущак-Корпус І., «Український Майдан: історія та культура», Львів: Літопис, 2015, с. 344 .
- 31.Кулик В., «Майдан: внутрішня динаміка, зовнішні наслідки», Київ: Критика, 2015, с. 496.
- 32.Лаунгайм, Т. (2015). Іntenція та рецепція рекламного повідомлення у слоганах: мовний аспект. Лінгвістичні студії, (23), 197-205.
- 33.Лозовий В. Слогани на Майдані: між міфом і реальністю. Гілея: науковий вісник, (103), , 2015, с. 141-145.
- 34.Макаренко Г., «Майдан: термін, який змінив Україну» Українська правда. - 2016.
- 35.Маліновського В.М., Старовойта І.І., «Євромайдан: аналіз подій 2013-2014 років», Київ, 2014.
- 36.Маслов, А. (2014). Лінгвокультурологічний аналіз слоганів компаній зі сфери послуг. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Лінгвістика, (1126), 82-87.

- 37.Петренко І. Слогани на Майдані 2013-2014 років як феномен політичної культури. Схід-Захід: культурологічний вимір, (4), 2016, с. 126-130.
- 38.Пилипенка О.А., Шевченка О.О., Вінничука І.В., «Євромайдан: популізм, реформи та суспільні зміни», Київ, 2015.
- 39.Писаренко Н. Формування і функціонування слоганів в політичному дискурсі. Мовознавство, (4), 2012, с. 50-55.
- 40.Погожева І.В., «Слоган як засіб впливу на суспільство: лінгвістичний та соціальний аспекти», Мовознавство, 2018.
- 41.Самусь А. Ю. «Специфіка висвітлення революції гідності у блогах американських та українських журналістів»/ Молодий вчений 1 (2), 2016, с. 122.
42. Сторожук І. Слогани на Майдані 2013-2014 рр. як засіб формування громадянської позиції. Молодий вчений, (8), 2019, с. 58-60.
- 43.Торбас В.О. Українські та німецькі рекламні слогани освітніх установ: зіставний аспект: дипломна робота. Diss. Вінниця: ВДПУ ім. М. Коцюбинського, 2018.
- 44.Трач Н. «Революційні слогани суспільно-політичного протесту Євромайдан (2013–2014 рр.): соціолінгвістичний аналіз.» *Ukraina: narracje, języki, historie.*
- 45.Трач Н. «Риторика українського супротиву».2015
- 46.Трач Н. Слогани Майдану як експресія ідентичності 2016.
- 47.Трощенко, В. (2016). Концептуальні та мовленнєві стратегії рекламних слоганів (на матеріалі англомовної та україномовної реклами). *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологічні науки*, (1), 125-130.
48. Чеботарьова О. Лінгвістичні особливості слоганів на Майдані 2013-2014 років. *Сучасна українська мова: функціонування, стан, проблеми*, (16), 2015, с. 37- 42.
- 49.Черкасова Л.І., Стаття про походження та вживання лексеми «майдан» в Україні. «Майдан: лінгвістичний аспект»,. Київ, 2015.

50. Чжан, Менвей. «Лінгвокультурні аспекти слоганів українських та китайських університетів» Теорія і практика викладання української мови як іноземної, 2021, с.15
51. Шаповала Ю.В., Шевченка В.А., Вергунця В.М., «Євромайдан: причини та наслідки» (збірник наукових праць), Київ, 2014.
52. Шахов, В. І. Історія та еволюція поняття «слоган» в мовознавчій науці. Наукові записки Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя. Філологічні науки, (3), 2018. с. 78-83.
53. Шевчук О.М., «Майдан і його лінгвокультурні наслідки», Київ, 2015.
54. Щербак А., «Майдан. Історія народного протесту», Київ: Видавнича група КМ-Букс, 2014, с. 288.
55. «Жертви Майдану 2013-2014: хто вони?» - стаття на сайті «Українська правда»: URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2014/02/22/7012581/> (дата звернення 08.05.2023 р.)
56. Edward Sapir - Encyclopaedia Britannica URL: (<https://www.britannica.com/biography/Edward-Sapir> (дата звернення 08.05.2023 р.)
57. Noam Chomsky - Encyclopaedia Britannica URL: (<https://www.britannica.com/biography/Noam-Chomsky> (дата звернення 08.05.2023 р.)
58. Walther von Wartburg - Encyclopaedia Britannica URL: (<https://www.britannica.com/biography/Walther-von-Wartburg> (дата звернення 08.05.2023 р.)
59. Балог, В. "Параметрична система тлумачних словників української мови та її використання в комп'ютерній лексикографії." *Лексикографічний бюлетень* (2004). URL: <chrome-extension://efaidnbnmnnnibpcajpcgclclefindmkaj/http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/72722/03-Balog.pdf?sequence=1>
60. Мейзерська, І. В. "Лексикографічна параметризація: структурний та функціональний аспекти (на прикладі Великого тлумачного словника

сучасної української мови)." (2007). URL:  
chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/10179/1/Meizerska.pdf

## ДОДАТКИ

Ілюстрація 1. Концепт *майдан* у протестних слоганах

<http://molod-da.org/gallery/?gallery=88>



<http://ru.tsn.ua/politika/lucenko-prizyvaet-ukraincev-ehat-v-kiev-na-traktorah-i-gruzovikah-344457.html>

Ілюстрація 2. «Слова року» 2013 та 2014 рр.



**#ЄВРОМАЙДАН**

<http://lvov.lv.olx.ua/obyavlenie/dizayn-dlya-vishivalno-mashini-simvolka-vromaydanu-na-futbolki-ID93RO9.html>



<http://glavred.info/zhizn/kiborgi-v-doneckom-aeroportu-poluchili-shevrony-s-izobrazheniem-terminatora-opublikovano-foto-293554.htm>

Ілюстрація 3. Метафора в слоганах Євромайдану

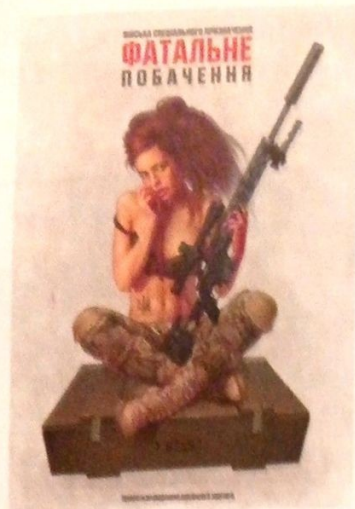


<http://www.kraplya.com/>

Ілюстрація 4. Жіноча ідентичність у риторичі українського спротиву

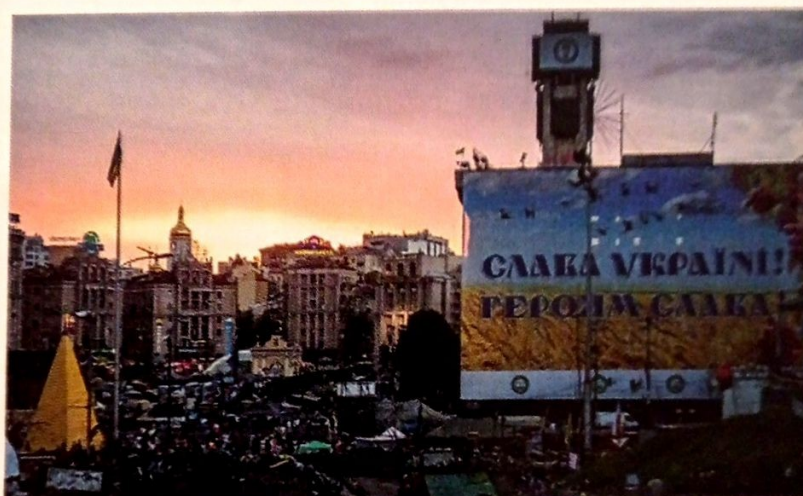


<http://dyvys.info/polityka/tatu-povertajsya-zhyvym-yak-zhinky-pidtrymuyut-ukrajinskyh-vijskovykh-foto.html>



<http://sergs-inf.livejournal.com/472346.html>

Ілюстрація 5. Праві та ліві гасла Революції гідності



[http://kampot.org.ua/shop/rizne/mobil\\_planshet/195-klasniy-chohol-dlya-iphone-5-5s.html](http://kampot.org.ua/shop/rizne/mobil_planshet/195-klasniy-chohol-dlya-iphone-5-5s.html)

<http://news.bigmir.net/capital/819321-Sgorevshij-Dom-profsojuzov-v-Kieve-zakryli-ogromnym-plakatom--foto>



<http://news.bigmir.net/ukraine/787164-S-nami-tak-nel-zja--plakaty-Evromajdana#8/17/d7552c86b6d9b2538efb415f32637178.jpg>



<http://news.bigmir.net/ukraine/787164-S-nami-tak-nel-zja--plakaty-Evromajdana#4/0e/14a0f27a2b6ef8ed08aa37442db870e4.jpg>

## Люстрація 6. Цінності спільноти у мініпостерах від Громадського сектору Євромайдану



[http://censor.net.ua/news/263896/evromayidan\\_eto\\_aktivisty\\_sozdali\\_seriyu\\_kreativnyh\\_nakleek\\_po\\_motivam\\_legendarnyh\\_fantikov\\_love\\_is](http://censor.net.ua/news/263896/evromayidan_eto_aktivisty_sozdali_seriyu_kreativnyh_nakleek_po_motivam_legendarnyh_fantikov_love_is)



<http://life.img.pravda.com/images/doc/9/1/91a9fa5-02.jpg>



<http://www.volynpost.com/news/27429-revolucijni-valentyanky-foto>



Ілюстрація 7. Європейська риторика  
в слоганах майдану

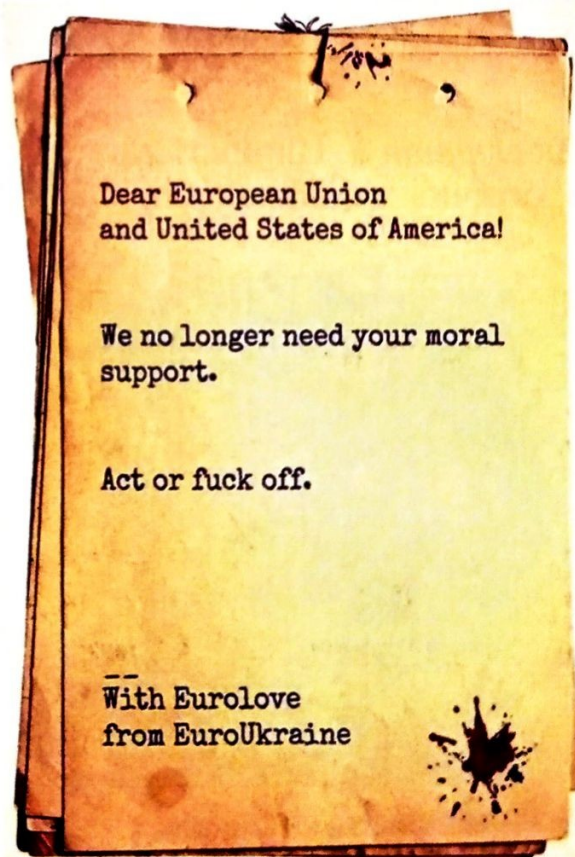
[http://www.mukachevo.net/  
ua/News/view/84815](http://www.mukachevo.net/ua/News/view/84815)



[http://gennadiytkachuk.  
blogspot.com/2013/11/  
agriculture.html](http://gennadiytkachuk.blogspot.com/2013/11/agriculture.html)



[http://zik.ua/ua/news/2013/11/28/  
na\\_maydani\\_kreatyvna\\_  
navigatsiya\\_rozroblena\\_  
dyzyaynerom\\_igorom\\_  
sklyarevskym\\_442968](http://zik.ua/ua/news/2013/11/28/na_maydani_kreatyvna_navigatsiya_rozroblena_dyzyaynerom_igorom_skyarevskym_442968)



[https://twitter.com/rkacinskas/  
status/425119998097780736](https://twitter.com/rkacinskas/status/425119998097780736)



<http://112.ua/politika/simferopole-dvizhenie-stop-maydan-vystupaet-protiv-gosudarstvennogo-perevorota-15319.html>

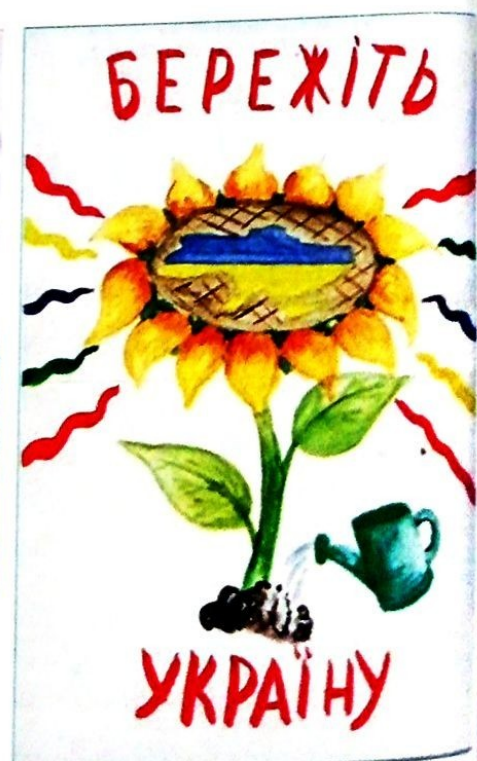
<http://www.pravda.com.ua/rus/news/2014/01/30/7012006/?attempt=1>



Ілюстрація 9. Цінності життя в дитячих малюнках для воїнів АТО



[http://zosh-nomer3.com/news/maljunok\\_dlja\\_vojina/2014-11-04-1275](http://zosh-nomer3.com/news/maljunok_dlja_vojina/2014-11-04-1275)



<http://blogs.korrespondent.net/blog/events/3409361>



<http://strichka.com/item/19296144>

Ілюстрація 11. Персональні відповідальність, вибір та емпатія у слоганах Євромайдану



<http://www.chytomo.com/news/30-najkrashhix-revolycijnix-plakativ-majdanu>



<http://np.pl.ua/2015/01/poltava-myrna-hoda-ya-volnovaha/>

<http://novasich.org.ua/index.php?go=News&in=view&id=8948>



<http://uainfo.org/blognews/258349-zmnyuyemo-krayinu-pereproshuyemo-za-nezruchnost-takiy-znak-zyavivsyana-yevromaydan-foto.html>

**Ми українці -  
нам набридло  
пишатися.**

---

**Ми почали  
щось робити.**

<http://www.chytomo.com/news/30-najkrashnix-revolucijnix-plakativ-majdanu>



[http://www.chas.cv.ua/uploads/posts/2013-11/thumbs/1385468105\\_1454686\\_10202655225887999\\_1854211896\\_n.jpg](http://www.chas.cv.ua/uploads/posts/2013-11/thumbs/1385468105_1454686_10202655225887999_1854211896_n.jpg)



[http://ch-udar.at.ua/news/pidtrimaemo\\_svoju\\_armiju/2014-04-16-621](http://ch-udar.at.ua/news/pidtrimaemo_svoju_armiju/2014-04-16-621)

Ілюстрація 13. Поляризація в слоганах Євромайдану



[http://www.day.kiev.ua/sites/default/files/u33/dsc\\_0588.jpg](http://www.day.kiev.ua/sites/default/files/u33/dsc_0588.jpg)



<http://vk.com/boikotrugi>

<http://valenik.ru/vsesvit/tema/w/world/e/eu/euromayd.html>



[http://zhnyborody.te.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1376:savka-bohdan-radiimo-razom-brattia-i-sestry&catid=291&Itemid=541](http://zhnyborody.te.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1376:savka-bohdan-radiimo-razom-brattia-i-sestry&catid=291&Itemid=541)



<http://www.kyivpost.com/content/lifestyle/smart-and-funny-euromaidan-posters-334231.html>

МОЯДОЛЯ  
МІЙДІМ  
МОЄДАЛІ  
МІЙДОВГ  
МОЯДІЯ  
МАЙДАН

<https://www.facebook.com/euromaidanart>



<http://NovostiUA.net>

Ілюстрація 16. Трансформації імен та прізвищ політиків у риторичі Євромайдану



Фото Анджели Пятюнєн



<http://www.segodnya.ua/ukraine/po-evromaydanu-nosyat-plakat-vitya-ne-zli-troeshchinu-480968.html>



<http://maidanua.org/2013/11/zoryan-kis-istoriya-odnoho-hasla-evromajdan-ukrayna-ne-vernetsya-putyn-esly-lyubysh-otputy/>



<http://i7.good-luck.com.ua/photo/b/c/48/c48b189494c8135d5e15294e94422dd1.jpg>



<http://fakty.ua/173057-podavis-svoej-elkoj-evromajdan-peremestilsya-na-mihajlovskuyu-plocshad-foto>

<http://lutasprava.com/news6.html>



[http://censor.net.ua/news/270901/opozitsiya\\_posle\\_resheniya\\_rady\\_mayidana\\_vypolnila\\_trebovaniya\\_zakona\\_ob\\_ammnistii\\_avakov](http://censor.net.ua/news/270901/opozitsiya_posle_resheniya_rady_mayidana_vypolnila_trebovaniya_zakona_ob_ammnistii_avakov)

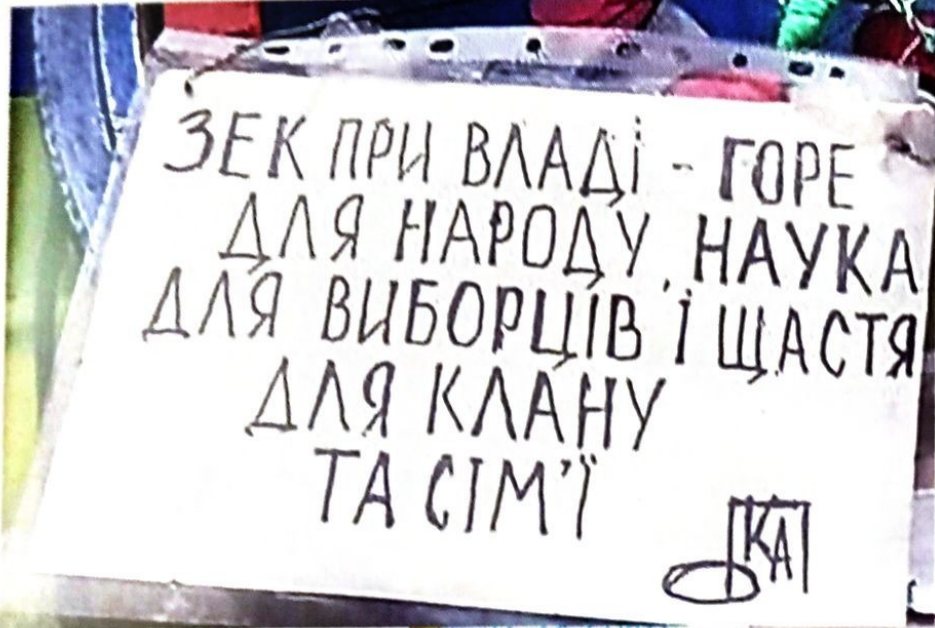


Фото Анджели Пятюнен



<http://zz.te.ua/v-ternopolistayut-populyarnymy-nomery-ptn-pnh/>



Фото Анджели Пятюнен

Ілюстрація 24. Гасла Помаранчевої революції під час Євромайдану



<http://fakty.ua/173057-podavis-svoej-elkoj-evromajdan-peremestilsya-na-mihajlovskuyu-plocshad-foto>

<http://www.chas.cv.ua/uploads/posts/2014-02/139238088images.jpg>

Ілюстрація 25. Вплив протестів інших країн на риторику майдану



Фото  
Анджели  
Пятюнен



<http://strongowski.livejournal.com>



<http://www.chytomo.com/news/30-najkrashhix-revoljucijnix-plakativ-majdanu>

[http://www.stickersplus.com.au/index.php/keep-calm-love-ukraine.html?\\_\\_store=russian&\\_\\_from\\_store=english](http://www.stickersplus.com.au/index.php/keep-calm-love-ukraine.html?__store=russian&__from_store=english)

