

Міністерство освіти і науки України
Запорізький національний університет

Міністерство освіти і науки України
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

*Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису*

МИКИТІВ ГАЛИНА ВОЛОДИМИРІВНА

УДК: 81'37'42:070(043.5)

ДИСЕРТАЦІЯ

**ФЕНОМЕНОЛОГІЧНА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ АРХЕТИПНОЇ
СИМВОЛІКИ В МАСМЕДІЙНОМУ ТЕКСТІ**

спеціальність 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело



Г. В. Микитів

Науковий керівник – **Бессараб Анастасія Олександрівна**, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент

Запоріжжя – 2021

АНОТАЦІЯ

Микитів Г. В. Феноменологічна концептуалізація архетипної символіки в масмедійному тексті. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. – Запорізький національний університет, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Міністерство освіти і науки України, Дніпро, 2021.

Дисертаційну роботу присвячено розгляду наукової проблеми дослідження символу як епістемологічного феномена; узагальненні наукових підходів до його класифікації та систематизації функцій; диференції символу в системі суміжних категорій; характеристиці архетипного символу як комунікаційного інструмента феноменологічної концептуалізації суспільно значущих подій (воєнних дій на Сході України) у новинному контенті сучасних масмедійних текстів.

У дисертації в межах теорії соціальних комунікацій експліковано положення когнітивно-ономасіологічного підходу до дослідження явищ і процесів дійсності шляхом аналізу мовного вираження архетипної символіки як їх сутності, що виражена мовними засобами. Сформульовано дефініцію архетипної символіки як когнітивно-ономасіологічного феномена позначення сутності сучасних суспільно значущих подій (воєнних дій на Сході України), що зафіксовані за допомогою національно маркованих мовних одиниць з огляду на їх етнокультурні смисли в сучасному новинному масмедійному контенті.

Розглянуто символ як докомунікативне утворення з притаманними йому властивостями: континуально-цілісним, амбівалентним смисловим цілим, невід’ємним від структури образу, та як вияв образного мислення, що не існує як певна раціональна формула, а пов’язаний із наданням предметам, явищам, діям певної ознаки.

Систематизовано класифікацію символу як предмета дослідження різних

галузей на підставі змістовного аналізу множини різновидів символів з урахуванням сучасних соціокомунікаційних досліджень (універсальні, колективні, індивідуальні, специфічні, випадкові, первісні, архетипні, міфологічні, релігійні, національні, психологічні, культурні, соціальні, етнічні, художні, словесні (з їх різновидами), політичні, правові, державні, референтні (референційні), наукові, філософські, художні, міфологічні, релігійні, ідеологічні, спонукальні, культурні, мотиваційні, предметні, непередметні та інші), зокрема визначено такі критерії класифікації, як: сфера застосування знаків і їх символічне значення; тип опредметнених знань; форма об'єктивації; характер семантичної транспозиції; характер інформації, що передається; спонукальна дія; структура; лексико-семантичні групи; засади створення.

Удосконалено систематизацію функцій символу в медіатексті. Акцентовано увагу на тому, що в засобах масової комунікації символи, які зафіксовані в умовно-знакових системах та кодах, сприяють вираженню й повідомленню про імпліцитний факт або його ідеальний сенс, є способом осягнення та прийняття ідей, норм і цінностей культури суспільства й української нації зокрема та для цього виконують множину функцій (пізнавальна, когнітивна, гносеологічна, інформаційно-комунікативна, комунікативно-прагматична, репрезентативна, ідентифікаційно-інтегративна, соціалізації, адаптивно-регулятивна, спрямовування поведінки). Наявний перелік доповнено виділенням таких функцій, як передавання інформації, контролю та соціальної мобілізації. Зазначено, що основною у формально-семантичному аспекті є репрезентативна функція символу.

Опрацьовано масмедійні тексти новинних інтернет-ресурсів України: «Корреспондент.net» «Obozrevatel», «Сьогодні», «УНІАН», «Укрінформ», «Українська правда», «Цензор.НЕТ», «Gazeta.ua», «Дзеркало тижня», які за рейтинговими показниками Alexa Ranking Ukraine, TNS Україна, Інтернет-асоціації України, MS.detector.media, є одними з найбільш відвідуваних у хронологічних межах дослідження; повідомлення та публікації офіційної сторінки штабу АТО/ООС у соціальній мережі Фейсбук.

Встановлено, що архетипний символ набуває експліцитного вираження в медійному просторі через розширення, окремішність, трансформацію та модифікацію спочатку архетипної схеми, а потім прообразної концептуальної схеми шляхом різних лінгвокогнітивних операцій і методології, які формують множинність вербальних образів.

На підставі узагальнення спостережень за своєрідністю реалізації символічних значень у межах медійного контексту визначено особливості архетипного символу в медіатексті, зокрема: множинність значень, що виявляють себе в різних конситуаціях; поєднання та взаємодія цих значень через аналогію й асоціативні зв'язки; накопичення та згущення багатьох ідей, відносин як виразників символічних значень; поляризація значень, що транслуються одним і тим же референтом на різних семантичних полюсах, інтегруються масовою свідомістю в процесі комунікації.

Проведено соціологічне опитування (онлайн-анкетування) здобувачів освіти спеціальності 061 «Журналістика» Запорізького національного університету (367 респондентів) щодо сприйняття та ефективності застосування семантико-стильових та архітектонічних ознак етнокультурних архетипних символів.

За результатами емпіричного аналізу архетипних символів у масмедійних текстах про воєнні дії на Сході України із застосуванням полісемічності та поліфункційності визначено сучасні етнокультурні образи-символи, що формують уявлення агентів соціально-комунікативної взаємодії щодо сутності соціокультурного сенсу сучасних процесів у країні: *Донбас, вогонь, зброя, захисник (побратим, український воїн), ворог (окупант, агресор, противник, нападник, сепаратист), перемир'я, тиша* тощо.

Систематизовано знання щодо структурно-семантичних ознак архетипних символів як засобів творення змісту медіаповідомлення. Зазначено, що архетипні символи формують лексико-семантичне поле з використанням канонізованих словосполучень із виразною контекстуальною семантикою, постійних епітетів, що становлять семантичну парадигму з одними й тими ж лексемами-символами,

утворюючи своєрідні ідіоми, що служать засобами емоційно-експресивного й образного відтворення дійсності, прикметників, які конкретизують через сенс ознакову (атрибутивну) семантику. Образні співвідношення архетипних символів репрезентують такі модифікатори, як: номінація, атрибутивні сполуки, топоніми.

Інтерпретовано архетипні символи як репрезентанти інформаційної картини світу українців та їх модифікації. З'ясовано, що автори медіаповідомлень використовують оцінні конотації на позначення архетипної символіки, а експліковані значення створюють єдиний змістовий символістський континуум – безперервну експлікацію традиційних та авторських значень від одного символу до іншого. Особливістю архетипного символу в сучасному інформаційному просторі є його здатність одночасно виражати тезу й антитезу репрезентованої ним ідеї, а символічна функція архетипного образу виявляється при зіткненні протилежностей.

Розвинуто інтерпретації трансформації етнокультурних символів у масмедійний інформаційний простір та формування картини світу споживачів інформації як вербальними, так і візуальними засобами комунікації. Виявлено, що трансформація етнокультурних і власне національних архетипних символів у масмедійний текст та навпаки відбувається шляхом семантико-прагматичних змін їх семантики, зумовлених особливостями певної етнокультури. При висвітленні подій на Сході України автори послуговуються архетипними символами, які наділені виразною контекстуальною семантикою.

Теоретичні положення та практичні результати дослідження можуть бути використані під час викладання дисциплін для здобувачів освіти всіх форм навчання освітніх ступенів «бакалавр» і «магістр» факультетів журналістики та авторами інформаційних повідомлень при висвітленні воєнних дій на Сході України.

Перспективи дослідження передбачають аналіз архетипних образів-символів у словесній та позамовній (паравербальній, семіотичній, візуальній,

кінетичній) площинах сучасного інформаційного простору з метою визначення національної масмедійної картини світу українського етносу.

Ключові слова: феноменологічна концептуалізація, архетип, символ, функції символу, архетипна символіка, масмедійний текст, новинний контент, події на Сході України, архетипний символ як комунікаційний інструмент.

SUMMARY

Mykytiv H. V. Phenomenological conceptualization of archetypal symbols in mass media text. – Qualifying scientific work as manuscript.

Thesis for the Candidate of Sciences Social Communications Degree Specialty 27.00.01 – Theory and History of Social Communications. – Zaporizhia National University, Oles Honchar Dnipro National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Dnipro, 2021.

The dissertation is devoted to the consideration of the scientific problem of symbol research as an epistemological phenomenon; generalization of scientific approaches to its classification and systematization of functions; differentiation of symbol in the system between adjacent categories; characteristics of the archetypal symbol as a communication tool of phenomenological conceptualization of socially significant events (military actions in the East of Ukraine) in the news content of modern mass media texts.

The dissertation within the theory of social communications explains the position of the cognitive-onomasiological approach to the study of phenomena and processes of reality by analyzing the linguistic expression of archetypal symbolism as their essence, expressed by linguistic means. The definition of archetypal symbolism as a cognitive-onomasiological phenomenon of the essence of modern socially significant events (military actions in the East of Ukraine), which are recorded with the help of nationally marked language units in view of their ethnocultural meanings in modern news mass content was formulated.

The symbol is considered as a pre-communicative formation with its inherent properties: continuous-integral, ambivalent semantic whole, integral to the structure of the image, and as a manifestation of figurative thinking, which does not exist as a rational formula, but is associated with providing objects, phenomena, actions certain signs.

The classification of the symbol as a subject of research in various fields is systematized on the basis of meaningful analysis of many types of symbols taking into account modern socio-communicative research (universal, collective, individual, specific, accidental, primitive, archetypal, mythological, religious, national, psychological, cultural, social, ethnic, artistic, verbal (with their varieties), political, legal, state, reference (reference), scientific, philosophical, artistic, mythological, religious, ideological, motivational, cultural, motivational, substantive, non-subject and others), in particular, such classification criteria are defined as: the scope of signs and their symbolic meaning; type of materialized knowledge; form of objectification; the nature of semantic transposition; the nature of the information transmitted; motivating action; structure; lexical and semantic groups; principles of creation.

The systematization of symbol functions in media text has been improved. Emphasis is placed on the fact that in the media symbols, which are fixed in conditional sign systems and codes, contributes to the expression and communication of an implicit fact or its ideal meaning, are a way to comprehend and accept ideas, norms and values of culture of society and the Ukrainian nation and for this purpose they perform many functions (cognitive, cognitive, epistemological, information-communicative, communicative-pragmatic, representative, identification-integrative, socialization, adaptive-regulatory, direction of behavior). The existing list is supplemented by the allocation of such functions as information transfer, control and social mobilization. It is noted that the main in the formal-semantic aspect is the representative function of the symbol.

Mass media texts of news Internet resources of Ukraine were processed: "Korrespondent.net", "Obozrevatel", "Today", "UNIAN", "Ukrinform", "Ukrainian Pravda", "Censor.NET", "Gazeta.ua", "Mirror of the Week" », Which according to

Alexa Ranking Ukraine, TNS Ukraine, Internet Association of Ukraine, MS.detector.media, are among the most visited within the chronological framework of the study; messages and publications of the official page of the ATO/OOS headquarters on the social network Facebook.

It is established that the archetypal symbol acquires explicit expression in the media space through the expansion, separation, transformation and modification of first the archetypal scheme and then the prototype conceptual scheme through various linguocognitive operations and methodologies that form a plurality of verbal images.

Based on the generalization of observations on the originality of the realization of symbolic meanings within the media context, the features of the archetypal symbol in the media text are determined, in particular: the plurality of meanings that manifest themselves in different situations; combination and interaction of these values through analogy and associative connections; accumulation and condensation of many ideas, relationships as expressions of symbolic meanings; the polarization of meanings transmitted by the same referent at different semantic poles is integrated by the mass consciousness in the process of communication.

A sociological survey (online survey) of students majoring in 061 "Journalism" of Zaporizhia National University (367 respondents) was conducted on the perception and effectiveness of the use of semantic-stylistic and architectural features of ethnocultural archetypal symbols.

According to the results of empirical analysis of archetypal symbols in mass media texts about military actions in the East of Ukraine with the use of polysemy and polyfunctionality modern ethnocultural images-symbols are determined, which form the idea of agents of social-communicative interaction. defender (fellow, Ukrainian soldier), enemy (occupier, aggressor, enemy, attacker, separatist), truce, silence, etc.

According to the results of empirical analysis of archetypal symbols in mass media texts about military actions in the East of Ukraine with the use of polysemy and polyfunctionality modern ethnocultural images-symbols are determined, which form the idea of agents of social-communicative interaction on the essence of socio-cultural meaning of modern processes in the country: Donbass, fire, weapons, defender (fellow,

Ukrainian soldier), enemy (occupier, aggressor, enemy, attacker, separatist), truce, silence, etc.

Knowledge of the structural and semantic features of archetypal symbols as a means of creating the content of a media message is systematized. It is noted that archetypal symbols form a lexical-semantic field with the use of canonized phrases with expressive contextual semantics, constant epithets that make up the semantic paradigm with the same tokens-symbols, forming a kind of idioms that serve as means of emotional imagery. adjectives that concretize through meaning semantic (attributive) semantics. Figurative relations of archetypal symbols represent such modifiers as: nomination, attributive compounds, toponyms.

Archetypal symbols are interpreted as representatives of the information picture of the world of Ukrainians and their modifications. It was found that the authors of media messages use evaluative connotations to denote archetypal symbolism, and the explicated meanings create a single semantic symbolist continuum – a continuous explication of traditional and authorial meanings from one symbol to another. The peculiarity of the archetypal symbol in the modern information space is its ability to simultaneously express the thesis and antithesis of the idea represented by it, and the symbolic function of the archetypal image is manifested in the collision of opposites.

Interpretations of transformation of ethnocultural symbols into mass media information space and formation of a picture of the world of information consumers by both verbal and visual means of communication are developed. It is revealed that the transformation of ethnocultural and national archetypal symbols into a mass media text and vice versa takes place through semantic-pragmatic changes of their semantics due to the peculiarities of a certain ethnoculture. In covering events in eastern Ukraine, the authors use archetypal symbols, which are endowed with expressive contextual semantics.

Theoretical provisions and practical results of the study can be used in teaching disciplines for students of all forms of education "bachelor" and "master" of the faculties of journalism and the authors of information messages in the coverage of hostilities in eastern Ukraine.

Prospects for the study include the analysis of archetypal images-symbols in the verbal and extralinguistic (paraverbal, semiotic, visual, kinetic) planes of modern information space in order to determine the national mass media picture of the world of the Ukrainian ethnic group.

Key words: phenomenological conceptualization, archetype, symbol, functions of the symbol, archetypal symbolism, mass media text, news content, events in the East of Ukraine, archetypal symbol as a communication tool.

СПИСОК ПРАЦЬ ЗДОБУВАЧА

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

публікації в наукових фахових виданнях України

1. Микитів Г. В. Засоби формування вербальної парадигми архетипного символу «ворог» у медіапросторі. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 3 (43). С. 129–134. (*Scholar Google, SJIF, Research Bible, Index Copernicus*)

2. Микитів Г. В. Архетипний символ як структурно-семантичне явище в сучасному медіадискурсі. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 4 (44). С. 20–25. (*Scholar Google, SJIF, Research Bible, Index Copernicus*)

3. Микитів Г.В. Концептуалізація символічного образу Донбасу в новинних медіатекстах. *Держава та регіони: Серія: Соціальні комунікації*. 2021, № 2 (46). С. 4-7. (*Scholar Google, SJIF, Research Bible, Index Copernicus*)

публікації в наукових виданнях, що входять до міжнародних

наукометричних баз

4. Микитів Г. В. Трихотомія «символ» – «архетип» – «архетипний символ»: диференціація та кореляція понять. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*. 2017. № 2. С. 135–142. (*Scholar Google, OAJI, Research Bible, Index Copernicus*)

5. Микитів Г. В. Модифікація архетипного символу «вогонь» у сучасному

медіатексті. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки.* 2019. № 2. С. 102–106. (*Scholar Google, OAJI, Research Bible, Index Copernicus*)

*Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації,
у зарубіжних спеціалізованих виданнях:*

6. Микитів Г. В. Рецепція архетипних символів в інформаційних жанрах журналістики. *KELM (Knowledge, Education, Law, Management)*. 2020. № 5 (33). Vol. 3. P. 91–95. (*Index Copernicus, WorldCat, Academic Resource Index Research Bible, Academic Search Complete, Central and Eastern European Online Library*)

7. Микитів Г. В. Семантика архетипних слів-символів у сучасному медійному контексті. *Colloquium-journal*. 2021. № 6 (93). Część 2. S. 16–18. (*Index Copernicus, Google Scholar, eLIBRARY.RU, issuu, calameo, Slideshare*)

8. Bessarab A., Mitchuk O., Baranetska A., Kodatska N., Kvasnytsia O., Mykytiv G. Social Networks as a Phenomenon of the Information Society. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*. 2021. Vol. 14. Special Issue. P. 17–24. *Внесок здобувачки: розкрито можливості, які надають соціальні мережі, зокрема доступ до новинного контенту. (Scopus)*

*Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:
публікації апробаційного характеру*

9. Микитів Г. В. Репрезентація архетипного слова-символу «степ» у поетичній картині світу В. Чабаненка. *Українська література від давнини до сучасності: парадигми, напрямки, проблеми: до 105-річчя від дня народження доктора філологічних наук, професора Михайла Давидовича Бернштейна: матеріали міжвишівських наук. читань (м. Запоріжжя, 25 лютого 2016 р.). Запоріжжя: Запорізький нац. ун-т, 2016. С. 91–94.*

10. Микитів Г. В. Словесна символізація дихотомії «ворог – захисник» у сучасному інформаційно-медійному просторі. *Світове українство як апологет та реставратор української національної ідеї: зб. тез доп. наук.-практ. круглого столу (м. Запоріжжя, 18 квітня 2018 р.) / за ред. В. М. Огаренка,*

О. В. Богуславського та ін. Запоріжжя : КПУ, 2018. С. 32–33.

11.Микитів Г. В. Засоби формування лексико-асоціативного поля архетипного символу «війна». *Роль інновацій в трансформації образу сучасної науки* : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 27–28 грудня 2019 р.). Київ : ГО «Інститут інноваційної освіти», 2019. С. 170–172.

12.Микитів Г. В. Вербальна репрезентація архетипних образів-символів в інформаційному просторі Інтернет-видання «Українська правда». *Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 15 травня 2020 р.). Запоріжжя : ЗНУ, 2020. С. 83–88.

13.Микитів Г. В. Репрезентанти архетипного символу «тиша» в текстах ЗМІ. *Scientific Collection «InterConf»* : with the Proceedings of the 8th International Scientific and Practical Conference «Science and Practice: Implementation to Modern Society» (Manchester, 26–28 December 2020). Great Britain : Peal Press Ltd., 2020. № 39. P. 960–964. (*Index Copernicus*)

14.Микитів Г.В. Експлікація семантичних ознак архетипних символів в інформаційній картині світу українців. *Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 26-27 лютого 2021 р. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2021. С. 49-52.

15.Микитів Г.В. Образно-стильове формотворення архетипної символіки в масмедійних текстах. *Регіональна журналістика: реалії, виклики, перспективи* : матеріали Міжнар. наук. інтернет-конф. м. Тернопіль, 2021. С. 64-67.

16.Микитів Г.В. Ойконім як засіб концептуалізації просторового образу-символу Донбасу в новинних медіатекстах. *Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив* : Матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. Запоріжжя : ЗНУ, 2021. С.136-139.

*Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:
публікації в інших (нефахових) виданнях*

17.Микитів Г. В. Символічна мікросистема «явища природи» як засіб

відображення української ментальності. *Збірник тез студентів, аспірантів та викладачів ЗНУ*. Запоріжжя : ЗНУ, 2009. С. 422–425.

18.Микитів Г. В. Кореляція понять «символ», «знак», «образ». *Збірник тез студентів, аспірантів та викладачів ЗНУ*. Запоріжжя : ЗНУ, 2010. С. 345–348.

19.Микитів Г. В. Знаковість архетипних символів у національно-мовній картині світу українців. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*. 2012. № 1. С. 305–310.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

Кор.net – сайт «Корреспондент.net»

Об. – сайт «Obozrevatel»

С. – сайт «Сьогодні»

УНІАН – сайт «УНІАН»

Укрінф. – сайт «Укрінформ»

УП – інтернет-видання «Українська правда»

ЦН – сайт «Цензор.НЕТ»

G.ua – сайт «Gazeta.ua»

ДТ – інтернет-видання «Дзеркало тижня»

Фб. – офіційна сторінка штабу АТО/ООС у соціальній мережі «Фейсбук»

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	14
ВСТУП.....	17
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНА ПАРАДИГМА ДОСЛІДЖЕННЯ СИМВОЛУ В КЛАСИЧНІЙ ТА СУЧАСНІЙ НАУКОВІЙ ДУМЦІ.....	28
1.1. Концептуалізація символу як епістемологічного феномена	28
1.2. Підходи до класифікації символу. Його функції	52
1.3. Методологія та методи дослідження символу та архетипного символу як явища соціокомунікаційної концептосфери.....	62
Висновки до Розділу 1	75
РОЗДІЛ 2. СИМВОЛ І СУМІЖНІ КАТЕГОРІЇ: ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ТА КОРЕЛЯЦІЯ ПОНЯТЬ	79
2.1. Взаємозалежність понять «символ», «архетип», «архетипний символ».....	79
2.2. Експлікація дефініцій «символ», «концепт», «масмедійний концепт», «образ».....	95
2.3. «Символ», «знак», «стереотип», «код», «соціокод»: структурний та функціональний аспекти.....	104
2.4. Соціокультурна трихотомія «символ», «міф», «міфологема».	120
Висновки до Розділу 2	125
РОЗДІЛ 3. АРХЕТИПНИЙ СИМВОЛ ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФЕНОМЕНОЛОГІЧНОЇ КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ КОНТЕНТУ СУЧАСНОГО НОВИННОГО МЕДІАТЕКСТУ	128
3.1. Сильові стратегії формотворення архетипної символіки	129
3.2. Гіперо-гіпонімічна парадигма архетипної символіки в сучасному медійному тексті.....	150
3.3. Концептуальна опозиція як засіб формування архетипної символіки в новинному медіатексті	157
Висновки до Розділу 3	165

РОЗДІЛ 4. ПАРАДИГМАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕТНОКУЛЬТУРНОГО АРХЕТИПНОГО СИМВОЛУ В МАСМЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ.....	167
4.1. Соціокомунікаційна концептуалізація етнокультурних архетипних символів у масмедійному тексті	169
4.2. Символічний етноархетип як засіб відображення світосприйняття і світобачення українського народу	180
Висновки до Розділу 4	194
ВИСНОВКИ.....	196
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	200
ДОДАТКИ.....	227

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Серед актуальних питань наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій проблема символічної репрезентації дійсності посідає одне із чільних місць. Тривалий час вона не викликала в науковців особливого зацікавлення, оскільки в символі вбачали лише знак реальної дійсності, який відображав об'єкт, але не розкривав прихованої істини, глибинної ідеї. Одним зі способів зберігання, трансформації й передачі інформації, одиницею «пам'яті народу», конструктом, що відповідає вимогам художнього мислення перехідного часу, є символ, який трансформується в родові поняття, більш звичне для сучасного мислення, – гіперонім.

Дослідження символу як когнітивної та мисленнєвої категорії сягають античної філософії та риторики. Поняття символу є одним із ключових у філософії, літературознавстві, лінгвістиці, культурології, семіотиці тощо. Термінологічне значення дефініції «символ» є відмінним у різних системах, що зумовлено його належністю до метамов різних наук: етнографії, психології, філології, філософії, соціології, культурології. Світовим культурам було притаманне уявлення про існування першооснови – архетипного символу, який упродовж тривалого часу постає об'єктом дослідження різних наук. Кожна людська спільнота має свій набір архетипних символів, який її характеризує. На думку В. Кононенка, С. Кримського, О. Потебні, О. Шелестюк та інших, архетипні символи засновані на давніх міфологічних уявленнях людини про навколишній світ.

Основоположні аспекти уявлень про символи, архетипи, архетипні символи та смисли, закладені в них, розкрито в працях представників багатьох галузей наук, що зумовлює різноманітність підходів до цих універсальних категорій: філософський, естетичний і психологічний, представниками якого є С. Аверинцев, О. Волкова, Г. Гадамер, М. Гайдеггер, Г. Гегель, Х. Керлот, О. Лосєв, М. Лотман, М. Мамардашвілі, А. П'ятигорський, К. Свасьян,

Ю. Сватко, А. Тахо-Годі, П. Флоренський, З. Фройд, К. Юнг; міфологічний, який представляють М. Еліаде, Є. Мелетинський, І. Ребошак, У. Тернер; літературознавчий (Г. Грабович, М. Еліаде, В'яч. Іванов, Е. Кассіер, К. Леві-Строс, Ц. Тодоров, В. Топоров, І. Шама); серед представників етно- та лінгвокультурологічного, лінгвокогнітивного підходів варто назвати таких, як Л. Белехова, М. Дмитренко, О. Донченко, В. Жайворонок, В. Колесов, В. Кононенко, О. Левченко, М. Маковський, В. Маслова, М. Новикова, Ю. Мосенкіс, Л. Пономаренко, О. Потапенко, Н. Слухай, Ю. Степанов, О. Фрейденберг; лінгвістичний, психолінгвістичний і лінгвостилістичний репрезентують В. Агеєва, Н. Арутюнова, Л. Афанасьєва, О. Веселовський, В. Виноградов, Н. Данилюк, С. Єрмоленко, Н. Лисенко, Е. Кравченко, А. Мойсієнко, А. Поповський, О. Потебня, О. Селіванова, В. Сиротіна, О. Сімович, Н. Слухай, Л. Ставицька, М. Філон, В. Чабаненко, О. Шелестюк; незначна частина учених (І. Бескова, Д. Островський, Е. Сепір) досліджувала когнітивний підхід; серед представників семіотичного виділяємо таких, як Л. Павлюк, Є. Панов, В. Сиротіна, Ф. де Сосюр, Ю. Степанов, В. Чекштуріна; і соціологічний представляють Г. Блумер, Дж. Мід, А. Шюц та ін.

У сучасному науковому дискурсі в галузі соціальних комунікацій спостерігається поживлення інтересу до архетипних символів, оскільки вони інтегруються в масову свідомість завдяки їх активному використанню в сучасному інформаційному просторі. Окремі фрагменти вивчення символізації реалій навколишнього світу як рушійного чинника становлення сучасного медійного простору представлено в працях науковців, де зосереджено увагу на архетипній символіці як комунікаційному інструменті акумулювання психічної енергії (І. Жалба, Ю. Скіцько); архаїчних ідей та стереотипізації й міфологізації свідомості (М. Бутиріна, В. Буряк, Л. Хавкіна); схематизації мислення на основі архетипів (О. Проніна), психологічній природі архетипізації (Н. Мантуло, О. Росінська) тощо.

У сучасних медіатекстах активно використовують архетипні символи, особливо при висвітленні воєнних дій на Сході України. Різні методологічні

аспекти дослідження медіатекстів та презентації архетипних символів представлено в працях Е. Афоніна, А. Бессараб, С. Борисньова, В. Горового, О. Гриценко, Е. Гуссерля, Л. Дудченко, О. Зернецької, Я. Зоськи, Н. Зражевської, В. Іванова, В. Красних, Т. Кузнецової, В. Пасічника, Л. Пономаренко, Б. Потятиника, Г. Почепцова, В. Різуна, О. Тріщук, М. Хилько, О. Холода та ін. Попри те, що проблему архетипної символіки, її інтерпретації та ролі в медіатексті як явища складної метасемантичної традиції почасти висвітлено в наукових теоріях із соціальних комунікацій, однак недостатньо дослідженим, неоднозначним та суперечливим є питання структурно-словесного втілення архетипного символу як позначення певної реальності в інформаційній картині світу сучасного медіапростору, зокрема використання етнокультурних архетипних символів як семантично наповнених, з оцінними конотаціями маркованих мовних одиниць при висвітленні воєнних дій на Сході України. В умовах територіальних, інформаційних та когнітивних інтервенцій в Україні особливої актуальності набувають когнітивні (архетипні) категорії маркування соціокомунікаційного простору. Розгортання архетипного простору, символічних конотацій є типовим для контенту, публіцистичного за своєю природою, що містить оцінні судження. Проте сучасний реципієнт, «кліпове» мислення якого формує запити на швидку новинну стрічку, отримує концептуальну модель картини світу і в інформаційних повідомленнях. Відповідно, у сучасній науковій теорії із соціальних комунікацій постало питання наукової інтерпретації використання архетипної символіки авторами медіатекстів при висвітленні воєнних дій на Сході України саме в новинних медіаресурсах, її феноменологічної концептуалізації як можливості вбачати сутність сучасних визначних подій у фактичному контенті масмедійних текстів, обґрунтуванні специфічних особливостей її функціонування в смисловому контенті інформаційного простору, визначенні структурно-стильових і семантичних особливостей, окресленні ролі архетипної символіки в презентації суспільно значущих подій про воєнні дії на Сході України в сучасних медіатекстах, формуванні лексико-семантичного поля та емоційно-образному

відтворенні дійсності. Усе це зумовило вибір теми дослідження та наукове завдання дисертації.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація виконана в межах наукової комплексної теми кафедри журналістики Запорізького національного університету «Масова інформаційна діяльність як творчість» (номер державної реєстрації 0116U004851), де здобувачкою інтерпретовано архетипну символіку в новинному медіатексті, виявлено її особливості, окреслено роль архетипної символіки в презентації суспільно значущих подій на Сході України.

Мета й завдання дослідження. *Мета дослідження* – схарактеризувати архетипний символ як комунікаційний інструмент феноменологічної концептуалізації суспільно значущих подій (воєнних дій на Сході України) у новинному контенті сучасних масмедійних текстів.

Для досягнення цієї мети поставлено такі *завдання*:

- окреслити теоретико-методологічне підґрунтя вивчення символу як ключового поняття дослідження, описати підходи до його класифікації та визначення його функцій;
- синтезувати наявні в теоретичному дискурсі уявлення щодо змісту та сутності понять «символ», «архетип», «архетипний символ»;
- визначити місце символу в системі суміжних категорій для з'ясування сутнісних відмінностей архетипної символіки щодо концептуалізації її ознак;
- визначити особливості сучасних архетипних образів-символів, що формують уявлення агентів соціально-комунікативної взаємодії щодо сутності соціокультурного сенсу сучасних процесів у країні (на прикладі воєнних дій на Сході України);
- визначити евристичний потенціал набору ознак суспільно значущих подій в архетипних символах, що презентовані в сучасних масмедійних текстах, для здійснення феноменологічної концептуалізації;
- описати основні риси трансформації етнокультурних архетипних символів у масмедійних текстах.

Об'єкт дослідження – архетипні символи як комунікаційний інструмент феноменологічної концептуалізації в новинному контенті масмедійних текстів про воєнні дії на Сході України.

Предмет дослідження – семантико-стильові та архітектонічні ознаки архетипного символу як комунікаційного інструмента феноменологічної концептуалізації в новинному контенті масмедійних текстів про воєнні дії на Сході України.

Хронологічні межі дослідження: 2015–2020 рр.

Емпіричну базу дослідження становлять:

– масмедійні тексти новинних інтернет-ресурсів України: «Корреспондент.net» «Obozrevatel», «Сьогодні», «УНІАН», «Укрінформ», «Українська правда», «Цензор.НЕТ», «Gazeta.ua», «Дзеркало тижня», які за рейтинговими показниками Alexa Ranking Ukraine, TNS Україна, Інтернет-асоціації України, MS.detector.media, є одними з найбільш відвідуваних у хронологічних межах дослідження;

– повідомлення та публікації офіційної сторінки штабу АТО/ООС у соціальній мережі Фейсбук;

– результати соціологічного опитування (онлайн-анкетування) здобувачів освіти Запорізького національного університету щодо сприйняття та ефективності застосування семантико-стильових, архітектонічних ознак етнокультурних архетипних символів ($n = 367$: спеціальність 061 «Журналістика»), яке проведено у вересні – грудні 2020 р.

Методи дослідження. Реалізація мети та виконання завдань дисертації потребували використання множини методів. З-поміж загальнопізнавальних методів виокремлюються *описовий*: прийоми контекстного аналізу та інтерпретації, на підставі яких проаналізовано архетипні символи в сучасному медіатексті, засоби їх вербалізації, виявлено семантичні та структурні особливості в медіапросторі; *індуктивно-дедуктивний* – для аналізу й синтезу наукових теорій і концепцій, зокрема *індуктивний* (для узагальнення та систематизації даних про архетипну символіку, а також самі архетипні символи

в медіатекстах); *дедуктивний* (для створення семантичного поля характеристики медійних архетипних символів). Також застосовано такі методи дослідження: *порівняльно-історичний, синтезу й узагальнення* – для простеження виникнення понять «символ», «архетип», «архетипний символ» і суміжних категорій, їх порівняння та зіставлення; *дефінітивний* – для міждисциплінарного потрактування символу й суміжних категорій; *диференційний* – для визначення диференційних та інтегральних ознак між символом й суміжними категоріями; *контекстуальний* – для дослідження структурно-стильових особливостей архетипних символів у масмедійному тексті; *структурно-функціональний аналіз* – для виявлення засобів формування вербальної парадигми архетипних символів; *компонентний аналіз* – для встановлення змісту медіаповідомлення; *семантичний аналіз* – для вивчення семантики архетипних символів; *дистрибутивний* – для класифікації лексико-семантичних груп архетипних символів та виявлення властивостей їх функціонування в медіатекстах; *трансформаційний аналіз* – для визначення подібностей і відмінностей між етнокультурними архетипними символами, трансформованими в сучасний медійний простір; *опитування* – для визначення евристичних можливостей запропонованого набору семантико-стильових, архітектонічних ознак суспільно значущих подій в архетипних символах.

Методологічна основа дослідження – принципи, теоретичні положення, поняттєво-категорійний апарат семіотики, ономасіології, теорії дискурсу, епістемології, феноменології, символічного інтеракціонізму, сукупність яких створює підґрунтя для аналізу предмета дослідження.

Евристична цінність феноменологічного підходу для роботи зумовлена тим, що в межах його застосування відбувається споглядання чистих сутностей подій через архетипну символіку, презентовану в текстах, із намаганням сприйняття сутності як очевидності, а очевидність подій отримується зі смислового аналізу наявної мови масмедійних текстів. Завданням феноменології в цій роботі є надання адекватного опису суспільно вагомих подій, що формують історичну пам'ять суспільства в певних етнокультурних архетипних символах,

застосування на противагу емпіризму ономасіології та семіотики для пояснення значення дескриптивної лінгвістики у створенні уявлення щодо сутності подій через архетипну символіку.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що:

вперше:

– у межах теорії соціальних комунікацій експліковано положення когнітивно-ономасіологічного підходу до дослідження явищ та процесів дійсності шляхом аналізу архетипної символіки як їх сутності, що виражена мовними засобами. Архетипну символіку запропоновано розглядати як когнітивно-ономасіологічний феномен позначення сутності сучасних суспільно значущих подій (воєнних дій на Сході України), що зафіксовані за допомогою національно маркованих мовних одиниць з огляду на їх етнокультурні смисли в новинному контенті сучасних масмедійних текстів;

– встановлено, що архетипний символ набуває експліцитного вираження в медійному просторі через розширення, окремішність, трансформацію та модифікацію спочатку архетипної схеми, а потім прообразної концептуальної схеми шляхом різних лінгвокогнітивних операцій і методологій, які формують множинність вербальних образів;

– на підставі узагальнення спостережень за своєрідністю реалізації символічних значень у межах медійного контексту визначено особливості архетипного символу в медіатексті, зокрема: множинність значень, що виявляють себе в різних конситуаціях; поєднання та взаємодія цих значень через аналогію й асоціативні зв'язки; накопичення та згущення багатьох ідей, відносин як виразників символічних значень; поляризація значень, що транслуються одним і тим же референтом на різних семантичних полюсах, інтегруються масовою свідомістю в процесі комунікації;

– за результатами емпіричного аналізу архетипних символів у масмедійних текстах про воєнні дії на Сході України із застосуванням полісемічності та поліфункційності визначено сучасні етнокультурні образи-символи, що формують уявлення агентів соціально-комунікативної взаємодії щодо сутності

соціокультурного сенсу сучасних процесів у країні: *Донбас, вогонь, зброя, захисник (побратим, український воїн), ворог (окупант, агресор, противник, нападник, сепаратист), перемир'я, тиша* тощо;

удосконалено:

– систематизацію функцій символу в медіатексті. Акцентовано увагу на тому, що в засобах масової комунікації символи, які зафіксовані в умовно-знакових системах та кодах, сприяють вираженню й повідомленню про імпліцитний факт або його ідеальний сенс, є способом осягнення та прийняття ідей, норм і цінностей культури суспільства й української нації зокрема та для цього виконують множину функцій (*пізнавальна, когнітивна, гносеологічна, інформаційно-комунікативна, комунікативно-прагматична, репрезентативна, ідентифікаційно-інтегративна, соціалізацій, адаптивно-регулятивна, спрямовування поведінки*). Наявний перелік доповнено виділенням таких функцій, як *передавання інформації, контролю та, соціальної мобілізації*. Зазначено, що основною у формально-семантичному аспекті є *репрезентативна функція символу*;

– знання щодо структурно-семантичних ознак архетипних символів як засобів творення змісту медіаповідомлення. Зазначено, що архетипні символи формують лексико-семантичне поле з використанням канонізованих словосполучень із виразною контекстуальною семантикою, постійних епітетів, що становлять семантичну парадигму з одними й тими ж лексемами-символами, утворюючи своєрідні ідіоми, що служать засобами емоційно-експресивного й образного відтворення дійсності, прикметників, які конкретизують через сенс ознакову (атрибутивну) семантику. Образні співвідношення архетипних символів репрезентують такі модифікатори, як: номінація, атрибутивні сполуки, топоніми;

– інтерпретації архетипних символів як репрезентантів інформаційної картини світу українців та їх модифікації. У медіаповідомленнях використовують оцінні конотації на позначення, а експліковані значення створюють єдиний змістовий символістський континуум – безперервну

експлікацію традиційних та авторських значень від одного символу до іншого. Особливістю архетипного символу в сучасному інформаційному просторі є його здатність одночасно виражати тезу й антитезу репрезентованої ним ідеї; символічна функція архетипного образу виявляється при зіткненні протилежностей;

набуло подальшого розвитку:

– класифікація символу як предмета дослідження різних галузей на підставі змістовного аналізу множини різновидів символів з урахуванням сучасних соціокомунікаційних досліджень (*універсальні, колективні, індивідуальні, специфічні, випадкові, первісні, архетипні, міфологічні, релігійні, національні, психологічні, культурні, соціальні, етнічні, художні, словесні (з їх різновидами), політичні, правові, державні, референтні (референційні), наукові, філософські, художні, міфологічні, релігійні, ідеологічні, спонукальні, культурні, мотиваційні, предметні, непередметні та інші*), зокрема визначено такі критерії класифікації, як: сфера застосування знаків і їх символічне значення; тип опредметнених знань; форма об'єктивації; характер семантичної транспозиції; характер інформації, що передається; спонукальна дія; архітектоніка; лексико-семантичні групи; засади створення;

– інтерпретації трансформації етнокультурних символів у масмедійний інформаційний простір, зокрема регіональних медіа, та формування картини світу споживачів інформації як вербальними, так і візуальними засобами комунікації. Виявлено, що трансформація етнокультурних і власне національних архетипних символів у масмедійний текст та навпаки відбувається шляхом семантико-прагматичних змін їх семантики, зумовлених особливостями певної етнокультури. При висвітленні подій на Сході України автори послуговуються архетипними символами, які наділені виразною контекстуальною семантикою.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження можуть бути використані й використовуються в:

– *науково-дослідній діяльності* – при подальших наукових дослідженнях особливостей функціонування архетипної символіки у медійному просторі;

– *освітньому процесі* – під час викладання дисциплін для здобувачів освіти всіх форм навчання освітніх ступенів «бакалавр» і «магістр» факультету журналістики Запорізького національного університету (довідка про впровадження № 01.01-13/95 від 27.10.2020) та Інституту журналістики і масової комунікації Класичного приватного університету (довідка про впровадження № 52/20 від 02.12.2020);

– *масмедійній діяльності* – авторами інформаційних повідомлень, у яких висвітлюються воєнні дії на Сході України.

Особистий внесок здобувача. Дисертація є результатом самостійної роботи здобувачки. Усі наукові положення, результати, висновки й рекомендації, зокрема й ті, що стосуються наукової новизни і винесені на захист, отримані авторкою самостійно. Внесок здобувачки у статтю в співавторстві конкретизовано в списку публікацій.

Апробація результатів дослідження. Основні положення, висновки та результати дослідження були представлені й обговорювались на наукових і науково-практичних конференціях, читаннях, круглому столі, таких, як:

– *міжнародних*: «Типологія символів у соціальному, міжетнічному, психологічному та кроскультурному вимірах» (м. Бердянськ, 2010 р.); «Соціальні комунікації сучасного світу» (м. Запоріжжя, 2010 р.); «Мова – література – культура в контексті національних взаємозв'язків» (м. Бердянськ, 2011 р.); «Мова і соціум: етнокультурний аспект» (м. Бердянськ, 2011 р.); «Публіцистична комунікація: теорія, історія, сьогодення» (м. Тернопіль, 2013 р.); «Актуальные проблемы изучения языка, литературы и журналистики, посвященной 75-летию высшего филологического образования в Республике Хакасия» (м. Абакан, Республіка Хакасія, 2014 р.); «Актуальні проблеми медіаосвіти в Україні та світі» (м. Запоріжжя, 2016 р.); «Медіакультура та інформаційна безпека в Європі та світі: освіта, методологія медіадосліджень, практика» (м. Запоріжжя, 2017 р.); «Роль інновацій в трансформації образу сучасної науки» (м. Київ, 2019 р.); «Science and Practice: implementation to modern society» (м. Манчестер, Велика Британія, 2020 р.); «Соціальні комунікації:

інструменти, технологія і практика» (м. Запоріжжя, 2021 р.); «Регіональна журналістика: реалії, виклики, перспективи», (м. Тернопіль, 2021 р.);

– *всеукраїнських і регіональних*: «Науковий потенціал ЗНУ та шляхи його розвитку» (м. Запоріжжя, 2010 р.); «Лінгвістика та лінгводидактика: надбання, актуальні проблеми, перспективи розвитку» (м. Бердянськ, 2011 р.); «Запорожжя в гуманітарному дискурсі» (м. Запоріжжя, 2013 р., 2015 р.); «Сучасні орієнтири філологічної науки» (м. Херсон, 2014 р.); «Міфосвіт української поезії: генеза прочитання» (м. Херсон, 2015 р.); «Українська література “від давнини до сучасності”: парадигми, напрямки, проблеми» (м. Запоріжжя, 2016 р.); «Східнослов'янські мови в їх історичному розвитку» (м. Запоріжжя, 2018 р.); «Світове українство як апологет та реставратор української національної ідеї» (м. Запоріжжя, 2018 р.); «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі» (м. Запоріжжя, 2020 р.); «Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив» (м. Запоріжжя, 2020 р., 2021 р.).

Публікації. Основні результати дослідження викладено в 19 друкованих працях, з яких: 3 – статті в наукових фахових виданнях України, 2 – статті в інших періодичних наукових виданнях України, включених до міжнародних наукометричних баз, 3 – статті в зарубіжних періодичних наукових виданнях (у т. ч. 1 у виданні, включеному до наукометричної бази Scopus), 3 – статті в інших наукових виданнях, 8 – матеріали конференцій.

Структура й обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Обсяг основного тексту роботи становить 186 сторінок. Список використаних джерел включає 296 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНА ПАРАДИГМА ДОСЛІДЖЕННЯ СИМВОЛУ В КЛАСИЧНІЙ ТА СУЧАСНІЙ НАУКОВІЙ ДУМЦІ

1.1. Концептуалізація символу як епістемологічного феномена

Фізичний світ постає перед кожною людиною таким, яким його усвідомлює нація. Він відтворюється в мовній картині світу, зокрема у лексемах, словесних образах, якими етнос позначає його реалії. Будь-яка дійсність сприймається, перш за все, як щось матеріальне, а згодом у процесі сприйняття, осмислення та вербалізації одухотворюється, тобто відбувається процес суб'єктивізації об'єктивного знання про предмет.

Образне мислення, яке відіграє важливу роль у процесах символізації та архетипізації предметного світу, виступає результатом взаємодії фізичного та духовного у свідомості людини. Одним зі способів зберігання, трансформації та передачі інформації, одиницею «пам'яті народу», конструктом, що відповідає вимогам художнього мислення перехідного часу, за твердженням В. В. Колесова [93], виступає символ, який трансформується у лексему загального, родового змісту, більш звичну для сучасного поняттєвого мислення, – гіперонім.

Актуальність проблеми символу в наш час зумовлена пошуком нового підґрунтя в ситуації мінливої феноменологічної концептуалізації, яке свідчить про вичерпність раціоналістичної стратегії мислення і, як наслідок, – початок духовного пошуку, самовизначення людини в системі цінностей, схильних до трансформації. Символ дозволяє позначити точки дотику метафізичних висот із філософсько-антропологічними глибинами несвідомого.

В історії європейської культури зафіксовано чимало випадків, коли термін, який виник ще в античності, з плином часу стає важливим, концептуально значущим складником різних метамов. Саме такою є дефініція символу, який, зберігаючи свою евристичну значущість, функціонує упродовж століть і як засіб чи інструмент феноменологічної концептуалізації світу, і як об'єкт пізнання,

предмет спеціальних досліджень, поглиблених аналітичних досліджень і теоретичних інтерпретацій.

Питання походження, сутності, природи і значення символів як уособлення необмеженого смислу, їхній вплив на мислення людини були предметом дослідження багатьох учених. Відтоді й до сьогодні погляди на природу символу, його типи, функції, роль і місце в житті суспільства досить суперечливі та неоднозначні.

Дослідження символу як когнітивної та мисленнєвої категорії сягають античної філософії та риторики. Поняття символу є одним із ключових у філософії, літературознавстві, лінгвістиці, культурології, семіотиці тощо. Основоположні аспекти уявлень про символи, архетипи, архетипні символи та смисли, закладені в них, розкрито в працях представників багатьох галузей наук, що зумовлює різноманітність підходів до цих універсальних категорій: філософський, естетичний і психологічний (С. Аверинцев, О. Волкова, Г. Гадамер, М. Гайдеггер, Г. Гегель, Х. Керлот, О. Лосєв, М. Лотман, М. Мамардашвілі, А. П'ятигорський, К. Свасьян, Ю. Сватко, А. Тахо-Годі, П. Флоренський, З. Фройд, К. Юнг), міфологічний (М. Еліаде, Є. Мелетинський, І. Ребошапка, У. Тернер), літературознавчий (Г. Грабович, М. Еліаде, В'яч. Іванов, Е. Кассієр, К. Леві-Строс, Ц. Тодоров, В. Топоров, І. Шама), етно- та лінгвокультурологічний, лінгвокогнітивний (Л. Белєхова, М. Дмитренко, О. Донченко, В. Жайворонок, В. Колесов, В. Кононенко, О. Левченко, М. Маковський, В. Маслова, М. Новикова, Ю. Мосенкіс, Л. Пономаренко, О. Потапенко, Н. Слухай, Ю. Степанов, О. Фрейденберг), лінгвістичний, психолінгвістичний і лінгвостилістичний (В. Агєєва, Н. Арутюнова, Л. Афанасьєва, О. Веселовський, В. Виноградов, Н. Данилюк, С. Єрмоленко, Н. Лисенко, Е. Кравченко, А. Мойсієнко, А. Поповський, О. Потєбня, О. Селіванова, В. Сиротіна, О. Сімович, Н. Слухай, Л. Ставицька, М. Філон, В. Чабаненко, О. Шелестюк), когнітивний (І. Бєскова, Д. Островський, Е. Сєпір), семіотичний (Л. Павлюк, Є. Панов, В. Сиротіна, Ф. де Сосюр, Ю. Степанов, В. Чекштуріна), соціологічний (Г. Блумер, Дж. Мід, А. Шюц) та ін.

Проблема символу у світовій теоретичній думці віддавна досліджується як проблема філософії, естетики, лінгвостилістики тощо. Більшість символів виникли ще на початку історії людства, але їх феноменологічна концептуалізація відбулася значно пізніше через розуміння символу як досягнення культурного розвитку. Для кращого розуміння механізму трансформації поняття символу як філософсько-естетичної категорії, важливо розглянути підходи до його трактування в конкретні історичні епохи. Це, зокрема, стосується класичного періоду в європейській культурі, коли символ співвідноситься з поняттям знака та образу.

Поняття про символ у цьому дослідженні формулюється з позиції онтологічної концептуалізації. Самостійна онтологічна сутність символу потенційно може ховатися в будь-яких речах, навіть тих, які ми символами не називаємо. Крім того, сам символ може бути багаторівневим і відкривати в собі символічні пласти більш високого плану, так, що і він сам по собі може не мати закінченого певного характеру. У такій ситуації виникає інтерес до дослідження природи символу як єдиної, інтегрованої субстанції, здатної послужити якісно новою підставою для пошуку сенсу, творчо задаючи інший напрямок думки і життя.

Символи формуються упродовж тривалого часу, їм властиві глибинні витоки, вкорінені в язичницьких поглядах на природу. Вони супроводжують людину з найдавніших часів. З їх допомогою вона намагається донести свої ідеї, зробити їх доступними для розуміння. Давні мудреці вважали, що думка зароджується і передається в образах і символах. Звідси виникає потреба у фігурах як складних образах і в образах як містилицях кількох фігур [134, с. 303].

У сучасному світі символ є однією з могутніх підвалин культури. Символ, як основний знаковий атрибут культури, завжди привертав увагу вчених різних наук. На думку філософів, символічне ставлення людини до світу є набагато ширшим, аніж поле вербальної комунікації, бо мова дає людині розчленований

образ світу, а символ формує його цілісне бачення в єдності чуттєвих та раціональних сторін [66, с. 15].

Погоджуємось із дослідниками символу про те, що як і будь-який фундаментальний для культури термін символ у переломні моменти розвитку її окремих сфер набуває особливої аксіологічної маркованості. Це пояснюється, зокрема, тим, що для символу властива, з одного боку, своєрідна «обтяженість» змістом окремих філософських, естетичних, релігійних та інших дискурсів, а з іншого – напрочуд тісний зв'язок із духовними пошуками суспільства загалом. Ці чинники помітно впливали як на функціонування самого терміна, так і на наукове вивчення тих культурних феноменів, які належать до сфери символічного в національній культурі.

Філософсько-естетична теорія символу виникла в добу Античності та тривала до епохи Просвітництва. У цей час формувалися основні засади класичної естетики та філософії, у яких символ ставав своєрідним культурним текстом і був універсальним дієвим механізмом пам'яті культури, об'єднуючи в собі новий історичний досвід людства.

Результатом культурного розвитку, який розпочався в період античності, якраз і стало філософсько-естетичне розуміння символу. Цей період став епохою переходу від міфологічної картини світу до філософсько-наукової. Ранні античні філософи екстраполюють символ через міфологічне та натурфілософське розуміння світу. Зокрема, Платон пропонує комплексне трактування символу. Розуміння символу «як втілення ідей у речах» у Платона цілком протилежне матеріалістичній теорії Аристотеля, який експлікує символ як «тотожність ейдосу та матерії». Платон розуміє символ як ідею через категорію «ейдосу», яка є частиною світу та наповнює його символічним змістом, він бачить символ з боку буття, а Аристотель – з боку речі [123, с. 231].

Погоджуємось із твердженням М. Дмитренка, що символ виступає також фундаментально-базовою структурною одиницею або онтологічною першоосновою, що забезпечує тотальність свідомості. Така установка мислення свідчить про буттєве розуміння природи символу. У зв'язку з цим можна

говорити про онтологічні підходи до осмислення феномена символу, традиція якого бере свій початок у філософії Платона. Філософ вважав символ знаковим виразом якоїсь вищої, але зовсім не знакової сутності, значення якої не завжди можна чітко зафіксувати, а тому це й служить переходом із сфери раціональної до світу ірраціонального, в якого сутність символу можна вловити через посередність образів, що виникають інтуїтивно, спонтанно, на межі яснобачення. Інтерпретація таких символів через не завжди прозорі образи не дозволяє витлумачити сутність перших однозначно, розкрити їхній смисл у закостенілій формі [65].

На основі цього виділяють феномен платонізму як умову можливості символізації, або як онтології, що вплинула на становлення категорії «символ». При цьому платонізм покладається на есенціальну стратегію мислення, де стратегія мислення – це спосіб освоєння першооснов реальності, рефлексія на неї, а її есенціальна природа будується навколо поняття «сутність».

У неоплатонізмі категорія символу стала стрижневою, увібрала в себе не тільки шлях від явища до сутності, але й можливість безмежного пізнання й тлумачення символу через протилежності: невисловлюване, таємниче, затемнене і світле, зрозуміле.

В епоху Середньовіччя стверджували, що символи існують як для приховування істини, так і для її виявлення, пізнання. До того ж, пізнання вищої істини можливе лише на основі розкодування символічних образів, саме в них закладено знання першооснов буття.

Філософи стверджують, що символ повинен вказувати на межу творення двох світів, на присутність невидимого та непізнаного в житті та діяльності людини. Зокрема, грецький філософ-неоплатоніст Прокл вважає, що лише через символічне світосприйняття можливо пізнати «істину речей». У своїх працях він коментує Платона та формує ідею діалектичної тріадності, що пізніше знайде своє продовження в теорії німецького класичного ідеалізму Г. Гегеля.

Категорія символу стає центральним поняттям у неоплатонізмі, де формуються теоретико-методологічні підвалини вивчення символу та його

термінологічне поняття. Неоплатонізм поєднав у собі ідеалізм античної філософсько-естетичної думки з ранньохристиянськими поглядами, заклавши цим підвалини для нової культурно-історичної епохи середньовіччя, у якій символ набуває нових форм і підходів до розгляду.

На об'єктивно-суб'єктивну єдність символу вказували М. Мамардашвілі й А. П'ятигорський: символ є річ, причому «така дивна Річ, що одним своїм кінцем “виступає” у світі речей, а іншим – “потопає” у реаліях свідомості» [130, с. 26].

Теорія символу як онтологічної реальності має й антикультурну спрямованість. Символ визначається ученими як непізнаваний, ірраціональний елемент буття, до якого можна долучитися лише інтуїтивно. При цьому підкреслюється, що символ спочатку властивий онтос як його невід'ємна частина, буттєва функція якої полягає у встановленні проміжної ланки між ідеальним і чуттєвим світами. М. Мамардашвілі та О. П'ятигорський підкреслюють [130], що сучасна культура переводить символи свідомості в знаки мови, тим самим знищуючи символізм як основу культури і, отже, знищуючи себе.

В онтологічному трактуванні символу існує і негативний підхід, вперше чітко сформульований Г. Гегелем: оскільки символ як явище буття непізнанне і наділене чуттєвими, ірраціональними характеристиками, він не може бути засобом філософського пізнання світу, як пізнання раціонального. Г. Гегель у символі вбачав знакову природу, смисл і вираження смислу. На його думку, символ як знак лише тоді може мати мистецьке значення, коли перетворюється в образ. А образ, будучи символічним, розкриває не весь комплекс своїх властивостей. Відтак, у символі поряд із одночасним накладанням деяких властивостей образу і смислу є ще й інші ознаки, що їх можна збагнути лише в контексті застосування.

Подібною є й концепція символу Ж. Дельози, у якій він розмірковує про природу самого символу. Ця теорія має яскраво виражену антикультурну спрямованість. Ж. Дельоз описує символ як деструктивний онтологічний

феномен, буттєва функція якого – руйнування ієрархії універсуму, запропонованої ще Платоном.

Поряд з онтологічним підходом до дослідження проблеми символу, можна виділити низку інших підходів, відмінних від нього, зокрема семіотичного (логіко-семіотичного).

Логіко-семіотичний механізм виникнення символів, на думку Р. Зорівчак, полягає в тому, що «багато предметів, з якими мовці близько і безпосередньо стикаються, мають певну властивість, що сприймається як їхня постійна й особлива ознака. Завдяки цьому співвідношення предмета й ознаки інколи настільки змінюється, що предмет стає символом властивості, вираженої його ознакою» [83, с. 79].

Погоджуємось, із твердженням М. Бахтіна, що особливості тлумачення символу полягають у тому, що «зміст символу не можна роз'яснити, звівши до однозначної логічної форми, а можна лише пояснити, якщо співвіднести з подальшими символічними зчепленнями, які підведуть до більшої раціональної ясності, але не досягнуть рівня чистих понять» [12, с. 361]. Саме в цьому полягає самотність символу, зміст якого кожен принципово відкриває для себе сам залежно від можливостей пізнання.

Такий підхід до інтерпретації символу спирається на вчення Аристотеля, оскільки саме він уперше трактує символ як знак, змістом якого є якийсь знак іншого роду або іншої мови. Інакше кажучи, символ розуміється в підкреслено раціоналістичному сенсі як засіб адекватного перекладу плану вираження в план змісту. Символи інтерпретуються як конвенціональні знаки, зміст яких може бути чітко представлено і безпосередньо виявиться.

Об'єктивний бік трактування символу в німецькій філософії Просвітництва представлена в працях В. Гете та Г. Гегеля. Для В. Гете символ є об'єктивним явищем, що народжене самою природою. Тому він є принципом поєднання багатьох речей, що виражені в одиничній речі. Філософ стверджував «Часткове завше підлягає загальному. Загальне завше має співвідноситись із частковим. Все, що відбувається, – символ, і в той же час, коли воно цілком

виявляє себе, то вказує на все інше. Справжня символіка там, де часткове репрезентує загальне не як сон чи тінь, але як живе миттєве одкровення непізнаваного». І поточнював «Символіка перетворює явище в ідею, ідею в образ і причому так, що ідея залишається в образі безкінечно діючою і непізнаною» [50, с. 353].

Логіко-семіотичний підхід у витлумаченні природи символу демонструє раціоналістична традиція мислення, яскравим виразником якої виступає Г. Гегель, який підкреслював, що «символ є, перш за все, певний знак» [48, с. 155].

Символ Г. Гегель розглядає як предмет комунікації, умовний знак, чуттєвий об'єкт, що сприймається у більш загальному та довготривалому значенні. Він виражає певний зміст за допомогою зовнішньої форми та може бути зрозумілий лише в певному контексті. Г. Гегель вважає символ двозначним і таким, що балансує на межі образу і знака. Тому для того, щоб образ став символом, необхідно виділити його знакову природу [47, с. 328].

Такий підхід у філософії представлений і дослідженнями Р. Барта, який стверджував, що «якщо знак визначається через актуальне співвідношення з означуваним предметом, то символ визначається через віртуальне співвідношення з усією системою знаків, з яких він вибирається» [11, с. 246].

Це співвідношення «символ-знак», по-перше, дозволяє говорити про залучення через символ до знакової системи, яка не позначається як предмет символу, а, по-друге, наділяє символ багатозначністю і невизначеністю. П. Рікер, спираючись на твердження Ч. Пірса, вважає, що існує три основні функції знака: бути індексом, образом і символом. Він також витлумачує символ як засіб вираження й пізнання культури.

Спираючись на семіотичне тлумачення символу, П. Рікер розглядає його специфіку на другому семантичному рівні, який прихований за безпосередньо виявленим першим: «Я називаю символом всяку структуру значення, де один сенс, прямий, первинний, буквальний, означає одночасно й інший сенс,

непрямий, вторинний, алегоричний, який може бути зрозумілий лише через перший [193, с. 18].

Отже, у межах семіотичного підходу були виявлені важливі характеристики символу: багатозначність, співвіднесеність з більш глибоким смисловим рівнем і т. д. Проте, символ розуміється тільки як співвіднесене, а не самоцінне буття, іншими словами, жодних ознак, що характеризують його як онтологічну сутність саму по собі, не виявляється. Як у Р. Барта, так і у П. Рікера, символ позбавлений буттєвого статусу, відповідно, сенс у символі вказує на інший сенс, а не на саме буття.

Спираючись на думки учених, можемо зазначити, що семіотичний підхід розкриває способи кодування і прочитання символу; але сама сутнісна сторона, або специфіка символу залишається не виявленою.

Європейське середньовіччя надає символу загальнокультурного значення. Тут він набуває етичної спрямованості й виступає християнським принципом. У середні віки загострилося інтуїтивне сприйняття символу в його багатозначності.

Поняття символу та підходів до його вивчення в середньовічній Європі містить у собі накладання теологічних і релігійних догм і норм.

В епоху Ренесансу поняття символу наново переосмислюється. Епоха Ренесансу ставить символ у центр пізнавального комплексу, підкреслює його естетичну роль. Важливою формою прояву самосвідомості людини в цей період є візуальна культура, зокрема мистецтво, у якому символ стає неодмінним елементом.

Символи епохи бароко були багатозначними, довільними і суперечливими. Стара символіка пристосовувалася до завдань стилю, насиченого контрастами, парадоксами, експресією.

Символ, що розвивається в духовному напрямку в Новому часі, відрізняється від середньовічного, йому притаманний антропоцентричний характер на противагу теоцентризму [47, с. 38].

На відміну від ренесансного розуміння символу як алегорії, цифри, емблеми, знака тощо, епоха Просвітництва наділяє символ більш

раціоналістичним значенням, розуміючи його як синтез полісемантичної структури з глибоким змістовим навантаженням. Загалом, раціоналістичні та емпіричні погляди Просвітництва найбільш виразно обґрунтовуються в працях І. Канта, який вважав символ посередником між чуттєвим світом і трансцендентним світом ідей, «зображувальним засобом того, що має абстрактний характер» [84, с. 161-557].

Погоджуємось із твердженням Д. Загайської, що епоха Просвітництва фактично закладає підвалини сучасної наукової думки, зокрема, розуміння символу як категорії науки, завершуючи філософський етап в історії інтелектуальної рефлексії символу, підготувавши теоретичну основу для його дослідження як предмета соціального знання [81, с. 34].

Німецька класична філософія в особі І. Канта вважала символ чуттєвим способом представлення ідей розуму за аналогією. Спосіб пізнання символу – це спосіб інтуїтивного пізнання прообразу чи ідеї, невичерпної в своїй невимовності й повноті. На противагу абстрактності та довільності, І. Кант наділяє символ сучасним звучанням, не асоціюючи його з абстрактним розумом. Він вважає, що символічна реальність існує лише в людській свідомості, тому символ виникає в процесі відображення діяльності розуму, у процесі споглядання. Символ здійснює неможливе, формуючи зображення понять на основі певних аналогій, оскільки він є особливим засобом усвідомлення реальності [192, с. 103].

Для І. Канта символ є поєднанням інтуїтивного та раціонального, а саме пізнання є «символічним» чи «образним» [200, с. 68].

Теорія символу Е. Канта зумовлює розгортання цілісної філософії символу в дискурсі німецького Просвітництва. Зокрема, надалі проблема символу досліджується у двох напрямках – романтичному (експресивно-виразному) та об'єктивістському. Найвідомішими представниками першого напрямку є Ф. Шіллер, що одним із перших звертається до символу у виявленні його як естетичної категорії, Ф. Шлегель, який вважає мистецтво найбільш органічним і завершеним символом, та Ф. Шеллінг, котрий трактує символ як абсолютну

тотожність реального та ідеального. Опираючись на платонівський ідеалізм, філософ вважає, що суть символу приховується в єдності та нерозривному зв'язку ідеї та образу. Ф. Шеллінг визнає символічними природу, міфологію та мистецтво, а символ вважає нерозділеною тотожністю загального та часткового, безкінечного та кінцевого.

Виділяючи знакову природу символу, Ф. Шеллінг дає поштовх для народження нової методології дослідження «текстів культури», заснованих на техніці розуміння та тлумачення [260, с. 496].

D. Fobelova, P. Fobel розглядають символ як хаотичне космічне утворення, яке втілює в себе загрозову для людства нестабільність у сфері культури і природи, нестабільність, описану в тому числі синергетикою. Єдиний спосіб перетворити «хаотичний світ» у гармонійний – це художнє зусилля творчості, «естетична рефлексія», заснована на певному космічному порядку всупереч хаосу [290].

Культурно-історичний підхід до дослідження природи символу представлений дослідженнями таких авторів, як О. Шпенглер, С. Аверинцев, А. Тахо-Годи, Т. Васильєва, К. Свасьян.

Зокрема, О. Шпенглер виводить культурно-історичний зміст із символів, які зводяться до вихідного «прафеномена» або «прасимволу» культурного космосу [264].

С. Аверинцев здійснює спробу типізації історико-культурних видів символізму або ж використовує символи для прояснення культурно-історичного змісту.

Специфіку античного розуміння символу в руслі культурно-історичного підходу розкривають праці А. Тахо-Годи і Т. Васильєвої [38, с. 27-31].

Дослідник символу в давньогрецькій літературі А. Тахо-Годи зазначає: «Усі тексти класичної античності зі словом “символ” дивують однією голосною особливістю, вони завжди утверджують символ як такий, не зв'язуючи його ні з яким об'єктом, символом якого він міг би виступити. Всюди ми зустрічаємо символ сам по собі, в його предметній образності. У класичних текстах символ є

дещо, але ніколи не є символ чогось. Граматично це виражається тим, що слово символ не має при собі доповнення. Воно саме себе повністю задовольняє і не потребує ніякої співвіднесеності з чимось постороннім, зовсім іншим. Ті моменти, які повинні збігтися в символі, щоб породити дещо досконале, нове і разом з тим цілісне у своїй єдності з вихідними моментами, тут безпосередньо тотожні один з одним або заміняють один одного, не народжуючи ніякого принципово нового уявлення» [220, с. 55-56].

Символ як категорію культури в «первісному й остаточному сенсі» витлумачує К. Свасьян [200].

На стику семіотичного та культурно-історичного підходів М. Лотман [124] висунув концепцію семіосфери як сфери культурного життя, яка знаходить своє знаково-символічне вираження. На його думку символ забезпечує збереження моральних, інтелектуальних, духовних цінностей та культурних традицій людства, адже пам'ять колективу завжди виражена символічно [122, с. 12].

На об'єктивованій природі символу наголошував і М. Маковський: «Символ не проста умовність, він має величезне значення та глибокий смисл і, відповідно, не суб'єктивний, а об'єктивний, загальнозначущий. Шлях до пізнання світу лежить через пізнання символів, їхнього утаємниченого значення» [127, с. 31].

Варто зазначити, що символ дозволяє увійти у непередметний світ смислових відносин. Отже, за допомогою символів усвідомлюються смисли, які не піддаються нашому розумінню, які живуть у несвідомих глибинах душі і об'єднують людей в етнокультурну спільноту. До того ж, справжній символ не просто виражає певний смисл, а передає також увесь спектр його магічної сили. Він є невідконтрольним нашому усвідомленню [4, с. 189].

Символічно осягаючи реальність, ми розкриваємо «сущє в ньому самому», точніше, бачимо «сущє в його розкритості». Відтак, екзистенційно-феноменологічна традиція також сприяє можливості символічного осягнення реальності. Зокрема, теорія феноменології Е. Гуссерля [60] має безперечну

цінність для символічного розуміння реальності і полягає в тому, щоб знайти доступ до самої суті речей, відкинувши всі попередні судження про неї.

Теоретичні дослідження символу і символіки здійснили також С. Аверінцев, Г. Гадамер, М. Гайдегер, А. Голан, М. Еліаде, Е. Кассіер, Х. Керлот, Дж. Купер, К. Леві-Строс, О. Лосев, Ю. Лотман, Є. Мелетинський, І. Ребошапка, Е. Сепір, Ц. Тодоров, В. Топоров, Б. Успенський, П. Флоренський, З. Фрейд, К. Юнг та ін. Кожний із цих вчених по-своєму трактує символічно-міфологічні явища. Проте, наприклад, у західній філософській традиції не було спроби цілковитого та всебічного осмислення природи символу в динамічному ракурсі, з точки зору антиномічної єдності сутності й енергії.

Філософи та психологи (А. Бергсон, В. Гумбольдт, Е. Кассіер, Ю. Лотман, З. Фрейд, К. Юнг) досліджували природу символів у межах взаємодії підсвідомості та свідомості, невидимого й видимого, значення й функції, реальності й умовності. У цьому плані вони більшу зацікавленість виявляли до архетипних символів та їх впливу на розвиток культури та цивілізації.

Зокрема, Ж. Соорег вважає, що «символи містять внутрішній архетипний зміст, що веде до вищих реальностей» [286, с. 7].

Представники психоаналізу З. Фрейд та К. Юнг обґрунтовують поняття символу через вивчення індивідуального та колективного підсвідомого, розглядають символ не як атрибут свідомої діяльності людини, а як можливість опосередкованого вияву підсвідомого змісту як в індивідуальній психіці, так і в культурі. Зокрема, З. Фрейд ототожнює поняття символу з психопатологічним симптомом особистості, а К. Юнг розуміє символ через поняття архетипу та колективного несвідомого. Загалом поняття символу та символічного залишається невичерпним до сьогодні. Погляд на символ не з боку сутності може бути віднесено і до психоаналітичного розуміння символу, який представлений творчістю З. Фрейда і К. Юнга [220]. Зокрема, З. Фрейд [240] редукує символи до функцій несвідомої психічної діяльності.

Надзвичайно широку концепцію виникнення і розвитку символів запропонував К. Юнг. У ній багато уваги приділяється ролі несвідомого (підсвідомого) індивідуального і колективного, що впливає на появу й формування символів. На думку дослідника, символ містить у собі щось невідоме, приховане, тобто його семантика не повністю пізнана, і, що дуже важливо, вона може бути взагалі непізнаною, якщо первинне значення дуже змінилося або загубилося. Колективне несвідоме (архетипи) він розглядав, зближуючи символ із міфом. «Те, що ми називаємо символом, – це термін, ім'я чи зображення, які можуть бути відомі в повсякденні, але мають специфічне додаткове значення до свого звичайного смислу... слово чи зображення символічні, якщо вони мають на увазі щось більше, ніж їхнє очевидне і безпосереднє значення» [267, с. 25].

Проблему вираження змісту несвідомого завдяки символам досліджувала І. Євтушенко, яка стверджувала, що «Реальне значення символів недоступне свідомості і стає відомим через сновидіння чи малюнок, які піддаються інтерпретації. Символи, з одного боку, прагнуть бути зрозумілими, а з іншого – слугують для маскуванню неусвідомлюваного змісту. Однією з важливих рис символів є полізначність, тобто в процесі інтерпретації символ виражає кілька змістів, які не виключають один одного» [74, с. 12].

Символ як засіб пізнання трактується в діапазоні від розуміння символу як знака – універсального інструмента пізнання світу (А. Лосев [117]) до наділення його загальною функцією творчості і пізнання культури (Е. Кассіер [282-285]).

Спроба проникнути в суть символічного складника свідомості сприяє пізнанню людської психіки, її свідомих і несвідомих структур, її прихованих резервів і потенційних можливостей. В основі символізації лежать фундаментальні здібності людини: до відображення світу, оперування смислами, до конструювання і використання штучної реальності. Символічна форма буття свідомості діалектично взаємодіє з раціональним та емоційним складниками, досягаючи інтеграції протиріч. У процесі символізації зачіпаються не тільки свідомі сфери, але і включаються механізми несвідомих структур. У ході свого

впливу символ, захоплюючи розум, почуття, емоції, інтуїцію, уяву і т.д., інтегрує й акумулює всі можливості психіки. Він звернений до цілісності особистості і розрахований на сукупну структуру людської психіки.

Значну увагу природі символу та його ролі приділяв О. Лосєв. Учений визначає символ як ідейну, образну або ж ідейно-образну структуру, що містить у собі вказівку на ті або ті відмінні від неї предмети, для яких вона є узагальненням і нерозгорнутим знаком [117, с. 35]. Він вважав, що символ є відображенням речей, явищ, подій, але «не пасивним, не мертвим, а таким, що несе в собі силу і міць самої дійсності, тому що одного разу одержане відображення переробляється у свідомості, аналізується в думці, очищається від усього випадкового й несуттєвого та доходить до відображення не просто чуттєвої поверхні речей, а їх внутрішньої закономірності» [117, с. 65].

Саме завдяки силі і міцності відображення дійсності символ виражає внутрішню закономірність, сутність явища, він постійно живе у свідомості народу, нації. Найвиразніший представник символізму А. Бєлий вважав, що зміст символу невичерпний. Будучи в основі своїй реальним, символ є художнім образом, спрямованим на пізнання невираженого і, можливо, на непізнаване, надчуттєве: «Символ є межею усіх пізнавальних, творчих та етичних норм» [15, с. 63].

Е. Кассієр [282, 283, 284, 285] вважав мову, міф, релігію, мистецтво і науку символічними формами, завдяки яким упорядковується хаос довкілля і об'єднуються, консолідується люди. Зв'язок між символом і його об'єктом не тільки умовний, але й природний. Слово не могло б позначувати предмет, річ, явище, якби між ними не існувало хоч би часткової тотожності. Він розглядав людину як «символічну тварину» та поширював поняття символу на людську цивілізацію: мову, міф, релігію, науку, мистецтво, які є «символічними формами» для впорядкування хаосу, що оточує людину. Таке багатогранне потрактування символу призводить до втрати його естетичної специфіки.

Свої думки, спрямовані на осягнення природи символу, Е. Кассієр експлікував у «Філософії символічних форм» [282; 283; 284; 285]. Розставляючи

акценти, він виступає більшою мірою як символіст, який розглядає символ як зупинку свідомості серед потоку буття. Свідомість виявляється тоді, коли спирається на символічну природу. Треба мати на увазі, що форма трактується Е. Кассіером аж ніяк не як категорія формально-логічного мислення, а як символічний сенс.

Погоджуємось, із М. Бутиріною, що уявлення Е. Кассієра про людину як «символічну тварину» уgruntовує численні розвідки про культурні засади людського буття, філо- й онтогенетичні засади розвитку людської свідомості, генезу мови й мовлення, творчий потенціал людини. На сьогодні достатньо вивчені статус, природа, обсяг та зміст символів [33, с. 396].

Як бачимо, одними авторами символ трактується як раціональний, культуротвірний засіб пізнання, а іншими – як ірраціональний, непізнаваний антикультурний об'єкт.

Варто зазначити, що символ може виступати сутністю та об'єктом, який має власний зміст та одночасно може презентувати в узагальненій формі спектр інших змістів, що дозволяє йому стати важливим складником багатьох форм людської свідомості.

Важливою є філософська теорія про те, що символ дає узагальнення через єдність з особливим і одиничним. Він відкриває такі глибини духу, такі грані дійсності, які непідвладні безпосередньому досвіду.

Символ розглядають як не просту умовність, він має величезне значення та глибокий смисл і, відповідно, не суб'єктивний, а об'єктивний, загальнозначущий. Шлях до пізнання світу лежить через пізнання символів, їхнього утаємниченого значення [127, с. 31].

Однією з головних проблем у розумінні поняття символу є його багатозначність та універсальність, зокрема, у період становлення європейської філософсько-естетичної думки. Важливою його ознакою є те, що в різних культурах той чи той символ може набувати іншого значення та іншої зображальної форми залежно від контексту.

Символ – це ідея, яка відображає найглибинніші знання наших пращурів. Саме старовинність цих знань і є найвищою цінністю для нащадків.

Саме символи поглиблюють змалювання емоційного стану людини, її безпосереднього зв'язку з довкіллям. Вони підкреслюють, що людина є частиною природи, і в її житті відбуваються такі ж зміни, як і в природі. Представники аналітичної психології розглядають символ не як атрибут свідомої діяльності, а як можливість опосередкованого вияву підсвідомого змісту не лише в індивідуальній психіці, а й в етнічній культурі.

Достатньо визнати, що в символі акумулюються асоціативні образи, доробки інтуїтивного бачення, культурний досвід поколінь. Тому тлумачення символів – це розвідка насамперед культурологічна й етнопсихологічна. Особливості архаїчного мислення, світогляду, репрезентовані в символах, слугують підґрунтям архетипового базису ментальності як людини, так і нації [235, с. 8].

Символ як основний знаковий атрибут культури розглядають М. Дмитренко, Л. Іваннікова та Г. Лозко. Вони стверджують, що «на думку філософів, символічне відношення людини до світу є набагато ширшим, аніж поле вербальної комунікації, бо мова дає людині розчленований образ світу, а символ формує його цілісне бачення в єдності чуттєвих та раціональних сторін» [66, с. 15].

В. Кононенко наголошує, що загальна ідея, яку несе в собі символ, як правило, набуває яскраво вираженого національного характеру; саме в символах відбиваються народні традиції, звичаї, обряди, вірування тощо, а зрештою, і національні риси характеру, рівень національної свідомості. Ще науковець зазначає, що словесна символіка народу виступає важливим чинником творення національно-культурної картини світу, навіть індивідуальні символи, характерні для художньо-творчого осмислення дійсності, звичайно зумовлені особливостями національного мовного типу, мовної особистості [99, с. 31].

Символ як комунікаційний інструмент, який дозволяє інтегрувати індивідуальні свідомості у єдине смислове поле культури, розглядає сучасна дослідниця М. Бутиріна [33, с. 396].

Символ – це також засіб вираження, елемент мови, через який стають очевидними сприйняття космосу, психічні переживання, художня уява.

Ц. Тодоров у книзі «Теорії символу» [225] досліджує різні вчення про символ з точки зору філософії мови.

Лінгвофілософську природу символу досліджував В. Гумбольдт. Він вважав, ніби все, що людина бачить навколо, вона сприймає тільки органами чуття, а «справжня сутність речей ніде не відкривається їй безпосередньо; саме те, що сильніше за все запалює її любов, огорнуте непроникним покривалом; упродовж усього життя її діяльність зводиться до прагнення проникнути крізь цей покрив, її насолода – до передчуття істини в загадковому символі до надії на можливість безпосереднього споглядання в інших стадіях його існування» [59, с. 68].

Питання про природу символу, механізми його виникнення і функції розглядаються в працях видатних учених Н. Арутюнової, М. Бутиріної, В. Виноградова, М. Дмитренка, С. Єрмоленко, В. Кононенка, М. Костомарова, О. Потебні, В. Сиротіної, та інших. Дослідники зосереджувалися на різних аспектах символіки. Інтерес до символіки – це, здебільшого, інтерес до внутрішньої сутності речей, до ідей та ідеалів, а символ можна сприймати як образ-ідею, що виник на багатозначності предметного чи процесуального змісту і закріпився як фігурант у процесі спілкування.

Походження, еволюцію символу, та, зокрема, фольклорної символіки О. Потебня пояснював через закономірності розвитку мови. Зародження символів учений вбачав у первинній образності слів, яка в процесі лексичного зростання мови часом затемнювалася, ознаки в кожному новому слові діставали якісь особливі відтінки. О. Потебня вважав, що «потреба відновлювати забуті власні значення була однією з причин утворення символів. Близькість основних

ознак, яка помітна в постійних тотожнослівних виразах, була й між назвами символу й позначуваного предмета [185, с. 206].

О. Потебня розкриває тезу про те, що слово – це символ поняття, тому народження символіки варто розглядати в контексті психології виникнення мови. Він уважав символіку художньою особливістю мови – називати нові явища за допомогою старих (відомих) на основі наявності спільних рис. При цьому слово, що позначає новий предмет, виражає не все його значення, а тільки окрему ознаку, але воно стає знаком усього предмета загалом, свого роду символом.

Природним наслідком такого довгого перетворення слова-символу буде збільшення об'єктивного елемента в його семантиці. Чим давніший символ, тим ширше асоціативне поле, яким наповнюється слово.

Як зазначає І. Фізер, первісно слово «може виникати як очевидний символ з усіма властивостями мистецького твору, проте з часом воно здатне переродитися на суто комунікативний знак... Протилежний процес, звичайно, також можливий» [236; с. 21].

Процес народження символу описує дослідниця І. Шапошникова: «В процесі художнього освоєння дійсності важлива роль належить символу. Він виникає на основі слова, яке є відображенням художнього переосмислення реальності, що на шляху становлення художнього образу проходить декілька етапів. Перший – на рівні народної міфопоетичної традиції – це поява фольклорного символу в усіх його різновидах. Другий – на рівні індивідуальної авторської системи художника, що використовує символ як зображально-виражальний засіб» [255, с. 25].

Сучасний український дослідник В. Кононенко, аналізуючи сучасні уявлення та підходи до проблеми символу, більше уваги приділяє народним символам. Також зазначає, що словесний символ, зароджений у рамках художньо-літературних чи розмовних контекстів як наслідок узагальнення, розширення значення слова до образу, перетворення його в образ-ідею, має розгалужені асоціативні зв'язки, що виводять такий символ за межі конкретних мовних ситуацій, у систему образного світосприймання і тим самим у

предметний світ, в оточення, властиве даному соціуму. Словесна символіка органічно пов'язується з культурно-мовним досвідом, фоновими значеннями, відбиває соціально-символічні особливості мислення, визначені народним світосприйманням [99, с. 34-36].

Окрім знаковості, у гуманітарній традиції, як відомо, акцентуються такі властивості символу: образність (іконічність), мотивованість, комплексність змісту символу й рівноправність значень у ньому, «іманентна» багатозначність і розмитість кордонів значень у межах символу, архетипність символу, його універсальність в окремій культурі, перетин символів у культурах різних часів і народів, убудованість символу в структуру міфології та інших семіотичних систем [10, с. 47].

Отже, іманентна багатозначність символу означає наявність у нього смислової перспективи, ланцюжків значень, усе більш абстрактних за ступенем віддалення від вихідного значення [259, с. 56].

У сучасній науковій літературі існує багато різних дефініцій такого феномена, як символ. Це пов'язане перш за все з багатозначністю самого терміна. Зокрема, символом у точних науках вважається умовний знак, позначення якого-небудь предмета або явища. По-іншому трактується символ з точки зору археології й етнографії, філософії, поетики і літературознавства, стилістики, естетики, семіотики, фольклору тощо. Хоча і тут універсального визначення символу не існує. Тракткування різного роду – результат відмінностей у підходах до проблеми символу. Щоб проаналізувати їх, спершу наведемо низку теоретичних положень, дефініцій символу.

У перекладі з грецької слово символ означає «з'єднувати», «зливати», «зв'язувати»; «знак, пізнавальна ознака».

Символ (від грец. σύμβολον – знак, прикмета, ознака) – умовне позначення будь-якого предмета, поняття або явища; багатозначний предметний образ, який об'єднує між собою різні плани художнього відтворення дійсності на основі їх суттєвої спорідненості; один з поетичних тропів, який на відміну від інших тропів не зводиться до однозначного, логічно зумовленого зв'язку між

позначуваним та тим, що позначає (позначаючим); у переносному значенні – основи віровчення (кредо).

У філософії поняття «символ» визначається як та узагальнена смислова могутність предмета, яка, розкладаючись у безкінечний ряд, усвідомлює собою і всю безкінечність окремих предметів, символом яких вона є [119, с. 85].

У Словнику української мови подана така дефініція символу: «Символ – 1. Умовне позначення якогось предмета, поняття або явища. 2. Художній образ, який умовно відбиває яку-небудь думку, ідею, почуття і т. ін. 3. Умовне позначення якої-небудь величини, поняття, запроваджене певною наукою» [212, с. 174-175].

Укладачі радянського енциклопедичного словника ототожнюють символ зі знаком: «Символ – 1) В науці (логіці, математиці та ін.) те саме, що й знак. 2) У мистецтві – характеристика художнього образу з точки зору його осмислення, вираження ним якоїсь художньої ідеї. На відміну від алегорії смисл символу невіддільний від образної структури, і йому властива невичерпна багатозначність свого змісту» [214, с. 1202].

Досить поширеним є визначення символу, зафіксоване у Літературознавчому енциклопедичному словнику: «Символ у мистецтві – універсальна естетична категорія, що розкривається через зіставлення з суміжними категоріями – образу художнього, з одного боку, знака та алегорії – з іншого. В широкому значенні можна сказати, що символ – це образ, узятий в аспекті своєї знаковості, і що він є знаком, наділеним усією органічністю та невичерпною багатозначністю образу. Будь-який символ є образом (і будь-який образ є, хоч би до деякої міри, символом); але категорія символу вказує на вихід образу за власні межі, на наявність якогось смислу, що нероздільно зливається з образом, проте з ним не тотожний...» [110, с. 378].

У «Словнику іншомовних слів» за редакцією О. Мельничука символ витлумачується подібно, як у «Словнику української мови»: «Символ – умовне позначення будь-якого предмета, поняття або явища. Символи бувають речові, образні, графічні» [211, с. 613].

Сучасні лексикографічні праці подають таке тлумачення символу, зокрема, у «Лексиконі загального та порівняльного літературознавства» символ трактується так: Символ – (від грец. *symbolon* – знак, гостьова табличка – глиняний черепок, який розламувався надвоє між хазяїном та гостем як знак довіри, дружби) – складна естетична категорія, вище втілення принципу метафоризації, тобто переносного значення. На відміну від інших тропів, символ не зводиться до однозначного, логічно зумовленого зв'язку між позначуваним та тим, що позначає, його не можна розшифрувати простим зусиллям розуму [112, с. 524].

Наведемо також визначення символу за енциклопедією української мови: Символ (грец. *σύμβολον* – знак, прикмета, ознака) – багатозначний предметний образ, який об'єднує між собою різні плани художнього відтворення дійсності на основі їх суттєвої спорідненості; один з поетичних тропів. Символ набуває у текстах крім своїх основних (словникових, предметних) значень нові (переносні або умовні) [231, с. 536].

Учений Н. Рубцов [195], за власними спостереженнями і за працями дослідників, які займалися цим питанням, систематизує визначення символу та пропонує низку дефініцій. Зокрема, він розпочинає із тлумачення символу, яке формулює С. Аверинцев.

Далі у нього знаходимо такі дефініції символу:

1. Символ – це не що інше, як вираження деякого суспільного відношення, сутність якого може бути представлена у якості ідеї, концентрованого соціально-культурного змісту.

2. Символ – це образно представлена ідея або вид ідеї, наданої образом. Адекватною формою втілення ідеї в символі виступає образ. Образність – це «матеріальне тіло» символу. Саме образна форма матеріального втілення ідеї надає символу властивий йому асоціативний характер, який торкається у своєму функціонуванні всіх сторін духовного життя людини, яка його сприймає.

3. Символ – це закінчене, завжди завершене, цілісне утворення. Символ – це не ідея, не образ, взяті окремо, а дещо третє – щось нове й оригінальне, яке вже не ділиться на ідею й образ – ідейна образність або образна ідейність.

4. Символ – це функція людського пізнання, яка виражає найбільш глибокі закономірності. В цьому своєму аспекті символ постає як найбільш діюча і закінчена форма відображення дійсності в її глибинних зв'язках і відношеннях.

5. Символ – як вид ідеї, представлений образом, – це не тільки концентрована форма сутнісного відображення предметів і явищ дійсності, але й модель, яка її породжує і перетворює. Виступаючи втіленням ідеї, символ не тільки відображає світ, але і вказує шлях його зміни. Він виступає в якості своєрідного орієнтиру або ідеальної форми практичної діяльності людини по перетворенню і зміні оточуючого його світу.

6. Символ є неодмінним структурним відповідником або аналогією між ідеєю, яку він виражає, і «матеріальним тілом», яке її представляє – образом.

7. Символ – це потенційно невичерпна смислова глибина. Символ завжди є якась межа, яка розкриває себе в цілому континуумі смислових одиниць. Символ – це завжди відкритий образ, його смисл ніколи не зводили до одного певного значення, він завжди – віяло можливостей, смислових перспектив.

8. Символ – це не тільки невичерпна смислова глибина, але і її багаторівність або багатомірність. Багаторівність або багатомірність символу – це другий аспект полісемантичності. Багаторівність або багатомірність означає здатність символу бути розглянутим і осягнутим в різних системах взаємопов'язаних потенціальних значень, кожне з яких утворює (формує) гранично ясно окреслену і нерідко повністю автономну смислову організацію.

У таких загальнометодологічних підходах до розуміння того, що таке символ, міститься чимало ознак, що їх відзначають дослідники конкретних напрямів символівияву в різних сферах культури й мистецтва.

Отже, символ – це специфічна однороздільна цілісність, яка концентровано виражає певний соціокультурний смисл. Символ – це образне уявлення ідеї, з однієї сторони, яке володіє внутрішньою визначеністю, а з іншої

– потенціальною безкінечністю смислових перспектив, які ніколи не вичерпуються тією чи тією фіксовано-даною інтерпретацією. Сутність символу – єдність протилежностей, змінності і постійності, форми і змісту, тотожного і різного, одиничного і загального, руху і спокою, конкретного й абстрактного, кінцевого і безкінечного [195].

Як бачимо, поняття символу теоретично надзвичайно складне, неоднозначне, тому й існує багато визначень цього поняття і на сьогодні досі немає чіткого формулювання терміна «символ». Тут доречно погодитися із твердженням «Живемо у світі символів, а світ символів живе в нас» [295], сформульованим Жаном Шевальє.

Враховуючи різні дефініції цього поняття формулюємо власне визначення терміна «символ», яким будемо послуговуватися в дисертаційному дослідженні: Символ – специфічна нероздільна цілісність, що має внутрішню визначеність, наповнену специфічним змістом, і потенційна нескінченність смислових перспектив та семантична категорія, яка за допомогою зовнішнього виразу у вигляді маркованих мовних одиниць як знаків певної реальності фіксує й концентровано дає образне уявлення певного соціокультурного сенсу явищ і процесів, є потужною та незамінною категорією культури, елементом повсякденного спілкування й ефективним інструментом комунікаційної взаємодії в масмедійному просторі та соціокультурному середовищі, впливає на формування уявлення про сутність трансльованого сенсу, модифікується в суміжних категоріях, втім зовсім не відкриває прихованої істини, глибинної ідеї.

Розглядувані дослідження вчених щодо символу як універсальної категорії дають підстави стверджувати, що символ – термін багатозначний, розглядається на зрізі багатьох наук і це утруднює виокремлення його серед інших категорій, оскільки на сьогодні немає остаточного визначення цього терміна і погляди на його природу досить різноманітні.

Отже, можемо стверджувати, що термінологічне значення дефініції «символ» є відмінним у різних системах, що зумовлено його належністю до метамов різних наук: етнографії, психології, філології, філософії, соціології,

культурології. Світовим культурам було притаманне уявлення про існування першооснови – архетипного символу, який упродовж тривалого часу постає об'єктом дослідження різних наук. Кожна людська спільнота має свій набір архетипних символів, який її характеризує. На думку В. Кононенка, С. Кримського, О. Потебні, О. Шелестюк та інших, архетипні символи засновані на давніх міфологічних уявленнях людини про довкілля.

Отже, можемо стверджувати, що в рамках виділених нами підходів символ визначається через співвіднесеність із різними сферами дійсності свідомості.

1.2. Підходи до класифікації символу. Його функції

Вчені поділяють символи на кілька типів, беручи за основу різні критерії. Спираючись на підходи до класифікації різновидів символу, пропонуємо синтезовану їх типологію. Зокрема, виділяємо *універсальні, колективні, індивідуальні, специфічні, випадкові, первісні, архетипні, міфологічні, релігійні, національні, психологічні, культурні, соціальні, етнічні, художні, словесні (з їх різновидами), політичні, правові, державні символи* та інші.

Досить чисельну групу символів скомпонував М. Дмитренко. Він виокремлює символи *універсальні, специфічні, випадкові, первісні, архетипні, міфологічні, колективні, індивідуальні, релігійні, національні, міжнародні, ідеологічні, математичні, ліричні, графічні, стрижневі, основоположні, похідні, периферійні* та ін. Існують такі поняття, як символи *трипільські, язичницькі, сонцепоклонницькі; символ віри; символ епохи (доби)* тощо [65, с. 22].

Окрему групу, на думку М. Едельмана, становлять *референтні (референційні) символи*, за якими стоїть реальний фізичний об'єкт, конкретна особа, і які розвиваються в міру вдосконалення формальних механізмів свідомості, та *конденсаційні символи*, до функціональних особливостей яких належить передусім генерування бажаних психологічних станів. *Конденсовані (конденсаційні) символи* викликають емоції, пов'язані із ситуацією. В одну символічну подію, знак або вчинок вони спресовують патріотичну гордість,

хвилювання, спогади про минулу славу чи приниження, обіцянки майбутньої величі – окремі із цих емоцій чи усі їх разом [288, с. 6].

Перша – референційна символіка – охоплює такі форми, як усна мова, письмо, телеграфний код, національні прапори, прапорцеві сигналізація та інші системи символів, що їх прийнято використовувати як економний засіб позначення. Другу групу складає теж економний тип символіки і може бути названий конденсаційним, оскільки це надзвичайно стиснута форма. Символи референційного типу розвинулися пізніше. Референційна символіка розвивається в міру вдосконалення формальних механізмів свідомості, а конденсаційний все глибше й глибше пускає коріння в сферу підсвідомого [206, с. 204-209].

Як зазначає Л. Павлюк, «...при сприйманні конденсованих символів людина абстрагується від реальних об'єктів, які стоять за ними, і занурюється в конотативну ауру знака» [177, с. 75]. При цьому дослідниця виділяє три групи конденсованих символів у сучасній масовій комунікації: символи-особи, символи-події та символи-явища [177, с. 75].

На думку дослідниці [176] межа між референтними і конденсаційними знаками не абсолютна, адже будь-який символ, особливо у політичній комунікації, швидко переростає свою суто референтну роль. Референтні символи стають конденсаційними остільки, оскільки їх референти набувають статусу публічних фігур чи соціальних явищ, і, відповідно, назва конкретної історичної події чи особи перетворюється у робочий елемент словника «історичних смислів» і лексичних засобів відтворення типового.

За сферами застосування знаків і їх символічним значенням витлумачено *наукові, філософські, художні, міфологічні, релігійні, ідеологічні та спонукальні символи*.

Наукові символи. Вже елементарний логічний аналіз всякої наукової побудови з повною переконливістю свідчить про те, що він ніяк не може обійтися без символічних понять. Найточніша з наук, математика, дає найбільш досконалі образи символу. Відрізок прямої тільки неосвіченим людям в математиці

представляється у вигляді якоїсь палички певної довжини з можливістю ділити її на відому кількість частин. *Філософські* символи нічим суттєвим не відрізняються від наукових символів, хіба тільки своєю граничною узагальненістю. Поняття є відображенням дійсності. Однак не всяке відображення дійсності є поняття про неї. Поняття є таке відображення дійсності, яке водночас є і її аналізом, формулюванням її найбільш загальних сторін на основі відділення суттєвого в ній від несуттєвого. Вже у такому попередньому вигляді всяке філософське поняття містить у собі активний принцип орієнтації у безмежній дійсності і порозуміння панують в ній співвідношень. *Художні* символи. Всякий художній образ, якщо міркувати теоретично, так зване «мистецтво для мистецтва» завжди несе з собою певну суспільну значущість, то позитивну, якщо воно волає до подолання застарілих теоретичних авторитетів і художніх канонів, то негативну, коли воно затримує народження нових і прогресивних ідеологій та канонів. Художній образ теж є узагальнення і теж є конструкція, яка виступає як принцип розуміння (а отже, і перероблення) усього одиничного, що підпадає під таку спільність. *Міфологічні* символи. *Релігійні* символи.

Механізмами колективної пам'яті найчастіше стають *ідеологічні* символи, вони забезпечують єдність медіаполітики, певну заданість в інтерпретації подій журналістами. На локальному рівні комплекс символів може транслювати ідеологію певної торговельної марки, угрунтовувати її промо-стратегію й забезпечувати єдність процедур кодування/декодування її повідомлень [33, с. 398].

Залежно від типу опредметнених знань виділено *базові, стереотипні й індивідуальні, традиційні* словесні символи.

В інформаційному просторі побутують *культурні символи* та *мотиви*, що втілюють світоглядні архетипи, виявляють своєрідність національного менталітету.

За формою об'єктивації символи поділяються на *предметні (речові)* й *непредметні*. «Символи бувають речові, образні, графічні» [211, с. 613] – одне з

найлаконічніших визначень, що його подано в «Словнику іншомовних слів» за редакцією О. Мельничука. З огляду на буквальне значення словесні образи-символи поділяються на *предметні* та *непредметні*. Перші об'єктивують певну цілісність, виокремлену з навколишнього світу в процесі людської діяльності та пізнання. Серед них вирізняються біоморфні, антропоморфні, артефактуальні та предметно-просторові словесні образи-символи. Непредметні словесні образи в аспекті прямого значення позначають просторові та часові характеристики, ознаки, явища, процеси тощо. Такі словесні образи-символи класифікуються на часові, просторові, духовнокультурні, субстанціональні, феноменологічні, атрибутивні, процесуальні [57, с. 11].

Природні символи виділять також за способом походження. Їм протиставляють *штучні*. Природні символи формуються в надрах певної соціальної групи або в певній сфері соціальної діяльності і в результаті тривалого використання регулюють суспільно значимі відносини між людьми на підсвідомому рівні.

Варто зазначити, що архетипні символів, що мають різну природу створення, є *природним* і *культурним*.

За характером семантичної транспозиції символи поділяють на *метафоричні*, *метонімічні* та *конвенційні*. За характером семантичної транспозиції словесні образи-символи традиційно поділяються на *метафоричні* та *метонімічні* (О. Шелестюк [258]), підґрунтя яких становлять аналогія та асоціація, що спираються на універсальні концептуальні зв'язки – предметну симіляцію та імлікацію (М. Нікітін [172]). Аналогія та асоціація в структурі словесних образів-символів може мати як сильний, так і слабкий характер, що зумовлює більший чи менший ступінь знаковості таких словесних образів. *Конвенційні* словесні образи-символи не є безпосередньо мотивованими і спираються на соціальні та культурні конвенції. Символічний зміст у такому разі встановлюється завдяки залученню енциклопедичних знань із боку інтерпретатора.

Залежно від характеру інформації, що передається, виокремлюються *морально-етичні, теософські та емоційні* символи.

В аспекті похідного референційного смислу залежно від характеру інформації, що передається, виокремлюються *морально-етичні, теософські та емоційні* словесні образи-символи. *Морально-етичні* словесні образи-символи, за А. Приходьком [186], актуалізують концепти морального порядку, які втілюють вищі духовні цінності людей. *Теософські* словесні образи-символи втілюють універсальні ментальні утворення з абстрактною семантикою. *Емоційні* словесні образи-символи втілюють емоційно-телеономні та емоційні концепти.

Проаналізовано також символи, що відрізняються спонукальною дією, *пізнавальні й ціннісні*, які виділяються за двокомпонентною структурою змісту.

За своєю структурою символи можуть бути *простими* чи *складними*. Символ може бути і *схематичний*, і *бідний*, і *однозначно визначений*, і *позбавлений експресії*. У звичайній розмовній мові слово як чистий символ вживають досить обмежено. Саме так аналізує символ В. Сиротіна.

У мовній картині світу символи українського ментального простору поділяють на такі групи: а) загальнонаціональні; б) символи, уживані в обмеженому мовленнєвому середовищі (у певній соціальній чи професійній групі тощо); в) символи вузького вживання, індивідуально-авторські [9, с. 97].

Одним із різновидів символу є мовний (словесний) символ. Хоча цим поняттям та йому подібними («символічне значення», «слова з символічним значенням» тощо) оперують багато мовознавців (В. Телія [222], А. Федоров [235] та інші), дефініції мовного (словесного) символу в теоретичному дискурсі не знаходимо. Словесним символом ми називаємо сукупність усталених уявлень, що закріпилися у свідомості однієї чи низки етнічних груп через їхню мову.

Спираючись на думку О. Шелестюк, під мовним символом ми розуміємо «багатозмістовний конвенціональний мотивований знак. Первинне і вторинне значення в символі об'єднуються під загальним означенням» [259, с. 5]. Важливими властивостями символу, на думку О. Шелестюк, є образність,

вмотивованість, комплексність змісту і рівноправність прямого і переносного значення, іманентна багатозначність, архетипічність, убудованість до структури вторинних знакових систем, а також універсальність у різних культурах.

Мовний символ базується на порівнянні предметів, явищ, якостей, що виступають його основою. Він складніший за чуттєве уявлення, оскільки вербалізований. Специфіка вибору порівнюваних елементів зумовлена як спільними культурними, історичними факторами, спільними рисами науково-технічного прогресу, тобто факторами міжнаціональними – з одного боку, та суто національними – з іншого.

Спираючись на поділ словесних образів у художніх текстах, на мікро- та макроконтекстуальні, динамічні та статичні, «прозорі» та імплікативні (або креативні) [215, с. 42], словесний образ-символ тлумачиться як імплікативний, макроконтекстуальний, динамічний словесний образ, для якого характерна розщепленість референції та рівноправність вихідного значення і похідного референційного смислу [57, с. 29]. Розщепленість референції означає, що ім'я словесного образу-символу одночасно співвідноситься з певним об'єктом позамовної дійсності та якісно відмінним від нього конструктом людської свідомості, що визначається контекстом інтерпретації та фоновими знаннями читача. У поетичних текстах словесні образи-символи характеризуються багатозначністю, іконічністю, знаковістю, мотивованістю змісту, рівноправністю буквального та символічного значень, архетипністю, вбудованістю у систему міфології, літератури та мистецтва.

Як імплікативний, або креативний, троп словесний образ-символ відрізняється від «прозорих» у змістовому відношенні словесних образів на підставі того, що смисл, який ним виражається, не лежить на поверхні тексту, а тісно пов'язаний з контекстом та активізацією читацької рефлексії. До «прозорих» тропів відносяться, зокрема, стерті метафори та традиційні синекдохи, якщо поетичний контекст не надає їм нових смислових відтінків [215, с. 18]. Макроконтекстуальність словесного образу-символу полягає у тому, що його зміст з'ясовується не з безпосереднього контекстуального оточення, а

декодується читачем, виходячи з усього тексту, сукупної образної системи автора [215, с. 41]. Словесний образ-символ є динамічним, оскільки виникає у результаті взаємодії інших образів через осмислення їхніх зв'язків та відношень у тексті, на відміну від статичних словесних образів, додатковий смисл яких є прив'язаним до певного текстового відрізка [215, с. 42].

Специфіка словесного образу-символу порівняно з іншими видами словесних образів полягає у тому, що в словесних образах-символах зміст носить імпліцитний характер. Вони одночасно виступають засобом первинної та вторинної номінації, тому займають особливе місце у системі тропів. Якщо в останніх відмічається підрядний статус буквального значення по відношенню до образного, у словесних образах-символах спостерігається рівноправність буквального і переносного значень [56].

У метафорах та метоніміях відбувається, відповідно, перехрещення та включення значень, тоді як в словесних образах-символах має місце їх складання-суміщення [258, с. 132], що обумовлює шарувату структуру таких словесних образів [57, с. 32].

Т. Горчак, спираючись на класифікацію словесних образів-символів залежно від типу предметних знань, запропоновану Л. Белеховою, виділяє базові, стереотипні та індивідуальні, які мають традиційний, переосмислений чи індивідуальний характер. *Традиційні* словесні образи-символи відзначаються стійкістю, одноплановістю, закріпленістю традицією вживання. *Переосмислені* словесні образи-символи характеризуються авторським переосмисленням загальновідомих традиційних символів. *Індивідуальні* словесні образи-символи вирізняються новизною у формальному та змістовому аспектах [57, с. 11].

Словесні символи можуть бути простими чи складними [161, с. 255]. Прості – це такі, план вираження яких має характер елементарних геометричних форм, протиставлення кольорів тощо [161, с. 255]. Перші мають глибоко архаїчний характер, хоча і зберігають свою культурну активність протягом історії людства, другі створюються в різні епохи документованої історії.

В. Тернер виявив парадоксальний факт: прості символи відрізняються багатоплановістю та багатозначністю змісту на відміну від складних, які мають більш визначені та однолінійні значення [133, с. 255]. На думку Ю. М. Лотмана, елементарні за своїм вираженням символи наділені більшою культурно-смісловою ємністю, ніж складні. Саме прості символи утворюють символічне ядро культури [124, с. 242].

У науковій теорії досить розгалуженою є класифікація правових символів.

Погоджуємось із думкою В. Мішегліної [165], що у філософії найбільш вдалою і науково обґрунтованою є класифікація правових символів, запропонована Л. Уваровим [230, с. 44-51]. Ґрунтуючись на запропонованій ним концепції, правові символи можна розділити на два основних типи, – поклавши в основу такого поділу двокомпонентність структури змісту символу, – *пізнавальні* і *ціннісні*. У різних символах, як правило, домінує той чи той компонент, визначаючи тим самим функціональні особливості даного символу. Символи, у яких домінує пізнавальний компонент, можна назвати *пізнавальними* або *відображально-інформаційними*. Символи, у яких домінує аксіологічний, ціннісний компонент, можна назвати *аксіологічними* або *виразно-інформаційними*. Залежно від переважання елементів абстрагувальної діяльності мислення в першій групі символів, вчені виділяють кілька підрівнів: а) чуттєві образи або їх асоціації, пов'язані з інтуїцією або уявою (предмет, зображення); б) символізація в поведінкових актах; в) слова і словесні формули, що мають умовне значення; г) музичні образи [172, с. 27]. У символах другого типу домінує раціональний, пізнавальний компонент. Завдяки своїй здатності видавати в доступній формі найабстрактніший і абстрактний зміст вони відіграють певну роль у процесах пізнання правової дійсності і незамінні в процесі вивчення правових наук. Це так звані дискурсивні символи. Вони демонструють наші теоретичні знання, дозволяють робити нові висновки в порівнянні з вихідним комплексом символів.

Найбільш розгорнута класифікація розроблена А. Нікітіним, включає шість видів символів: *предметні; символи-дії; образотворчі символи; звукові символи; світлові символи; мовні або словесні символи (письмові та усні)*.

За функціональною роллю правові символи діляться на дві групи: *регулятивні та декларативні* [172, с. 22-24].

Заслуговує на визнання й класифікація символів за лексико-семантичними групами.

У різні історичні та культурні епохи символ виконував низку функцій, серед них – комунікативна, інформативна, пізнавальна, трансляційна, нормативна, гуманістична, ціннісна та семіотична.

Завдяки масовим медіа символи виконують найважливіші соціальні функції: *передавання інформації, контролю і спрямування поведінки, соціальної мобілізації*.

У формально-семантичному аспекті *основною функцією символу є репрезентативна*, тобто функція означування референта денотатом. *Гносеологічна функція* відображає пізнання ідейного боку предметного світу, усвідомлення смислу у видимому, сутності в явищах. *Комунікативна функція* виявляється в умовно-знакових системах, кодах, символи слугують для повідомлення про імпліцитний факт або його ідеальний смисл. Щодо *магічної функції*, то варто наголосити, що це функція заміщення символом езотеричного й татуйованого [259, с. 47]. *Естетична функція*, перш за все, означає створення певного враження в адресата за допомогою використання символіки [173, с. 26].

Основними функціями словесних образів-символів у поетичних текстах виступають репрезентативна, текстотвірна, комунікативно-прагматична та когнітивна. *Репрезентативна функція* найбільш характерна для традиційних словесних образів-символів, у яких спостерігається стійкий знаковий зв'язок між образом та символічним змістом. Це семіотична функція визначення, денотації (М. Нікітін [172]), яка пов'язана зі знаковою природою символу, його здатністю позначати, а не відображати світ речей і явищ (О. Селіванова [205]). Репрезентативна функція відрізняє словесні образи-символи від поетичних

метафор, що використовуються у текстах з метою опису та характеристики (О. Шелестюк [257]).

Словесні образи-символи мають здатність до текстотворення, виконуючи *текстотвірну* функцію (О. Воробйова). Більшою мірою вона характерна для словесних образів-символів, між планами змісту та вираження яких немає однозначного зв'язку (Ю. Солодуб). Індивідуальні словесні образи-символи можуть ставати семантичним центром тексту та до останнього рядка зберігати таємницю своєї інтерпретації. Вони, згідно з думкою В. Кухаренка, виступають актуалізаторами концепту тексту та спираються на ретроспекцію, посилюючи текстову зв'язність і системність.

Комунікативно-прагматична функція словесних образів-символів полягає у створенні ними особливої емотивності тексту, пов'язаної з активацією образів та емоцій, які містяться в асоціативному полі словесних образів-символів і впливають на читача (С. Співак). На думку дослідників Б. Ключковського та І. Солоділової, словесний образ-символ – це функція словесного образу, його своєрідна іпостась, форма прояву, тому недосвідчений читач може не усвідомлювати знаменність такого словесного образу, якщо він не володіє знанням необхідного коду. Словесні образи-символи виконують також *когнітивну* (пізнавальну, гносеологічну) функцію, яка полягає в отриманні нового знання індивідом шляхом творчого пошуку. завдання та сприяє формуванню творчого потенціалу читача.

Символ як носій *трансцендентної* функції має суперечливу природу: це посередник між ідеєю, втіленою в архетипному образі, та почуттям, яке виникає від переживання цієї ідеї.

Отже, універсальність символу формує різноманітність підходів до його класифікації та виділення функцій, які він виконує.

1.3. Методологія та методи дослідження символу та архетипного символу як явищ соціокомунікаційної концептосфери

У сучасному науковому дискурсі в галузі соціальних комунікацій спостерігається поживлення інтересу до архетипних символів, оскільки вони інтегруються в масову свідомість завдяки їх активному використанню в сучасному інформаційному просторі. Окремі фрагменти вивчення символізації реалій навколишнього світу як рушійного чинника становлення сучасного медійного простору представлено в працях науковців, де зосереджено увагу на архетипній символіці як комунікаційному інструменті акумулювання психічної енергії (І. Жалба, Ю. Скіцько); архаїчних ідей та стереотипізації й міфологізації свідомості (М. Бутиріна, В. Буряк, Л. Хавкіна); схематизації мислення на основі архетипів (О. Проніна), психологічній природі архетипізації (Н. Мантуло, О. Росінська) тощо.

При виборі методологічної й методичної бази дослідження використано праці А. Бессараб, С. Борисньова, В. Горового, О. Гриценко, С. Демченка, О. Зернецької, Я. Зоськи, Н. Зражевської, В. Красних, Т. Кузнєцової, В. Пасічника, Б. Потятиника, Г. Почепцова, В. Різуна, О. Тріщук, М. Хилько, О. Холода та ін. Наукова парадигма досліджень у галузі соціальних комунікацій включає не лише традиційну методологію, а й синергійний погляд на явища масової комунікації. Відтак, у науковий обіг входять методи феноменології, функціоналізму, семіотики, теорії дискурсу тощо.

Погоджуємось із думкою М. Бутиріної [33, с. 398), що фахівці з прикладних соціально-комунікаційних технологій вказують на високу ефективність застосування символів у комунікаційній практиці. Комунікаційний потенціал символу зумовлений такими його властивостями, як ретроактивність щодо культурного досвіду реципієнта (як індивіду та як масової людини водночас) та проактивність щодо медіатексту, який сприймається. Завдяки символній ретроактивності реципієнт виявляє себе у певній успадкованій культурній традиції. Сприйняття тексту оптимізується через упізнавання

загальнолюдського й культурно значущого. Символічне як прецедентне полегшує процедуру декодування медіаповідомлень, адже актуалізує спільне для комунікантів смислове поле.

Відтак, як стверджує дослідниця, застосування символів як смислопороджувальних засобів певною мірою нівелює проблему множинності інтерпретацій. У такому сенсі символ виступає важливим чинником керованості й контрольованості сприйняття повідомлень. Власне у цьому і виявляється така його властивість, як проактивність, а отже, й технологічність символу як комунікаційного інструменту. Символи завжди були і є продуктами доволі конкретних і локальних соціокультурних та історичних періодів. Вони змінювалися, відтворювалися, наповнялися новим змістом, руйнувалися згідно з певними історичними змінами. У символах завжди акумулювалася ідеологічна квінтесенція часу. Закладена у символах конвенціональність не дозволяє говорити про їх об'єктивність та універсальність, радше про адресність й певну цілеспрямованість, узгоджену з намірами комунікаторів. На об'єктивно-суб'єктивну єдність символу вказували М. Мамардашвілі й А. Пятигорський: символ є річ, причому «така дивна Річ, що одним своїм кінцем «виступає» у світі речей, а іншим – «”птопає” у реаліях свідомості» [130, с. 26]. Цей вислів щонайточніше відбиває сутність й технологічну зумовленість рекламного символізму [33, с. 397-398].

Методологічним підґрунтям дослідження символу, прийнятим у цій роботі, є системний підхід, стосовно аналізу культури обґрунтований М. Каганом. Як системний об'єкт повинен розглядатися і символ, і культура, в просторі якої здійснюється його функціонування. Застосування системного підходу, що включає в себе предметний (семантичний) і функціональний аналіз об'єкта дослідження, а також його опис з точки зору синхронії і в динаміці його розвитку, потребує уточнення стосовно конкретного об'єкта дослідження – символу. Оскільки символ – репрезентація культурно значущих цінностей і смислів, спосіб авторефлексії культури, його семантика, яка є семантикою предмета, являє собою форму виявлення системи його соціально-культурних

функцій. Символ не є окремим предметом: його «семантика» включена до складу картини світу, буття якої віртуальне. Тому елементом її є знання про те, що символ є символ: крім передачі міфологічно-, сакрально-, або соціально значущих цінностей, символ визначає стратегії свого сприйняття. Це означає, що теорія символу в тому вигляді, у якому вона складається на тому чи тому етапі розвитку культури, стає елементом інтерпретації його змісту [73].

Складність і багатовимірність символу, необхідність при його вивченні вироблення міждисциплінарного підходу, що враховує дані різних наук, зумовили необхідність звернення до методології синергетичних досліджень. Незважаючи на те, що синергетичні уявлення про принципи самоорганізації складних систем, що з'явилися в ХХ столітті, були пов'язані з відкриттями в сфері природничо-наукового знання, істотна їх роль і в галузі соціальних комунікацій.

Враховуючи, що у формально-семантичному аспекті основною функцією символу є репрезентативна, тобто функція означування референта денотатом, послуговуємось концептуальним методом дослідження.

Синергетичні дослідження в сфері суспільних наук, що ставлять у центр своєї уваги явища, які характеризуються станом хаосу, переважанням ентропійності над інформацією, континуальності над дискретністю, мають безпосереднє відношення до теоретичного і культурно-історичного опису символу: саме в культурах перехідного типу очевидно особливу увагу до його теоретичних інтерпретацій, як і поява нової соціально-культурної символіки. Феномен перехідності представляється значимим для аналізу символу, своєю чергою, у двох аспектах. З одного боку, як характеристика періодів соціального хаосу, зміни основних характеристик соціальної організації, коли важливим стає поняття самоорганізації, нелінійного руху до нового порядку, коли соціально-культурне середовище стає сферою реалізації різних можливих шляхів розвитку. З іншого – як характеристика еволюції людської свідомості і зміни парадигми знання: зокрема, переходу від класичної до неklasичної, а потім до постнеklasичної парадигми і «народження нової раціональності».

Методологічним принципом, який визначає стратегії дослідження символу, став діяльнісний підхід до культури. Теоретичний аналіз та історико-типологічне дослідження соцікультурної символіки спирається на модель людської діяльності. Визначаючи природу символу з позицій його зв'язку з пізнавальною, перетворювальною, аксіологічною, комунікативною діяльністю, варто наголосити на особливому значенні аналізу останньої.

Методологія дослідження включає в себе ще такі методи:

1. Метод синтезу. Він дозволяє об'єднувати протилежності на основі принципу відповідності, що лежить в основі природи символу. Поєднуючи істотне і неістотне, кінцеве і нескінченне, тимчасове і вічне, речовий і ідеальне, що синтезує метод тим самим породжує універсальні символічні освіти.

2. Синтез передбачає узагальнення. Символ втілює в себе сутність. Синтез у єдиній сутності різноманітного може йти не тільки за принципом протилежності, але і за принципом подібності. З'єднання одних і тих же елементів різних предметів у єдиній сутності є узагальнення. Так ми підходимо до поняття методу дескриптивних узагальнень.

3. Компаративний метод. Він націлений на вивчення, критичний аналіз і порівняння теорій, сформульованих різними науковими поглядами на проблему символу, розв'язання суперечностей між контрастними позиціями й ідеями, необхідними для концепції органічного символізму.

Інтеграція концепту «архетип» у теорію й методологію комунікацій передбачає артикуляцію позараціональних компонентів мислення (образу, символу, асоціації). Архетипи можуть виявляти себе лише опосередковано через образи, побудовані за допомогою рудиментарних механізмів осягнення дійсності через асоціації ідей за подібністю та суміжністю. Метафора та метонімія як образні засоби є також каналами звернення до архетипічного матеріалу. Архетипи є протокомунікаційним феноменом, здатним підтримувати продуктивні зв'язки між людьми на сучасному етапі [31, с. 17].

На думку І. Фадєєвої, «Феноменологічний аналіз символу дає підстави стверджувати, що цінність у символі саме представлена людській свідомості, а

не позначена, і це визначає його НЕ знакову, а семіотичну сутність. Зв'язок символу з усією повнотою соціокультурного буття людини обумовлює наявність амбівалентного, логічно недиференційованого сенсу, який не може бути адекватно представлений у знакові. Складність семіотичної природи символу змушує докладніше зупинитися на проблемі співвідношення символу і природної мови, розглянувши при цьому когнітивні та комунікаційні аспекти символу. Ідея рівневої будови людської свідомості дозволяє визначити символ як довербальне континуально-сміслову ціле, соціокультурне функціонування якого неможливе без його вербалізації. Символ, сенс якого пов'язаний із несвідомим – мотивами і мотивами, емоціями, страхами й афектами людини, – безпосередньо і сугестивно впливає на сприйняття носія культури, визначаючи його вчинки і дії, піддаючись «опредметненню» і семантизації в процесі комунікації» [233].

При цьому семантизація, в основному, здійснюється вербальними і невербальними засобами. Результатом її стає процес самосвідомості, самооцінки, самоспостереження – культурна або особистісна авторефлексія. На противагу процесам, які відбуваються у свідомості і діяльності носія культури, спостерігач сприймає тексти, які вже пройшли через так звані фільтри диференційованого і творчої свідомості.

Важливою комунікаційно-технологічною властивістю символу є також його здатність утворювати спрощену квазіреальність, де складні соціально-політичні, культурні, економічні явища постають адаптованими до сприйняття буденною свідомістю [33, с. 398].

Підсумовуючи, виділимо низку властивостей символу, які дозволяють йому функціонувати у сфері комунікаційних технологій:

- інформаційна компресія – властивість символу у стислому вигляді передавати значні масиви інформації. Символи здатні накопичувати значення протягом історії свого існування й передавати їх реципієнтові в лаконічній формі. Логотип є прикладом того, як стиснення плану означаючого (лаконічна

графічна конфігурація) відбувається при збереженні плану означуваного (історія бренду, його УТП).

- прецедентність – внаслідок частотної повторюваності, тиражування у медіапросторі символи набувають характеру знайомих інформаційних елементів. Внаслідок комунікаційної підтримки рекламні імена (вербальні торговельні знаки, назви підприємств, мас-медіа, фестивалів, конкурсів, власні імена засновників компаній) швидко стають загальноживаними символами, стрімко входять у повсякденне життя споживачів. Символи безпосередньо пов'язані із інтертекстуальністю комунікаційних повідомлень.

- конвенціональність – зв'язок між планом означуваного і планом означаючого у символі є результатом суспільного консенсусу. Вербальний/візуальний торговельний знак виникає внаслідок «домовленості» між рекламодавцем та його цільовою аудиторією про спосіб його прочитання.

- атрактивність – здатність виступати комунікаційним засобом керування увагою реципієнта. Символ виступає сигналом для упізнавання бренду й подальшої реконструкції у пам'яті реципієнта його історії.

- адаптивність – через спрощення й категоризацію соціальних явищ символи адаптують інформацію до сприйняття масовою свідомістю.

- інтеграційний потенціал – здатність символів об'єднувати нації, спільноти, групи людей. Соціальними символами можуть виступати національні герби, гімни, видатні постаті; бренди, унікальні продукти, визначні технічні й технологічні досягнення тощо.

- проактивність – здатність символу включати реципієнта у вертикальний контекст культури й виступати його навігатором у сприйнятті текстів.

- ретроактивність – здатність символу активізувати у свідомості реципієнта смисли, передбачені інтерпретаційним полем його функціонування [33, с. 400]

Слушною є думка М. Бутиріної, що тема архетипу (архетипного символу) в методології і практиці комунікацій є найбільш спекулятивною, оскільки найчастіше застосування архетипів супроводжується «експлуатацією» не властивих їм характеристик. Зокрема, архетипними комунікатори називають

образи, наділені символічними або узагальнено-схематичними рисами. Висвітлюючи локальний конфлікт, журналіст штучно намагається прив'язати його до архетипу «тотальної війни» тощо.

У цьому вбачаємо не лише спрощене розуміння архетипу як типізованого загальнозначущого образу, а й ігнорування такої його визначальної риси, як неусвідомлюваність. Зазначимо, К. Юнг наполягав на тому, що архетип безпосередньо не розпізнається людським розумом; відстежити його дію можна лише за тим ефектом, який він створює.

Вже при поверхневому погляді на питання застосування архетипів (архетипних символів) у комунікаційній практиці виразно проступає їхня роль у процесі кодування/декодування повідомлень. Консенсус, до якого прагне ефективна комунікація, забезпечується спільним кодом, що єднає комунікантів. Архетип, який є основою для зв'язку людей поза актами мовленнєво-знакової взаємодії, власне, і відіграє роль такого коду. Він дозволяє індивідам долучитися до надбань колективного досвіду й прийняти загальнокультурне як власне екзистенційно важливе переживання.

Підтримуємо твердження М. Бутиріної, що найбільш повно архетип досліджено у психоаналітичній традиції К. Юнга, де він представлений як елемент колективного безсвідомого. Утім для того, щоб представити означений феномен у площині комунікативістики, маємо зосередитися на тих властивостях архетипу, які вводять його в контекст комунікативної практики [31, с. 14].

В актуальних дослідженнях із соціальних комунікацій і особливо прикладних соціально-комунікаційних технологій архетипи постають як «універсальні архаїчні ідеї і способи міфологічного концептуалізування повідомлень» (Л. Хавкіна [246]); комунікативні інструменти, побудовані на «ефекті підсумовування психічної енергії» (І. Жалба, Ю. Скіцько [78]); «типові схеми, за якими розрізнені враження зводяться до універсальних вражень, переживаються й оцінюються» (О. Проніна [187]).

Дослідниця Н. Мантуло ставить архетипізацію в один ряд із такими психологічними механізмами, як стереотипізація, симулякризація, віртуалізація.

На її думку, вони здатні подолати когнітивні й ментальні бар'єри у свідомості людей, формуючи потрібне комунікатору ставлення, залишаючи факт впливу непоміченим [132].

Отже, звернення до архетипного кодування повідомлень уможливило функціонування реципієнта як «колективного суб'єкта», у якого актуалізована «двопалатна свідомість» – феномен, на який вказували дослідники античної літератури, характеризуючи здатність давнього грека діяти не за власною волею, а за вказівкою зверху: герой постійно чув голоси богів, що підказували йому правильні рішення.

Влучною тут також є метафора О. Проніної, яка, вказуючи на прояви архаїчного (магічного) мислення в сучасної людини, представляє її свідомість у вигляді сполучених посудин, де масові компоненти психіки «переливаються» у сферу індивідуальної психіки й активно взаємодіють з індивідуальними компонентами [187]. За таких умов актуалізуються масовидні стани реципієнтів – об'єктів комунікаційного впливу. Найповніше й найвиразніше масифікація виявляє себе в механізмі натовпоутворення, де архетип як контекстуально вагома диспозиція відповідним чином структурує й організує комунікацію, починаючи з формату медіазвернень і закінчуючи форматом комунікаційної події. Архетип угрунтовує пропагандистську комунікацію, забезпечує її універсальність та всесильність. Могутні тоталітарні режими різних країн, засновані на різних архетипічних ідеях, є яскравим прикладом того, як у процесі людської взаємодії втручаються фактори, що виходять за межі індивідуальної психіки. «Архетип, де б він не з'являвся, – зазначає К. Юнг, – має нездоланну, примушувальну силу, яка йде від колективного безсвідомого» [269].

Для того щоб створити комунікаційне повідомлення, ґрунтоване на архетипі, комунікантові потрібно зануритися в ірраціональну сферу психіки, поєднати образне й понятійне, логічне й інтуїтивне, причино-наслідкове й асоціативне як у поданні інформації, так і в розробці ідеологічної платформи пропагандистського дискурсу.

При цьому надзавданням залишається актуалізація в реципієнта уявлень про будь-що абсолютне й загальнозначуще на противагу індивідуальним переживанням та особистому досвіду. Подібної думки дотримується Є. Мелетинський, який вважає, що архетипи «можуть скеровувати дії людини, як це було з нашими предками» [137].

Методологічна основа дослідження – принципи, теоретичні положення, поняттєво-категорійний апарат семіотики, ономаціології, теорії дискурсу, епістемології, феноменології, символічного інтеракціонізму, сукупність яких створює підґрунтя для аналізу предмета дослідження.

Метод опитування використаний для визначення евристичних можливостей запропонованого набору семантико-стильових, архітектонічних ознак суспільно значущих подій в архетипних символах.

У період із вересня по грудень 2020 р. проводилось опитування (онлайн-анкетування) здобувачів освіти спеціальності 061 «Журналістика» Запорізького національного університету щодо сприйняття та ефективності застосування семантико-стильових, архітектонічних ознак етнокультурних архетипних символів. Загалом було опитано 367 респондентів.

Під час проведення анкетування респондентам було запропоновано відповісти на питання, які передбачали конкретні відповіді, або запропонувати свій варіант у пункті «інше». Проаналізуємо результати опитування, на які будемо опиратися під час аналізу фактичного матеріалу.

При відповіді на питання «Який образ у Вас формує поняття “війна”?» 52 % респондентів вказали, що «Донбасу», 16 % зазначили, що «смерті», 12 % – «ворога», у 8 % лексема «війна» формує образ «ворожої техніки», у 6 % – «зброї», по 2 % респондентів зазначили, що «захисника» та обрали «інший варіант (Друга Світова війна)» 2% (рис. 1.1).

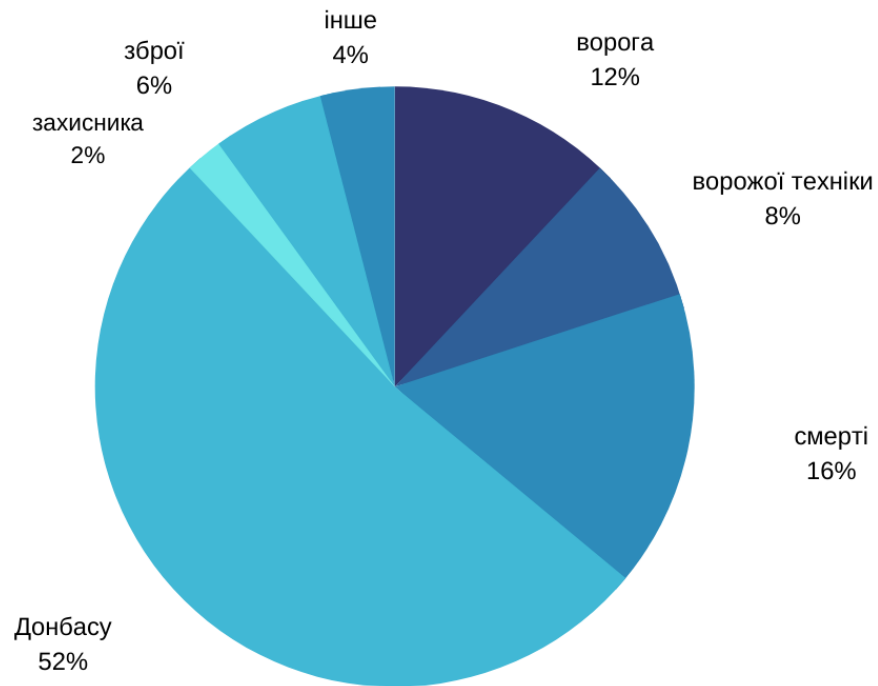


Рис.1.1. Образ війни

На запитання «Яке уявлення у Вас викликає образ “Донбас”?» 43 % опитаних відповіли, що «війни», у 25 % Донбас асоціюється із поняттям «воєнного конфлікту», у 16 % із «Донецьком», у 8 % із «Луганськом», у 2 % із «перемир'ям», 6 % обрали «інший варіант (шахти, футбольна команда тощо)» (рис. 1.2).

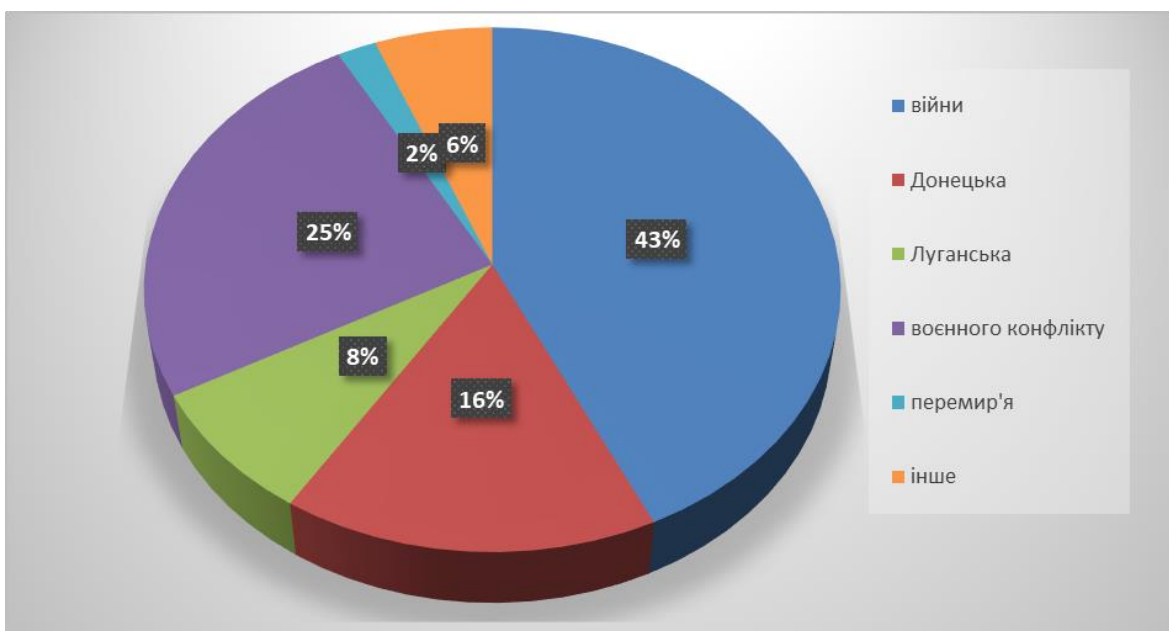


Рис.1.2. Образ Донбасу

На запитання «Із чим у Вас асоціюється поняття “тиша”?» 43 % здобувачів освіти відповіли, що «припинення вогню», 25 % вказали, що «перемир'я», 16 % зазначили, що «збережене життя», 8 % зазначили, що «розведення військ», у 3 % із «ранковою тишею» та 5 % обрали «інший варіант (відсутність шуму)» (рис. 1.3).

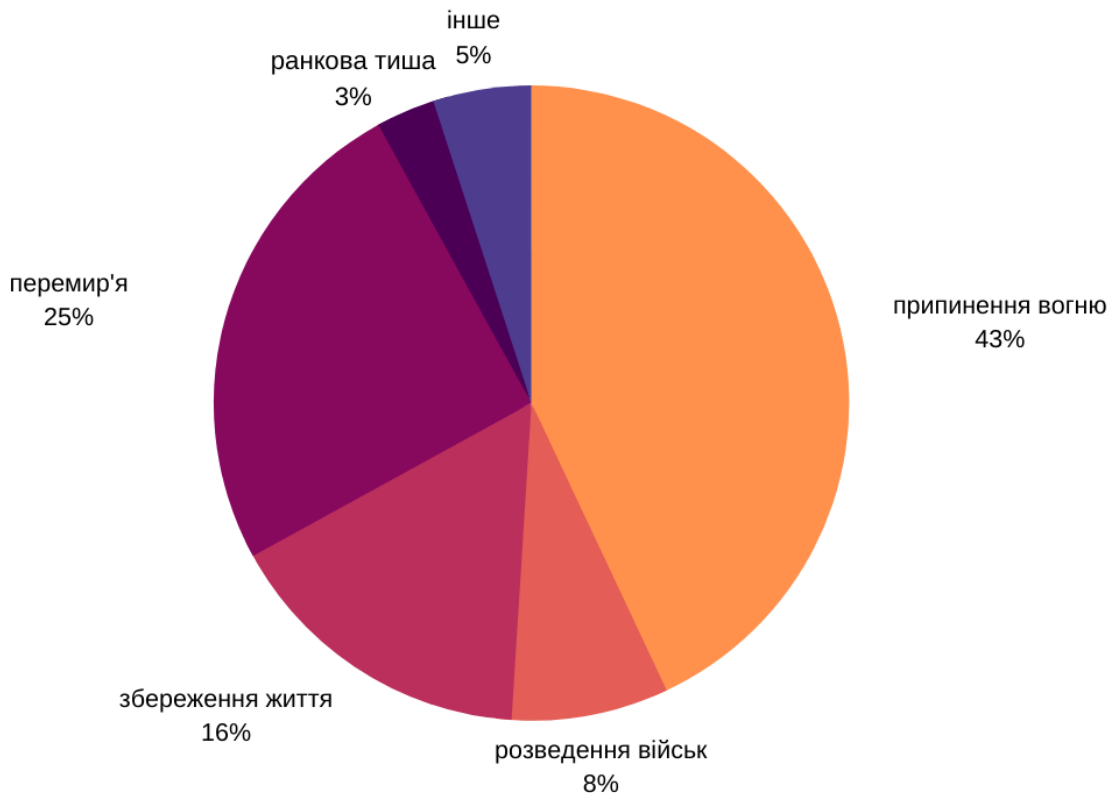


Рис.1.3. Образ тиші

На запитання «Яке поняття у Вас формує словосполучення “припинення вогню”?» 45 % респондентів зазначили, що «перемир'я», 21 % – «розведення військ», 14 % – «зброї», 9 % – «тиші», 7 % – «сепаратиста», 1 % – «гасіння пожежі», 3 % обрали «інший варіант (локалізація пожежі)» (рис. 1.4).

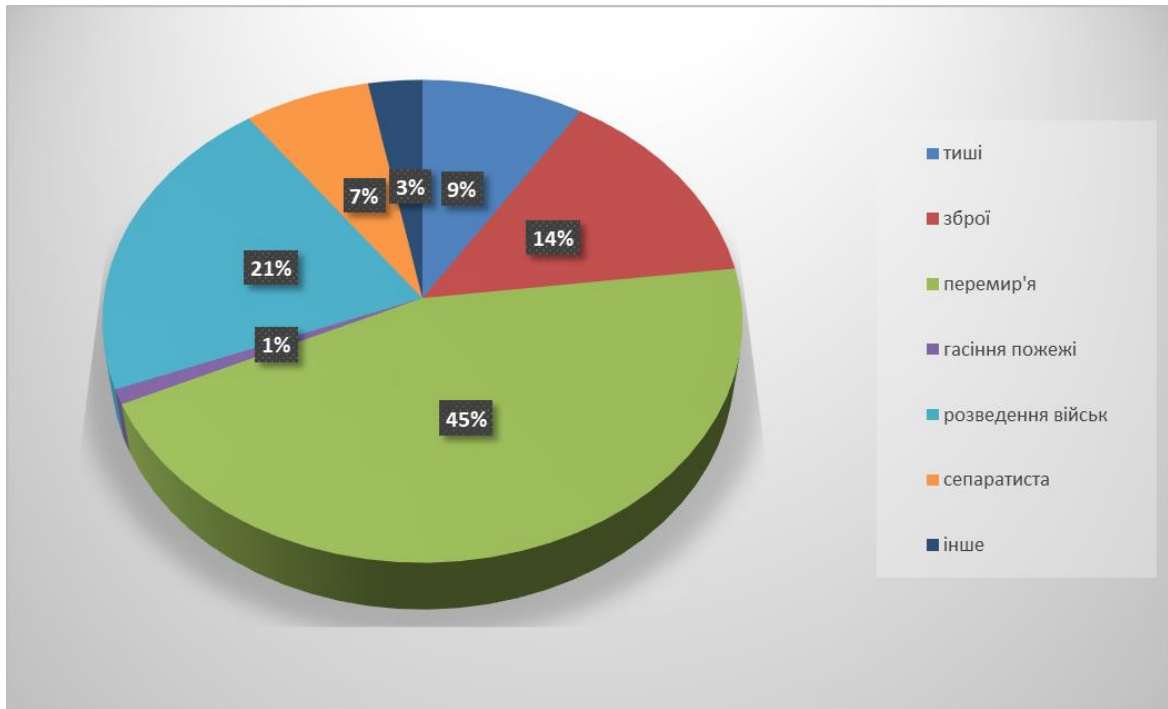


Рис.1.4. Образ ворога

На запитання «Із яким образом у Вас асоціюється слово “ворог”?» 33 % респондентів відповіли, що «російсько-окупаційних військ», 25 % – «чужого», 16 % – «агресора», 13 % – «сепаратиста», 7 % – «противника», 4 % – окупанта, 2 % обрали «інший варіант (недруг)» (рис. 1.5).

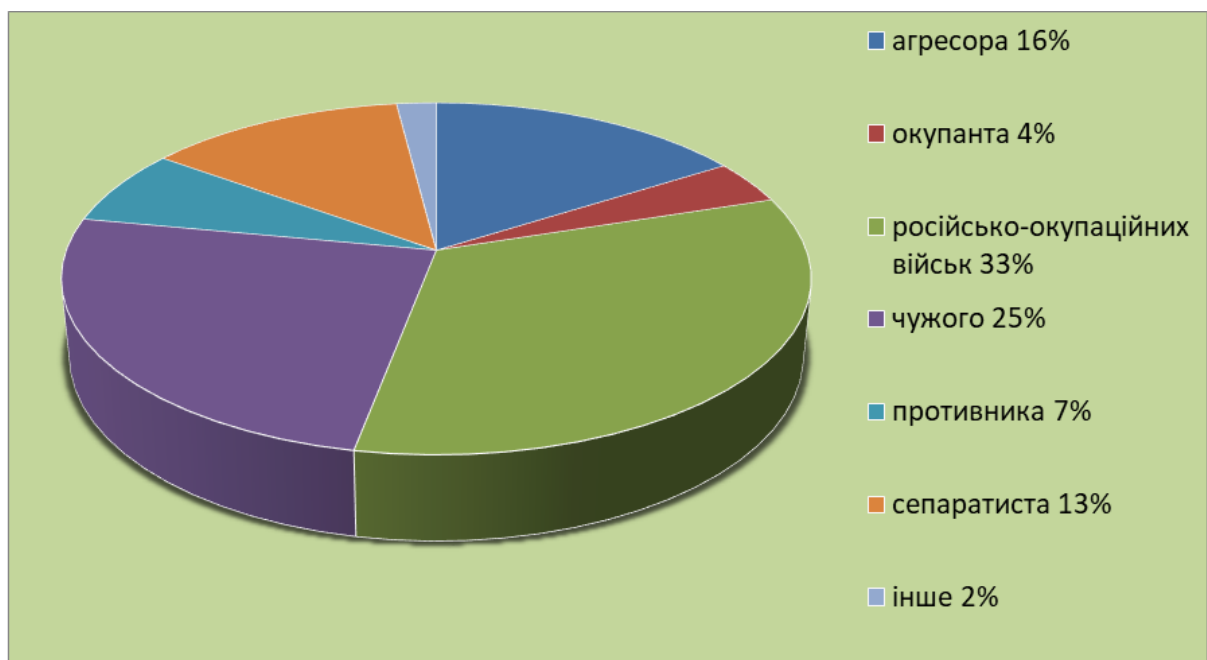


Рис.1.5 Образ ворога

На запитання «Яку асоціацію у Вас викликає образ “вогонь”?» 43 % опитаних відповіли, «воєнних дій», 29 % – «ворожій зброї», 12 % – «смерть», 8 % – «очищення», 6 % – «противника», 2 % обрали «інший варіант (полум'я)» (рис. 1.6).

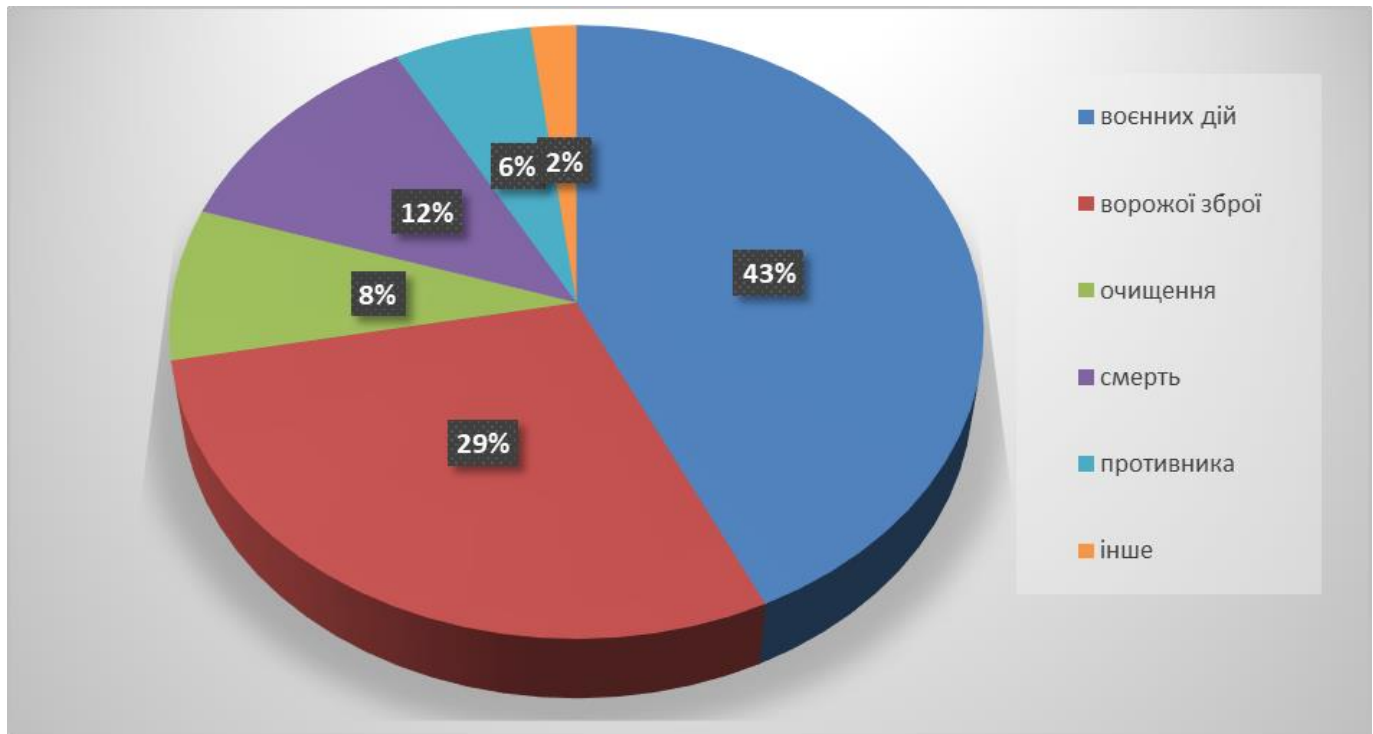


Рис.1.6. Образ вогню

На запитання «Із яким образом у Вас асоціюється слово “захисник”?» 43 % респондентів відповіли, що «українського військовослужбовця», 22 % – «свого», 16 % – «побратима», 11 % – «оборонця», 6 % – «охоронця», 2 % опитаних обрали «інший варіант (вірного, надійного друга)» (рис. 1.7).

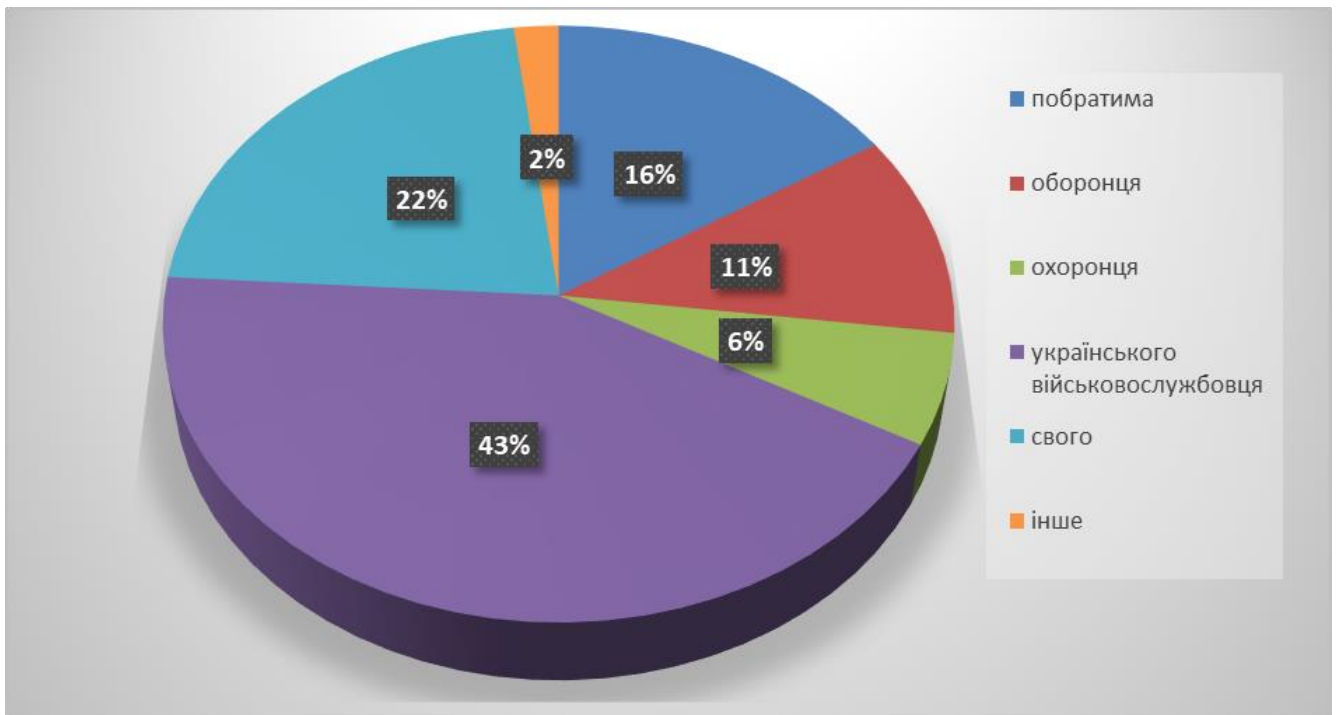


Рис.1.7. Образ захисника

Даними анкетування ми будемо послуговуватися при аналізі фактичного матеріалу.

Звернення до архетипів – це особливий методологічний ракурс, у якому завдяки перетворенню минулого в символ твориться смисл майбутнього, що актуально в нових історичних та політичних українських реаліях, коли переосмислюється вся культурна парадигма та ведеться пошук нових шляхів національної ідентифікації.

Висновки до розділу 1

Термінологічне значення слова «символ» є відмінним у різних системах, що зумовлено його належністю до метамов різних наук – логіки, математики, етнографії, психології, філології та лінгвістики, філософії, історії релігій, соціології, культурології.

Досліджено символ як епістемологічний феномен в його еволюції; встановлено, що на сьогодні символ та архетипний символ не набув достатнього наукового вивчення в галузі соціальних комунікацій, тому для формування теоретичної бази дослідження та визначення загальної його методики використано не лише наукові розвідки із соціальних комунікацій, а й праці з філософії, психології, соціології, психолінгвістики, соціолінгвістики, культурології, лінгвокультурології, фольклористики, етнографії, естетики, соціології, когнітології; досліджено особливості розуміння архетипної символіки в науковому теоретичному дискурсі; розкрито сутність вивчення архетипної символіки.

Отже, спираючись на теоретичні положення, визначено символ як специфічну нероздільну цілісність, що має внутрішню визначеність, наповнену специфічним змістом, і потенційну нескінченність смислових перспектив та семантичну категорію, яка за допомогою зовнішнього виразу у вигляді маркованих мовних одиниць як знаків певної реальності фіксує й концентровано дає образне уявлення певного соціокультурного сенсу явищ і процесів, є потужною та незамінною категорією культури, елементом повсякденного спілкування й ефективним інструментом комунікаційної взаємодії в масмедійному просторі та соціокультурному середовищі, впливає на формування уявлення про сутність трансльованого сенсу, модифікується в суміжних категоріях, втім зовсім не відкриває прихованої істини, глибинної ідеї.

Спираючись на підходи до класифікації різновидів символу, описано універсальні, колективні, індивідуальні, специфічні, випадкові, первісні, архетипні, міфологічні, релігійні, національні, психологічні, культурні, соціальні, етнічні, художні, словесні (з їх різновидами), політичні, правові, державні символи та інші. Проаналізовано також референтні (референційні) символи та конденсаційні символи. За сферами застосування знаків і їх символічним значенням витлумачено наукові, філософські, художні, міфологічні, релігійні, ідеологічні та спонукальні символи. Залежно від типу предметних знань виділено базові, стереотипні й індивідуальні, традиційні

словесні символи. Зазначено, що в інформаційному просторі побутують культурні символи та мотиви, що втілюють світоглядні архетипи, виявляють своєрідність національного менталітету. За формою об'єктивації символи поділяються на предметні й непередметні. За характером семантичної транспозиції символи – на метафоричні, метонімічні та конвенційні. Залежно від характеру інформації, що передається, виокремлюються морально-етичні, теософські та емоційні символи. Проаналізовано також символи пізнавальні й ціннісні. За своєю структурою символи можуть бути простими чи складними. Заслуговує на визнання й класифікація символів за лексико-семантичними групами. Окрему увагу приділено типам архетипних символів, що мають різну природу створення, – природним і культурним.

Виявлено, що у формально-семантичному аспекті основною функцією символу є репрезентативна, тобто функція означування референта денотатом. Гносеологічна функція відображає пізнання ідейного боку предметного світу, усвідомлення смислу у видимому, сутності в явищах. Якщо реципієнт здатний до впізнавання символу та його прочитання, реалізується комунікативна (інформаційно-комунікативна) функція, яка виявляється в умовно-знакових системах, кодах. Щодо магічної функції, то варто наголосити, що це функція заміщення символом езотеричного й татуйованого. Пізнавальна функція полягає в тому, що символ є формою для вираження понять та уявлень, які можуть мати різні смислові межі для інтерпретації. Виконуючи функцію соціалізації, символи покликані бути способом осягнення ідей і цінностей, прийнятих у тій культурі, у межах якої індивід проходить соціалізацію. Адаптивно-регулятивна функція символу допомагає індивіду засвоїти й прийняти як базові поняття, норми та цінності своєї культури. Суть ідентифікаційно-інтегративної функції в тому, що символи є засобом об'єднання людей у соціальні групи й спільноти, способом ідентифікації індивідів, а також фіксують соціальні статуси індивідів, є виразником соціальних зв'язків і відносин. Проаналізовано репрезентативну, текстотвірну, комунікативно-прагматичну та когнітивну функції символів. У

масмедійних текстах символи виконують функції передавання інформації, контролю й спрямовування поведінки, соціальної мобілізації.

Евристична цінність феноменологічного підходу для роботи зумовлена тим, що в межах його застосування відбувається споглядання чистих сутностей подій через архетипну символіку, презентовану в текстах, із намаганням сприйняття сутності як очевидності, а очевидність подій отримується зі смислового аналізу наявної мови масмедійних текстів. Завданням феноменології в цій роботі є надання адекватного опису суспільно вагомих подій, що формують історичну пам'ять суспільства в певних етнокультурних архетипних символах, застосування на противагу емпіризму ономаціології та семіотики для пояснення значення дескриптивної лінгвістики у створенні уявлення щодо сутності подій через архетипну символіку.

РОЗДІЛ 2

СИМВОЛ І СУМІЖНІ КАТЕГОРІЇ: ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ТА КОРЕЛЯЦІЯ ПОНЯТЬ

2.1. Взаємозалежність понять «символ», «архетип», «архетипний символ»

Висвітлено зміст таких ключових понять дисертації, як «символ», «архетип», «архетипний символ» у науковій літературі; проаналізовано наукові джерела, що відображають особливості розуміння архетипної символіки; синтезовано наявні в теоретичному дискурсі різновекторні думки щодо проблеми дослідження символу в системі таких суміжних категорій, як «концепт», «масмедійний концепт», «образ», «знак», «код (соціокод)», «стереотип», «міф (міфологема)» та їх зв'язок із архетипним символом.

Смисл символу не розшифровується простим зусиллям розуму, він існує в колективній свідомості певної культурної групи, зокрема, етносу, в готовому вигляді й вилучається за потреби. Семантика символів є багат шаровою, адже її недостатньо звести до дефініції, оскільки за цією дефініцією також стоїть символ, часто більш інтелектуалізований (наприклад, символ собору як духовної єдності України передбачає обґрунтування цієї духовної єдності).

О. Лосев зауважував, що символ містить узагальнений принцип дальшого розгортання згорнутого в ньому змісту. В. Маслова ототожнює зміст символу із семантичною спіраллю, що містить широкий спектр значень: як імпліцитних, так і шкали семантичних субститутів, тобто запрограмованою заміною одного значення іншим. Отже, символ має особливу логіку розгортання власного змісту. Якщо він утрачає таку безкінечну смислову перспективу, то руйнується. Те саме відбувається за умови втрати культурно-часової перспективи. Можливим є оновлення символу за умови його образної трансформації та переінтерпретації в іншій понятійній сфері культури [Цит. за: 205, с. 296].

Символи являють собою дещо конкретизований архетип, немовби виявлену його сутність, у якій зосереджено весь емоційний досвід поколінь. Архетипна символіка вдається до закарбованого у глибинах психіки, пробуджуючи відчуття осмислення чогось знайомого і важливого [144].

На особливу увагу заслуговує визначення символу М. Свасьяном: «Символом ми можемо назвати ідею, зриму у факті... Символ ніколи не зводиться до своєї форми. Він просвічує крізь неї глибинами смислу» [200, с. 221]. На думку В. Карасика, «йдеться про невичерпність символу. Зрозуміло, символічне тлумачення реальності – це один з типів її тлумачення, в інших випадках – доречна алегорія, ще це – емблема, крім того, досить часто в повсякденній семіотичній практиці ми часто користуємося прямим позначенням. Неприємності, як відомо, починаються тоді, коли відбувається плутанина, і ми намагаємося буквально витлумачити символ або марно шукаємо глибину смислів там, де їх немає, коли ми неправильно ідентифікуємо емблеми або наводимо недоречні алегорії» [85, с. 187].

Зміст справжнього символу співвіднесений через смислові опосередковані зчеплення з найголовнішим – «з ідеєю світової сукупності», з повнотою космічного і людського «універсаму» [1].

Символ є одним із аспектів аналізу архетипів колективного несвідомого. До основних критеріїв виділення символів О. Свиридов відносить такі, як: 1) схожість за асоціацією, 2) полісемантичність, 3) контекстна зумовленість символу (кожен контекстуальний рівень допомагає виявити як збереження, так і втрату певних символічних значень, 4) ритуально-магічна і культурна зумовленість (виникнення символів пов'язане з появою перших елементів культури, 5) антропоцентричність (символізація задана людині через суспільство, підлягає його психологічним і соціальним настановам і самостійно активно їх виявляє) [203, с. 7].

Спираючись на результати когнітивних досліджень, І. Фадєєва [233] відзначає зв'язок символу і концептуальної системи людини. Зокрема, хоча концепти кодуються в природній мові, можна говорити про довербальні етапи їх

становлення (Р. Павільоніс), про довербальне існування «базових концептів» (Д. Лакофф). Це вказує на близькість процесу концептуалізації, яка включає в себе, крім граматичної і семантичної категоризації, деякі суті, які не підлягають аналізу, і пов'язані з людською перцепцією і сенсомоторною діяльністю (Ж. Піаже), – і процесу символізації.

На відміну від концептів, зокрема, образно-схематичних, символ не стає формою набуття знань про світ, він фіксує результати ціннісного ставлення, представлені свідомості у вигляді емоцій та афектів. У той же час концепт може бути зрозумілий як семантичний інваріант низки текстів, що конструюється адресатом-спостерігачем на підставі їх інтеріоризації, і з цієї точки зору система концептів – це представлена в природній мові феноменологія культури: модель опису.

Відтак, концепт розуміється як репрезентація символічних змістів і цінностей, які існують на довербальному рівні, але які не є частиною світу речей, і в той же час – виключенням із текстів, як знакових проєкцій власне символіки. Символ, що володіє двоїстою логіко-семантичною природою, стаючи елементом власне мовної комунікації, є і «об'єкт», і «об'єктна мова», і метамова – синкретична цілісність речі і слова, тому він може бути визначений як приналежність не стандартного тексту, а живого дискурсу з його екстралінгвістичністю, пресупозиційністю і невербальними компонентами. Символ – результат синтезу перцепції і апперцепції, чуттєво відчутного і вербального, перцептивного та когнітивного. Слово і символ, будучи взаємодоповнювальними елементами в системі культури, утворюють асиметричну структуру.

Символ розкриває змістову загадковість речей і не виражається остаточно й цілком у кожному конкретному образі, що й стає причиною різноманітних способів розуміння й тлумачення символу, для розуміння якого треба залучати діалогічний спосіб пізнання, оскільки символ існує і впливає на свідомість людини незалежно від самої людини. Отже, символ зберігається у свідомості

людини через несвідомий вплив архетипу. Свідомість людини є вторинною щодо колективних несвідомих уявлень [188, с. 368].

Лексема «архетип» на сьогодні набула широкого використання не тільки в науковому обігу, а й у популярній літературі, політичній діяльності, бізнесових колах та журналістиці.

Складну феноменологію цього поняття віддавна досліджують представники різних наук: філософії, психології, соціології, політології та навіть психіатрії. Погоджуємось із твердженням О. Донченка, що феноменологію ірраціонального використовують рекламні і піар-технології, постнекласична і універсумна парадигми [67, с. 29].

Введений К. Юнгом у науковий дискурс термін «архетип» вживається сьогодні як явище усвідомлене і цілком визначене. Учений визначав архетип як несвідомий зміст, який «змінюється, усвідомлюється та сприймається під впливом того індивідуального свідомого, на поверхні якого він виникає» [267, с. 65].

Як свідчить проаналізована наукова література, присвячена різним аспектам аналізу архетипів, які так чи так пов'язують із К. Юнгом, і дотепер у різних сферах наукового знання тривають дискусії навколо концепції колективного несвідомого – глибинного пласту психіки людини, що лежить глибше рівня індивідуального несвідомого і є спільним для всіх людей. За теорією К. Юнга, колективне несвідоме виражається через архетипи, що виявляються в символах. Символ, своєю чергою, є безпосередньою реалізацією архетипу, але ніколи не вичерпує всього багатства його значень. У процесі розвитку мови архетипи модифікуються, на основі первинних моделей конструюються похідні. З таких позицій архетип визначаємо як структуру, що може мати різне наповнення залежно від соціуму й індивідуальних особливостей психіки людини. Таке розуміння архетипу дає підстави говорити про те, що він є ментальним утворенням, тобто концептом, і свідчить про його лінгвокогнітивну природу [144].

Саме К. Юнгу вдалося зробити висновок про те, що «архетипи не тільки поширюються через традицію, мову й міграцію, але виникають спонтанно в будь-який час, у будь-якому місці без будь-якого зовнішнього впливу» [269, с. 214].

Архетипи зазвичай не усвідомлюють, не піддають рефлексії чи теоретичному аналізу, вони закарбовуються у пам'яті людини острівцями закодованої інформації і формують самотутній образ життя нації.

Термін «архетип» («первинний стародавній текст», «первинна модель», «оригінал, прообраз» – лат.) став центральною ланкою юнгіанського психоаналізу. У різний час К. Юнг визначав «архетип» по-різному: як образ, несвідомі форми, схеми, що мають міфологічний зміст як інстинкт [267].

К. Юнг остаточно утвердив цей термін, розглядаючи його як основний позасвідомий засіб передавання найціннішого людського досвіду від покоління до покоління у формі підсвідомих символів, як закорінений у мові та міфі складник колективної пам'яті, у якому акумульована мудрість людства. Прадавні архетипи колективної підсвідомості людства знову й знову постають у міфах, релігіях, снах і фантазіях, проникаючи у всі види мистецтва, у літературу і в народну творчість. Повторюючись тисячі разів, вони формують певні сталі моделі, здатні відроджуватись і виявляти себе в різні епохи у різних образах. Відтак, «архетип як ідеальна формотворчість виявляється у матеріалі свідомого досвіду через архетипний образ. Саме тоді спадщина предків, яка зберігається в кожній індивідуальній душі формально і несвідомо, має змогу “прозріти” через життєву конкретику. Будь-яка людина наділена інстинктами і запасом архетипних образів, які їх відображають. Отже, у кожній людині функціонує колективне неусвідомлене, утворене зі сфери інстинктів і їх відповідників – архетипів» [82, с. 134].

Досить ґрунтовну систематизацію напрямів в історії вивчення архетипу подає Л. Белехова, виокремлюючи при цьому п'ять основних: антропологічний, психологічний, літературознавчий, культурологічний та лінгвістичний [18, с. 9].

Архетип тривалий час постає об'єктом дослідження різних галузей науки. Усвідомлення статусу архетипу, як і його потрактування неможливе без аналізу різноаспектних позицій, насамперед філософів і психологів. Осмислення уявлень про архетип як першооснову людського мислення здійснювали ще на ранніх етапах розвитку філософії. Філософський енциклопедичний словник кваліфікує архетип як «певні настанови, які реалізуються у випадку можливості їх здійснення в культурних процесах...» [237, с.39].

Автори словника зазначають, що архетипна символіка «... співвіднесена з ідейним чи образним змістом так, що при всіх конкретно історичних варіаціях цього змісту інваріантним, незмінним залишається сама лематизація через архетипні символи тих чи тих цінностей...» [237, с.39].

Архетипи – це і біологічно зумовлені патерни поведінки, і символічні зображення цих патернів [68, с. 175].

Архетипи в нашому розумінні виступають як певні установки, передчуття, як досвідомі інтуїції, що регулюють психічне життя і соціальну поведінку людини. Вони є певними медіаторами між зовнішнім і внутрішнім в картині світу людини, інтегруючи всю роботу психічного.

Символ завжди розімкнутий у два боки – у світ конкретних реалій і у світ неусвідомлених архетипових переживань. Послання підтексту архетипу завжди адресоване несвідомій частині психічного. А тому автори, що використовують з метою впливу символи, не повинні забувати про все розмаїття каналів сприйняття. І не тільки відомих – слух, зір, нюх тощо, але й тих, які працюють на рівні провідних психічних функцій типу людини.

Поняття архетипу як несвідомих процесів в аналітичній психології позиціонував К. Юнг. На його думку, архетипи репрезентують колективне несвідоме та є вродженими, залучаються до свідомості не безпосередньо, а через «колективні» образи, символи, кількість яких є численною. Дослідник визначає символи не як знаки чи алегорії, а як образ, який «... не пояснює, а вказує через самого себе ще й на незрозумілий, лише невиразно передбачуваний зміст, що є дещо віддаленим...» [272, с. 290-291].

За К. Юнгом, архетипи є певною диспозицією, яка вибудовує в певні моменти життя людини впорядковуючі психічні елементи, символи, образи. Останні існують передсвідомо й утворюють структурні домінанти психічного взагалі.

Архетип давніший від культури, так що він не передається традицією, міграцією або мовою. Архетип – універсальна апріорна форма психіки і виникає (запускається) спонтанним способом повсюдно на Землі. Він є вічною готовністю до актуалізації тих чи інших психічних форм. Зустріч із ним завжди супроводжується сильним емоційним переживанням, що передає індивіду відчуття не буденної, а надбуденної, надособистісної енергії, певної сили, що перевершує індивідуальне звичне Я [68, с. 177]. Поняття архетипу корелює з холономним світоглядом, нелінійним, циклічним поглядом на життя. Цей феномен можна вважати соціальним кумулятивним феноменом, свого роду мотиваційним геном, який передає з покоління в покоління досвід, накопичений людством [68, с. 178).

Архетипи формуються внаслідок діяльності соціуму в певних культурно-історичних умовах і відображаються на способі, меті та напрямку діяльності представника соціуму, формуванні нових цінностей, уявлень, стереотипів [159, с. 25]. Однак це історично сформований образ, який за короткий час не може змістити межі уявлень про предмет чи явище. Соціум формує ці уявлення віками, які можуть бути «кристалізовані» у народній символіці. Архетипи ближчі за своєю природою до констант мови, це «інформація на всіх рівнях свідомої обробки, яка не змінює своє інформаційне ядро (першооснову)» [27, с. 98].

Архетип починає функціонувати там, де або іще не існують свідомі поняття, або де такі через внутрішні або зовнішні обставини взагалі неможливі. Ці суб'єктивні розуміння, як він вважав, сильніші, ніж вплив об'єкта. Їхня психологічна цінність вища, тому що архетип знаходиться в основі усіх вражень [68, с. 57].

Один із аспектів аналізу архетипів колективного несвідомого пов'язується з поняттям символу. Як стверджує К. Юнг, у чистому вигляді архетип не існує у свідомому реальному світі, він приєднується до будь-яких уявлень досвіду і піддається свідомій обробці, внаслідок чого утворюються архетипні образи. Вчений вказує, що «архетипні образи завжди супроводжують людину, є джерелами міфології, релігії, мистецтва. У цих культурних утвореннях відбувається поступове шліфування сплутаних та химерних образів, вони перетворюються в символи, більш прекрасні за формою та всезагальні за змістом» [268, с. 57].

У психологічній енциклопедії подана така дефініція архетипу: «... це спосіб поєднання образів, символів, знаків за допомогою форм, які передаються від покоління до покоління...» [190, с. 31].

Закоріненість архетипу в онтологічних анналах людського буття є показником безпосереднього зв'язку із категорією сакрального та принципів відображення цієї універсалії в духовному розвитку та соціалізації. Складниками сакрального, на думку І. Набитовича, є релігійно марковані концепти, реалізовані «у певних образах, символах, архетипах» [171, с. 10-12].

Архетипи – це сукупність духовно-культурних символів та образів етнічного буття, через які життя кожної людини наповнюється почуттям сенсу та доцільності. Це, так би мовити, етнічна «душа в собі».

Існуючи як колективне несвідоме, створюючи основу духовної сутності людини, яка пройнята ними, архетипи здатні надавати цій людині якостей духовної рівноваги, а тому й соціальної усталеності, оберігаючи її душу від руйнівних наслідків урбанізації та техногенних процесів. Архетипи – це те, що кожна людина містить у собі як неусвідомлену ознаку належності до свого етнічного цілого, це те, що дає почуття «ми», дає людині силу й насагу нести на своїх плечах тягар незгод соціального буття.

Терміни «символ» та «архетип» належать до однієї площини, яка стосується міфічності мислення та колективної свідомості.

Архетипні символи, що виражають значення, спільні для великої частини людності, набувають властивих їм рис через подібність природи, психіки людини, однак і вони орієнтовані на певну спільноту.

У своєму візуалізованому і смисловому ракурсах архетипна символіка пов'язана з колективним несвідомим, що при усій універсалізації несе індивідуалізоване навантаження.

Архетип – це душевний орган, який є у кожної людини, він постійно змінює свій вигляд, окремий архетип тісно пов'язаний з іншими архетипами, разом вони утворюють ціле.

У «Філософському енциклопедичному словнику» подається таке визначення поняття «архетип»: «...у широкому розумінні наскрізні – символічні структури історії культури, асоціюють певний тематичний матеріал свідомого та підсвідомого функціонування людських цінностей. Символіка архетипу співвіднесена з ідейним чи образним змістом так, що при усіх конкретно-історичних варіаціях цього змісту інваріантним, незмінним залишається сама лематизація через архетипні символи тих чи тих цінностей... Із символічного боку архетип є пресупозицією, тобто схильністю до реалізації певних образів чи ідей, прототипами чи можливостями їх здійснення в культурних процесах... Аналіз архетипу є евристичним засобом дослідження культур і національної свідомості» [237, с. 39].

На думку К. Юнга, саме вираження архетипу є основною роллю, місією символу. Архетипи, за К. Юнгом, є вродженими, а здатність до їх символічного вираження формується з дитинства під впливом контактів із світом і пов'язана зі сприйняттям міфів та казок.

За твердженням К. Юнга, символічне переживання архетипних структур є результатом інтеграції свідомого й підсвідомого [274, с. 102]. Учений визначав архетипи як автономні, незалежні від людської волі феномени колективного несвідомого, які спонтанно, згідно зі своїми внутрішніми законами, упорядковують і вибудовують психічні елементи в певні архетипні структури у вигляді символів, образів, мотивів, сюжетів тощо. У його філософії архетипи є

структурними елементами несвідомого, що лежать в основі всіх психічних процесів. Це колективні уявлення, масова свідомість, соціальні установки, стереотипи – все, що становить більшість наповнення соціальної та індивідуальної психіки, що обумовлює можливість взаєморозуміння людей [68, с. 171].

Як стверджує К. Юнг, у чистому вигляді архетип не існує у свідомому реальному світі, він приєднується до будь-яких уявлень досвіду і піддається свідомій обробці, внаслідок чого утворюються архетипні образи. Вчений вказує, що «архетипні образи завжди супроводжують людину, є джерелами міфології, релігії, мистецтва. У цих культурних утвореннях відбувається поступове шліфування сплутаних та химерних образів, вони перетворюються в символи, більш прекрасні за формою та всезагальні за змістом» [268, с. 57].

Архетип як первинна схема образів, у яких узагальнено досвід людства, є одним зі змістів колективного несвідомого. Досить активно архетипи колективного несвідомого виявляють себе у фольклорних образах-символах. Саме архетипи є своєрідним джерелом для появи пісенної символіки, яка впливає на нашу свідомість, бо «дія архетипу, незалежно від того, чи має вона форму безпосереднього досвіду, а чи відображається через слово, сильна тому, що в ньому говорить голос, потужніший від нашого власного» [272, с. 337].

Долаючи опір історії, унаслідок тривалого еволюційного розвитку архетип із категорії загальнолюдської стає категорією національною. Із часу формування нації, на думку О. Сліпушко, розвиток архетипу обмежується певною мірою її рамками. Архетипові образи можуть бути спільними для певної групи націй, однак вони мають риси відповідної національної ментальності [210, с. 129]. Із огляду на це, низка архетипових мотивів творить психічне обличчя нації, виражає риси її менталітету.

У мисленнево-мовленнєвій діяльності індивіда архетип есплікується через символ, відновлюючи первісне уявлення про світ. Як доречно зауважує В. Чугаєва, етнос створює символічні образи, спрямовані на пізнання архетипічної сутності, яку декодують лише за допомогою таких образів, що

мають прихований сенс і потребують відповідного потрактування. Колективне, успадковане від предків може трансформуватися, збагачуватися індивідуальним досвідом. У свідомості індивіда виникає не сам архетип, а підданий свідомому переосмисленню «архетипний образ», що зберігає наслідки креативного акту [254, с. 270].

Архетип маніфестує зв'язок символу з давньою моделлю світу, уможливорює декодування значення символу, спроектований як у минуле, так і в майбутнє. Символ закріплено у свідомості людини завдяки несвідомому впливу архетипу.

Психолог Т. Яценко зазначає, що архетипи – це не лише здатність психіки передавати зміст в образах, а й можливість слідувати за внутрішнім порядком психічного. Зміст несвідомого виражається за допомогою архетипів, які мають символічну природу, її лише потрібно дешифрувати в процесі діалогічної взаємодії з респондентом та інтерпретації її результатів [278, с. 27].

Архетипи – це сукупність духовно-культурних символів та образів етнічного буття, через які життя кожної людини наповнюється почуттям сенсу та доцільності. Архетипи, існуючи як колективне несвідоме, створюючи основу духовної сутності людини, яка пройнята ними, здатні наділяти цю людину якостями духовної рівноваги. Архетипи – це те, що кожна людина містить у собі як неусвідомлену ознаку належності до свого етнічного цілого, це те, що дає відчуття «ми», дає людині силу й насагу нести на своїх плечах тягар протиріч соціального буття [125, с. 38-39].

Архетип є одним із вроджених інстинктів, що забезпечує образну передачу змісту за допомогою символів, візуалізація яких задається колективним несвідомим. Архетипна символіка загалом є простою та відзначається архаїчним характером, що відображає індивідуально-неповторний досвід суб'єкта.

Як стверджує Г. Гнатюк, слова-символи, які називають поняття, що однаковою мірою сприймаються усіма людьми, оскільки вони вказують на універсальні явища природи, називаємо архетипними [51, с. 177]. Вони, на думку

К. Юнга, «супроводжували людину споконвіку, були зумовлені самим життям, культурою, лягли в основу міфології, релігії, мистецтва, філософії» [271, с. 48].

Архетипна символіка пов'язана, у своєму візуалізованому і смисловому ракурсах, з колективним несвідомим, що при усій універсалізації несе індивідуалізоване навантаження. Важливо підкреслити, що символ можна інтерпретувати по-різному, проте звуження полізначності здійснюється завдяки виявленню логічних ланцюгів у поведінковому матеріалі, що й «висікають» параметри визначеності символічного змісту образів конкретної особи.

У науці відомий термін «архетипні символи» (К. Юнг). Продовжуючи будувати ланцюжок архетип (підсвідоме) – символ (свідоме) у межах національної культури загалом та окремих її галузей зокрема, говоримо про те, що архетипи матеріалізуються за допомогою символів, які виявляються в різних видах мистецтва як галузі культури – в літературі, кіно, музиці тощо [181, с. 10].

Оскільки архетип відтворюється несвідомо, значить, він не пізнається безпосередньо, раціонально, а відтак відіграє вагомий роль у художньому моделюванні. Символ, як і архетип, виникає й відтворюється несвідомо, але причини виникнення архетипу більш глибинні, бо він пов'язаний із міфом, ритуалом, табу. Архетип – спільний для груп людей (сім'ї, нації) та всього людства. Інтерпретація ж символу залежить від культурного рівня індивіда, який цей символ відтворює. Архетип дає змогу пояснити символи. Він спроектований і в минуле, і в майбутнє, рухаючись у просторі й часі, а символ може втрачати свою актуальність залежно від історичних умов. На певному національному ґрунті архетипний символ модифікується. Тривале існування й відтворюваність архетипних і традиційних символів пояснюється тим, що асоціативний комплекс, який супроводжує ці символи, також модифікується.

Одним із перших проблему філософського осмислення архетипів української культури порушив С. Кримський [107, с. 74-87], ведучи мову про наскрізні для історії, інваріантні щодо часу культурні структури, праформи (архетипи), що характеризують соціокультурний розвиток людства. До таких універсальних архетипних символів він зараховував формулу троїстості буття,

символіку протилежностей (світла і тіні, верху і низу, солярного і хтонічного, плоті і духу та ін.), символи проєкцій та відображень, розумного порядку (софійності) і хаосу, довершеності кола і невизначеності лабіринту тощо.

У лінгвістичній науці існує погляд на національні архетипи, які на шляхах взаємних асоціацій зберігають своєрідність “етнічного субстрата”. Архетип визначає характер і особливості розвитку протягом цілого періоду становлення української нації [97, с. 119].

У лінгвістиці, зокрема, архетип потрактовують як експлікацію бінарних лексичних одиниць, що як гіперсеми можуть бути залучені до складу інших лексичних одиниць, оскільки, на думку Т. Шестопалової, архетип – «позавербальна субстанція» [262, с. 38].

Архетип також тлумачать як «інваріантну структуру, що пронизує всю історію розвитку об'єктивного світу, і яка має символічний характер» [170, с. 119]; універсальні прообрази, проформи поведінки і мислення, система установок і реакцій, що визначає життя людини, як «сталі схеми колективного позасвідомого» (К. Юнг) [270]; як «ключ до коду міфологічної свідомості» (Е. Касінер); «схеми людського духу» (П. Флоренський); як зв'язки між уявленнями, враженнями, образами, що переходять із покоління в покоління (М. Холодна) [250, с. 242]; психоповедінкові константи колективного позасвідомого (Е. Нейман); повторюваний образ-символ індивідуального і водночас загального досвіду (Н. Фрай), прототип, проформу, первообраз, прадавню категорію-філософему (Н. Слухай) [213, с. 110].

Н. Слухай розрізняє предметні архетипи, похідні від універсального символу, й архетипи-мотиви, що відповідають позиції як процесу в структурі ситуації. Специфікою предметних архетипів є те, що «етнічна своєрідність окремих сфер міфопоетичної мови обумовлюється певними світоглядними константами етносу, що функціонують як категорійні архетипи у світі міфопоетичного універсуму» [213, с. 104]. За словами вченої, категорійний архетип (поняття, яке не так давно було уведене в науковий обіг) – «це

семантико-функціональний інваріант системи взаємопов'язаних предметних архетипів» [213, с. 104].

Архетипи є більш складними поняттями, ніж звичайні символи. Виникнувши у прадавні часи, певні образи та характери закріпилися у свідомості людей, саме тому ми використовуємо ці символи у повсякденному житті навіть не замислюючись. Архетипи – це такі поняття, значення яких розуміється інстинктивно, підсвідомо.

Символи-архетипи – це символи, засновані на найдавніших міфологічних або первинних несвідомих уявленнях про світ, з прихованим перенесенням.

Отже, архетип спроектований на першооснови буття як на національному, так і на загальнолюдському рівнях, уможлиблює декодування образу, усвідомлення його внутрішньої невидимої сутності. Категорія духовності пріоритетна щодо символічного образу, який є конкретним виявом архетипу. Архаїчність символу та архетипу, неможливість раціонального пізнання архетипу ускладнюють потрактування обох понять, тому й дотепер чіткої дефініції цих термінів немає.

Архетипні слова-символи – це лексеми, що стають символічними знаками не лише для окремого індивідуума, а й для значної частини людства [209, с. 63]. Погоджуємось із думкою О. Сімович, що в мовному плані функціонування таких слів-символів виявляється в тісному зв'язку семантичного наповнення слова зі своїм архетипом, тобто з початково сформованою ще на підсвідомому рівні моделлю.

Погоджуємось із думкою В. Агеєвої, що архетип є смислоформою, загальним значенням (інваріантом-гіперонімом), тоді як символ є його безпосередньою реалізацією (варіантом-гіпонімом). Будь-яка низка символів не вичерпує всієї змістовності архетипу. У процесі розвитку мови архетипи модифікуються, на основі первинних моделей можуть конструюватися похідні. Отже, архетип – це структура, що може мати різне наповнення залежно від соціуму й індивідуальних особливостей психіки людини. Таке розуміння

архетипу з позицій когнітивної семантики дає підстави говорити про те, що він є ментальним утворенням, тобто концептом [2, с. 22-23].

Архетипи – універсальні первісні психічні структури, які складають зміст колективного безсвідомого [32, с. 28].

Цікавим є твердження вчених щодо визначення понять та видів архетипів. Автори енциклопедії культурознавства наводять такі різновиди архетипів – загальнолюдські архетипи, етнічні, культурні архетипи та архетипи етнічної й національної свідомості, при цьому визначаючи власне архетипи як «сукупність етнічно-культурних символів», етнічні архетипи – «сукупність духовно-культурних символів та образів буття», так би мовити етнічна «душа в собі», культурні різняться тим, що формуються з урахуванням культурної традиції етносу [72, с. 43].

Архетипні символи поділяються на природні і культурні. Природні походять із несвідомого змісту психічного і тому є множинністю варіацій, їх можна простежити аж до витоків – архаїчних коренів. Культурні символи використовувалися для вираження вічних істин, пройшли через процес свідомого розвитку і стали колективними образами, прийнятими цивілізованим суспільством. Ця група символів зберігає риси первинної нумінозності, може викликати вагомий емоційний резонанс і становить складову частину загальнолюдського менталітету.

Доведено, що в мисленнево-мовленнєвій діяльності індивіда архетип есплікується через символ, відновлюючи первісне уявлення про світ. Архетипи, у яких узагальнено досвід людства, розглянуто як універсальні первісні психічні структури, первинну схему образів, які становлять зміст колективного несвідомого; когнітивні конституенти свідомості мовної особистості, вид родової пам'яті, своєрідний інформаційний каркас, який зберігає відомості про свідомість представників окремого мовного соціуму. Розмежовуючи поняття «архетип» і «символ», з'ясовано, що архетип виступає засобом, який об'єднує різні культури, а символ – засобом їх ідентифікації.

Найсуттєвішими ознаками, що відрізняють символ від архетипу, є такі: універсальність архетипу/культурна обумовленість символу, конкретність символу/абстрактність архетипу, первинність архетипу по відношенню до символу, стійкість семантики архетипу/«рухливість» семантики символу. Хоча символ і концепт є культурно зумовленими поняттями, вони мають диференційні ознаки, серед яких: наявність двох планів змісту у символі/одноплановість концепту, конкретність символу/абстрактність концепту, первинність концепту відносно символу та важлива роль останнього у процесі формування образної та ціннісної складових концепту. Кожен символ є концептом, але не кожен концепт є символом.

Архаїчність символу та архетипу веде до того, що на сьогодні не існує однозначного тлумачення цих понять. Символ є своєрідним способом відображення дійсності та засобом її відтворення у символічних одиницях. У епоху Середньовіччя він інтерпретується як джерело істини, головний засіб спілкування і взаємодії з вищою силою. Тобто, символ деякою мірою є проявом архетипу в матеріальному світі.

У результаті детального опрацювання дефінітивної теорії та систематизації поняттєвого апарату дослідження витлумачено архетипні символи як найдавніші маркери первісних уявлень про довкілля й статус людини в ньому, психофізичні та духовні передумови освоєння світу, основу уявлень людини про світ і себе в ньому. Архетипна символіка поєднує в собі зміст колективного несвідомого, яке індивідуалізується в психіці конкретного суб'єкта. Відтак такі індивідуальні, дещо спонтанні, утворення включаються в сукупність феноменів суспільної свідомості та через набуття значення й сенсу стають колективними формами – символами.

Архетипи, у яких узагальнено досвід людства, розглядаємо як універсальні первісні психічні структури, первинну схему образів, які складають зміст колективного несвідомого; когнітивні конституенти свідомості мовної особистості, вид родової пам'яті, своєрідний інформаційний каркас, який зберігає відомості про свідомість представників окремого мовного соціуму.

Розрізняючи поняття «архетип» і «символ», з'ясували, що архетип виступає засобом, який об'єднує різні культури, а символ – засобом їх ідентифікації.

Диференціюємо також символ, архетип та архетипний символ у системі таких суміжних категорій, як **концепт, масмедійний концепт, образ, знак, код (соціокод), стереотип, міф (міфологема)**.

2.2. Експлікація дефініцій «символ», «концепт», «масмедійний концепт», «образ»

Сучасний український вчений В. Кононенко вважає, що **символ** входить у структуру концепту через образ і поняття. Асоціативно-суб'єктивне, конотативно-оцінне наповнення словесного образу в його русі до символу як втілення концептуального значення об'єктивується через усвідомлення символічного як носія концептуального смислу. Якщо концепт утілюється і в слові, і в опредмеченому понятті, тобто передбачає асоціативне нашарування культурних смислів на основне значення, то словесний символ забезпечує реалізацію всіх форм утілення концепту, бо є і словом, і образом, і – здебільшого – номінованим матеріальним предметом [96, с. 74–75].

Концепт, на відміну від символу, є одноплановим та не наділений переносним значенням. Символу ж притаманне поєднання двох планів змісту – зовнішнього (конкретний чуттєвий образ) та внутрішнього (абстрактна сакральна ідея). Концепт розглядаємо як одиницю колективного знання/свідомості, пов'язану з вищими духовними цінностями, що має вираження в мові і відзначена етнокультурною специфікою. Архетипний символ і первісний концепт є дискретними одиницями колективної свідомості, які відображають предмет реального або ідеального світу та зберігаються в національній пам'яті у вербально зазначеному вигляді; компонентом семантики архетипного символу й первісного концепту є когнітивна пам'ять слова. Однак, попри наявність схожих рис, зіставляваним категоріям властиві також окремі розбіжності. Зміст архетипу та архетипного символу завжди міститься поза

свідомістю, відтак, ніколи не є індивідуальним, а лише передається виключно в спадок. На противагу первісним концептам, архетипні символи в повсякденному житті важко виокремити, але водночас вони постійно існують у нашій свідомості як спадок від пращурів, батьків. На відміну від первісного концепту, в архетипному символі відображаються зміст та способи поведінки, які закладені в кожній людині. Іншими словами, архетипи є однаковими для мовних особистостей і складають єдиний психічний субстрат виключної особистісної природи, який характерний для кожної мовної особистості.

Як і концепт, символ завжди є неодмінною умовою формування і відтворення людської культури і засобом для розвитку світоглядних форм свідомості, що відкриває людині велич її співмірності з універсумом. Природно, як і всі форми свідомості, символічна свідомість вплетена в практичну діяльність людини, де виступає більш «прозоро», ніж у раціонально-теоретичній свідомості, де конструкції (конструкти) так званого теоретичного світу відокремлюються від реальної практичної життєдіяльності, існують ніби над людським світом, а не в ньому самому. У цьому зв'язку дуже важливо зацентувати увагу на специфіці символу як способу освоєння дійсності. Зінаїда Василівна Бойко. Символ як конструкт мисленнєвої діяльності.

Концепт, на відміну від символу, є одноплановим та не наділений переносним значенням. Символу ж притаманне поєднання двох планів змісту – зовнішнього (конкретний чуттєвий образ) та внутрішнього (абстрактна сакральна ідея).

Концепти відображають динамічний характер мови, її здатність розширятися у соціальній площині, визначати суспільно вагомі дискурсивні конструкти. З одного боку, мова у її комунікаційній функціональності є індикатором змін у політичній, соціокультурній, економічній сферах, з іншого – мовні концепти чинять вплив на екстралінгвістичні реалії, визначають зміст картини світу певного соціуму.

Дослідниця Л. Василик [37] слушно вказує на роль концептів як «механізмів донесення світоглядних субстанційних понять до масової

свідомості», як «складників журналістського тексту та авторської картини світу, що мають широкі контекстуальні асоціації і характеризуються багатством значень».

Зіставлення архетипу та первісного концепту надає можливість констатувати, що ці два феномени мають багато спільного: і архетип, і первісний концепт є дискретними одиницями колективної свідомості, які відображають предмет реального або ідеального світу та зберігаються в національній пам'яті у вербально зазначеному вигляді; компонентом семантики архетипу й первісного концепту є когнітивна пам'ять слова – смислові характеристики мовного знаку [42, с. 66]; вони тісно пов'язані з системою духовних цінностей мовної особистості; і архетип, і первісний концепт є семантичними утвореннями високого ступеня абстрагування, що зберігають однозначну відповідність у різних мовах.

Однак, попри наявність схожих рис (когнітивна пам'ять, високий рівень абстрагування, семантична відповідність), зіставляваним феноменам властиві також тонкі розбіжності. Так, архетип є тією часткою душі (*psyche*), яку можна відокремити від первісного концепту на підставі того, що вона не зобов'язана своїм існуванням особистому досвіду й не є особистісним надбанням людини. Зміст архетипу завжди міститься поза свідомістю, таким чином, ніколи не є індивідуальним, а лише передається виключно в спадок. На противагу первісним концептам, архетипи в повсякденному житті важко виокремити, але водночас вони постійно існують у нашій свідомості як спадок від пращурів, батьків. На відміну від первісного концепту, на думку Ю.Федецької, в архетипі відображаються зміст та способи поведінки, які закладені в кожній людині. Іншими словами, архетипи є однаковими для мовних особистостей і складають єдиний психічний субстрат виключної особистісної природи, який характерний для кожної мовної особистості [234, с.105].

На відміну від концептів, що формувалися протягом тривалої культурної еволюції людства і набули статусу універсалій, **масмедійні концепти** мають коротший життєвий цикл, виникають у найбільш актуальному пласті культури,

репрезентованому медіапрактикою, і виступають засобом колективної рецепції світу.

Погоджуємось із твердженням М. Бутиріної, що «у вітчизняному науковому дискурсі медіаконцепти вивчаються як складники медіа-дискурсивних практик переважно в аксіологічному та культурологічному аспектах. Проте, як свідчить аналіз концептоцентричних розвідок, в інтерпретаціях вчених медіа-концепти не завжди набувають характеристик динамічних мовно-функціональних одиниць, категоризуючись радше як статичні поняття із усталеною семантикою» [35, с. 7].

Авторка далі вказує, що «Вивчення медіаконцептів зазвичай відбувається шляхом застосування різних видів аналізу, що дозволяють схарактеризувати синхронний та діахронний вимір їхньої функціональності, вказати на денотативні та конотативні значення, визначити модальність, виявити зв'язки з іншими дотичними концептами у єдиному концептуальному полі [35, с.8].

Медіаконцепти, як і архетипні символи, формують і трансформують масову (колективну) свідомість. Справедливо пов'язувати появу медіаконцептів із виникненням інформаційного суспільства, адже саме за таких технологічних умов стали можливими «живі» слова, здатні зв'язувати і роз'єднувати людей, надихати на співпрацю і провокувати ворожість, виступати засобами колективної рецепції світу [35, с. 7].

Визначальною рисою медіаконцептів є їх лінгвосемантична рухливість, рівень якої визначає тривалість життєвого циклу медіаконцепту. Соціокультурним періодам, що характеризуються високою інтенсивністю дискурсивних процесів, притаманна і значна динамічність концептуальних трансформацій. При цьому завершення медійного циклу функціонування концептів зазвичай відкриває для них нову фазу комунікаційного буття – фазу самотрансляції, що вводить концепти до складу мемів, ідеологем, міфологем та інших когнітивних конструктів різної семантичної протяжності та глибини.

Поняття концепт є полісемантичним у зв'язку із варіативністю наукових контекстів його застосування. Концепт фігурує у терміносистемах когнітології,

лінгвістики, лінгвокультурології, семіотики тощо. Він також останнім часом плідно застосовується у науковій галузі «Соціальні комунікації» у працях Л. Василик, Л. Жванії, Л. Компанцевої, Т. Кузнєцової, Я. Приходи, В. Савватєєвої для вивчення лінгвокогнітивного аспекту медіа-явищ. Концепти в розвідках зазначених науковців постають, як комунікаційні коди, світоглядні константи, ідейно-сміслові домінанти журналістського дискурсу.

Термін «медіаконцепт» наразі характеризується більшою конкретністю й усталеністю. Його дефініція включає уявлення про функціонально-комунікаційний вимір мови, рухливість мовних одиниць, залежність медіадискурсів від екстралінгвістичних обставин [35, с. 6–7].

За визначенням О. Орлової, медіаконцепти – це «лінгвосемантичні універсалії, що увійшли у ментальний світ носія мови з початком формування інформаційного суспільства за допомогою мас-медіа і стали способом формування і трансформації масової свідомості» [175].

Медіаконцепти пластову структуру, яка відображає семантичні зрушення на різних етапах їх функціонування. Внутрішня форма концепту, або ядро, містить прототип, що існував у певній культурі до актуалізації у мас-медіа; шари, у яких закріплені проміжні значення концепту, знайомі окремим носіям мови; актуальний шар, що відображає значення, відоме усім носіям мови на певному етапі. Доцільним видається також виокремлення у структурі медіаконцептів поняттєвого, образного та аксіологічного складників, що увиразнюють різні рівні їхньої рецепції адресатом.

«Мас-медійний концепт, – зазначає А. Полонський, – зосереджений на актуальній соціальній дійсності при одночасній відкритості парадигмам часу і простору, однак лише тією мірою, якою вони можуть бути затребувані у контексті реальної соціальної практики та ідеології» [178].

Розглядаючи архетип як один із вроджених інстинктів, що забезпечує образну передачу змісту за допомогою символів, доречно порівняти архетп, символ та образ.

Символ, як і образ, може зароджуватися в глибинах мовлення ще до набуття словом певного значення. Людина має здатність творити символи з навколишнього середовища, надаючи тим чи тим виразам широкої перспективи, багатозначності, узагальнювальної сили, здатності репрезентувати цілі класи споріднених предметів або явищ. Образ стає символом, оскільки набуває певної функції в житті людини, народу або наділяється/одержує загальновідоме значення. У літературі і мистецтві символ розглядається як художній образ, як універсальна естетична категорія, що розкривається через зіставлення з суміжними категоріями образу, з одного боку, і знака – з іншого. Основна відмінність між образом і символом полягає у стійкості й повторюваності символу.

Будь-який образ, стаючи символом, на думку С. Аверінцева [1], набуває «прозорості», смисли просвічують крізь нього; він постає як смислова глибина, смислова перспектива.

Визначаючи сутність символу, можна стверджувати, що символ є образ, узятий в аспекті своєї знаковості, знак, наділений усією органічністю міфу і невичерпною багатозначністю. Будь-який символ є образ (і будь-який образ є, деякою мірою символ); але якщо категорія образу передбачає предметну тотожність самому собі, то категорія символ ставить акцент на іншому боці тієї самої сутності – на виході образу за власні межі, на присутності деякого смислу, інтимно злитого з образом, але йому не тотожного [1, с. 157].

Упроваджуючи в науковий обіг термін архетип, К. Юнг стверджував, що з архетипів або «первісних образів» складається основа нашого розуму, яку формує давня психічна першооснова [275, с. 75]. Проте архетипи не можуть існувати «самі по собі», вони закріплюються у свідомості як архетипові образи та ідеї [275, с. 45].

Образ передбачає абстрагування, схематизацію самого реального явища, яке він відображає. В образі не має «тілесного» наповнення, він є породженням операцій мислення: схематизації, узагальнення, структурування тощо. Коли йдеться про символ, то його статусність тим вища, чим він багатозначніший. На

відміну від символу, знак тим статусніший, чим конкретнішим та однозначнішим буде його зміст. Архетип не є зав'язаним на конкретизованому образі, він ширше поняття, ніж образ і символ, хоч існує і не існує поза цими категоріями [278, с. 17].

В. Франкл порівнює дію символу з «ефектом перспективи», за якої символічний образ здійснює те, що є неосяжним, зрозумілим і близьким [239, с. 127]. Етнос створює символічні образи, спрямовані на пізнання архетипної сутності, яку декодують лише за допомогою таких образів, що мають прихований сенс і потребують відповідного потрактування.

Коллективне, успадковане від предків може трансформуватися, збагачуватися індивідуальним досвідом. У свідомості індивіда виникає не сам архетип, а підданий свідомому переосмисленню «архетипний образ», що зберігає наслідки креативного акту.

Для архетипних образів притаманними є: амбівалентність, полісемантичність, широкий спектр конотативних нашарувань.

У лінгвокультурології розрізняють «предметні образи» і «предметні символи». Предметні образи – форма відображення явищ та предметів. На основі тлумачення символу як багатозмістового, конвенціонального, мотивованого знаку виділяють предметні символи [221, с. 243].

У літературознавстві образ і символ розглядають як «художній образ» та «художній символ».

У лінгвістиці образ витлумачують як словесний образ, який буває двох типів – мовний образ та мовленнєвий образ. У контексті теорії словесного поетичного образу, обґрунтованої Л. Белеховою, словесний образ кваліфікують як засіб особливої організації словесної тканини поетичного тексту, у якій типи знань про світ набувають предметного значення [20, с. 10].

У зв'язку з цим словесний образ визначається як відрізок мовлення – слово чи словосполучення, – що несе образну інформацію, значення якої не є еквівалентним значенню окремо взятих елементів даного відрізка [245, с. 30].

Будь-який символ містить у собі образ, але не зводиться до нього, оскільки символ позначає наявність якогось сенсу, нероздільно злитого з образом, але йому не тотожного [19, с. 146].

Отже, на думку П. Хаботнякової [245] образам-символам притаманна комплексність у плані змісту. Образ-символ – складний багатозначний семіотичний конструкт, який виникає внаслідок поєднання символізму та вживання різноманітних образних засобів: метафор, порівнянь, персоніфікацій, алюзій тощо .

Огляд сучасних досліджень з проблеми образності дав змогу виділити такі риси мовного образу: образ – це ілюстрація, яка сприяє кращому сприйняттю інформації [261, с. 60–63]; це «відбиток» об'єктів навколишньої дійсності у мові людини [222, с. 86]; становить сигніфікат (узагальнено-образний понятійний зміст) мовного знака [258, с. 125–141]; має асоціативно-перцептивну основу; має конотативну забарвленість та емотивність; набуває символічного значення у мовній діяльності; це двостороння одиниця, що об'єднує в собі словесну та концептуальну сторони [19, с. 10]; це вербалізоване сприйняття навколишнього середовища [221, с. 30–35].

Мовленнєвий образ реалізується у тексті за допомогою лексичних одиниць, виражених контекстуальною метафорою, метонімією та іншими образними засобами. Основна його функція – описова. Мовленнєвий образ розуміється як троп або фігура, що створюється завдяки ментальним операціям і реалізується у тексті [257, с. 50–58].

Словесними способами прояву архетипів позасвідомого є міфи, легенди, казки, поезія [281, с. 18]. У цих культурних формах відбувається поступове шліфування заплутаних та жахливих образів, вони трансформуються у теми, сюжети, символи, все довершеніші за формою та все об'ємніші за змістом [238, 113–117].

Архетип та архетипний символ розуміють як архетипні образи, у яких об'єктивуються базові, універсальні для всього людства теми, сюжети й мотиви [226; 227; 280; 292].

Архетипи колективного позасвідомого можна розглядати як своєрідні когнітивні образи, на які орієнтується людина у своїй інстинктивній поведінці: інтуїтивне схоплення архетипів випереджає будь-яку його дію, «спускає курок» інстинктивної поведінки людини; це когнітивна структура, в якій у короткій формі записано родовий досвід [199, с. 38].

На думку О. Заболотської, перетворюючись на символи, архетипи, виступають єднанням людини з всезагальним. Вони є своєрідними образами, що знаходяться на позасвідомій сходинці пізнання й замість чітких понять насичені яскравим емоційним змістом, які не мисляться, а спостерігаються [80, с. 152].

Символ є надперсональним утворенням. Образ стає символом в результаті безлічі комунікаційних актів. На думку Н. Арутюнової, «символ входить в особисту сферу, але не продукується особистістю. Якщо образи складаються, то символами стають, до символу піднімаються, зростають, розростаються» [5].

Слушно зауважує М. Бутиріна, що архетипними комунікатори називають образи, наділені символічними або узагальнено-схематичними рисами [31, с. 13].

У цьому вбачаємо не лише спрощене розуміння архетипу як типізованого загальнозначущого образу, а й ігнорування такої його визначальної риси, як неусвідомлюваність. Зазначимо, К. Юнг наполягав на тому, що архетип безпосередньо не розпізнається людським розумом; відстежити його дію можна лише за тим ефектом, який він створює.

2.3. «Символ», «знак», «стереотип», «код», «соціокод»: структурний та функціональний аспекти

У сучасному науковому дискурсі про символи, в основі якого лежить семіологічна концепція, їх прирівнюють до знаків, у яких відношення між позначуваним і позначенням умовне.

Символ, на відміну від **знака**, відповідає тільки одному позначуваному і тим самим відрізняється від білатеральної структури знака. У результаті виникло два різних підходи до символів – як до образу, взятого в аспекті своєї знаковості, і як до образу, позбавленого ознаки. Символу властиво те, що він ніколи не є цілком довільним; він не «порожній», у ньому є залишок природного зв'язку між позначеним і позначенням. Символ, на відміну від знака, не можна пояснити в однозначній логічній формулі, а лише розтлумачити у зв'язку з подальшими символічними конструкціями, які роблять його чіткішим, але не переводять у сферу понятійності. Погоджуємось із Гегелем, що знак відрізняється від символу, останній є деяким спогляданням, власна визначеність якого за своєю суттю і поняттям є більш чи менш тим же змістом, який він як символ виражає.

Однією з семіотичних класифікацій символ визначається як знак, значенням якого є знак іншого характеру, що є більш культурно значущим. З другого боку, символ трактується як знакове вираження абсолютної незнакової сутності. У першому випадку, зазначає Ю. Лотман, символічне значення набуває виключно раціонального характеру і трактується як засіб раціонального переходу плану вираження у план змісту, а у другому – зміст ірраціонально пронизує вираження і поєднує раціональний світ зі світом духовним [121, с. 191]. Р. Якобсон вбачає першопочатки будь-якої мови саме в символі, який постає головним чинником, що відділяє мову від міфу. За Р. Якобсоном, символи – це конвенціональні відношення між знаком та значенням [276, с. 116]. Саме конвенціональність зумовлює відмінності між знаками-символами та знаками-індексами, значення яких базується на принципі тотожності.

Сучасний досвід розробки теоретичних проблем символіки в історії світової культури і семіотики дозволяє бачити в символі передусім особливий знак, що є посередником комунікації в людському суспільстві і володіє усією органічністю і невичерпною багатозначністю образу» [243, с. 86]. При цьому стосовно історії первісного суспільства розвиток символіки характеризується у зв'язку з «розвитком суспільної свідомості в першу чергу у контексті двох сфер духовної культури: раціональних знань та мистецтва» [243, с. 87].

На відміну від знака, в символі втілене дещо більш важливе та неосяжне. «Абстрактні ідеї і поняття, універсальні принципи і закономірності, цінності і смислові невидимі духовні реалії, все те, що не піддається нашій уяві, є неловимим, невимовним для нас саме по собі, – свідомо символізується. Символ – засіб зробити якісь незнані речі прийнятними для нашої свідомості» [109, с. 5].

Розуміння художнього символу співвідноситься з визначенням символу в широкому семіотичному значенні як знака, який передбачає використання свого первинного значення як форми для вираження іншого, більш абстрактного та узагальненого змісту [289]. Зміст, що породжується в художньому символі, є «якісно новим» [6, с. 149].

Символ виступає як універсальний засіб регулювання духовно-практичного досвіду, дозволяючи суб'єкту внаслідок взаємодії з реальністю виявляти і актуалізувати смисли цілісного буття, що не об'єктивуються і не усвідомлюються в раціонально-знакових формах. На відміну від символу, знаки заміщують реальність і, звільняючи її від особистісних смислів, відкривають можливість для відокремленої, відстороненої від реальності раціонально-пізнавальної діяльності, що представляє дійсність в логічно контрольованих «картинах світу». Однак поява знаково-опосередкованих форм свідомості не відмінює значущості символічної свідомості, в тому числі і для побудови наукової картини світу. Сучасна людина може охопити все різноманіття форм і смислів буття лише за допомогою символів [108].

Д. Чижевський у праці «Представник, знак, поняття, символ» фіксує ті ознаки, які відрізняють символ від знаку: «“символ”, як і все конкретне, сповнений “нескінченного змісту”; він не лише знак буття, а й “реальна онтологічна сила” (тобто символ не просто щось позначає, він закорінений у бутті, має онтологічний підтекст; символ багатозначний; він “виражає ідеальне буття, тобто ідеальне буття є умова можливості символу”»[115, с. 297-326].

Змістовний план категорії символу соціокультурного рівня й категорії знака ототожнюються. Знак однозначний, він не пов’язує реальності, тому він подібний не до субстанції, а до функції, оскільки працює в операціональному полі соціокультурного тексту, забезпечуючи узгодженість роботи різних підсистем суспільства.

Зауважимо, що будь-який символ є знаком, а його знаковість визначається сталістю зв'язку в межах певної культури чуттєвого образу з ідеєю, символом якої він виступає [80, с. 152]. Так, найбільш усталено цей зв'язок представлено в традиційних символах, до яких належать архетипні символи.

Про очевидність знакового характеру символу писав ще Ф. де Соссюр, зокрема, він зазначає, що «для позначення лінгвістичного знака, або, точніше, того, що ми називаємо позначенням, часом вживають слово символ. Однак це створює певні незручності... Символу властиво те, що він ніколи не є цілком довільним; він не “порожній”, в ньому є залишок природного зв'язку між позначеним і позначенням» [217, с. 90].

Погоджуємось із думкою дослідників символу про те, що знак взагалі можна визначити як будь-який почуттєво сприйманий елемент об'єктивної дійсності, що сигналізує про існування чогось іншого, крім нього, а також як «матеріальний предмет, явище, подію, що виступає в якості представника деякого іншого предмета, якості чи відношення і використовується для набуття, зберігання, переробки і передачі повідомлень (інформації, знань)» [40, с. 76].

Думку про те, що «символ є перш за все певний знак», знаходимо у Гегеля. Однак далі він пише: «Знак відрізняється від символу, останній є деяке

споглядання, власна визначеність якого за своєю суттю і поняттям є більш чи менш тим самим змістом, який він як символ виражає» [49, с. 265-266].

Символ, на відміну від знака, не можна пояснити в однозначній логічній формулі, а лише розтлумачити у зв'язку з подальшими символічними конструкціями, які роблять його чіткішим, але не переводять у сферу понятійності.

Дослідник зазначає, що від інших знаків символ відрізняється тим, що містить щось невідоме, приховане, тобто його семантика не повністю пізнана, і, що дуже важливо, вона може бути взагалі непізнаваною, якщо першозначення дуже змінилося або загубилося.

До аналізу символу в парадигмі психологічної науки підходить К. Юнг [267] і визначає символи через співвіднесення з колективним несвідомим і проводить чітку межу між символом і знаком: «Знак завжди менший, ніж поняття, яке він представляє, у той час як символ завжди більший, ніж його безпосередній очевидний сенс».

Символ і алегорію як два різновиди знака протиставляє В. Гете [47], вказуючи, що символ є самостійною структурою, тоді як алегорія – транзитивною. Динамічний та безкінечний символ протиставляється статичній та замкнутій алегорії.

В. Сиротіна зазначає, що термін «символ» звичайно застосовують по відношенню до слова мови, яке виступає умовним знаком іншого слова-найменування, своєрідним умовним перейменуванням поняття, означуваного в мові іншим словом. Використання слова в символічній функції створює в мові можливість подвійного означення деяких явищ, властивостей, предметів дійсності: шляхом подвійної номінації і шляхом символічного вживання інших слів. Говорячи про символ як умовний знак, ми фіксуємо увагу лише на одному боці явища – на співвідношенні певного слова-найменування і його вторинного символічного позначення, семантична структура самого слова-символу випадає з поля зору. Але в мові символ виступає не просто як беззмістовний знак, а як повноцінне слово мови, що має своє лексичне значення. Це слово, крім свого

прямого номінативного значення та ряду похідних «переносних», які розвиваються на основі власне мовного характеру, виступаючи як символ і співвідносячись додатково з «об'єктом символу» (О. Потебня), набуває нового змісту, нового «значення» [208, с. 52-53].

Символ тісно пов'язаний з наукою, міфом, вірою, поезією, але не зводиться до них, тяжіє до певного узагальнення, на відміну від алегорії, що проявляється в конкретному образі. Символ виступає процесом активного перетворення внутрішнього на зовнішнє і – навпаки, відмінністю внутрішнього і зовнішнього. Тому він не збігається за своїм значенням з будь-яким тропом.

Будучи універсальною категорією, символ знаходить своє відображення в різних науках і відповідно ними трактується, зокрема: в логіці, математиці, фізиці, хімії, кібернетиці символ – те саме, що знак, умовне позначення якої-небудь величини, поняття, запроваджене певною наукою; у мистецтві – характеристика художнього образу з точки зору його осмислення, вираження ним якоїсь художньої ідеї або універсальна естетична категорія, що розкривається через зіставлення з суміжними категоріями – образу художнього, з одного боку, знака та алегорії – з іншого; в ширшому значенні можна сказати, що символ – це образ, взятий в аспекті своєї знаковості, і що він є знаком, наділеним усією органічністю та невичерпною багатозначністю образу; символ є дуже широкою естетичною категорією, ним може виступати будь-який складник художньої системи – інший троп, пейзаж, художня деталь, літературний герой, назва твору, явище природи, традиційний образ тощо.

Характерною ознакою символу є динамічність, рухомість: він не є даним, він лише заданий і спонукає до розумової діяльності, тобто потребує активного сприймання. Символ передбачає множинність трактувань, він багатозначний і містить у собі декілька смислових пластів.

Символ наділений асоціативною природою, оскільки він потребує не тільки раціонально-логічного розуміння, але й емоційно-підсвідомого. Логічні, причинно-наслідкові зв'язки між порівнюваними об'єктами можуть бути неістотними, домінує часом вища, незбагненна, містична асоціація.

Сутність символу – єдність протилежностей, змінності і постійності, форми і змісту, тотожного і різного, одиничного і загального, руху і спокою, конкретного й абстрактного, кінцевого і безкінечного.

Відповідно до функцій, які виконують символи, вони поділяються на речові, образні й графічні.

Українська традиція відображення явищ дійсності у символах має три виразні аспекти: народний, виражений в образах, піснях, звичаях, орнаментах тощо; релігійний, виражений в абстрактній символіці, у священних текстах, міфах, обрядах, ритуалах тощо; державний, виражений переважно в геральдиці та вексилології. Всі ці аспекти взаємопов'язані – релігійні символи стають народними й державними, і навпаки.

Розглянемо основні підходи до витлумачення дефініції знака.

1. Знак – предмет, позначка, зображення, які вказують на що-небудь, підтверджують, означають щось; сигнал; ознака, вияв, доказ чого-небудь; матеріально виражене умовне позначення чогось.

З типологічного погляду виділяють два різновиди знаків природні і штучні. Природні знаки кваліфікують ще як ознаки, симптоми. Специфіка штучних знаків полягає передусім у тому, що в основі їх функціонування лежить конвенціональний принцип, тобто використання відповідних засобів передачі інформації за згодою, домовленістю, а також відсутність мотивованого зв'язку між матеріальною формою вираження і значенням.

Матеріальне вираження знака є обов'язковою умовою його існування. Знак обов'язково є матеріальним предметом (в широкому розумінні). Цей матеріальний предмет не виступає знаком «від природи». Він стає знаком лише тоді, коли йому надається певне значення. Нести на собі значення – обов'язкова властивість знака. Ця властивість є функціональною, (мисленно) подумки приписаною знакові. Саме значення в знак не входить. Значення є тим, на що вказує знак.

У мові знаком називається слово. Відповідно слово-знак виконує ряд функцій: номінативну (слово називає об'єкт); дейктивну (слово вказує на об'єкт);

експресивну (слово виражає стан свідомості); сигніфікативну (слово означає поняття); конструктивну (слово бере участь у побудові словосполучень і висловлень); сигналізуючу (слово сигналізує про стан свідомості, тобто про емоції, волевиявлення і т.д.).

На відміну від архетипної символіки, яка поєднує в собі зміст колективного несвідомого, що індивідуалізується в психіці конкретного суб'єкта, знаки існують тільки в суспільстві. І будь-що може стати знаком, якщо наявні дві обов'язкові властивості знака – умовність і довільність. Умовність – це наявність згоди, прийнятої суспільством чи його частиною домовленості про інформацію, яка виражається знаком. Довільність, інша властивість знака, означає відсутність органічного, внутрішнього зв'язку між предметом і його позначенням (знаком), а точніше кажучи – між ідеєю про предмет (змістовий бік знака) та звуковим виразником цієї ідеї (формальний бік знака). Знак не породжується предметом, а довільно приписується йому. Довільність – зворотна сторона умовності.

Всякий знак є двобічною сутністю, яка включає до свого складу змістовий бік – те, чим виражається зміст знака.

2. Знак – матеріальний, чуттєво сприйманий предмет, який виступає в процесі пізнання і спілкування в ролі замітника (представника) іншого предмета і використовується для одержання, зберігання, перетворення і передачі інформації.

Український учений М. Кочерган виділяє такі основні ознаки знака: 1) матеріальність, тобто чуттєва сприйманість; 2) позначення чогось, що перебуває поза ним (об'єкт, позначений знаком, називається денотатом або референтом); 3) непов'язаність з позначуваним природним (причинним) зв'язком; 4) інформативність (здатність нести якусь інформацію і використовуватися з комунікативною метою); 5) системність. Що стосується системності, то її слід розуміти так: знак отримує своє значення лише за умови входження в певну знакову систему [105, с. 22].

Існує декілька класифікацій знаків. Найвідомішими серед них є класифікація за типом відношень між матеріальною формою знака і

позначуваним об'єктом та класифікація з погляду фізичної природи. За першою класифікацією всі знаки поділяються на знаки-індекси, знаки-копії, знаки-сигнали і знаки-символи [105, с. 22].

Зокрема, М. Кочерган так їх витлумачує:

Знаки-індекси (знаки-прикмети і знаки-симптоми) – знаки, пов'язані з позначуваними предметами, як дії зі своїми причинами. Причинні відношення не є заміною одного предмета іншим.

Знаки-копії – відтворення, репродукції, подібні на позначувані предмети. Їх ще називають іконічними знаками.

Знаки-сигнали – знаки, які вимагають після себе певних дій, реакції. Знаки-сигнали завжди прив'язані до ситуації. Через ситуативну обмеженість сигналів деякі вчені не кваліфікують їх як знаки.

Знаки-символи – знаки, які використовують для передачі (визначення) абстрактного змісту. Для них, як правило, характерна відсутність природного зв'язку з позначуваними об'єктами [105, с. 22–23]. .

Знаки-індекси і знаки-копії вмотивовані і не є умовними. Це природні знаки. Вони не мають комунікативної функції, а виконують пізнавально-прагматичну функцію.

Знаки-сигнали і знаки-символи – штучні, умовні знаки. Це знаки спілкування. Вони мають відправника та одержувача (отримувача) і виконують комунікативно-прагматичну функцію.

Знак-індекс і знак-копія можуть стати знаком-сигналом чи знаком-символом, коли відправник і отримувач домовляються про їх значення.

Індекси – знаки, які виконують експресивну функцію і виражають «внутрішню суть» відправника. Сигнали виконують апелятивну функцію, оскільки звернені до сприймача, поведінка якого ними скеровується (операціональні знаки). Символи мають репрезентативну функцію, оскільки орієнтуються на предмети й матеріальний зміст.

За типологічною класифікацією знаки поділяються на природні і штучні. У свою чергу штучні розпадаються на несловесні і словесні, в несловесних

виокремлюються сигнали і замінники, а в останніх – іконічні знаки та знаки-символи.

З погляду фізичної природи, або, іншими словами, за способом сприйняття їх людиною знаки М. Кочерган поділяє на 5 видів: 1) акустичні (слухові, вокально-інструментальні); 2) оптичні (зорові); 3) дотикові (брайлівський алфавіт для сліпих); 4) нюхові; 5) смакові [105, с. 25].

Найважливіші для людини слухові (акустичні) та зорові (оптичні) знаки залежно від способу їх творення поділяють на 4 підвиди (субкоди): 1) зоровий скороминучий (мімічна мова глухонімих); 2) зоровий тривалий (письмо); 3) вокально-слуховий (усне мовлення); 4) інструментально-слуховий [105, с. 22].

Існують дві протилежні думки щодо структури знака. Одні дослідники вважають знак односторонньою одиницею, тобто стверджують, що знак має тільки план вираження. На їх думку, знак завжди пов'язаний із значенням, але значення до нього не входить. Знак – це тільки «частинка матерії», тоді як значення – факт свідомості, ідеальне відображення явища дійсності. Ця теорія відома в наці як унілатеральна (лат. *unus* «один», *latus* «сторона»).

Ще знак розглядають як двосторонню одиницю, яка має план вираження і план змісту, тобто значення. При цьому поняття знака без значення втрачає сенс: знак без значення не знак. Знак – це органічна єдність двох сторін, це «союз значення і його носія», тобто поняття й акустичного образу. Розглянута тут теорія знака називається білатеральною (лат. *bis* «двічі», *latus* «сторона») [105, с. 22].

Погоджуємось із ученим, що значення і значеннєвість знака можна встановити тоді, коли знак буде розглядуваний у знаковій ситуації, тобто в таких відношеннях, як знак – референт (поняття і предмет), знак – знак і знак – людина.

Відповідно до знакової ситуації М. Кочерган виділяє три аспекти знаків: семантику (внутрішньомовні відношення, значеннєвість знака), синтактику (текст) і прагматику (відношення, що виявляються у вживанні; оцінка знака носієм мови, якщо йдеться про мовні знаки) [105, с. 27].

Часто-густо зустрічається плутанина з поняттями архетип і **стереотип**. Стереотип, на відміну від архетипу, визначається як жорстке, часто спрощене уявлення про конкретну групу або категорію людей.

Стереотипи змінюються в часі, але їх носіям важко позбутися засвоєних уявлень. Якщо розглядати стереотип як уявлення, засноване на забобонах, його можна визначити як негативну категоричну оцінку, установку сприйняття когось-небудь або чого-небудь.

Архетипи формуються внаслідок діяльності соціуму в певних культурно-історичних умовах і відбиваються на способі, меті та напрямку діяльності представника соціуму, формуванні нових цінностей, уявлень, стереотипів [159, с. 25].

Стереотипи – комунікаційно організовані уявлення, які утворюються внаслідок неточної, гнучкої категоризації соціуму засобами масової комунікації; містять когнітивний базис та настанову на сприйняття явищ, об'єднаних межами категорій [34].

Погоджуємось із думкою М. Бутиріної, що досить складно провести чітку грань між архетипними та стереотипними формами в масмедійних текстах, адже не завжди зрозуміло, як реагує творча свідомість на події, – безумовно (на рівні архетипів) чи умовно (на рівні стереотипів)

Розкриваючи роль стереотипу в комунікації, варто вказати на таку його характеристику, як апіорна обумовленість

Словесні символи – стійкі асоціативні комплекси, закріплені в свідомості людей, які фігурують у мовному значенні слова у вигляді «символічної аури», низки сем культурно-стереотипного та архетипного, давнього міфологічного характеру [257, с. 50].

Знаки і символи є організовувальним ядром культури, **кодом** світорозуміння, формою передачі досвіду, засобом комунікації соціокультурного процесу в інформаційному суспільстві.

Р. Барт визначив п'ять типів кодів присутніх у комунікаційному процесі: герменевтичні (поворотні моменти розповіді), проерегічні (основні наративні

дії), семічні (пов'язані з засобами передачі), символічні (теми) і культурні (попередні соціальні знання) [11].

Символ виступає докомунікативним утворенням: не має адресанта і адресата, не визначається контекстами, а, навпаки, створює їх, а також може бути описаний за допомогою різних кодів. Символ створює власну багатошарову структуру і смислову перспективу, пояснення та розуміння якої вимагає від інтерпретатора роботи з кодами різного рівня.

При поверхневому погляді на питання застосування архетипів у комунікаційній практиці виразно проступає їхня роль у процесі кодування/декодування повідомлень. Консенсус, до якого прагне ефективна комунікація, забезпечується спільним кодом, що єднає комунікантів. Архетип, який є основою для зв'язку людей поза актами мовленнєво-знакової взаємодії, власне, і відіграє роль такого коду. Він дозволяє індивідам долучитися до надбань колективного досвіду й прийняти загальнокультурне як власне екзистенційно важливе переживання. Виявлення та вивчення образних архетипів дозволяє пізнати структуру пам'яттєвих пластів народної свідомості, які визначають домінанти ментальності народу як кодову знакову систему, що передається від покоління до покоління.

Жоден образ-символ у світогляді народу не був однозначним. Цей своєрідний код формувався протягом віків і мав глибоке смислове навантаження, репрезентував різні поняття, іноді навіть протилежні. Однак всі символи були зрозумілі їх творцям і носіям, бо передавалися і контролювалися не стільки розумом, скільки почуттями. Кожне покоління і кожна територіальна єдність на давні символи накладали нові розуміння, давали нові значення. Але при цьому символ зберігав і свою найдавнішу суть, і всі попередні значення. Саме тим він універсальний та унікальний [152].

В «Антології світової літературно-критичної думки XX ст.» подана така дефініція: Код – «сукупність правил або обмежень, що забезпечують функціонування мовленнєвої діяльності природної мови або будь-якої іншої знакової системи. Код служить для забезпечення комунікації, тому він мусить

бути зрозумілим усім учасникам комунікаційного процесу, а отже, повинен мати конвенційний характер» [4, с. 418].

Акціональний і герменевтичний коди, описуючи будову і розгортання сюжету, мають безпосередні стосунки до твору як до завершеної конструкції, а конотативний (семний), риторичний і символічний коди, навпаки, покликані розімкнути цю конструкцію і ввести у сферу Тексту. Герменевтичний код – це сукупність одиниць, функція яких – тим чи іншим способом сформулювати запитання, а згодом і відповідь, а також вказати на різні обставини, які дозволяють підготувати запитання чи відтягнути відповідь, тобто сформулювати загадку і дати її розгадку [174, с.102].

Культурні коди – це ніщо інше, як цитації, витяги з якої-небудь сфери знання чи людської мудрості. Виділяючи ці коди, ми обмежуємося тільки вказівкою на тип цитованого знання і не намагаємось конструювати чи реконструювати втілену в них культуру [174, с.103].

Сукупність кодів є гніздовою сіткою, яку закидують у Текст і яка дозволяє виловлювати ідеологеми, до утворення яких значною мірою причетна денотація (первісна, «чиста» інформація), а особливо – конотація (сприйнята, переносна інформація). Під денотативним значенням слова прийнято розуміти не сам предмет у його конкретній одиничності, а «типове уявлення» про цей предмет чи «клас об'єктів», об'єднаних виділеними при їх номінації властивостями [4, с. 564].

Будь-яку додаткову до денотативної змістової інформації можна вважати конотативною. Цілісний денотативний знак (означник + означуване) сам по собі служить означником для власного денотативного означуваного. У журналістських текстах найчастіше можна зафіксувати зустріч двох текстів: тексту готового (денотація) і тексту, що створюється під час читання (конотація), це, так би мовити, зустріч двох «авторів» [174, с.103].

У семіотиці символом називають графічний знак формально-мовного опису, у якому зв'язок між позначуваним та позначувальним установлюється за умовною згодою [16, с. 125]; це базовий знак математичних кодів, що

характеризується високим потенціалом абстракції та значним семіотичним наповненням [216, с. 12].

Символ також являє собою докомунікативне утворення: не має адресанта і адресата, не визначається контекстами, а, навпаки, створює їх, а також може бути описаний за допомогою різних кодів.

Архетипи, які ототожнюють із **соціокодами**, виявляють себе як символи у міфах, казках, фольклорі, обрядах, традиціях і є узагальненням досвіду наших предків. Соціокодом варто розуміти внутрішній код кожного конкретного індивіда, його реакцію у відповідь на кодування ззовні. Через нього людина ідентифікує себе з певним соціальним прошарком, світоглядом, культурою тощо. Соціокод, як і архетипний символ, є своєрідним відображенням усієї відповідної соціальної системи.

Під соціокодом варто розуміти внутрішній код кожного конкретного індивіда, його реакцію у відповідь на кодування ззовні. Через нього людина ідентифікує себе з певним соціальним прошарком, світоглядом, культурою тощо. Соціокод є своєрідним відображенням усієї відповідної соціальної системи [95, с. 28].

Концептуалізуючи дослідницькі ініціативи навколо розробки класифікації соціокодів, насамперед варто назвати два підходи. На основі груп соціокодів можна виділити такі основні типи культур:

1) особово-іменні. Характерні для примітивних культур. Діяльність має колективний характер та існує як набір певних ролей, за кожною з яких закріплюється ім'я (знак). Людина виконує обов'язки імені, що передається іншій людині в іншому поколінні через обряд ініціації – посвята у доросле життя. Зміст спілкування полягає в тому, що кожен індивід чітко дотримується норм поведінки;

2) професійно-іменні. Притаманні традиційним суспільствам, де виникають професійні групи, і, відповідно, знання фрагментуються за професіями. Знання передається вже не як звичайна операція, а як цілий набір. Засобом трансляції професійного знання є сім'я;

3) універсально-поняттєві. Властиві сучасному суспільству. У результаті розвитку науки, писемності, теоретичного знання, логічного мислення знання відокремлюються від людини та існують незалежно від неї у вигляді тексту. Відтак вони набувають безособового характеру, стають універсальними, межі між професіями динамізуються, засобом передачі знань є освіта. Новоевропейський соціокод замінив сакральну легітимацію на абстрактно-понятійну діяльність з освоєння символічної практики праці.

Отже, у соціокодi злились раціональність та практика символічного конструювання.

Ці соціокоди інтегрують знакові системи культури, складають механізм регламентації змісту і розвитку культурного типу, що склався історично. У кожній з цих трьох наведених парадигм можна простежити те, що існує і сьогодні: одні з соціокодів домінують, інші використовуються на периферії спілкування.

Якнайвиразніше соціокоди виявляють себе у національних культурах, що втілюють історичну долю та досвід конкретних народів. У процесі формування внутрішнього світу пращурів українського етносу соціокоди суттєво вплинули на становлення духовності особистості, певного суб'єктивного начала: зокрема, зародження первинних соціальних структур; регулювання суспільних відносин внаслідок появи образу «героя»; проекція найдавніших світоглядних уявлень.

Структурною одиницею соціальної пам'яті завжди виступає соціокод, до ознак якого відносять трансляційність, комунікативність та трансформаційність. Через соціокоди як внутрішні коди кожного конкретного члена соціуму можна визначити особливості інформаційного свідомісного відображення того чи іншого суспільства.

Вже при поверхневому погляді на питання застосування архетипів у комунікаційній практиці виразно проступає їхня роль у процесі кодування/декодування повідомлень. Консенсус, до якого прагне ефективна комунікація, забезпечується спільним кодом, що єднає комунікантів. Архетип, який є основою для зв'язку людей поза актами мовленнєво-знакової взаємодії,

власне, і відіграє роль такого коду. Він дозволяє індивідам долучитися до надбань колективного досвіду й прийняти загальнокультурне як власне екзистенційно важливе переживання [31, с. 15].

Отже, звернення до архетипічного кодування повідомлень уможливорює функціонування реципієнта як «колективного суб'єкта», у якого актуалізована «двопалатна свідомість» – феномен, на який вказували дослідники античної літератури, характеризуючи здатність давнього грека діяти не за власною волею, а за вказівкою зверху: герой постійно чув голоси богів, що підказували йому правильні рішення [31, с. 15].

Соціокод одночасно означає й знаково-семіотичну реальність культури, і можливість цілісного аналізу масиву культури, світу діяльності та інститутів спілкування. Необхідно зауважити, що знак у семіотичній моделі соціокоду має той самий культурно-онтологічний статус, що і діяльність. Знак для своєї трансляції потребує функціонування інститутів та механізмів. Можна сказати, що соціокод – це спосіб накопичення, зберігання та передачі обох форм соціально необхідного знання: як діяльності та як знаку.

Розкриваючи роль стереотипу в комунікації, варто вказати на таку його характеристику, як апіорна обумовленість. Архетип виходить за межі персонального, особисто пережитого досвіду, дозволяючи індивідові відчути вплив «психічного залишку незліченних переживань одного й того самого типу» (К. Г. Юнг) [267]. Архетипи мають відношення до екзистенційних питань, вони виявляють себе у сфері повсякденного життєвого досвіду, відповідно структуруючи й організовуючи його. Суб'єктивно архетипи переживаються як надособистісне начало, яке консолідує людей у масах. Тож у медійній практиці архетипи, рефлексивно представлені у міфах та стереотипах, можуть бути застосовані як регулятори психічного життя людей. Однак не варто забувати, що архетипи не мають предметного змісту. Їхні прояви виявляються через констатацію подібності в діях та реакціях певної групи людей. У цьому зв'язку К. Юнг [269] слушно порівнює архетипізацію з утворенням кристалів: подібно до того, як речовина розподіляється системою осей кристалу й утворює візуально

правильну й гармонійну конфігурацію, архетип організує індивідуальний досвід, виконуючи роль диспозиції – настанови на сприйняття дійсності.

О. Донченко стверджує, що архетипи містять у собі більшість психічного, соціологічного, політичного з того, що аналізують учені. Це колективні уявлення, масова свідомість, соціальні установки, стереотипи – все, що становить більшість наповнення соціальної та індивідуальної психіки, що обумовлює можливість взаєморозуміння людей [68, с. 171].

Відтак, можемо стверджувати, що для архетипу та архетипного символу характерна стереотипність в оцінці ситуації та пріоритет історичної основи над теперішнім станом подій.

Підґрунтям стереотипних словесних образів, які укорінилися в поетичній свідомості, виступають концептуальні схеми, вербалізовані прототиповими лексичними одиницями.

Концептуальні імплікації архетипів слугують підґрунтям стереотипних та ідіотипних словесних образів, у яких архетип може бути виражений експліцитно або імпліцитно.

Досить влучним є визначення стереотипу, сформульоване М. Бутиріною: Стереотипи – комунікаційно організовані уявлення, які утворюються внаслідок неточної, гнучкої категоризації соціуму засобами масової комунікації; містять когнітивний базис та настанову на сприйняття явищ, об'єднаних межами категорій [32, с. 28].

Погоджуємось із авторкою, що «виявляючи прояви архетипічних та стереотипних форм у мас-медійних текстах, досить складно провести чітку грань між ними, адже не завжди зрозуміло, реагує творча свідомість на події безумовно (на рівні архетипів) чи умовно (на рівні стереотипів). Сам по собі архетип нездатен виступати окремою смисловою одиницею журналістського повідомлення. Він є диспозицією, яка за певних умов організує матеріал, що надходить до свідомості. Умови активізації того чи іншого архетипу можуть виникати як природно (збіг архетипу і ситуації), так і утворюватися штучно,

через відповідні комунікативні впливи (провокування ситуацією архетипу) [32, с. 28].

Стереотип, як і символ, амбівалентний, тому має широке застосування, у тому числі в масмедійних текстах.

2.4. Соціокультурна трихотомія «символ», «міф», «міфологема»

На сучасному етапі формою збереження й розвитку **міфу** є символ. Міф уже міститься в символі, він оживлює символ і наділяє його здатністю діяти. Більш високий онтологічний статус міфу стосовно символу визначається тим, що він є результатом не особистої, а колективної чи «соборної» свідомості.

У науковому теоретичному дискурсі виділено міфологічний підхід до дослідження символу. Серед представників цього підходу варто виділити М. Еліаде, К. Леві-Строса, О. Лосєва, Є. Мелетинського, І. Ребошапку, У. Тернера, К. Юнга, Ф. Шеллінга та інших.

К. Юнг походження символів виводив від колективного несвідомого (архетипів), зближуючи символ із міфом. Символ, на відміну від міфу, є континуально-цілісне, амбівалентне смислове ціле. Він не є повідомленням у системі «адресант-адресат»: локалізація його в цьому процесі – контекст, на підставі якого можлива передача інформації. Символічна «інформація» не передається від мовця до слухача, а утворює спільну для них систему уявлень, континуум, без чого, у той же час, сама комунікація неможлива. Міф – це особливий стан свідомості, символічний континуум, засіб існування якого реалізується на межі свідомого й позасвідомого, як колективного, так і індивідуального.

Навіть опосередковано описучи міф, неможливо уникнути таких слів, як «першоелементи», «першообрази», «схеми», «типи» та їх синонімів, котрі зводяться до поняття «архетип». Висхідним поняттям у розумінні міфу для Ф. Шеллінга є поняття «першообразу» як узагальненого «споглядання універсуму».

Досить влучним є визначення М. Бутиріної «Міфи – форми структуризації та інтерпретації дійсності за допомогою прецедентних сюжетів та моделей світу, представлених в архаїчній свідомості» [32].

Міф стає особливим продуктом первісного мислення, у якому образно виражаються емоції та підсвідомість первісної людини. Основу колективного позасвідомого складає архетип «первинний образ» (термін К. Юнга) притаманний багатьом культурам і цілим історичним епохам, який лежить в основі міфів і релігійних ідей іноді у зміненому вигляді [273, с. 217].

К. Юнг остаточно утвердив дефініцію архетипу, розглядаючи його як основний позасвідомий засіб передавання найціннішого людського досвіду від покоління до покоління у формі підсвідомих символів, як закорінений у мові та міфі складник колективної пам'яті, у якому акумульована мудрість людства. Архетипи лягли в основу створення міфів.

Архетипну теорію психіки К. Юнга до актуальних проблем літературознавства й критики достосував Н. Фрай. Він надав архетипу обрисів поширеного в літературі «символу-стереотипу, здатного притягувати до себе думку митця і реципієнта: «Під архетипом я розумію літературний символ чи навіть кілька символів, які в результаті частого повторювання в літературі стають традиційними» [292].

У своєму функціонуванні міф пов'язаний із архетипом, а відтак, і з символом, як традиційно-типовим, що переходить у спадщину поколінь, мандруючи в народах, і є позачасовою схемою, одвічною формулою (Т. Ман). Значною мірою він є проєкцією майбутнього. Деякі дослідники (Н. Фрай, К. Юнг) пропонують застосовувати термін «міф» до оповіді, «архетип» – до значення як квінтесенцію міфічності колективного досвіду (С. Гатальська).

Архетип і відповідні йому міфологеми К. Леві-Строс уважав категоріями символічної думки [135, с. 167]. Однак він критикував концепцію К. Юнга за припущення про сталість архетипових образів та спадковий характер їх передавання. Апелюючи до несвідомого як певного вмістилища архетипів, котрі,

на відміну від юнгівських, є формальними, а не змістовими, К. Леві-Строс указував на архетипові корені будь-якого структурування.

Міфи також розглядаємо як форми структуризації та інтерпретації дійсності за допомогою прецедентних сюжетів та моделей світу, представлених в архаїчній свідомості.

Визначаючи сутність символу, можна стверджувати, що символ є образ, узятий в аспекті своєї знаковості, знак, наділений усією органічністю міфу і невичерпною багатозначністю.

Архетипи – є основним джерелом для формування міфів, що впливають на цілі народи та історичні епохи. К. Юнг визначає архетип як гіпотетичну наслідувану психологічну властивість, що «не може сприйматися чуттєво й наочно, а в разі переходу до сфери свідомості перестає бути рефлексом колективного позасвідомого й архетипом» [275, с. 277].

Поняття міфу розглядаємо як «систему онтологізованих семіотичних цінностей, актуальних у конкретній соціокультурній спільності» [265, с. 267].

Суб'єктивно архетипи переживаються як надособистісне начало, яке консолідує людей у масах. Тож у медійній практиці архетипи, рефлексивно представлені у міфах та стереотипах, можуть бути застосовані як регулятори психічного життя людей. Однак не варто забувати, що архетипи не мають предметного змісту. Їхні прояви виявляються через констатацію подібності в діях та реакціях певної групи людей [31, с. 13].

Філософи досліджують символ через поняття міфу. Окремі з них опираються на міф як початкову стадію у розвитку символічних форм. Р. Якобсон вбачає першопочатки будь-якої мови саме в символі, який постає головним чинником, що відділяє мову від міфу.

Проаналізувавши діалектику міфу, О. Лосев констатував, що людина як особистість здатна до самоствердження й вияву своєї енергії лише через міф. І зазначає, що все життя людини «постає раптово як безкінечний символ, як найскладніший міф, як вражаюче диво» і виділяє «справжній першообраз як чисту парадигму, ідеальне втілення відокремленої ідеї» [118, с. 145].

Своєрідна теорія міфу і символу належить філософові О. Лосєву. Дослідник вважав: 1) символ – функція відображення дійсності; 2) символ – смисл дійсності; 3) символ – інтерпретація дійсності в людській свідомості; 4) символ – сигніфікація дійсності; 5) символ – перетворення дійсності. І якщо «міфологія – це втілена дійсність», то «символ – це субстанційне поєднання ідеального і реального. Це сама річ, за її ж суттю». Але «смисл речі є... сама ж річ, не тільки взята в тотожності сама із собою, а, оскільки ототожнювати можна тільки те, що різне, то смисл речі є сама річ, але взята водночас і в різниці із самою собою» [117, с. 51].

Слушним є твердження О. Лосєва, що всякий міф є символ, але не всякий символ є міф.

Як зазначає О. Лосєв, «міф змушує все суспільство жити за законами міфотворчості, і ніяка наука не переконає людину і не змусить її зневіритись у створеному нею особистісному чи суспільному міфові. Чиста наука передбачає гіпотетичність. У міфі не завжди панує єдина значуща ідея. Міф спирається на факти і побут, які сприймаються абсолютно незаперечно і воістину догматично» [Цит. за: 63, с. 16].

Теоретичний аспект зв'язку символу з міфом, літературним і суспільним оточенням окреслений у дослідженні О. Лосєва «Проблема символа и реалистическое искусство». Автор визначає критерії градації понять «реалістичний образ», «метафора», «символ» і «міф». У реалістичному образі ідейна образність речей є їх поетичним відображенням. Для метафори характерне бачення ідейної образності як самодостатньої дійсності. Ідейна образність як принцип породження нової дійсності, що створює велику смислову перспективу при відсутності безпосереднього її конкретного втілення означає наявність символу.

Перехід міфічного образу в поетичний пов'язаний, на думку О.Потебні, з усвідомленням людиною відмінності між началом пізнаючої думки та дійсністю. «З давніх-давен зв'язок між образами був квазінауковий або міфічний: образ

безпосередньо переходив у значення. Їхній зв'язок не вимагав ні підтвердження, ні перевірки – він приймався на віру» [236, с. 38].

Питання про символіку міфу вперше розглянув Ф. Шеллінга, у філософії котрого міфологія, займаючи проміжне місце між природою та мистецтвом, розглядається як символіка природи. Ф. Шеллінг [260] розумів співвідношення символу та міфу як організаційну тотожність ідеї та образу.

Схожість символу з міфом полягає в тому, що він також занурює кожне явище до стихії першоджерел і і створити через це явище цілісний образ світу. У цьому і полягає спорідненість між символом і міфом. Однак, варто зазначити, що не всякий символ виходить із міфу, а якщо його джерелом і є міф, то він переходить у символ у сфері культурного зрізу.

Від міфу символ успадкував соціальні і комунікативні властивості.

Міфологеми також є ефективним механізмом, що дозволяє людям адаптуватися до складних ситуацій буття. За допомогою міфологеми індивід символічно долає перепони, пов'язані з матеріальними нестатками, бореться з ворогами й т. д.

Міфологема [102] – стійкий і повторюваний конструкт, що узагальнено відображає дійсність у вигляді сюжетів, чуттєво-конкретних персоніфікацій, істот.

Архетип і відповідні йому міфологеми К. Леві-Строс уважав категоріями символічної думки [135, с. 167]. Однак він критикував концепцію К. Юнга за припущення про сталість архетипових образів та спадковий характер їх передавання. Апелюючи до несвідомого як певного вмістилища архетипів, котрі, на відміну від юнгівських, є формальними, а не змістовими, К. Леві-Строс указував на архетипові корені будь-якого структурування.

Міфологему також можна визначити як незавершений структурний оповідний компонент міфу, що має власний сенс, зумовлений певними рисами першоустрою буття, і цей сенс зберігається незалежно від наявних тлумачень та інтерпретацій.

Саме тому міфологема здатна ініціювати несподівані смисли й слугувати матеріалом оригінальної поетичної творчості. Крім синтагматичного варіанта розростання (через міфологеми) архетипному образу притаманний парадигматичний варіант самоозначення. Це відбувається шляхом надання архетипному образу можливості перейти від «потенційної дійсності», зумовленої його генезою, до стану самоусвідомленої «живої дійсності». Нагадаємо, що цей стан характеризує символ. К. Юнг у психології, Е. Кассіреп та О. Лосев у філософії обстоювали той погляд на символ, за яким у символі зосереджене становлення особистості, яке може бути осмислене й оформлене тільки з точки зору міфічної свідомості [118].

Несвідомим втіленням міфів і символів, що пронизують культуру людства загалом та кожного соціуму зокрема, а також визначають її спадковість і пам'ять, є архетипи.

Часто термін «архетип» вживають на позначення цілого ряду понять: і висхідних схем уявлень, і загальнолюдських міфологічних мотивів, і першообразів, і першоелементів. Значна частина цих понять співвідносяться між собою, наприклад, першообраз і першоелемент можуть розглядатися як тотожні складові мотиву.

Висновки до розділу 2

У результаті детального опрацювання дефінітивної теорії та систематизації поняттєвого апарату дослідження витлумачено архетипні символи як найдавніші маркери первісних уявлень про довкілля й статус людини в ньому, психофізичні та духовні передумови освоєння світу, основу уявлень людини про світ і себе в ньому. Архетипна символіка поєднує в собі зміст колективного несвідомого, яке індивідуалізується в психіці конкретного суб'єкта. Відтак такі індивідуальні, дещо спонтанні, утворення включаються в сукупність феноменів суспільної свідомості та через набуття значення й сенсу стають колективними формами – символами.

З'ясовано, що слова-символи, які називають поняття, що однаковою мірою сприймаються усіма людьми, оскільки вони вказують на універсальні явища природи, називаємо архетипними. Вони, на думку К. Юнга, «супроводжували людину споконвіку, були зумовлені самим життям, культурою, лягли в основу міфології, релігії, мистецтва, філософії». Як стверджує вчений, у чистому вигляді архетип не існує у свідомому реальному світі, він приєднується до будь-яких уявлень досвіду і піддається свідомій обробці, внаслідок чого утворюються архетипні образи.

Кожен символ, як і кожен архетип, згідно з твердженням Е. Ноймана, наповнений специфічним змістом, і коли ми говоримо, що людина захоплена колективним підсвідомим, ми маємо на увазі, що захоплена і її свідомість.

Погоджуємось із думкою В. Агеєвої, що архетип є смислоформою, загальним значенням (інваріантом-гіперонімом), тоді як символ є його безпосередньою реалізацією (варіантом-гіпонімом). Будь-яка низка символів не вичерпує всієї змістовності архетипу.

Доведено, що в мисленнево-мовленнєвій діяльності індивіда архетип есплікується через символ, відновлюючи первісне уявлення про світ. Як доречно зауважує В. Чугаєва, етнос створює символічні образи, спрямовані на пізнання архетипічної сутності, яку декодують лише за допомогою таких образів, що мають прихований сенс і потребують відповідного потрактування.

Архетипи, у яких узагальнено досвід людства, розглядаємо як універсальні первісні психічні структури, первинну схему образів, які складають зміст колективного несвідомого; когнітивні конституенти свідомості мовної особистості, вид родової пам'яті, своєрідний інформаційний каркас, який зберігає відомості про свідомість представників окремого мовного соціуму. Розрізняючи поняття «архетип» і «символ», з'ясували, що архетип виступає засобом, який об'єднує різні культури, а символ – засобом їх ідентифікації.

У результаті детального опрацювання дефінітивної теорії та систематизації поняттєвого апарату дослідження розуміємо архетипні символи як найдавніші маркери первісних уявлень про довкілля й статус людини в ньому,

психофізичні і духовні передумови освоєння світу, основа уявлень людини про світ і себе в ньому. Архетипна символіка поєднує в собі зміст колективного несвідомого, яке індивідуалізується в психіці конкретного суб'єкта. Потім такі індивідуальні, нерідко спонтанні, утворення включаються в сукупність феноменів суспільної свідомості та через набуття значення і сенсу стають колективними формами – символами.

Диференціюємо також символ, архетип та архетипний символ у системі таких суміжних категорій, як концепт, масмедійний концепт, образ, знак, код (соціокод), стереотип, міф (міфологема).

РОЗДІЛ 3

АРХЕТИПНИЙ СИМВОЛ ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФЕНОМЕНОЛОГІЧНОЇ КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ КОНТЕНТУ СУЧАСНОГО НОВИННОГО МЕДІАТЕКСТУ

Концептуалізація контенту медіатексту сприяє глибшому осмисленню своєрідності функціонування соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві. Як наслідок, одним із актуальних напрямків розвитку сучасної теорії соціальних комунікацій, медіа- та етнолінгвістики, когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології стало дослідження текстів засобів масової інформації.

У новинних медіатекстах концептуалізація як один із основних процесів пізнавальної діяльності людини сприяє осмисленню інформації та її подальшої інтерпретації і членуванню.

Як доречно стверджує А. Мішин, зрозуміти і дослідити способи концептуалізації світу можна тільки володіючи певним набором знань з нової наукової парадигми, до об'єктів якої входять такі категорії, як концептуалізація, категоризація, концепт, картина світу (концептосфера) [163, с. 10].

Поділяємо думку дослідника А. Бабушкіна, котрий трактує концептуалізацію як «первинну теоретичну форму, що забезпечує теоретичну організацію матеріалу; як схему зв'язків понять, які відображають можливі тенденції до змін; як спосіб організації мисленнєвої роботи, що дозволяє рухатись від матеріалу і первинних теоретичних концептів до більш абстрактних конструктів, покладених в основу побудови картини бачення досліджуваного сегмента реальності» [8, с. 57-58].

У широкому розумінні Г. Костюшкина [103] розглядає концептуалізацію як процес утворення і формування концептів у свідомості людини. На її думку, процес концептуалізації неможливий без мови, оскільки в мові людини міститься інформація, яка свідчить про весь набутий досвід, практичні та життєві знання індивіда.

Дещо по-іншому витлумачує концептуалізацію А. Приходько, розглядаючи її як когнітивно-семантичний процес перетворення зовнішніх одиниць у внутрішні за допомогою правил ментальної трансформації. Це процес структуризації знань та досвіду, який приводить до створення концептів [186, с. 20–21].

Український учений В. Кононенко стверджує, що у структуру концепту через образ і поняття входить символ. Асоціативно-суб'єктивне, конотативно-оцінне наповнення словесного образу в його русі до символу як втілення концептуального значення об'єктивується через усвідомлення символічного як носія концептуального смислу. Якщо концепт утілюється і в слові, і в опредмеченому понятті, тобто передбачає асоціативне нашарування культурних смислів на основне значення, то словесний символ забезпечує реалізацію всіх форм утілення концепту, бо є і словом, і образом, і – здебільшого – номінованим матеріальним предметом [96, с. 74–75].

Концептуалізація масмедійного контенту здійснюється засобами архетипної символіки, яка виступає її комунікаційним інструментом.

3.1. Стильові стратегії формотворення архетипної символіки

Виявляючись у людській свідомості через символ, архетип здатний відроджувати глибинні пласти уявлень про світ. Архетипи – це не вроджені уявлення, а вроджені можливості уявлень. Виявлення архетипних символів у тексті потребує певного поділу, тобто структурування, де одні складники є вагомими, значущими, а інші – менш вагомими, допоміжними. Перші називаємо стратегіями, які формують зміст сучасного новинного медіатексту.

Стратегія постає як комплекс заходів, які адресант застосовує з метою досягнення відповідного ефекту, як «основна макроінтенція у рамках конкретного комунікативного процесу, сукупність мовленнєвих дій комуніканта та ілокутивних компонентів цих дій, що стимулюються комунікативну діяльність індивіда» [43, с. 68].

Декодування архетипного символу розраховане на активну імпліцитну роботу інтерпретатора.

Як засвідчує аналіз медіапродукту, у сучасних журналістських текстах при висвітленні воєнних дій на Сході України активно використовуються архетипні символи, які становлять комунікаційний інструментарій стильових стратегій. Основними засобами формування стильових стратегій у масмедійних текстах є лексико-семантичні групи, які продукують архетипну символіку та підпорядковують її глобальній інтенції адресата у процесі мисленнєво-мовленнєвої діяльності. Комунікативна стратегія як складник стильової стратегії наділена ознаками гнучкості та варіативності, що стає можливим через різноманітні комунікативні тактики.

Стильові стратегії масмедійного тексту утворюють такі лексико-семантичні групи: «війна», «Донбас», «зброя», «тиша», «захисник», «ворог» (рис. 3.8).



Рис. 3.8. Стратегії формотворення архетипної символіки

У сучасних медіатекстах, у яких висвітлюються воєнні дії на Сході України, найбільш широко представленим є архетипний символ «**війна**», який репрезентують образи *Донбасу, вогню, зброї, захисника (побратима, українського воїна), ворога (окупанта, агресора, противника, нападника, сепаратиста), перемир'я, тиші*, окремі з яких сягають найдавніших архетипів тощо (рис. 3.9).

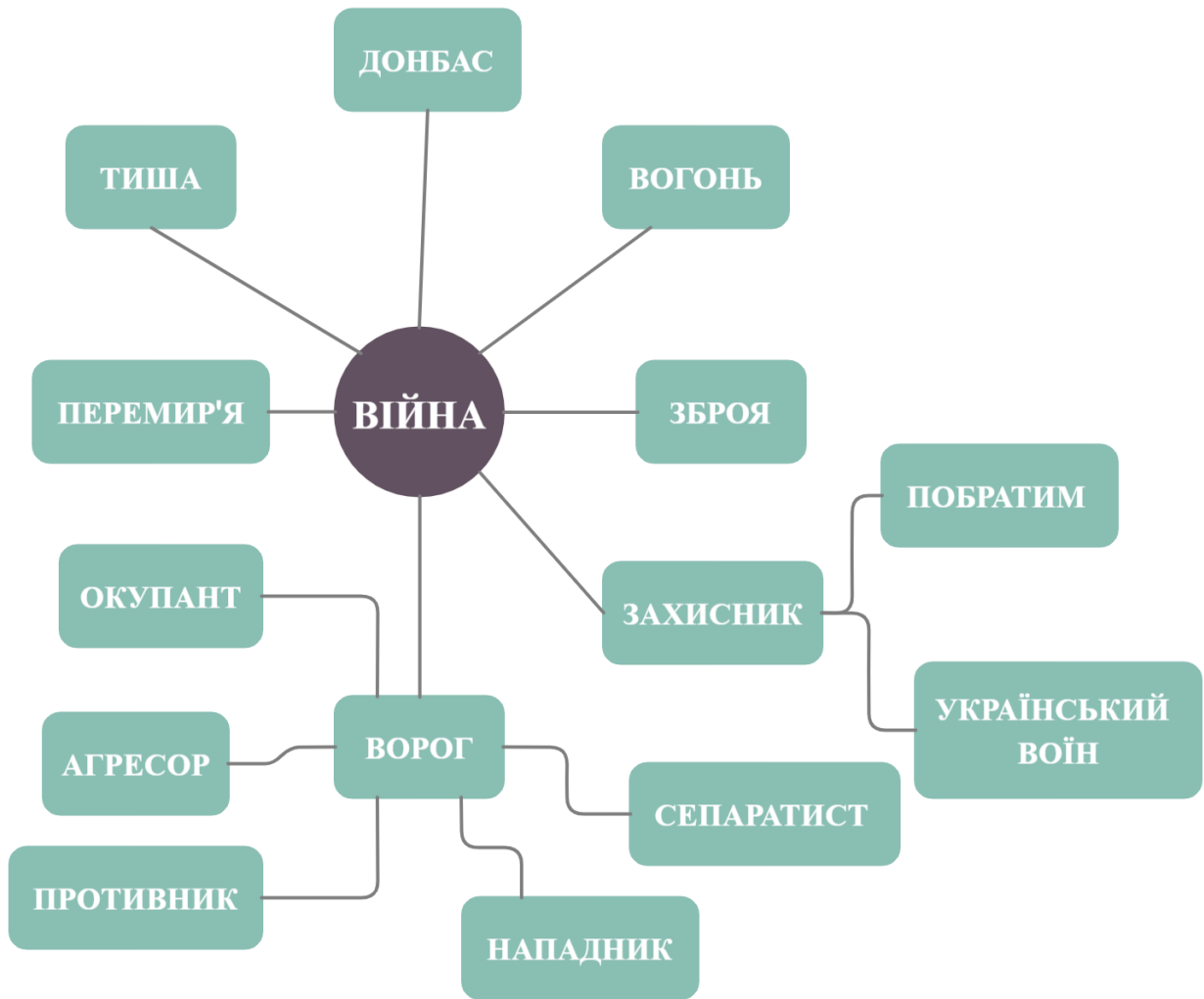


Рис. 3.9. Засоби репрезентації архетипного символу «війна»

Концептуальний образ-символ **Донбасу** в новинних медіатекстах, у яких висвітлюються воєнні дії на Сході України, репрезентує мовну картину світу українців, що відображає об'єктивну дійсність. Найбільш продуктивною моделлю при концептуалізації образу Донбасу є топонімічна модель, репрезентована власними назвами населених пунктів – ойконімами: *Авдіївка, Бутівка, Водяне, Гнупове, Красногорівка, Мар'їнка, Піски, Широкине, Світлодарська дуга, Станиця Луганська, Ілловайський котел*. Ойконіми, як макростратегії, експлікують архетипний символ Донбасу та визначають вибір комунікативних стратегій і тактик авторів журналістських текстів.

Топонімічне втілення макростратегії відбувається в новинному медіатексті, формуючи концептуальний символічний образ Донбасу: «*Найнапруженішою*

залишається ситуація на **Донецькому напрямку** в районі **Авдіївки**. Тут бойовики застосовували 152 і 122 мм артилерію, 120 і 82 мм міномети, гранатомети і стрілецьку зброю. Також багаторазово обстріляні **Зайцеве, Троїцьке, Кам'янка, Новотроїцьке, Луганське, Невельське і Опитне**. По **Пісках і Авдіївці** протягом дня вогонь вели танки. На **Маріупольському напрямку** з 152 і 122 мм артилерії загарбники вели вогонь по **Водяному і Красногорівці**. З мінометів різних калібрів обстрілювали **Новотроїцьке, Красногорівку, Новогригорівку, Талаківку і Лебединське**. З гранатометів і стрілецької зброї – **Павлопіль, Талаківку, Лебединське, Гнутове, Широкине і Водяне**. По **Новогригорівці** вела вогонь БМП противника. На **Луганському напрямку** з мінометів обстріляли **Троїцьке, Попасну Новоолександрівку**. З гранатометів – **Новозванівку і Станицю Луганську**» (Кор.net, 31 січня 2017 р.).

За своєю структурою ойконіми здебільшого одночленні, хоча трапляються і двочленні: «**Докучаєвськ** зазнав артилерійського обстрілу з боку **Миколаївки і Волновахи (Новотроїцького)**. **Горлівка**. Відновилися стрілецькі бої, підключилася артилерія (**Зайцеве, Гольмівський, Майорськ**). З 17:00 почали масовані обстріли позицій армії ДНР і цивільних об'єктів в районі **Білої Кам'янки, Новоласпи, Старогнатівки і Староласпи**. Силовики застосували заборонену важку артилерію, у тому числі по **Олександрівці та Мар'їнці**» (Кор.net, 27 серпня 2015).

Топонімічні назви, які лежать в основі творення образу-символу Донбасу, утворюють нові смисли: «З мінометів 82-міліметрового калібру вели вогонь по укріпленнях сил АТО навколо **Мар'їнки і шахти Бутівка**. Гранатомети і легке піхотне озброєння застосували біля **Авдіївки і Водяного**, а зі стрілецької зброї обстрілювали **Широкине**» (Кор.net, 4 січня 2018 р.); «Крім того, цілодобово тривають бої в районах населених пунктів **Верхньоторецьке, Кам'янка, Авдіївка, Опитне, Піски, Гнутове і Широкине**» (ЦН, 12 травня 2018).

Як бачимо, архетипний символ Донбасу концептуалізується через ойконіми, що, крім нових смислів, формують його символічне значення. Відтак утворюються концепти як змістовні концептуальні структури, унаслідок чого формується концептуальна картина світу: «Сили АТО здолали бойовиків на **Світлодарській дузі**,

*але в бою загинули п'ятеро українських військових» (Укрінф., 18 грудня 2016); «Близько опівночі противник з гранатометів, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї вів вогонь по позиціях сил АТО поблизу **Мар'їнки**, а міномети калібру 82 мм застосував неподалік **Кам'янки**» (УП, 24 березня 2018 р.); «Спочатку бойовики з великокаліберних кулеметів за підтримки 120-міліметрових мінометів провокували захисників **Луганського** і випустили недалеко від цього населеного пункту близько півсотні боєприпасів, а згодом з кулеметів і гранатометів вели вогонь на підступах до **Світлодарська**. Навколо **Новотроїцького** противник також активізувався в обідній час» (Кор.net, 9 січня 2018).*

Також на позначення символу Донбасу вказує обставина місця на луганському напрямку, на донецькому напрямку, на маріупольському напрямку що експліцитно виражена в медійному тексті. *«**На Донецькому напрямку** із заборонених Мінськими домовленостями 120 мм мінометів окупанти обстріляли Авдіївку» (УП, 24 березня 2018 р.); «**На луганському напрямку** понад чотири години ворог обстрілював позиції української армії в районі Світлодарської дуги. **На донецькому напрямку** окупанти стріляли з важких мінометів калібру 120 мм по захисниках Павлополя, а з озброєння БМП, гранатометів і кулеметів – поблизу Талаківки» (Кор.net, 9 січня 2018 р.); «**На маріупольському напрямку** ворог активізувався в районах населених пунктів Водяне, Лебединське, Широкине» (ЦН, 17 травня 2018).*

Новим значенням конотована словосполучка *лінія розмежування*, яка символізує умовну лінію на місцевості між тимчасово окупованими територіями та контрольованими територіями, зону російсько-українського протистояння на Донбасі: *«Від початку поточної доби, 6 жовтня, на усіх ділянках **лінії розмежування** спостерігається тиша, порушень режиму припинення вогню не зафіксовано...» (Укрінф., 6 жовтня 2020); «**На Луганському напрямку** обстрілів з боку противника не зафіксовано. У штабі АТО запевняють, що ситуація **по всій лінії розмежування** сторін контрольована українськими військовими» (УП, 28 березня 2018).*

Концептуалізується через символізацію й образ **вогню**. У новинних медіатекстах архетипний образ-символ «**вогонь**» формує широке коло асоціацій, його полісемантичність часто трансформується в досить віддалені за змістом образи, наділені новими ознаками. Наприклад: *«Крім цього, опівночі 26 березня окупанти відкрили **провокаційний вогонь** по українських позиціях поблизу населеного пункту Станиця Луганська, аби вкотре уникнути розведення сил і засобів»* (УП, 27 березня 2018).

Концептуальний архетип «**вогонь**» символізує війну, бойові дії, атаку тощо. Завдяки своїй семантиці, лексема *вогонь* вживається в сучасному медіатексті у складі військової термінології в значенні «стрілянина», «пальба», «канонада», «команда стріляти», наприклад: *«Також зі стрілецької зброї противник **відкривав вогонь** по опорних пунктах сил АТО неподалік Широкиного, шахти Бутівка та Кам'янки»* (УП, 28 березня 2018); *«25 серпня російські окупанти **відкривали вогонь** біля Хутора Вільний з автоматичного станкового гранатомету»* (УП, 26 серпня 2020); *«На Луганському напрямку **під вогонь** з гранатометів та великокаліберних кулеметів потрапили захисники Луганського і Троїцького. З БМП та кулеметів противник обстріляв укріплення ЗСУ під Новгородським, а з стрілецької зброї – поблизу Станиці Луганської»* (Укрінф, 27 березня 2018); *«Окрім того, поблизу Мар'їнки зафіксовано **відкриття вогню** ворожим снайпером»* (ФБ, 13 листопада 2020); *«Зокрема, у районі Водяного, зафіксовано **вогневу активність** збройних формувань Російської Федерації зі стрілецької зброї та АГС-17»* (ФБ, 2 вересня 2020). Семантичні парадигми «*відкрити вогонь*», «*вести вогонь*», «*вогнева активність*» символізують загрозу, небезпеку, бойові дії.

Іменник «вогонь» («огонь») стає базою для утворення прикметників і прислівників *вогняний, вогневий, огнений, вогненно, вогнисто*, які також набувають символічного значення, сполучаючись із різними нейтральними іменниками: *«Сили ООС здійснювали **вогневий вплив** на противника з метою змусити його припинити обстріл»* (УП, 26 серпня 2018); *«У всіх випадках **відкриття вогню** окупантами, підрозділи українських захисників придушували*

вогневі точки супротивника, застосовуючи чергові *вогневі засоби*» (ЦН, 25 січня 2019).

Вогонь як архетип наділений властивістю поєднувати протилежні значення – добра і зла. У новинних медіатекстах символічність його значення валентнісно підкреслюється атрибутивом, що актуалізує негативно конотовану значеннєву структуру. Наприклад: «Противник вів *прицільний вогонь* з гранатометів різних типів, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї. Під обстріл потрапили позиції ООС у районах н.п. Луганське, Південне, Новотроїцьке, Водяне, Гнупове та Лебединське» (УП, 26 серпня 2018); «На донецькому напрямку, поблизу населених пунктів Авдіївка та Піски ворог вів *провокаційний вогонь* зі стрілецької зброї» (ЦН, 20 червня 2018).

Розкриттю семантики вогню в медіатекстах сприяють прикметники, які виконують функції означень. Зокрема, активно зустрічаються усталені атрибутивні сполуки: *вогневі точки*, *прицільний вогонь*, *провокаційний вогонь*, *ворожий вогонь*, *російсько-окупаційні війська*, *великокаліберні кулемети*, *стрілецька зброя*. Вони можуть вказувати на його приналежність, колір, інтенсивність дії, оцінку тощо: «Унаслідок *ворожого вогню* українські воїни не постраждали» (Укрінф., 27 березня 2018); «Так, по українських позиціях неподалік Талаківки російсько-окупаційні війська двічі відкривали *провокаційний вогонь* з гранатометів різних систем» (УП, 9 грудня 2020); «Бойовики продовжують вести *“провокативний” вогонь*» (УП, 2 вересня 2020); «Дебальцевський напрямок продовжує залишатися *гарячою точкою* на Сході України. Саме місто сьогодні терористи обстріляли 14 разів з "Градів" і артилерії» (ФБ, 11 лютого, 2015); «...Ворог вдавався до провокацій в районах населених пунктів Новотошківське та Зайцеве, відкривав вогонь зі 120-мм та 82-мм мінометів. Підрозділи Об'єднаних сил успішно подавили *вогневі точки* противника» (ЦН, 4 червня 2018); «Сили ООС здійснювали *вогневий вплив* на противника з метою змусити його припинити обстріл» (УП, 26 серпня 2018).

Прикметники *провокаційний* (*провокативний*), *ворожий*, *прицільний* як комунікаційні інструменти феноменологічної концептуалізації архетипного

символу «вогонь» засвідчують його модифіковане значення: «Крім цього опівночі 26 березня окупанти відкрили **провокаційний вогонь** по українських позиціях поблизу населеного пункту Станиця Луганська, аби вкотре уникнути розведення сил і засобів» (УП, 27 березня 2018); «Внаслідок **ворожого вогню** жоден український захисник не постраждав» (ФБ, 3 квітня 2018); «Противник вів **прицільний вогонь** з гранатометів різних типів, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї» (УП, 26 серпня 2018).

Сформовані сталі словосполучення прикметників і прислівників з іменниками (*ворожий вогонь, провокативний вогонь, гаряча точка*), стрижнем яких є лексема **вогонь**, увиразнюючи основну ідею журналістського матеріалу, сприяють висвітленню інформації та формуванню в уяві її споживачів нового семантичного навантаження.

Когніція «**вогонь**» увійшла до складу архетипної парадигми «Донбас – війна» і, крім прямого значення 'стрілянина', 'пальба', 'канонада', залп, 'команда стріляти', розвинула конотативну семантику – атаку, загрозу, смерть, агресію: «Сепаратисти посилили **атаки і обстріли** в районі Дебальцеве» (ФБ, 11 лютого, 2015); «За першу добу операції об'єднаних сил (ООС) зафіксовано 44 **обстріли** українських позицій на Донбасі, через що троє військовослужбовців Збройних сил України мають поранення» (ЦН, 01 травня 2018); «У районі відповідальності оперативно-тактичного угруповання "Північ" противник здійснив 9 **обстрілів** позицій Об'єднаних сил» (Обозр., 1 вересня 2019).

Аналіз лексико-асоціативного поля архетипу вогню сприяє якнайповнішому окресленню образного потенціалу цього символу, який синонімізуючись із лексемами *обстріли, атака*, створює розгалужену парадигму символічних образів, що охоплюють і периферійні зони співвідносних з вогнем денотатів, наприклад: «За даними ООС, здебільшого ворог вів у сторону оборонних позицій підрозділів Об'єднаних сил провокаційні **обстріли**, застосовуючи гранатомети і стрілецьку зброю поблизу Водяного, Широкиного, Мар'їнки, Новозванівки, Невельського» (ЦН, 24 травня 2018); «Як повідомлялось, попередньої доби бойовики здійснили 3 **обстріли**, а перед тим 2 доби в зоні АТО

трималася тиша» (УП, 25 березня 2018); *«У черговий раз артилерійському і мінометного обстрілу піддалися населений пункт Спартак і район донецького аеропорту»* (Кор.net, 9 серпня 2015).

Виступаючи контекстуальним синонімом лексеми «перемир'я», словосполучення «припинення вогню» несе на собі високе емоційне навантаження і формує в уяві споживачів інформації нове значення: *«Тристороння контактна група з врегулювання ситуації на Донбасі домовилася про чергове припинення вогню в зоні АТО на період великодніх свят»* (УП, 26 березня 2018).

Вогонь у сучасному медіатексті – це також залп: *«Як повідомляють очевидці в соцмережах, зранку 8 червня в зоні дії АТО тривають потужні періодичні залпи, терористи стріляють з мінометів і автоматів, чути сильні вибухи»*; *«Українські військові повідомляють, що селище Лебединське сепаратисти розстрілюють з САУ. Як повідомляють очевидці, в Приморському районі Маріуполя під час залпів здригається земля. Жителі Східного бачать спалахи північніше Широкиного»* (Кор.net, 16 серпня 2015).

Аналізуючи приклади, почасти можемо погодитись із твердженням, що символ являє собою докомунікативне утворення: не має адресанта і адресата, не визначається контекстами, а, навпаки, створює їх, а також може бути описаний за допомогою різних кодів. Своєрідними кодами в медіатексті вистпають образи, які набувають символічного вираження саме в контексті.

Експліцитне вираження той чи той архетип отримує через розширення, специфікацію та модифікацію спочатку архетипної схеми, а потім прототипової концептуальної схеми шляхом різного роду лінгвокогнітивних операцій та процедур, які формують розмаїття вербальних образів: *«На луганському напрямку під вогнем мінометів калібру 120-мм виявилися українські укріплення у Новотошківському, а під вогнем 82-мм мінометів і озброєння БМП – захисники Новоолександрівки»* (Кор.net, 6.11.2017).

В основі творення архетипних словесних образів лежать культурні архетипи, концептуальні ознаки яких проєктуються на зміст словесних образів: *«Також під вогонь з великокаліберних кулеметів потрапили оборонці Талаківки,*

Кам'янки, Мар'їнки і Верхньоторецького, а з БМП – Гнutowого, Талаківки і Піщевика» (УНІАН, 30 березня 2018); *«Противник **вів** прицільний **вогонь** з гранатометів різних типів, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї. Під обстріл потрапили позиції ООС у районах н.п. Луганське, Південне, Новотроїцьке, Водяне, Гнutowе та Лебединське»* (УП, 26 серпня 2018); *«За даними представників Спільного центру, **вогонь вівся** у напрямку Горлівка – Південне»* (УП, 26 серпня 2018); *«На Донецькому напрямку з гранатометів різних типів бойовики **вели вогонь** по українських укріпленнях у районі Кам'янки»* (Укрінф., 24 березня 2018); *«**Вогонь вівся** з боку населених пунктів Опитне та Авдіївка»* (Кор.net, 9 серпня 2015).

У новинних медіатекстах також широко представлений символічний образ **зброї**, яку ворог застосовує проти українського народу: *«З **гранатометів, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї** окупанти вели вогонь по опорних пунктах ЗСУ у Водяному»* (Укрінф., 11 липня 2020); *«Зокрема на луганському напрямку з **82 мм мінометів** агресор вів вогонь по захисниках населеного пункту Новолуганське, а з **гранатометів та великокаліберних кулеметів** – по наших укріпленнях поблизу Луганського»* (ФБ, 27 березня 2018); *«Під вогонь з **великокаліберних кулеметів** потрапили оборонці Талаківки і Кам'янки, а **стрілецької зброї** – Широкиного, Шахти Бутівка та Павлополя. Також окупанти застосували **БМП** по українських позиціях біля Гнutowого, Талаківки і Піщевика»* (УНІАН, 30 березня 2018).

Концептуальні ознаки символічного образу «**зброя**» проєктуються на зміст словесних образів і формують їх семантику: *«З **гранатометів, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї** обстріляні позиції ЗСУ в Новгородському, а з **великокаліберних кулеметів** поблизу – Троїцького»* (УП, 26 березня 2018); *«Одну з таких "розтяжок" знешкодили наші розвідники. Вона складається з **набоїв до великокаліберного кулемета** і прив'язаної до них **гранати**. Під час підриву **гранати** детонують набої і вражають людину. З боку це мало виглядати так, ніби особа потрапила під обстріл **великокаліберного кулемета**»* (ФБ, 13 травня 2018)

При використанні в текстах цих лексем на позначення зброї в читача формується символічна парадигма «війна – Схід України – Донбас – ворожа зброя – смерть»: *«На Донецькому напрямку зі стрілецької зброї, кулеметів великого калібру, гранатометів різних систем, мінометів і танків вели вогонь по Авдіївці. А близько 19.00 до обстрілу долучили ще й РЗСО БМ – 21 Град. Позиції сил АТО біля Невельського, Верхньоторецька, Зайцевого, Опитного і Кам'янки були обстріляні з мінометів калібру 82 мм. Біля шахти Бутівка – з БМП і СПГ, Луганського – з 120 мм мінометів»* (Кор.net., 13 березня 2017).

Відтак, у свідомості читачів формуються архетипні символи, які виражають інстинкти, зокрема збереження життя.

У пересічних громадян образ зброї, сформований специфічною воєнною термінологією, у новинному медіатексті наділений новим символічним змістом, коли фактично воєнний офіційний тезаурус набуває асоціативних конотацій і трансформується в архетипний символ доби,: *«За минулу добу, 5 листопада, позиції українських військ в зоні проведення антитерористичної операції були обстріляні військами сепаратистів 23 рази, в тому числі з Градів»* (Кор.net, 06 листопада 2017). Омофон град у сучасних медіатекстах набув нової семантики і стильової виразності: *«Близько 17 години на житловий сектор впало не менше 15 снарядів Граду»* (Кор.net, 18 грудня 2017); *«Уточнюється, що противник обстріляв позиції підрозділів Об'єднаних сил із заборонених мінських угодами мінометів калібру 82 мм, а також з озброєння БМП, гранатометів різних систем і стрілецької зброї. Крім того, в порушення Мінських угод, противник відкрив вогонь з автоматичного гранатомета по ділянці розведення сил і засобів у районі населеного пункту Богданівка»* (Обозр., 4 жовтня 2019).

В інформаційних повідомленнях про події на Сході України стильовою стратегією формотворення архетипної символіки виступає лексема «тиша», маркована такими репрезентантами, як «перемир'я», «режим тиші», «припинення вогню»: *«Збройні сили України висловили готовність дотримуватися режиму тиші»* (УП, 30 березня 2018); *«Командування окупаційних формувань ОРДЛО пообіцяло не порушувати перемир'я»*

(Фейсбук, 30 березня 2018); «...порушень **режиму припинення вогню не зафіксовано**» (ДТ, 30 березня 2018).

У сучасних медіатекстах постійні епітети супроводжують одні й ті ж лексеми-символи, утворюючи своєрідні фразеологізми, що служать засобами емоційно-образного відтворення дійсності. Епітетні словосполучення з атрибутивними означеннями *повне, безстрокове, всеосяжне* утворені здебільшого за моделлю властивість – назва: «*2 березня у тристоронній контактній групі з врегулювання ситуації на Донбасі оголосили про **повне і безстрокове перемир'я з 5 березня***» (УП, 2 березня 2018); «*Бойовики російсько-окупаційних формувань у неділю, 6 грудня, жодного разу не порушили умови **повного і всеосяжного перемир'я в районі проведення операції Об'єднаних сил***» (ДТ, 6 грудня 2020); «*З 27 липня на Донбасі встановлюється режим **повного та всеосяжного припинення вогню***» (Укрінф., 27 липня 2020). Основним категорійним засобом вираження епітетів є прикметник. Це зумовлено двома чинниками: семантикою статичної ознаки (якостей, властивостей, відношень) і зв'язками з іменником, предметність якого він конкретизує через свою ознакову (атрибутивну) семантику.

Великою виразовою силою й естетичною цінністю в українському медіадискурсі наділені канонізовані словосполучення, основу яких складають лексемами із символічним змістом *перемир'я, припинення ворожого нападу, призупинення збройної атаки*. Такі поєднання утворюють експресивно-стилістичні вузли глибокого психологічного та асоціативного змісту: «*В зоні проведення операції об'єднаних сил сьомий день поспіль **триває перемир'я без систематичних обстрілів, а також без пострілів з важкого озброєння і бойових втрат***» (УП, 3 серпня 2020).

Із позитивно-оцінними конотаціями на позначення архетипного символу «тиша» в медіатекстах виступають сталі сполучення «зброя мовчала», «обстрілів не зафіксовано»: «*У день виборів на Донбасі **зброя мовчала***» (ФБ, 25 жовтня 2020); «*Збройні сили України **не відкривали вогонь у відповідь***» (ДТ, 6 вересня 2020); «*Протягом минулої доби, 12 вересня, **обстрілів українських позицій на***

Донбасі з боку противника не зафіксовано» (УНІАН, 13 вересня 2020); *«З початку 26 жовтня у смугах відповідальності наших бригад режим припинення вогню зберігається повною мірою»* (ДТ, 26 жовтня 2020); *«Від початку поточної доби, 8 жовтня, по всій лінії розмежування спостерігається тиша»* (Укрінф., 8 жовтня 2010).

Одним із найпоширеніших у мікросистемі архетипних слів-символів у сучасних медіатекстах, у яких висвітлюються воєнні дії на Сході України, є образ **захисника**: *«З гранатометів та стрілецької зброї обстріляні захисники Авдіївки, Водяного, Новотроїцького, Опитного та Широкиного»* (УП, 28 березня 2018); *«Сьогодні, 13 березня, російсько-окупаційні війська вкотре здійснили обстріл позицій українських захисників поблизу населеного пункту Кримське»* (УП, 13 березня 2020).

Образ-символ **«захисник»** асоціюється із образами **«українські військовослужбовці», «оборонці», «воїни», «побратими»**: *«З гранатометів та стрілецької зброї обстріляні захисники Авдіївки, Водяного, Новотроїцького, Опитного та Широкиного»* (Укрінф., 28 березня 2018); *«За минулу добу бойовики російсько-окупаційних військ 54 рази обстріляли позиції українських захисників, застосувавши заборонене Мінськими домовленостями озброєння»* (УП, 29 березня 2018); *«Бойових втрат і поранень серед українських воїнів не зафіксовано»* (ДТ, 27 листопада 2020).

При висвітленні подій на Сході України в медіатекстах автори використовують як прості конструкції, які формують в уяві читача символічні архетипні образи, так і усталені атрибутивні сполуки: *«Бойових втрат серед бійців ЗСУ немає, а ситуація в районі проведення операції Об'єднаних сил залишається повністю контрольованою»* (С., 31 серпня 2020); *«В районі Верхньоторецька бойовики застосували проти українських воїнів міномети калібру 82-мм і піхотне озброєння»* (Кор.net, 3 січ. 2018).

Атрибутивні означення, які формують парадигму **«український захисник»**, **«наші війська»**, наділені виразовою семантичною силою й експлікують приналежність до української сторони: *«Внаслідок ворожого вогню жоден*

*український захисник не постраждав, зазначають у штабі» (УП, 27 березня 2018); «Також з великокаліберних кулеметів противник двічі відкривав вогонь по опорних пунктах **наших військ** неподалік Павлополя» (УП, 27 березня 2018); «29 лютого російські найманці 19 разів обстріляли **позиції українських військових**» (УП, 29 лютого 2020); «Зокрема на Донецькому напрямку із 82 мм мінометів, гранатометів, великокаліберних кулеметів та БМП ворог вів вогонь **по наших укріпленнях** поблизу Павлополя та Гнutowого» (УП, 5 квітня 2018).*

Експліковані значення створюють єдиний змістовий символістський континуум – безперервну експлікацію традиційних та авторських значень від одного символу до іншого: *«На Луганському напрямку під вогонь з гранатометів та великокаліберних кулеметів потрапили **захисники** Луганського і Троїцького. З БМП та кулеметів противник обстріляв укріплення ЗСУ під Новгородським, а з стрілецької зброї – поблизу Станиці Луганської» (Укрінф., 27 березня 2018); «Внаслідок ворожого вогню жоден **український захисник** не постраждав» (ФБ, 2 квітня 2018); «Зокрема на Донецькому напрямку з гранатометів різних типів бойовики вели **вогонь по українських укріпленнях** у районі Кам'янки. Також гранатомети та великокаліберні кулемети окупанти застосували по **захисниках** Лебединського та Новотроїцького. Крім цього, під ворожий вогонь зі стрілецької зброї потрапили **оборонці** Старогнатівки, Павлополя та шахти Бутівка» (УП, 25 березня 2018); «Під вогонь з великокаліберних кулеметів потрапили **оборонці** Талаківки і Кам'янки, а стрілецької зброї – Широкиного, Шахти Бутівка та Павлополя. Також окупанти застосували БМП **по українських позиціях** біля Гнutowого, Талаківки і Піщевика» (УП, 29 березня 2018).*

У текстах ЗМІ образ-символ захисника (**бійця, воїна**) конкретизується через ознакову (атрибутивну) семантику: *«Зокрема на луганському напрямку з 82 мм мінометів агресор вів вогонь по **захисниках** населеного пункту Новолуганське, а з гранатометів та великокаліберних кулеметів – по **наших укріпленнях** поблизу Луганського» (УП, 27 березня 2018); «Крім цього опівночі 26 березня окупанти відкрили провокаційний вогонь **по українських позиціях***

поблизу населеного пункту Станиця Луганська, аби вкотре уникнути розведення сил і засобів» (УП, 27 березня 2018).

Архетипний символ захисника в медіатекстах виявляє себе опосередковано через образи, побудовані за допомогою механізмів досягнення дійсності через асоціації ідей за подібністю та суміжністю.

У медійному просторі словесна парадигма архетипного символу «**ворог**» формується розгалуженою системою вербальних образів. В інформаційних повідомленнях, які висвітлюють події на Сході України, використовується низка лексико-стильових засобів для творення семантико-символічної парадигми «ворог».

Образ ворога здебільшого представлений семною парадигмою «ворог – нападник, окупант, сепаратист, загарбник, агресор»: *«Зранку, о 06.50 окупанти зі стрілецької зброї обстріляли оборонців Водяного – вогонь вівся протягом майже півгодини від села Пікузи»* (Укрінф., 31 липня 2019); *«Російські окупанти двічі обстріляли позиції ЗСУ поблизу Луганського»* (ОБ., 19 жовтня 2020); *«У середу в другій половині дня ситуація в зоні АТО істотно загострилася, сепаратисти, всупереч домовленостям, застосовують озброєння калібром більш ніж 100 мм уздовж всієї лінії фронту»* (Кор.net, 27 серпня 2015); *«Так, у районі відповідальності оперативно-тактичного угруповання «Схід» загарбники вели вогонь по позиціях Об'єднаних сил неподалік Богданівки з великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї»* (ФБ, 8 червня 2020); *«По околицях Новолуганського агресор двічі задіяв великокаліберні кулемети та стрілецьку зброю, а по оборонцях Новоолександрівки – ручні протитанкові гранатомети»* (Укрінф., 8 червня 2020). Архетипний символ ворога формується в медіатексті синонімічними лексемами (*агресор, загарбник, окупант, нападник*), які сприймаються однозначно, незалежно від контексту.

У сучасному новинному медіатексті широко використовуються семантично рівноправні синоніми, які сприймаються однозначно. Лексико-семантичне поле образу ворога утворюється вербальною синонімічною парадигмою «ворог – бойовик, противник»: *«За минулу добу бойовики 4 рази*

*відкривали вогонь по позиціях сил АТО» (ФБ, 10 листопада 2015); «Як зазначається, на Луганському напрямку у вечірній час **бойовики** активізувалися на Світлодарській дузі. Ворог, зі 120-мм мінометів та великокаліберних кулеметів, декілька разів вів вогонь довкола Луганського» (Укрінф., 29 січня 2018); «...основним засобом вогневого впливу **противника** стали міномети калібром 120 мм, які заборонені Мінськими угодами» (Укрінф., 29 січ. 2018); «Бойові підрозділи, які виконують завдання на першій лінії оборони, пильності не втрачають: перебувають на своїх постах, укріплюють позиції та спостерігають за **противником**» (Укрінф, 28 січня 2018).*

У семантичній структурі архетипних символів індукуються такі компоненти значення, які формують лексико-семантичне поле, – ворожі провокації виступають звісткою про загибель, передвіщають щось погане: *«Він додав, що до 21-ї години 28 січня на лінії зіткнення панувала тиша, але **ворожі провокації** ввечері відновились» (Укрінф., 29 січ. 2018).*

У структурі вербальної парадигми *ворожий снайпер* епітет *ворожий* несе пряме номінативне навантаження, підкреслює зловісність, підступність ворога: *«О 13:30 протягом півгодини по захисниках Верхньоторецького з окупованого селища Пантелеймонівка вів **вогонь ворожий снайпер**» (Укрінф., 28 січня 2018); «На Донецькому напрямку, у районі Верхньоторецького, вогонь по наших позиціях вів **ворожий снайпер**» (УП, 27 січня 2018).*

В інформаційних повідомленнях символічні значення фіксуються у складі парадигм художніх образів, серед яких чільне місце посідають лексеми «військо», «збройні формування», «російські найманці»: *«**Російсько-терористичні війська** сьогодні обстріляли зі стрілецької зброї позиції ЗСУ у передмісті Авдіївки, один український військовослужбовець поранений» (ФБ); «На Донецькому напрямку з 82 мм мінометів, гранатометів, великокаліберних кулеметів та озброєння БПМ **бойовики** обстріляли наші укріплення в районі Павлополя» (УП, 29 березня 2018); «9 лютого **російсько-окупаційні війська** 10 разів порушили режим припинення вогню, зокрема п'ять разів із застосуванням забороненого Мінськими домовленостями озброєння» (ЦН, 10 лютого, 2019).*

При висвітленні подій на Сході України автори послуговуються архетипними символами, які наділені виразною контекстуальною семантикою. Семантична парадигма образу ворога формується медійним контекстом: «Сьогодні **бойовики російсько-окупаційних угруповань** здійснили 1 обстріл у бік українських захисників» (ФБ, 27 січня 2018); «По українських військовослужбовцях, які виконують завдання поруч з Оріховим у районі відповідальності оперативно-тактичного угруповання «Північ», **російські найманці** двічі відкривали вогонь зі 120 мм мінометів, гранатометів різних систем та стрілецької зброї» (ФБ, 15 травня 2020).

Найбільш поширене в стилістиці інформаційних медійних повідомлень використання складної структури символічної образу, коли друге слово підсилює значення попереднього, вказуючи на приналежність противника до країни-агресора. У таких синонімічних комплексах переважають епітетні ознаки, які несуть основне семантичне навантаження в медійному контексті: «За повідомленнями Головного управління розвідки Міністерства оборони України, **російське окупаційне командування** активізувало заходи з провокування напруженості на тимчасово окупованих територіях у Донецькій та Луганській областях» (Укрінф., 17 лютого 2020); «**Збройні формування Російської Федерації** з початку 2020 року 93 рази порушили режим припинення вогню» (Укрінф., 5 лютого 2020).

Однією з головних особливостей архетипного символу в інформаційних медійних повідомленнях є множинність значень, що виявляють себе в різних консітуаціях. Контекстуальне оточення слова-символу зумовлює перерозподіл сем, зміну їхньої активності: «**Ворог** використовував гранатомети різних систем та стрілецьку зброю (УП, 3 жовтня 2020); «Цинічно порушуючи "режим всеохоплюючого перемир'я", **бойовики російсько-окупаційних військ** особливо активізувались на донецькому напрямку, застосовуючи при цьому озброєння, що мало б бути відведене від лінії розмежування сторін» (УП, 27 бер. 2018).

Комунікаційним інструментом феноменологічної концептуалізації архетипної символіки виступають тропи, що ґрунтуються на переосмисленні

значень лексичних одиниць, увиразнюючи медіатекст, відображаючи творчий потенціал автора, ступінь володіння словом, глибину думки. У цьому контексті найбільш типовими стилістичними явищами, представленими в інформаційних повідомленнях, є :

1) метафори: *«Увечері вони [бойовики – М.Г.] били по південно-східних околицях Авдіївки з 82-мм мінометів і великокаліберних кулеметів. Також, з настанням сутінків, бойовики двічі обстріляли захисників Пісків. Спочатку вівся вогонь з 120 і 82-мм мінометів, а близько 22.00 - застосовувалася артилерія калібру 122-мм»* (Кор.net, 6 листопада 2017); *«Авдіївку Донецької області накривають Градами з боку Донецька, обстріли не вщухають»* (Кор.net, 31 січня 2017);

2) епітети: *«Упродовж минулої доби, 23 жовтня, у смугах відповідальності наших бригад зафіксовано два порушення режиму припинення вогню з боку збройних формувань Російської Федерації. Так, неподалік населеного пункту Шуми противник застосував стрілецьку зброю, а в районі Катеринівки – підствольний гранатомет та стрілецьку зброю (УП, 24 жовтня 2020); «Українські позиції поблизу Новолуганського противник тричі накривав мінометним вогнем, випустивши дев'ять мін калібру 82 міліметри, а також обстрілював їх з гранатометів, великокаліберних кулеметів і стрілецької зброї»* (ЗТ, 24 грудня 2019);

3) мовні кліше: *«У штабі розповіли, що біля Зайцевого сепаратисти вели вогонь з гранатометів і кулеметів, також на цьому напрямку зафіксовано використання противником артилерії калібру 152 мм»* (Кор.net, 24 березня 2017).

Метафори, епітети та мовні кліше вказують на раціональність мислення автора інформаційного повідомлення та сприяють конденсації думки і викладу. Функціонування символів у мові – це не звичайне метафоричне її використання, тут мовна одиниця стає символом, знаком, позначенням якогось певного поняття, комплексу, ситуації, стану, одна ознака якого, натяк на нього викликає і певні асоціації, і конкретний зміст, створюючи смислову парадигму.

При висвітленні подій на Сході України автори здебільшого використовують як прості конструкції, які формують в уяві читача символічні образи, – *окупанти, бойовики, агресор, противник, гранатомети, кулемети* тощо, так і складні, утворені поєднанням здебільшого лексеми із атрибутивним означенням – *провокаційний вогонь, великокаліберні кулемети, російські найманці, ворожий снайпер, українські позиції* та інші.

Образні співвідношення архетипних символів у сучасних медіатекстах, у яких висвітлюються воєнні дії на Сході України, репрезентують такі різноманітні модифікатори, як:

– номінація (*зброя, вогонь, стрільба, лінія розмежування, окупанти, агресор, захисники*, наприклад, «*Також гранатомети, великокаліберні кулемети та стрілецьку зброю окупанти трічі застосували по захисниках Лебединського, що на приморській ділянці оборони*» (УП, 24 бер. 2018); «*Зокрема на луганському напрямку з 82 мм мінометів агресор вів вогонь по захисниках населеного пункту Новолуганське*» (ФБ, 27 березня 2018); «*За даними штабу, обстановка в зоні АТО на лінії розмежування сторін має тенденцію до загострення*» (УП, 27 березня 2018);

– атрибутивні сполуки (*вогневі точки, вогнева провокація, прицільний вогонь, провокаційний вогонь, ворожий вогонь, великокаліберні кулемети, стрілецька зброя*, наприклад, «*...терористи обладнують вогневі точки у помешканнях місцевих жителів...*» (ФБ); «*Противник вів прицільний вогонь з гранатометів різних типів, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї*» (ФБ, 3 листопада 2018); «*Сили ООС здійснювали вогневий вплив на противника з метою змусити його припинити обстріл*» (УП, 26 серпня 2018); «*Крім цього опівночі 26 березня окупанти відкрили провокаційний вогонь по українських позиціях поблизу населеного пункту Станиця Луганська, аби вкотре уникнути розведення сил і засобів*» (УП, 27 березня 2018); «*Внаслідок ворожого вогню жоден український захисник не постраждав*» (УП, 5 березня 2018); «*З гранатометів, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї обстріляні позиції ЗСУ в Новгородському, а з великокаліберних кулеметів поблизу –*

Троїцького» (ФБ, 16 квітня 2018); *«На вогневу провокацію противника українські військовослужбовці зброю у відповідь не застосовували»* (Укрінф., 8 жовтня 2020);

– топоніми (*Широкине, Троїцьке, Авдіївка, Піски, Шахта Бутівка, Донбас, Луганське, Гнупове, Талаківка, Піщевик, Мар'їнка та інші*, наприклад, *«Крім того, бойовики застосовували міномети калібру 82 мм по захисниках Широкиного, а гранатомети і стрілецьку зброю – поблизу Авдіївки, Водяного, Гнупового, Пісків, Опитного, Новотроїцького та Піщевика. Під вогонь з великокаліберних кулеметів потрапили оборонці Талаківки і Кам'янки, а стрілецької зброї – Широкиного, Шахти Бутівка та Павлополя. Також окупанти застосували БМП по українських позиціях біля Гнупового, Талаківки і Піщевика»* (УП, 29 березня 2018); *«Крім цього, вогонь з великокаліберних кулеметів вівся по укріпленнях ЗСУ неподалік Мар'їнки, а з стрілецької зброї – в районі Шахти Бутівка та Новомихайлівки»* (Укрінф, 29 березня 2018); *«З гранатометів та стрілецької зброї обстріляні захисники Авдіївки, Водяного, Новотроїцького, Опитного та Широкиного»* (УП, 28 березня 2018); *«Крім того, на маріупольському напрямку позиції українських військових поблизу Широкиного і Водяного обстріляли з мінометів калібру 120 мм і 82 мм. Поблизу Водяного морських піхотинців обстрілював снайпер. На луганському напрямку по позиціях неподалік Новозванівки сепаратисти стріляли з мінометів калібру 82 мм, гранатометів і кулеметів»* (Кор., 24 березня 2017)

Окресленими модифікаторами далеко не розкриваються усі засоби архетипу війни, тому виділяємо ті, які найчастіше зустрічаються в новинному медіатексті (рис. 3.9).

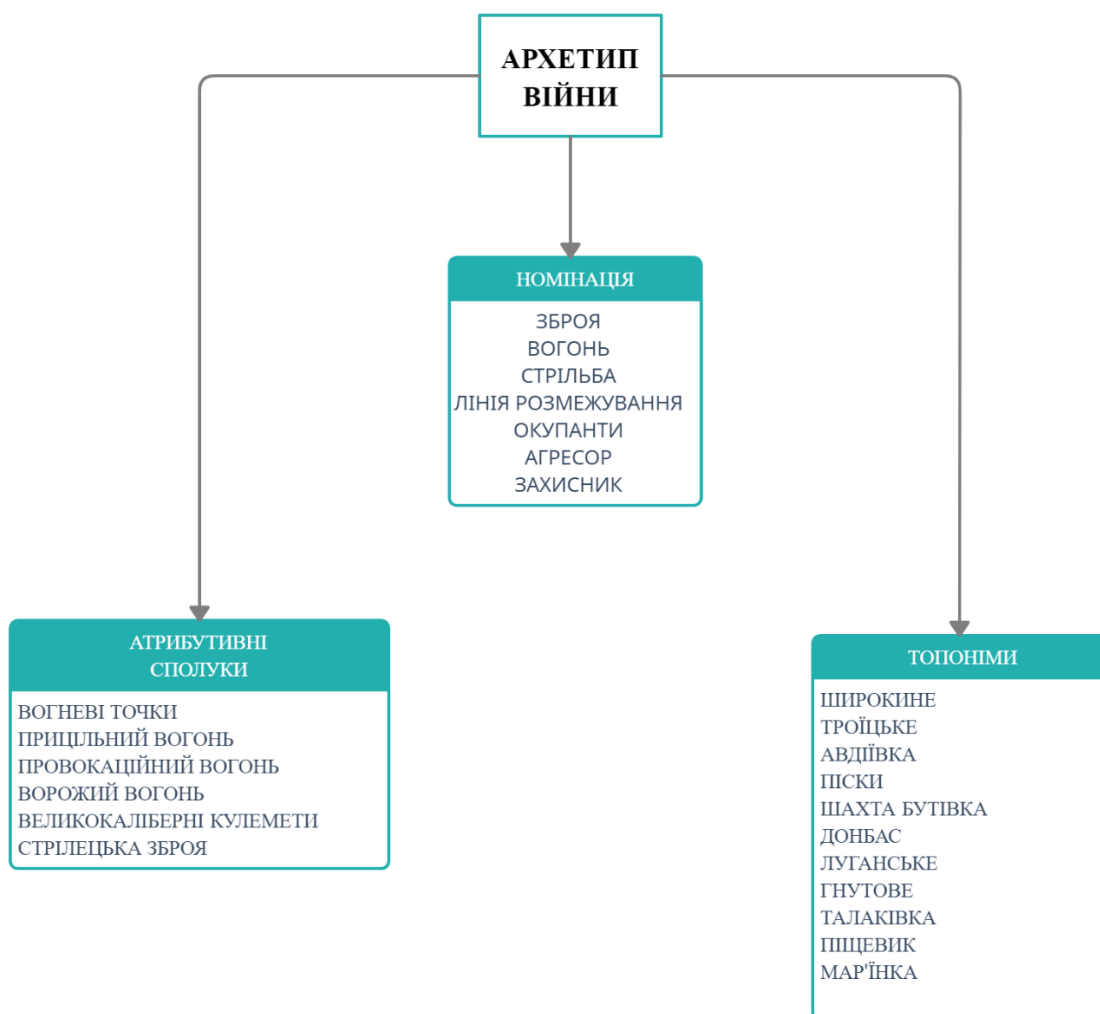


Рис. 3.9 Модифікатори архетипу війни

Виступаючи текстотвірними й текстоформлювальними елементами, окреслені модифікатори задають семантичний тон, створюють «ауру» публікації, її контекст, наділяють його виразовою силою та інформаційною насиченістю.

Проаналізовані комунікаційні інструменти концептуалізації архетипної символіки є текстотвірними одиницями. Вони лежать в основі змістових і структурних компонентів медіатексту та забезпечують інформативність, достовірність, точність, логічність і стислість журналістського мовлення. Символ – це естетично оформлена і художньо локалізована мовленнєва одиниця у складі медіатекстів.

3.2. Гіперо-гіпонімічна парадигма архетипної символіки в сучасному медійному тексті

Гіперо-гіпонімічні відношення – це структурний тип системи, завдяки якому її елементи впорядковані від загального до конкретного та взаємодіють один з одним у площинах субординації та координації. Також гіперо-гіпонімію слушно називають «універсальним засобом тематичної ієрархії організації конкретної терміносистеми».

Гіперо-гіпонімічні відношення виконують низку важливих функцій. По-перше, встановлення родо-видових відношень у системі наукових знань демонструє наявність структури цих знань. По-друге, гіперо-гіпонімічні відношення є відображенням ієрархічності наукових знань, де наукове пізнання моделюється від родового до видового поняття. По-третє, завдяки гіперо-гіпонімічним відношенням встановлюються інші взаємозв'язки в системі наукового пізнання: фіксування парадигматичних зв'язків можливе завдяки конструюванню родо-видових відношень, де між видовими поняттями виникають системні відношення антонімії, синонімії тощо.

Гіперо-гіпонімічні, або родо-видові відношення передбачають наявність родового поняття (гіпероніма) та видового (гіпоніма), що має нижчий рівень узагальнення порівняно з родовим. Значення гіпероніма та гіпоніма розрізняють за кількістю семантичних компонентів: гіпоніми містять семантичні компоненти гіпероніма та окремі додаткові компоненти значення.

Гіперо-гіпонімічні відношення пов'язують слово, що позначає рід сутностей або явищ зі словами, які позначають види, що виділяються в рамках цього роду. Цими відношеннями пов'язані слова в парах *війна – Донбас, Донецьк – Авдіївка, зброя – гранатомет, ворог – окупант, захисник – побратим* тощо. Слово, що виражає більш загальне поняття в цьому різновиді семантичних відношень, називається гіперонімом, а слово, що позначає окремий випадок, вид зазначеного роду об'єктів або явищ, називається гіпонімом. Слова, що мають спільний гіперонім, називаються согіпонімами (або когіпонімами) [111, с. 478].

Між когіпонімами виникає відношення несумісності. Ці слова несумісні в тому сенсі, що вони не можуть одночасно характеризувати одне і те ж явище, стосуватися одного і того ж об'єкта. Інакше кажучи, денотати слів, пов'язаних відношенням несумісності, не перетинаються, при тому що їх сигніфікат має спільну частину – сукупність ознак, що складають сигніфікат їх загального гіпероніма. У цьому відмінність несумісності від простої відмінності за змістом [111, с. 483].

О. Потебня [185] визначив три основні відношення символу до означуваного: порівняння, протиставлення і відношення причинне. Вчений розглядав символ не лише як стилістичну категорію, а й як продукт культурно-історичного розвитку людства, пов'язаний із мовою, світоглядом, пізнанням світу; він вважав символ не тільки явищем мови, міфології, але і явищем усної художньої творчості в її родово-видових трансформаціях, жанровій специфіці, динаміці.

Родо-видові відношення виявляються в послідовних та паралельних взаємозв'язках між компонентами ієрархічних структур, у власне семантичних (не мають спільного формального елемента) і формально-семантичних зв'язках (наявність спільного формального елемента) між родовою назвою та видовими одиницями. За розгалуженістю ієрархічних зв'язків гіперо-гіпонімія, на думку О. Польщикової [179] може становити структуру «простого ієрархічного дерева», «розгорнутого ієрархічного дерева» або ж будуватися на основі «поєднання простих та розгорнутих ієрархічних дерев».

Як слушно зауважує Т. Михайлова, «гіперо-гіпонімічні зв'язки – це системні відношення між спеціальними поняттями, що ґрунтуються на відношеннях підпорядкування (видового родовому), включення (родового у видове) і співпорядкування (гіперонім має два й більше співпідпорядкованих гіпоніми)» [162, с. 59]. Співгіпоніми становлять «гіперонімічний ряд, у якому перебувають у рівноправних зв'язках супідрядності» [162, с. 59]; семантичні структури гіпонімів мають більшу кількість компонентів і протиставляються одна одній диференційними семами, у зв'язку з чим виникають еквіполентні

опозиції; привативні опозиції виникають між гіперонімом та гіпонімом на підставі розрізнявального семантичного компонента [162, с. 59].

Уточнюючи метамову опису гіперо-гіпонімічних відношень, Т. Михайлова пропонує лексико-семантичну парадигму, що складається зі слова з родовим значенням (гіпероніма) і зі слів із видовим значенням (гіпонімів), протиставлених гіпероніму за яким-небудь одним типом диференційної семантичної ознаки, називати гіпонімічною (гіперо-гіпонімічною) групою, або гіперо-гіпонімічним об'єднанням; гіпероніми й гіпоніми з двома й більше рівнями членування – гіперо-гіпонімічною структурою, гіперо-гіпонімічним блоком. Саме такі терміни, на думку вченої, вказують на зв'язки родових і видових назв та повноту охоплення всіх членів гіперо-гіпонімічних відношень [162, с. 61].

Більшість архетипних символів, які використовуються для висвітлення воєнних дій на Сході України, вступають у гіперо-гіпонімічні відношення за такими параметрами, як семантика, структура (одно- чи багатокomпонентність), ступінь ієрархії, семантичне поле (ланцюгове, радіальне, радіально-ланцюгове).

Для гіперо-гіпонімічної парадигми характерне ієрархічне підпорядкування гіперонімів і гіпонімів. Відтак, можемо виділити такі парадигми:

– прості (одному гіпероніму підпорядковано кілька гіпонімів за однією ознакою). Просту гіперо-гіпонімічну парадигму в новинних медіатекстах становлять конкретні символічні образи (*Донбас – Донецьк, Луганськ, Маріуполь; зброя – кулемети, стрілецька зброя*).

– паралельні (від гіпероніма можна встановити два і більше гіпонімічні ряди). Паралельні парадигми в новинних медіатекстах формують такі символи, як *Донбас – Донецьк – Авдіївка*.

– ланцюгові, або послідовні (один гіпонім чи більше може бути гіперонімом до інших гіпонімів). Гіпонім *Донецьк* виступає гіперонімом до *Авдіївки*.

– комбіновані гіперо-гіпонімічні парадигми (від гіпероніма можна встановити паралельні ряди гіпонімів, а в цих рядах гіпонім може стати

гіперонімом до інших гіпонімів). Наприклад, гіперонім *війна* виступає гіпонімом до образу *зброї*, відтак *зброя* виступає гіперонімом до денотата *кулемет*.

З погляду плану вираження гіперонімів і гіпонімів розрізняють формально-семантичні ряди (кожний гіпонім має структурний елемент гіпероніма) і власне семантичні (гіпоніми не мають спільних елементів у плані вираження з гіперонімом та між собою).

Складники гіперо-гіпонімічної парадигми пов'язуються відношенням співпорядкування (*зброя* – *кулемет*), на відміну від гіпонімів, між якими часто виникають антонімічні зв'язки (*ворог* – *захисник*).

Гіпероніми та гіпоніми в гіперо-гіпонічних рядах можуть змінювати свій статус, тобто гіперонім може ставати гіпонімом і навпаки. Гіперо-гіпонімічні структури можуть мати кілька рівнів членування, у яких простежуються різні типи зв'язків – паралельні і послідовні, тобто утворюються комбіновані блоки гіперо-гіпонімічних відношень (від гіпероніма можна встановити паралельні ряди гіпонімів, а в цих рядах гіпонім може стати гіперонімом до інших гіпонімів). При цьому варіанти-гіпоніми *Донецька*, *Луганська*, *Маріуполя* виступають інваріантами-гіперонімами до топонімічних образів-символів *Авдіївка*, *Богданівка*, *Верхньоторецьке*, *Водяне*, *Гнутаове*, *Лебединське*, *Новотроїцьке*, *Новогригорівка*, *Піски*, *Широкине*, *Зайцеве*, *Троїцьке*, *Кам'янка*, *Луганське*, *Опитне*, *Павлопіль*, *Талаківку*, *Лебединське*. Гіперонім *війна* – гіпоніми *Донбас* (*Донецьк*, *Луганськ*, *Маріуполь*, *Донецький напрям*, *Луганський напрям*, *Маріупольський напрям*), *зброя*, *захисник*, *ворог*.

Доречним є твердження Н. Бойко, що символічно містка номінація, становить текстовий центр, навколо якого об'єднуються інші лексеми – компоненти мовної структури [24, с. 77].

Схиляючись до твердження, що в мові відображені позамовні закономірності і слово-символ зв'язане з предметом не прямо, а асоціативно, через інше слово, номінативне значення якого безпосередньо спрямоване на об'єктивну дійсність.

У новинних повідомленнях текстовим центром виступає гіперонім *війна*,

гіперо-гіпонімічну парадигму якого формує розгалужена ієрархічна структура і система (рис. 3.10).

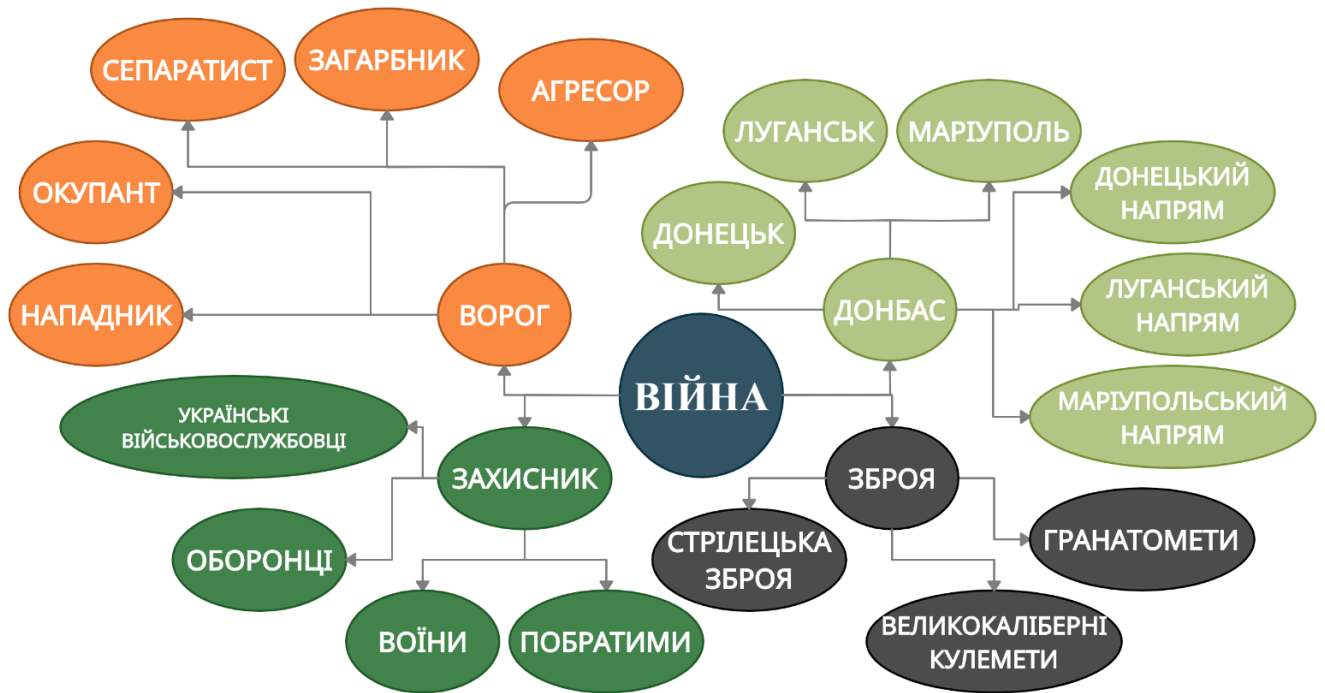


Рис. 3.10 Гіперо-гіпонімічні парадигми архетипних символів

Родо-видові відношення засвідчують цілісність та системність архетипної символіки в сучасному новинному медіатексті, де архетип виступає смислоформою, загальним значенням (інваріантом-гіперонімом), тоді як символ є його безпосередньою реалізацією (варіантом-гіпонімом). Відтак за ступенем ієрархії архетип *Донбасу* виступає гіперонімом у відношенні до символічних образів (гіпонімів) *Донецька*, *Луганська*, *Маріуполя* (*Донецького*, *Луганського*, *Маріупольського напрямків*).

Погоджуємось із дослідницями М. Михайловою [162] й О. Польщикою [179], що між гіперонімом і гіпонімом найчастіше фіксуємо формально-семантичний зв'язок. Власне семантичний спосіб зв'язків репрезентують ті випадки, коли гіперонім потребує конкретного переліку своїх ознак.

Вступаючи у гіперо-гіпонімічні відношення, архетипні символи утворюють певні конфігурації семантичного поля: ланцюгову, радіальну і

радіально-ланцюгову. При ланцюговій конфігурації семантичного поля в одного гіпероніма найчастіше буває декілька гіпонімів. Ланцюгову конфігурацію можна розглянути на прикладі гіпероніма *Донбас*, гіпонімом до якого виступає *Донецьк*. Своєю чергою *Донецьк* виступає гіперонімом до ойконіма *Авдіївка*. У гіперо-гіпонімічних відношеннях найпоширеніша радіальна конфігурація семантичного поля, коли у кожного гіпероніма більше, ніж один гіпонім. Зокрема для гіпероніма *ворог* виділяємо кілька гіпонімів – *окупант*, *сепаратист*, *агресор*, *загарбник*. У радіально-ланцюговій конфігурації відбувається змішування двох типів конфігурацій. При цьому в деяких гіперонімів проміжної ланки буде лише один гіпонім, а в інших – по декілька. Оскільки не тільки в одного гіпероніма може бути декілька гіпонімів, а й один гіпонім може підпорядковуватися декільком гіперонімам, то гіперо-гіпонімічні відношення між архетипними символами можуть бути не тільки моноієрархічними, а й поліієрархічними.

Родо-видові відношення відображають ієрархію архетипних символів і представляють її як цілісну ієрархічну структуру. Гіпоніми можуть також стати гіперонімами, створивши гіперо-гіпонімічні групи на нижчому ступені узагальнення.

У сучасному інформаційному просторі при висвітленні воєнних дій на Сході України спостерігається активне використання ойконімів, які виступають гіпонімами до гіпероніма «Донбас»: *«На донецькому напрямку з початком доби ворог 20 хвилин вогнем з кулемета великого калібру та стрілецької зброї намагався спровокувати на відповідь наших воїнів, які виконують бойові завдання поблизу Красногорівки, а близько 6:30 окупанти випустили 3 міни калібру 82 мм по захисниках Мар'їнки»* (ЦН, 24 вересня 2019); *«Так, у районі відповідальності оперативно-тактичного угруповання «Схід» зафіксували 8 обстрілів позицій Об'єднаних сил: поблизу Богданівки, Водяного, Новотроїцького, Верхньоторецького, Широкиного, Новогригорівки та Лебединського»* (Укрінф., 9 серпня 2019).

У новинних медіатекстах ойконіми чітко структурують простір, окреслюючи при цьому центр – *Донецьк, Луганськ, Маріуполь* і периферію – *Авдіївка, Богданівка, Верхньоторецьке, Водяне, Лебединське, Новотроїцьке, Новогригорівка, Піски, Широкине* та ін.: *«Найнапруженішою залишається ситуація на Донецькому напрямку в районі Авдіївки. Тут бойовики застосовували 152 і 122 мм артилерію, 120 і 82 мм міномети, гранатомети і стрілецьку зброю. Також багаторазово обстріляні Зайцеве, Троїцьке, Кам'янка, Новотроїцьке, Луганське, Невельське і Опитне. По Пісках і Авдіївці протягом дня вогонь вели танки. На Маріупольському напрямку з 152 і 122 мм артилерії загарбники вели вогонь по Водяному і Красногорівці. З мінометів різних калібрів обстрілювали Новотроїцьке, Красногорівку, Новогригорівку, Талаківку і Лебединське. З гранатометів і стрілецької зброї - Павлопіль, Талаківку, Лебединське, Гнutowe, Широкине і Водяне. По Новогригорівці вела вогонь БМП противника. На Луганському напрямку з мінометів обстріляли Троїцьке, Попасну Новоолександрівку. З гранатометів - Новозванівку і Станицю Луганську (Кор.net, 31 січня 2017).*

Топоніми, які окреслюють територію бойових дій, формують градаційні (гіперо-гіпонімічні) відношення, що відображає не лише територіально-просторову реальність, а й наділяє топоніми символічним змістом: *«...при цьому залишаються ділянки, де відбувається постійне порушення режиму припинення вогню, зокрема, в трикутнику Авдіївка-Ясинувата-Донецький аеропорт; районах на схід і північний схід від Маріуполя; районах на південь, південний схід і схід від Світлодарська; західній і північній околиці Горлівки, західних районах Луганської області» (Укрінф., 04 квітня 2017); «2 жовтня російські окупанти 4 рази порушили режим припинення вогню біля Авдіївки та Водяного» (УП, 03 жовтня 2020).*

Метафоричні сполуки *поливати вогнем, вогневий дощ, вести вогонь* тощо у свідомості споживача інформації посилюють семантику гіпоніма вогню, сформовану в ментальній свідомості й наділену новим когнітивним змістом.

Тріада «ворожа зброя – війна – Схід України» в медійному просторі визначається контекстуальними лексемами одного семантичного поля: *«Зокрема на луганському напрямку з 82 мм мінометів агресор вів вогонь по захисниках населеного пункту Новолуганське, а з гранатометів та великокаліберних кулеметів – по наших укріпленнях поблизу Луганського. Також з великокаліберних кулеметів противник двічі відкривав вогонь по опорних пунктах наших військ неподалік Павлополя»* (УП, 28 березня 2018).

Отже, між елементами гіперо-гіпонімічної парадигми встановлені партитивні відношення, які вказують на зв'язки між архетипними символами як ціле-частина і пов'язують назву певного об'єкта з назвами його складників. Водночас образи-символи з відношеннями ціле-частина корелюють як родові терміни з низкою видових.

3.3. Концептуальна опозиція як засіб формування архетипної символіки в новинному медіатексті

Диференціація світу на свій та чужий повсякчас була найважливішою когнітивною операцією у процесі пізнання людиною себе в оточуючому середовищі. Філософ-феноменолог Б.Вальденфельс, аналізуючи феномен Чужості, звертається до особливостей його репрезентації у європейських мовах. Він виокремлює тут такі аспекти: 1) зовнішнє у протиставленні внутрішньому; 2) те, що належить іншому; 3) те, що є іншим, незвичайним, дивним [296].

Доречним є твердження Н. Варех [36], що опозиція Свій-Чужий є важливим комунікаційним кодом, який визначає кордони самоідентичності етнічної особистості й зумовлює характер міжкультурної взаємодії. Дихотомія має польову структуру із центром та периферією, де ядерні сенси відповідають семантиці, закріпленій у мовній картині світу етносу, а периферія набуває оказіональних сенсів. Ядро опозиції має архетипічну природу і є переважно імпліцитним за характером. Периферія, навпаки, відображає експліцитні сенси,

які містяться у динамічному шарі культури, представленому, зокрема, медіадискурсом.

Дихотомія «свій – чужий» лежить в основі стратегій ідеологічного дискурсу, її вважають однією з базових когнітивних категорій, позаяк аналізуючи спосіб та концепти, за допомогою яких люди описують світ та категоризують його, стає очевидним, що цей опис наповнений бінарними опозиціями, відтак уся складність світу зводиться до дихотомій. В семіотиці знак отримує значення та смисл через відношення зі знаком, що стоїть до нього в опозиції, один член цієї опозиції – позитивний, інший – негативний: смисл слова «друг» розкривається через слово «ворог», «солодкий» – через «гіркий» тощо [229, с. 80; 287, с. 39].

«Чуже» – це передусім незнайоме, невідоме, таке, що знаходиться поза межами звичного способу життя, а тому таке, що містить загрозу. Звідси – категоризація як одна з основних рис ідеологічного дискурсу, адже люди формують уявлення про себе шляхом утворення категорій, до яких вони зараховують себе та інших людей, а потім ідентифікують себе з певною групою чи категорією, протиставляючи її іншим. При цьому часто спільні риси в межах однієї групи перебільшуються так само, як і відмінності між різними групами. Проте оскільки система цінностей суспільства базується на жорсткій дихотомії «свої – чужі», в основі якої лежить аксіологічне протиставлення свого як позитивного, безпечного, добре знаного, чужому як негативному, небезпечному, невідомому [204, с. 26], зведення усього різноманіття особистостей та їхніх властивостей до концептуальної опозиції «свій» – «чужий» полегшує реалізацію інтенцій мовця, сприяючи чіткішому баченню дійсності, адже бінарна модель світу – психологічна особливість людини та характерна риса сучасної культурної парадигми, якій властива амбівалентна (бідомінантна) свідомість [158].

Основою стратегій масмедійного тексту є дихотомія «свій – чужий». Комунікаційні прийоми, які застосовуються у медіатекстах, спираються на бінарні опозиції, адже тут зазвичай актуальною є потреба в аксіологічному моделюванні дійсності через позитивну оцінку «свого» та негативну оцінку

«чужого»: *«Зокрема ворожі з'єднання влаштували дев'ять обстрілів в районі відповідальності оперативно-тактичного угруповання "Схід"»* (Об., 17 серпня 2019); *«Найімовірніше, з початку операції Об'єднаних сил противник намагається спровокувати наші війська до активніших дій, показує свою присутність і рішучість. Ми даємо адекватну відповідь. Жодне загублене життя, здоров'я нашого солдата не залишиться без уваги та не минеться безкарно для тих, хто стріляє в наших воїнів»* (ЦН, 7 травня 2018).

Присвійний займенник *наші* виступає стратегічним комунікаційним прийомом, який протиставляє нашому (українському) війську ворожі (російські) угруповання: *«Проте, крім цього, російські диверсійні групи здійснюють масове мінування будівель і стежок в українських селах, які тимчасово перебувають у так званих "сірих зонах". Причому роблять все це таким чином, щоб максимально замаскувати свою причетність до цих дій. Одну з таких "розтяжок" знешкодили наші розвідники»* (Фейсбук, 13 травня 2018).

Архетипні символи є невід'ємним складником сучасних медіатекстів. У новинних медіатекстах, у яких висвітлюються воєнні дії на Сході України, широко представлені образи-символи **ворога** і **захисника**. Їх особливістю є здатність одночасно виражати тезу й антитезу репрезентованої ним ідеї. Зокрема, образам-символам **«захисник»**, **«побратим»**, **«український воїн»** протиставляються образи **«ворог»**, **«бойовик»**, **«сепаратист»**: *«Від початку доби зафіксовано один обстріл позицій українських захисників з боку сепаратистів, в результаті якого ніхто з українських воїнів не постраждав»* (Кор.net, 11 лютого 2018); *«В районі Верхньоторецька бойовики застосували проти українських воїнів міномети калібру 82-мм і піхотне озброєння»* (ФБ, 3 січ. 2018); *«Сепаратисти шість разів порушили перемир'я»* (Кор.net, 30 грудня 2018).

Архетипний образ-символ «ворог» символізує агресію, смерть, напад, атаку тощо, на відміну від образу-символу захисника, який символізує спокій, мужність, патріотизм. У медіатекстах образ ворога здебільшого представлений семною парадигмою **«ворог – сепаратист, бойовик»**, а образ захисника,

відповідно: *«захисник – український воїн, українські військовослужбовці, українські захисники»*. Атрибутивне означення *український* формує в уяві читача образ-символ «свого», якому протиставляється образ-символ «чужого».

Роль бінарної опозиції «свій – чужий», «ми – вони» («ворог – захисник») є визначальною у соціальних комунікаціях, адже вона дозволяє градувати специфіку ставлення до «чужого» у межах певної етнічної спільноти. Залежно від досвіду взаємодії, історичних обставин, соціокультурних та політичних передумов «чужий» може сприйматися як «інший», «ворог». Варто зазначити, що дихотомія «свій – чужий» за своєю змістовою і функціональною спрямованістю еквівалентна категорії оцінки, параметри якої, з одного боку, обумовлені суспільно визнаним баченням, а з іншого, – переломлені через призму суб'єктивних настанов, очікувань, стереотипів, притаманних масовій свідомості.

Отже, дихотомічна сполука «ворог – захисник» у значенні «свій – чужий» у сучасному медійному просторі наділена виразовою символічною ознакою, яка формується контекстом. Зокрема, у сучасних медіатекстах при висвітленні воєнних дій на Сході України образами-символами **«українські військовослужбовці», «захисник», «оборонець», «побратим»** протиставляються образи **«російські найманці», «російсько-окупаційні війська», «ворог», «нападник», «агресор», «противник», «сепаратист»,** які архетипізуються в утворення зі «спонукальною психічною енергією» (за К. Юнгом), що дає змогу свідомості наділяти їх символічною інтерпретацією й водночас ускладнює або видозмінює свідомі наміри споживачів інформації. Образ ворога здебільшого представлений семною парадигмою *«ворог – сепаратист, окупант, загарбник, агресор»*: *«Напередодні Нового року сепаратисти піддали мінометному обстрілу околиці Майорська і Шумел»* (Кор.net). За своєю структурою архетипні образи-символи можуть бути як одночленні, так і багаточленні: *«На Донецькому напрямку з гранатометів різних типів бойовики вели вогонь по українських укріпленнях у районі Кам'янки»* (УП, 24 березня 2018); *«Російські окупаційні війська 11 липня обстріляли позиції»*

Об'єднаних сил поблизу Водяного з мінометів великого калібру, втрат серед українських військових немає» (Укрінф. 11 липня 2020).

Архетипний образ-символ «ворог» символізує агресію, смерть, напад, атаку, загрозу життю тощо: *«За минулу добу 21 раз, а вночі 4 травня 3 рази російсько-терористичні війська застосовували заборонену зброю поблизу населених пунктів: Світлодарськ, Луганське, Троїцьке, Причепилівка, Новотошківське, Зайцеве, Кримське, Кам'янка, Талаківка» (Фейсбук, 04 травня 2018); «Сьогодні, 5 травня 2018 року, близько 9:00 і 10 ранку російсько-терористичні війська двічі здійснили обстріл контрольного-пропускного пункту в'їзду-виїзду (КПВВ) "Гнутове", що на Маріупольському напрямку. На КПВВ перебувало багато цивільних осіб, які були евакуйовані в укриття» (ЦН, 5 травня, 2018); «У неділю в зоні проведення АТО зафіксовано 19 обстрілів з боку бойовиків на Донецькому напрямку, один український військовий загинув» (УП, 25 березня 2018).*

У дослідженнях про сутність поняття «чужий» Ю. Степанов зауважує, що в слові чужий від самого початку закладене значення 'інший народ', яке в індоевропейських культурах було пов'язане зі значенням 'дивний', 'незвичайний', що стосувалося не свого, стороннього і далекого народу чи звичаю [218, с. 483].

Зазначимо що в наборі значень, які складають інформаційний (поняттєвий) мінімум поняття «чужий», в українській мовній картині світу (на її сучасному етапі) чітко простежується розуміння «чужого» як 'негативного', 'небезпечного', 'ворожого'. З цього приводу Е. Бенвеніст зауважує, що в кореляції до «чужий» – обов'язково ворог. Причина цього завжди в тому, що «народжений зовні» – свідомо ворог [16, с. 368–369].

У новинних медіатекстах, які висвітлюють події на Сході України, використовується низка лексем на творення семантико-символічної парадигми **ворога**: «окупанти», «бойовики», «агресор», «противник»: *«Крім цього опівночі 26 березня окупанти відкрили провокаційний вогонь по українських позиціях поблизу населеного пункту Станиця Луганська, аби вкотре уникнути розведення*

сил і засобів» (УП, 27 березня 2018); «Лише за минулі три доби, **бойовики** понад 100 разів порушували режим припинення вогню. По позиціям ЗС України випущено понад 40 **снарядів та мін**. Фіксуються випадки роботи ворожих снайперів» (УП, 27 березня 2018); «На Донецькому напрямку із заборонених Мінськими домовленостями 120 мм мінометів **агресор** обстріляв наші оборонні укріплення в Опитному, Лебединському та Широкиному, а з мінометів 82 калібру й танку вів вогонь поблизу Пісків» (ФБ, 26 бер. 2018); «Крім цього, з БМП та кулеметів **противник** обстріляв наші опорні пункти неподалік Новгородського» (ФБ, 26 березня 2018).

Для формування в читача символічного образу ворога в журналістських текстах подані маркування-уточнення приналежності до держави агресора: «За три доби **бойовики російсько-окупаційних військ** понад 100 разів порушили режим припинення вогню та вчергове зірвали розведення сил і засобів сторін у Станиці Луганській» (УП, 27 березня 2018); «Впродовж минулої доби, 22 березня, режим повного припинення вогню **російсько-окупаційними військами** дотримувався у повній мірі» (УП, 23 березня 2018); «Крім того, за дві години **російсько-окупаційні війська** здійснили 3 обстріли українських позицій у Кримському та Новотошківському Новоайдарського району. А у Попаснянському районі бойові дії велися ввечері – **бойовики** по чергово обстріляли три опорні пункти силовиків, причому один з обстрілів був мінометним» (Укрінф., 10.04.2017); «За минулу добу 21 раз, а вночі 4 травня 3 рази **російсько-терористичні війська** застосовували заборонену зброю поблизу населених пунктів: Світлодарськ, Луганське, Троїцьке, Причепилівка, Новотошківське, Зайцеве, Кримське, Кам'янка, Талаківка. Унаслідок ведення активної оборони **наші підрозділи завдали окупантам втрат**» (Фейсбук, 04 травня 2018).

Образ «чужого» є амбівалентним. З одного боку, все «чуже» заперечується як гріховне, а представник іноетнічної групи сприймається як істота небезпечна і майже потойбічна. З іншого – «чужі», саме через свій зв'язок із «іншим» світом,

наділяються надприродними властивостями, які можуть бути і корисними [14, с. 10].

Символічна парадигма з домінантою **вогонь**, зокрема, є маркером концептуальної інформації архетипного символу. Образність, що формує таке лексико-асоціативне поле, є ускладненою, вона набуває семантичного та конотативного потенціалу символічних моделей у конфігурації концептосфери «війна», якій протиставляється архетипний символ **тиша**, маркований такими репрезентантами, як «*перемир'я*», «*режим тиші*», «*припинення вогню*»: «*Збройні сили України висловили готовність дотримуватися режиму тиші. Командування окупаційних формувань ОРДЛО пообіцяло не порушувати перемир'я*» (УП, 30 березня 2018); «*Від початку поточної доби, 6 жовтня, на усіх ділянках лінії розмежування спостерігається тиша, порушень режиму припинення вогню не зафіксовано...*» (Укрінф., 6 жовтня 2020).

У сучасних медіатекстах постійні епітети супроводжують одні й ті ж лексеми-символи, утворюючи своєрідні фразеологізми, що служать засобами емоційно-образного відтворення дійсності. Епітетні словосполучення з прикметниками *повне, безстрокове, всеосяжне* утворені здебільшого за моделлю властивість – назва: «*2 березня у тристоронній контактній групі з врегулювання ситуації на Донбасі оголосили про повне і безстрокове перемир'я з 5 березня*» (УП, 2 березня 2018); «*Бойовики російсько-окупаційних формувань у неділю, 6 грудня, жодного разу не порушили умови повного і всеосяжного перемир'я в районі проведення операції Об'єднаних сил*» (ДТ, 6 грудня 2018).

Основним категорійним засобом вираження епітетів є прикметник. Це зумовлено двома чинниками: семантикою статичної ознаки (якостей, властивостей, відношень) і зв'язками з іменником, предметність якого він конкретизує через свою ознакову (атрибутивну) семантику.

Великою виразовою силою й естетичною цінністю в українському медіадискурсі наділені канонізовані словосполучення, основу яких складають лексемами із символічним змістом. Такі поєднання утворюють експресивно-стилістичні вузли глибокого психологічного та асоціативного змісту: «*В зоні*

*проведення операції об'єднаних сил сьомий день поспіль **триває перемир'я** без систематичних обстрілів, а також без пострілів з важкого озброєння і бойових втрат» (УП, 3 серпня 2020).*

Із позитивно-оцінними конотаціями на позначення архетипного символу «тиша» в медіатекстах виступають сталі сполучення «зброя мовчала», «обстрілів не зафіксовано», які протиставляються сполученням слів із негативною семантикою «ворожа атака», «накривати вогнем», «поливати вогнем», «обстрілювати з великокаліберних кулеметів»: «У день виборів на Донбасі **зброя мовчала**» (ДТ, 25 жовтня 2020); «Збройні сили України **не відкривали вогонь** у відповідь» (ДТ, 25 жовтня 2020); «Упродовж поточної доби, 12 листопада, у смугах відповідальності наших бригад **обстрілів** з боку противника **не зафіксовано**» (Укрінф., 12 листопада 2020); «Українські позиції поблизу Новолуганського противник тричі **накривав мінометним вогнем**, випустивши дев'ять мін калібру 82 міліметри, а також **обстрілював їх з гранатометів, великокаліберних кулеметів і стрілецької зброї**» (ДТ, 24 грудня 2019).

Можемо стверджувати, що семантичний діапазон архетипних символів представлений різними репрезентантами.

Сучасний читач при сприйнятті інформації про події на Сході України, архетипний символ «тиша» здебільшого асоціює в буквальному розмінні з відсутністю шуму, у першу чергу того, який може спричинений вогнепальною зброєю.

Отже, архетипні символи за допомогою метафоризації й метонімізації моделюють бінарні опозиції з такою ж повнотою символіко-образної структури сенсоутворень, що оприявлюють найбільш концептуальні символи захисника, ворога, ворожого нападу, перемир'я тощо.

У зв'язку з цим можемо стверджувати, що давнє сприйняття людиною світу є цілковито архетипно образним. Автори сучасних медіатекстів використовують архетипні образи-символи не на рівні колективного позасвідомого, а як усвідомлене втілення імплікаційних ознак архетипу у творенні текстового конструкту. Вдале поєднання емоційного фону

зображуваних подій з експресією символічних образів війни, ворога, зброї створює сукупність особистих переживань читача, що наділяє журналістський твір додатковою переконливістю і силою впливу.

Висновки до розділу 3

Використання архетипних символів у медіатексті відкриває цілком явні можливості і переваги перед автором журналістського твору. Архетипи не викликають відрази, сприймаються як знайомий контекст, стимулюючи ефект довіри до інформаційного продукту, оскільки прототипи являють собою вроджені ідеї, уявлення, початкові, споконвічні образи сприйняття і дії.

Із проаналізованих прикладів можемо побачити, що архетипні символи допомагають за короткий час донести максимум сенсу. Вдало втілений архетип дозволяє відчувати реальність у всій її різноманітності, у найглибшій семантиці. Але варто також визнати обмеженість прочитання архетипних символів аудиторією. Людина опредмечує архетип щодо своїх знань, життєвого досвіду, особливостей характеру і темпераменту. Один і той же архетип різними суб'єктами може трактуватися по-різному, тому журналіст повинен розуміти просту істину: архетип зобов'язаний бути стійким, не дозволено спотворювати його структуру.

Як засвідчує аналіз медіапродукту, у сучасних журналістських текстах, у яких висвітлюються воєнні дії на Сході України, активно використовуються архетипні символи. Основними стильовими стратегіями в масмедійних текстах є лексико-семантичні засоби, які формують архетипну символіку та підпорядковують її глобальній інтенції адресата у процесі мисленнєво-мовленнєвої діяльності. Стильові стратегії утворюють лексико-семантичні групи: «Донбас», «війна», «зброя», «тиша», «захисник», «ворог» тощо. Лексико-асоціативне поле архетипного символу «війна» в сучасних журналістських текстах утворюють образи зброї, вогню, захисників, ворогів, назв населених

пунктів тощо і сприяють максимальному вияву їх символічної ознаки, образного потенціалу та додаткової експресії.

Проаналізовано символічні образи, які вступають у гіперо-гіпонімічні відношення в новинних медіатекстах, за такими параметрами, як семантика, структура (одно- чи багатокomпонентність), ступінь ієрархії, семантичне поле (ланцюгове, радіальне, радіально-ланцюгове). Архетип є смислоформою, загальним значенням (інваріантом-гіперонімом), тоді як символ є його безпосередньою реалізацією (варіантом-гіпонімом). Родо-видові відношення засвідчують цілісність та системність архетипної символіки в сучасному новинному медіатексті.

Архетипні символи привабливі для аудиторії, тому їх використання в журналістському тексті дозволяє посилити підсвідомі враження. За своєю структурою вони можуть бути як одночленні, так і багаточленні.

В інформаційних повідомленнях при висвітленні подій на Сході України автори послуговуються архетипними символами, які експлікують їх семантику. Як показав аналіз, архетипні символи вкрай полісемантичні.

Отже, для архетипних образів-символів у текстах ЗМІ притаманні амбівалентність, полісемантичність, широкий спектр конотативних нашарувань. Виступаючи контекстуальними синонімами, архетипні образи-символи ворога (противника, бойовика, загарбника) та захисника (побратима, воїна) є невід'ємним складником образного простору українського інформаційного простору, несуть на собі високе емоційне навантаження та визначають його глибину й асоціативний характер.

Використання архетипних образів-символів в журналістському тексті посилює підсвідомі враження читача, сприяє кращому сприйняттю повідомлення та формуванню інформаційної картини світу українців.

Доведено, що особливістю архетипного символу в сучасному інформаційному просторі є його здатність одночасно виражати тезу й антитезу репрезентованої ним ідеї; символічна функція архетипного образу виявляється при зіткненні протилежностей.

РОЗДІЛ 4

ПАРАДИГМАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕТНОКУЛЬТУРНОГО АРХЕТИПНОГО СИМВОЛУ В МАСМЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ

Серед вічних, незмінних понять, які створюють багатовікову, всеосяжну, вселенську пам'ять поколінь, символ виділяється своєю здатністю поєднувати минуле із сьогоденням. Символ сягає корінням етнічної архаїки, поступово видозмінюючись та несучи нащадкам сакральну пам'ять, що дотепер стає основою для досліджень впливу символу на сфери людського життя та, зокрема, медіатекст.

Як зазначає С. Кримський, найпотужнішою селективною системою затвердження культури виступають національні чинники, бо нація і є визначальною сферою функціонування культури. Культура існує тільки в національному вигляді, бо нація є специфікованим автопортретом людства і водночас історичною особистістю (бо має індивідуальні риси, як і особа), втілює історичний досвід і, головне, ті вимоги часу, епохи, історичної перспективи, які й дозволяють уявити ціннісний зміст культури [107, с. 58].

Символи не з'являються з нічого, вони зароджуються, поступово розвиваються, трансформуються, а іноді занепадають. У процесі свого розвитку вони можуть змінюватися залежно від потреб суспільства. Загальна ідея, що її передає символ, часто набуває яскраво вираженого національного характеру.

Розвиток же національної (етнокультурної) символіки йде різними шляхами. Не можемо не погодитись із твердженням О. Потебні, що поширеним є виникнення образу-символу на ґрунті встановлення співвідношення, зв'язку між первісним предметом, якому в народній уяві надається те чи інше символічне значення, і словом-символом, що сприймається як мовне втілення певних узагальнених ознак. Досвід, попередні знання, зумовлені традиціями, реаліями навколишньої дійсності, підтримують символічне значення. А постійні асоціації, що супроводжують символ, створюють передумови для його вживання в складі готових словесних формул, визначають його здатність передавати

глибинний зміст, ідею. «Предметний символ стає словесним символом лише тоді, коли він “входить” у мову, тобто, коли він бере на себе в мовленні (в реченні або словосполученні) функцію мовного висловлення» [49].

Національні та етнокультурні символи мають великий вплив на свідоме і несвідоме людини. Зазвичай цей вплив здійснюється зовсім непомітно – поза свідомістю людини. Людська уява породжує символи, щоб інші увірували в них та прийняли створене уявою за реальність [180, с. 59].

Погоджуємось із думкою О. Селіванової, що основою процесів символізації є певна міра образності. На відміну від знака, символ є не просто конвенційним у лінгвокультурній спільноті, а канонізованим, його семіотична природа значно складніша, він згортає різні концептуальні сфери на підставі глибинних асоціацій, є культуромістким [205, с. 297].

Загально відомим є факт, що кожна національна мова має свою специфіку у створенні образної символіки – і в самому доборі слів, що мають символічне значення, і в характері самих значень, і в джерелах поповнення мовної символіки. При цьому велику роль відіграють усталені системні співвідношення і протиставлення між словами-поняттями.

В. Сиротіна зазначає, що образна символіка національної мови не може не впливати в тій чи іншій мірі на вживання слова в художньому тексті. Загальна стилістика художньої мови і опис індивідуальних стилів, авторських семантико-стилістичних систем не може обійтись без глибокого вивчення символічної образності загальнонародної мови [208, с. 56].

На думку О. Яковлевої, через мову символів, зафіксованих у текстах, ми відтворюємо словесно-мозаїчну картину світу, символічну дійсність прадавніх людей; пошук процесу символізації включає в себе розгадку людської психіки, її свідомих і підсвідомих структур, а, можливо, і будову самої душі [277, с. 274].

Символічно означене слово, що стає таким на основі колективного досвіду поколінь, культурно-історичного, суспільного розвитку, здатне виконувати конститутивну, знакову функцію в комунікативному, мовно-образному світі, репрезентуючи не лише чільні загальнолюдські поняття, а й виразно

характеристичні ознаки окремих націй, етносів [167, с. 15].

Шляхом вибудови механізмів асоціативних зв'язків відбувається перехід від денотата, до сигніфіката в етнічній та індивідуальній свідомості, а далі – до символу. Останній містить архетипні уявлення етносу, які закорінюються в його культурі та зумовлюють утворення стійкої парадигми її знаків.

Унікальність архетипів, на думку О. Когут [90], полягає в тому, що вони постають не лише в контексті мудрого минулого, а й допомагають вибудовувати орієнтири сучасного.

Вказуючи на динамічність архетипів, М. Міщенко [166] підкреслює, що в кожному момент існування народу порушуються ті архетипні смисли, що відповідають запитам сучасності. Звернення до архетипів автор розглядає як особливий методологічний ракурс, у якому «завдяки перетворенню минулого на символ твориться смисл майбутнього» [166, с. 92].

Символ ґрунтується на культурних традиціях, він формується як цінність і спирається на взаємозв'язку всіх культурно освоєних і символізованих елементів. Зафіксована розбіжність може бути пов'язана з архетипами культури кожного народу, всім історичним і культурним контекстом символізації смислів у мові.

4.1. Феноменологічна концептуалізація етнокультурних архетипних символів у масмедійному тексті

Творення етнокультурних архетипних символів – складний і багатогранний процес, який об'єднує чимало соціальних процесів і містить у собі широкий спектр свідомих і несвідомих чинників.

Зазвичай творення архетипних символів відбувається шляхом безпосереднього співвідношення концептуалізації та вербалізації навколишнього світу, відображеного за допомогою різних мовних одиниць. Специфіка участі мови у процесі концептуалізації дійсності полягає в її здатності закріплювати результати пізнавальної діяльності свідомості, опосередкованої способом життя й особливостями культури кожного конкретного народу.

Значна частина етнокультурних символів має архетипний характер. Архетипні символи відображають ознаки уподібнення реалій навколишнього світу людині з огляду на психічні якості індивіда, його життєвий та мовний досвід. Образ, що міститься в мовному символі, часто набуває національної специфіки, яка зумовлюється особливостями відбиття концептуальної картини світу у свідомості етносу і характером творчого осмислення дійсності індивідом, його мовним досвідом та національно-культурним рівнем загального розвитку (К. Юнг). Трансформація архетипних мовних символів у власне національні відбувається шляхом ряду семантичних та прагматичних змін їхніх значень, зумовлених особливостями тієї чи тієї етнокультури.

Словесна символіка народу виступає важливим чинником творення національно-культурної картини світу. Вербальна символіка органічно пов'язується з культурно-мовним досвідом, фоновими значеннями, відображає соціально-символічні особливості мислення, визначені народним світосприйманням.

Інформаційний простір навколо нас складається з численних символів, і не має значення, бачимо ми їх чи ні, свідомо фіксуємо чи автоматично зчитуємо сигнал, який вони нам надсилають [180, с. 58].

Як результат лінгвальної діяльності, журналістський текст/твір, виконуючи експресивну функцію, репрезентує мовну особистість автора – людину, що «володіє сукупністю здатностей і характеристик, які обумовлюють створення й сприйняття нею текстів, що вирізняються мірою структурно-мовної складності та глибиною й точністю відображення дійсності» [13, с. 331].

Архетипні символи завжди привабливі для аудиторії, тому їх використання в журналістському тексті дозволяє посилити підсвідомі враження.

Концептосфера сучасного медіатексту поповнюється новими символами за рахунок трансформації образів до вже існуючих архетипів.

До найдавніших архетипних символів належить етнічно маркований концепт **вогонь**, що символізує саме життя. У складі мікроконцептосфери «**війна**», відтвореній у сучасних журналістських текстах, архетипний символ

«**ВОГОНЬ**» наділений особливою семантикою, викликає асоціації, відмінні від тих, які сформовані народними віруваннями, традиціями, звичаями та ментальністю українського етносу: *«З БМП окупанти вели **вогонь** по силах АТО поблизу Гнutowого, зі стрілецької зброї – неподалік шахти Бутівка, Кам'янки, Мар'їнки та Красногорівки»* (УП, 26 березня 2018).

Архетип, який виявляється, а інколи й персоніфікується при безпосередньому контакті комунікатора – виразника надіндивідуальної істини з масою, на думку М. Бутиріної [34]. може подібним чином керувати й опосередкованою взаємодією медіакомунікатора з аудиторією.

Архетипний символ «вогонь» є одним із «вічних» загальнолюдських образів культури, лінгвокультуремою, яка привертає увагу дослідників внутрішньою глибиною. Уся сукупність понять, образів, символів, міфів, пов'язаних із універсумом «вогонь», який становить текстовий конструкт новинних медіатекстів, є базою для його концептуалізації: *«Основним засобом **вогневого впливу** противника стали міномети калібром 120 мм, які заборонені Мінськими угодами»* (Укрінф., 29.01.2018); *«Російсько-окупаційні війська 20 разів застосовували артилерію і міномети, 53 рази вдавалися до **прицільного вогню** по наших позиціях із застосуванням стрілецької зброї, гранатометів, озброєння БМП»* (ЦН, 10 травня 2018).

Символ ґрунтується на культурних традиціях, він формується як цінність і спирається на взаємозв'язку всіх культурно освоєних і символізованих елементів. Сприйняття етнокультурного символу як універсальної категорії естетики пов'язує символізацію в мові з її образною стороною, процесом художнього освоєння світу.

Розбіжність може бути пов'язана з архетипами культури кожного народу, історичним і культурним контекстом символізації смислів у мові. Розбіжність можемо бачити на прикладі медіатекстів, де смислові центри культурних домінант – знаків-символів зміщуються, репрезентуючи реальну дійсність.

Вогонь – архетипний образ, глибоко закорінений ще в первісній свідомості як джерело життя (світло, тепло, захист від диких тварин, засіб приготування їжі

тощо) і, водночас, грізна руйнівна стихія, що й призводить до амбівалентності емотивного маркування вогню [5, с. 102]. Зокрема, у сучасному медіадискурсі семантика архетипних символів зумовлена контекстом: *«На Донецькому напрямку з гранатометів різних типів бойовики вели **вогонь** по українських укріпленнях у районі Кам'янки»* (УП, 24 березня 2018); *«У районах населених пунктів Кримське, Попасна, Новотошківське, Луганське, Авдіївка, Широкине підрозділи Об'єднаних сил вели активну оборону, подавляли **вогневі засоби** противника та не допустили просування окупаційних військ углиб нашої території»* (ЦН, 8 травня 2018); *«Терористи на Донбасі **накрили вогнем** сили ООС»* (Об., 17 серпня 2019).

Саме усвідомлення в слові символічної семантичної значущості не байдуже для його життя в мові – воно впливає і на розвиток внутрішньої семантичної структури слова, і на характер його вживання в мові.

В українській культурній традиції **вогонь** є символом очищення від зла, духовної енергії, перетворення й переродження [182, с. 28]. Однак у сучасному новинному медіатексті архетипний символ вогню модифікується відповідно до контексту, його концептуальними імплікаціями виступають нищення, руйнування, страх, смерть: *«Унаслідок **ворожого вогню** частково зруйновано присадибний будинок і господарчу будівлю»* (УП, 24 березня 2018); *«**Мінометний вогонь** бойовики відкривали в районі населених пунктів Новогригорівка, Майорськ і двічі Дебальцеве на Донеччині»* (Кор.net); *«Загалом станом на 12:00 20 вересня російсько-окупаційні війська **відкривали вогонь** по українських позиціях чотири рази»* (Обозр. 20 вересня 2019).

Слово-поняття «вогонь» має розгалужену семантичну структуру й багатий синонімічний ряд. Вогонь належить до найдавніших архетипних символів. Його символізація дала змогу створити численні образно-метафоричні контексти, що передають широку палітру значень, які певною мірою пов'язані зі значенням первісним: *«Терористи **накрили вогнем** сили ООС на Донбасі: є поранені»* (Обозр. 20 вересня 2019); *«Противник **вів прицільний вогонь** з гранатометів різних типів, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї»* (ФБ); *Сили ООС*

здійснювали **вогневий вплив** на противника з метою змусити його припинити обстріл (УП, 26 серпня 2018). На українському мовному ґрунті ці значення формуються відповідно до менталітету нашого народу і служать джерелом збагачення медіатексту лексичними художніми засобами, увиразнюють його семантику.

В основі творення архетипних словесних образів лежать культурні архетипи, концептуальні ознаки яких проєктуються на зміст словесних образів. У чистому вигляді архетип не входить до свідомості, він завжди поєднується з певними уявленнями людського досвіду та піддається свідомій обробці, оскільки між розумом і зовнішнім, чуттєвим світом перебуває уява. Розкриттю особливих якостей вогню в українській етнокультурі загалом сприяють асоціації та уявлення, які у складі образів формують семантичну структуру символу.

Культурні архетипи є своєрідними когнітивними зразками, на які орієнтується індивідуальна поведінка і в яких у скороченій формі зберігається родовий досвід. Чинниками формування соціокультурного досвіду є обраний тип життєустрою та географічне розташування.

У сучасних медіатекстах архетипний образ-символ **«ВОГОНЬ»** інтегрується в масову свідомість завдяки активному використанню при висвітленні воєнних дій на Сході України і концептуалізує новий глибинний смисл: *«Противник, нехтуючи міжнародними угодами, 55 разів порушував режим припинення вогню, відкриваючи по наших позиціях **прицільний вогонь**. З них 15 разів застосовував важке озброєння, в тому числі вів вогонь зі 152-мм гармат у глибину оборони Об'єднаних сил»* (Цензор, 18 травня 2018); *«Крім цього, під **ворожий вогонь** зі стрілецької зброї потрапили оборонці Старогнатівки, Павлополя та шахти Бутівка»* (УП, 25 березня 2018). Атрибут *ворожий* вказує на противника і символізує порушення домовленостей, атаку, зловісність.

Замінивши символи, що нас оточують, цілком реально вплинути на світ навколо нас.

Доречним у цьому сенсі є твердження С. Маленка «З включенням образів до сукупності феноменів суспільної свідомості, вони перетворюються з

індивідуальних утворень на колективні та універсальні, набуваючи, шляхом усвідомлення, значення та сенсу. Внаслідок стихійності процесів образотворчості, лише з появою символу виникає реальна перспектива усвідомлення несвідомих трансформацій, а постійне переживання в образах та образів є необхідною передумовою становлення символу – образу предмету або явища, що включене до освоєної свідомістю частки дійсності. В ньому архетип демонструє можливості поєднання протилежностей за умов навантаження символу низкою суб'єктивно значущих подій та образів, що власне, й сприяє можливості розуміння та осмислення його ролі в цьому процесі. Водночас, символ як висхідна точка занурення у несвідому стихію, вказує на присутність в цьому світі ще й чогось невідомого» [129, с. 9].

Вогонь як символ прозріння, оновлення, як заклик до свободи в сучасних журналістських текстах набуває нового, абсолютно протилежного значення війни, бою, атаки, тобто протиставлений первинній ідеї: *«Під вогонь з великокаліберних кулеметів потрапили оборонці Талаківки і Кам'янки, а стрілецької зброї – Широкиного, Шахти Бутівка та Павлополя»* (ФБ, 13 квітня 2018); *«Зокрема, на донецькому напрямку із забороненої 122-мм артилерії противник вів вогонь по позиціях ЗСУ в Широкиному, а з 120- та 82-мм мінометів, гранатометів, великокаліберних кулеметів та озброєння БМП по укріпленнях поблизу Павлополя та Гнутового. Крім цього, вогонь з великокаліберних кулеметів вівся по укріпленнях ЗСУ неподалік Мар'їнки, а з стрілецької зброї – в районі Шахти Бутівка та Новомихайлівки»*; (Укрінф, 27 березня 2018). Символічне значення тут обов'язково спирається на широкий контекст.

У новинних медіатекстах архетипний образ-символ «**вогонь**» формує широке коло асоціацій, його полісемантичність часто трансформується в досить віддалені за змістом образи, наділені новими ознаками. Наприклад: *«Крім цього, опівночі 26 березня окупанти відкрили провокаційний вогонь по українських позиціях поблизу населеного пункту Станиця Луганська, аби вкотре уникнути розведення сил і засобів»* (УП, 27 березня 2018); *«Внаслідок ворожого вогню*

*жоден український захисник не постраждав» (ФБ, 2 квітня 2018); «Зокрема на Донецькому напрямку з гранатометів різних типів бойовики вели **вогонь** по українських укріпленнях у районі Кам'янки. Також гранатомети та великокаліберні кулемети окупанти застосували по захисниках Лебединського та Новотроїцького. Крім цього, під **ворожий вогонь** зі стрілецької зброї потрапили оборонці Старогнатівки, Павлополя та шахти Бутівка» (Укрінф., 25 березня 2018); «Унаслідок **ворожого вогню** частково зруйновано присадибний будинок і господарчу будівлю» (Укрінф, 23 березня 2018).*

Символічним знаком української етнокультури є лексема «**ворог**», експлікована таким значенням: той, хто перебуває у стані ворожнечі, боротьби з ким-небудь, недруг, супротивник [77, с. 113]. Таке ж значення цього архетипного символу закріпилось і в новинних медіатекстах: «*Уточнюється, що **противник** обстріляв позиції підрозділів Об'єднаних сил із заборонених мінських угодами мінометів калібру 82 мм, а також з озброєння БМП, гранатометів різних систем і стрілецької зброї» (Об., 4 жовтня 2019); «На маріупольському напрямку **ворог** активізувався в районах населених пунктів Водяне, Лебединське, Широкине» (ЦН, 17 травня 2018).*

У свідомості читача виникає не сам архетип, а підданий свідомому переосмисленню «архетипний образ», що символізує війну, бойові дії. Наприклад: «*Протягом поточної доби **ворог** вогонь не відкривав»;* «**Ворог** від початку поточної доби вже 5 разів порушив оголошений від 21 липня ц.р. “режим тиші”, який передбачає припинення ведення вогню з будь-яких видів озброєння» (Укрінф., 31 лип. 2019); «**Ворог** обстрілював позиції наших підрозділів з гранатометів різних систем, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї» (Укрінф., 7 серпня 2019).

Архетипний символ «ворог» символізує агресію, смерть, напад, атаку тощо: «*У середу в другій половині дня **ситуація** в зоні АТО істотно загострилася, сепаратисти, всупереч домовленостям, застосовують озброєння калібром більши ніж 100 мм уздовж всієї лінії фронту» (Кор.net, 27 серпня 2015); «У Міноборони уточнили, що з 07:20 протягом понад півтори*

години **терористи вели щільний вогонь** зі станкових протитанкових гранатометів та стрілецького озброєння. Протягом цього часу вони здійснили **4 постріли з артилерії калібру 122 мм та випустили 25 мін 120-го калібру**. Після 10:10 на цьому ж напрямку збройні формування РФ випустили по захисниках Новотошківського ще декілька мін калібру 120 мм» (УНІАН, 11 квітня 2020).

Архетипи-мотиви, що відповідають позиції дії як процесу у структурі ситуації, відтвореної в медіатексті, на відміну від предметних архетипів, є неусталеними. Тому символічні ситуації *відкрити вогонь, вести вогонь, поливати вогнем, застосувати озброєння, припинити вогонь* стають маркерами етноміфопоетичного канону у процесі сприйняття медіатексту.

Смисл символу об'єктивно здійснює себе не як наочність, а як динамічна тенденція: він не даний, а заданий. Цей смисл не можна пояснити, зводячи до однозначної логічної формули, а можна лише витлумачити, співвідносячи його з подальшими символічними зчепленнями, які підведуть до більш раціональної зрозумілості.

Ядром вербальної парадигми може бути образ, який не має «архетипних» коренів. Превалювання тих чи тих образів залежить від особливостей світосприйняття читача. Символічний образ, залежно від контексту, може набувати нової семантики, зокрема парадигмальне словосполучення *незаконні збройні формування* символізує ворога, війну, бойові агресивні дії: «Сьогодні о 13.30. в районі населеного пункту Зайцеве, **представники незаконних збройних формувань** запросили в української сторони режим «тиша» до 16:00» (Укрінф., 31 серпня 2019); «За даними штабу Об'єднаних сил **збройні формування Російської Федерації** з початку 2020 року 93 рази порушували режим припинення вогню із застосуванням забороненого Мінськими домовленостями озброєння, випустивши при цьому 1087 боєприпасів» (ФБ, 4 лютого 2020).

Символічне значення в новинних медіатекстах включає в себе парадигматичні і синтагматичні компоненти. Парадигматичні притаманні

символу як такому, синтагматичні – такі, що виникли в конкретному контексті під впливом найближчого текстового оточення і супровідних текстових атрибутів. Найсильніше символічне значення простежується в одиницях, які поєднують ці компоненти. Символи із синтагматичними значеннями виступають лише як об'єкти символічної ситуації.

Саме у медіасередовищі відбувається накопичення базових сенсів міжкультурної взаємодії, тут задається тональність оприявлення концептів, значущих для діалогу культур, формуються аксіологічні доміанти у репрезентації того, що сприймається як «своє» і як «чуже» носіями певної національної культури. *«Не новинкою є протипіхотні міни, які виготовляються лише країною-агресором. Проте, крім цього, російські диверсійні групи здійснюють масове мінування будівель і стежок в українських селах, які тимчасово перебувають у так званих "сірих зонах"»* (Фейсбук, 13 травня 2018); *«Від початку поточної доби, 11 квітня, за наявною станом на 12:00 інформацією, збройні формування РФ, окрім мінометів, застосовували на лінії бойового зіткнення артилерію. Так, російсько-окупаційні війська здійснили два прицільні обстріли від селища Голубівське по наших оборонцях Новотошківського»* (УНІАН, 11 квітня 2020).

Постійні асоціації, що супроводжують символ, створюють підґрунтя для його вживання в складі фіксованих контекстів, різного роду словесних формул, визначають його здатність передавати глибинний зміст, ставати носієм тієї чи тієї ідеї. Зокрема, семантика образу-символу **«кров»**, який в українській культурі символізує смерть, загибель, переноситься й на контекст інформаційного повідомлення: *«Терористи влаштували криваву провокацію на Донбасі: штаб ООС повідомив погані новини»* (Обозр., 20 серпня 2019); *«Кривава війна за незалежність триває: в ООС поранений»* (Обозр., 4 жовтня 2019).

В образі крові, який автори новинних медіатекстів винесли в заголовки, закодований первинний символічний смисл. Специфіка першообразу є такою, що одного разу отримавши форму, він продовжує ставати в своїх інваріантах. Саме тому і будь-який конкретний архетип, і його ситуаційна взаємодія з іншими

архетипами не можуть розглядатися механістично. Границі між архетипами розмиті, що й зумовлює перманентний взаємообмін їх певними якостями, який виражає домінуючу тенденцію розвитку несвідомого, що полягає у прагненні гармонізувати як ще неусвідомлені, так і власне свідомі змісти [129, с. 9].

Слушною з цього приводу є думка В. Сиротіної, що «Слово-символ, функціонуючи в мові не втрачає свого прямого значення, воно різною мірою завжди виступає в тексті – про це свідчить зокрема збереження ним своїх звичних лексико-синтаксичних зв'язків. Слово-символ у мові двопланове, воно є немовби своєрідною формулою-фіксацією складних взаємовідношень двох різних за своєю природою і протиставлених за низкою характерних рис – прямого, номінативного лексичного значення слова і символічного. Перше, як правило, конкретне, вузьке, друге – ширше, абстрактне, узагальнене; перше – експліцитне, спирається на певні лексичні зв'язки, друге – імпліцитне, для його розуміння потрібен не аналіз мовних факторів, а просто знання змісту символу або його «розгадка» на основі контекстних зв'язків. Величина і характер опорного контексту можуть бути різні: одні слова-символи порівняно незалежні, зв'язок між знаком і означуваним в них загальноприйнятий, інші вимагають широкого пояснення. Символічне значення більш абстрактне у порівнянні з номінативним, але воно, як і предметне значення, співвіднесене з дійсністю, відбиває реальні властивості речей і є засобом пізнання світу. Асоціації, що ведуть до створення образу-символу, природні, ясні, глибоко художньо вмотивовані. Такий символ активно входить у процес художнього узагальнення, йому належить важлива роль в організації підтексту, семантичної багатомірності розповіді. Взаємодія конкретного прямого значення і більш абстрактного символічного допомагає письменникові вільно переходити від змалювання предметного світу в сферу ідей, філософських узагальнень, соціальних оцінок» [208, с. 53-54].

Етнокультурні архетипні символи творять психічне обличчя нації, виражають риси її менталітету.

В українській етнокультурі осимволізований образ **зброї**, який

розглядається як «зброя для нападу та оборони» [77, с. 22]. Різні види вогнепальної зброї використовували козаки в боях із ворогом. В етнокультурі українців зброя також символізує силу.

У новинному медіатексті слово-символ «зброя» фіксує вищий ступінь концентрації образності, йому притаманна висока узагальнювальна, типізуюча сила, надзвичайна експресія. Попри пряме використання зброї як засобу для захисту, оборони у новинних медіатекстах зустрічаємо і модифіковане значення, із архетипом-символом «зброя» пов'язуються й уявлення про смерть, біль, горе: *«З метою збереження життя і здоров'я особового складу, військовослужбовці Збройних Сил України 31 раз відкривали у відповідь вогонь, вдаючись до суто дозволеної мінськими домовленостями зброї»* (ЦН, 6 травня 2018); *«Український кулеметник "очистив" підконтрольну йому ділянку і знищив терориста»* (Об., 22 липня 2018).

Для національної мови властиві специфічні вербальні форми, як зазнають конотації залежно від контексту. Скажімо, образ **захисника (господаря), героя** формується медійним контекстом. Спробуємо диференціювати його.

Ситуативно образ **захисника** позначається словосполученням «українські військовослужбовці», «українські воїни» тим самим підкреслюється їх національна приналежність: *«На вогневу провокацію противника українські військовослужбовці зброю у відповідь не застосовували»* (Укрінф., 8 жовтня 2020); *«Найманці РФ шість разів порушили режим тиші на Донбасі, українські воїни не постраждали»* (ЦН., 10 серпня 2019); *«"Знищили снайпера": українські військові розповіли про нові успіхи ООС»* (Об., 26 травня 2018). Для етнокультурних епітетів характерне розширення семантичної структури за рахунок конотативного пласту й розмите предметне значення аж до втрати його визначеності. Субстантивоване словосполучення *українські військові* свідчить про функціональність українських воїнів.

Полярні підходи до інтерпретації образу-символу зброї знайшли відображення у сталих номінаціях та архетипізуються як ідеї загрози, загибелі, так і ідеї життя: *«На Луганському напрямку під вогонь з гранатометів та*

великокаліберних кулеметів двічі потрапили захисники Луганського» (УП, 26 березня 2018); *«Від початку поточної доби, 8 листопада, на всіх ділянках лінії розмежування спостерігається тиша, вогневих провокацій із боку російсько-окупаційних військ не зафіксовано»* (ЦН, 8 листопада 2020).

Свого часу К. Г. Юнг стверджував, що «Роль “захисник” – роль, яка передбачає захист держави як головну мету громадянина. Вона розвивалась унаслідок складного процесу становлення держави та тривалої історичної боротьби за свободу та незалежність. Як бачимо, ця роль і досі не втрачає своєї актуальності. Цій ролі, як і “господарю”, притаманна висока соціальна активність, однак проявляється вона в специфічних умовах. У мирних умовах роль “захисник” або не проявляється взагалі, або трансформуються у захист держави від внутрішніх ворогів. У такому випадку енергія цієї ролі спрямовується на боротьбу з особами або групами осіб, які, на думку громадянина, становлять небезпеку для держави та суспільства. Як “господар”, так і “захисник” мають схожу мету, але обирають різні способи її досягнення. Так, наприклад, захисник, на відміну від “господаря”, більш схильний до акцій протесту та силового протистояння з опонентами» [271, с. 65]. Цей архетип пов’язується з архетипом Героя, який описував К. Г. Юнг.

Отже, можемо відзначити, що концептуальна медійна система використовує архетипні символи як універсального характеру, так і такі, що під впливом концептосфери сучасного медійного дискурсу перейшли із низки універсальних до етноспецифічних.

4.2. Символічний етноархетип як засіб відображення світосприйняття і світобачення українського народу

Поняття символу в історичному контексті упродовж існування не втрачало своєї актуальності й у залежності від соціокультурних умов займало належне місце переважно в духовній сфері. Актуальність та значна популяризація

символу були зумовлені бажанням наділити сакральним змістом буденні речі, архетипізувати їх.

Саме в символах нерідко відображаються народні традиції, звичаї, обряди, вірування, а зрештою, і національні риси характеру, рівень національної свідомості. Символи – це архетипні уявлення, результат спільної роботи свідомості і колективного несвідомого. Система етнічних символів є системою кодування національного характеру та уявлень етносу про себе та світ.

Під впливом масової культури формується масова свідомість суспільства, оскільки з її допомогою посилюється роль чуттєвого, емоційного, ірраціонального сприйняття та відбувається зміна поведінки людини. Без символів і знаків уявити матеріальне та духовне життя неможливо. Тож, сучасне трактування та популяризація вітчизняних національних символів однозначно позитивно впливатимуть на становлення української нації.

Ціннісно-сміслові орієнтири становлять основу світогляду людини, її моральних, політичних та естетичних переконань і смаків, визначаючи й стимулюючи певний тип поведінки. Ментальність безпосередньо впливає на формування у свідомості конкретного індивіда певної піраміди (ієрархії) ідентичностей, з якими він тією чи іншою мірою себе ототожнює.

Якщо на особистісному рівні ідентичність передбачає усвідомлення себе як цілісного й неповторного індивіда з власним унікальним життєвим досвідом, то національна ідентичність, яка формується на основі почуття причетності до групи, охоплює як об'єднуючі групові фактори (мову, історичну територію проживання, релігійність, культурну спадкоємність, традицію державотворення, історичну пам'ять із відповідними національними символами, родинні зв'язки та ін.), так і індивідуальний вибір причетності до цієї групи, самоусвідомлення себе як члена цієї групи. Соціокультурні трансформації постмодерної доби як відносно самостійні і доволі різноманітні процеси змін в культурі соціуму, а також в нормах, цінностях, ментальності, свідомості, світогляді як індивідуальних, так і колективних суб'єктів зумовили виникнення нового типу соціальної ідентичності, яку О. Донченко визначає як соціетальна ідентичність

[69]. Суть соціальної ідентичності полягає у тому, що, на відміну від соціальної, зорієнтованої на колективні уявлення про «своє» й «чуже», соціальної ідентичності спрямовано на нематеріальні культурні цінності, з точки зору ототожнення індивіда із самим собою в контексті цілісності та безперервності власної зміни [67, с. 267].

Дослідження та актуалізація способу функціонування архетипних моделей можуть слугувати сценаріями розвитку етносу залежно від того, які архетипи будуть актуалізовані й у якій формі та за яких умов вони знову з'являться у свідомості.

Якщо національний символ втратить свою доречність, актуальність, то він просто зникне. Зі змінами нації змінюються також колективна свідомість та пам'ять [293].

Розмірковуючи про репрезентацію архетипної інформації, В. Буряк зазначає, що вона чітко ілюструється на всіх рівнях свідомісної інтерпретації факту: умовно реальному (міфологія, фольклор), реальному (публіцистика, наука), відображеному (народне мистецтво, художня творчість), що свідчить про те, що архетипна інформація на всіх рівнях свідомісної обробки не змінює своє інформаційне ядро (першооснову) [27, с. 98].

Сучасні новинні медіатексти, основу яких складають факти, здатні суттєво вплинути на глибинні пласти колективної психіки, виформовуючи концептуальні засади національно маркованого світобачення.

Етнокультурні архетипи є константами національної духовності, що виражають та закріплюють основоположні властивості етносу як культурної цілісності. У кожній національній культурі домінують свої етнокультурні архетипи, які суттєво визначають особливості світогляду, характеру художньої творчості та історичної долі народу. Серед етнокультурних архетипних символів, які зустрічаються в новинних медіатекстах, варто виділити такі, як вогонь, зброя, захисник.

У сучасних новинних медіатекстах при висвітленні воєнних дій на Сході України архетипні образи-символи використовують не на рівні колективного

позасвідомого, а як усвідомлене втілення імплікаційних ознак архетипу у творенні текстового конструкту. Вдале поєднання емоційного фону зображуваних подій з експресією символічних образів вогню, зброї, ворога, війни, тощо створює сукупність особистих переживань читача, що наділяє журналістський твір додатковою переконливістю і силою впливу.

Архетипний символ ґрунтується передусім на живому спогляданні дійсності, щодо якої стає специфічним її відображенням. Наприклад, у складі мікроконцептосфери **«війна»**, відтвореній у сучасних новинних медіатекстах, архетипний символ **«вогонь»** наділений особливою семантикою, викликає асоціації, відмінні від тих, які сформовані народними віруваннями, традиціями, звичаями та ментальністю українського етносу.

Контекст сучасного медійного дискурсу представлений етнічно маркованим концептом **«вогонь»**, який можна назвати домінантою української культури, оскільки його символ-знак виходить із первинного образу – архетипу.

Обожнення вогню (сонця, світла, багаття) було в етнокультурі давніх українців. Найбільш усталеними архетипними символами людської свідомості були образи стихій, зокрема архетип вогню.

Вогонь як природна стихія є амбівалентним маркером очищення/порятунку, покарання/знищення. Найвиразніше таку семантику детермінують навантаження символічних образів як модуляторів архетипу вогонь. Такі символи корелюють, формуюючи логіко-семіотичну парадигму, що витворює, зазвичай, цілісність цього архетипного символу.

Медіасередовище створює умови для функціонування архетипних символів та сприяє їх трансформації. Зокрема, архетипний образ-символ **«вогонь»** є одним із **«вічних»** загальнолюдських образів культури, концептуальною лінгвокультуремою, наділеною внутрішньою глибиною. Уся сукупність понять, образів, символів, міфів, пов'язаних з універсумом **«вогонь»**, є підґрунтям для його концептуалізації в новинному медіатексті: *«Мінометний вогонь бойовики відкривали в районі населених пунктів Новогригорівка, Майорськ і двічі Дебальцеве на Донеччині»* (Кор.net); *«З БМП окупанти вели*

вогонь по силах АТО поблизу Гнutowого, зі стрілецької зброї – неподалік шахти Бутівка, Кам'янки, Мар'їнки та Красногорівки» (УП, 26 березня 2018). Семантична парадигма *вести вогонь* у новинному медіатексті символізує воєнні дії, ворожу атаку, загрозу життю.

Вогонь як носій ідеї життя, буття відповідає загально-філософській концепції оптимістичного сприйняття дійсності, закодованій в українському менталітеті. Вогонь як символ оновлення, свободи, перемоги, протиставлений ідеї темряви як зневіри, загибелі, широко використовується в поетичних текстах. Вогонь – це й образ страшної, непереборної сили, що здатна спалити все живе [224, с. 124].

У новинних медіатекстах образ вогню архетипізується, набуваючи нових семантичних ознак: символу *вогню як світла* протиставляється символіка *вогню-темряви (смерті)*, яка настає внаслідок ворожих обстрілів українських військових: *«Противник, нехтуючи міжнародними угодами, 55 разів порушував режим припинення вогню, відкриваючи по наших позиціях прицільний вогонь. З них 15 разів застосовував важке озброєння, в тому числі вів вогонь зі 152-мм гармат у глибину оборони Об'єднаних сил»* (ФБ, 11 травня 2018); *«Інтенсивність ворожих вогневих провокацій не знижується, російсько-окупаційні війська продовжують активно обстрілювати наші оборонні позиції, зокрема, із застосуванням забороненої мінськими домовленостями ствольної артилерії й танків»* (ЦН, 6 травня 2018).

Первісне архетипне значення слова-поняття «вогонь» більшою чи меншою мірою зберігається в усіх семантичних трансформаціях на українському національному ґрунті. Водночас виникають нові образні асоціації і паралелі; архетип локалізується, а його трансформи прив'язуються до місцевих умов, традицій і звичаїв.

Символ, що сягає своїм корінням у людську архаїку, є результатом синкретичної діяльності свідомості, у якій на підставі емоційного переживання цінності здійснюється її первинне пізнання і рефлексія самої свідомості.

В етічній культурі українців символ вогню уособлює життя, радощі буття. Ритуальне поклоніння вогню поступово набувало форм словесної символізації, зумовлювало створення численних образно-метафоричних контекстів зі стрижневим компонентом «вогонь», що відзначається полісемантичністю.

Архетип не тільки творить та організовує суспільний досвід, але й сполучає смислом досвід та уявлення, гарантуючи можливу присутність усякого сенсу. Відтак, у свідомості індивіда виникає не сам архетип, а свідомо переосмислений архетипний образ, який піддається символізації в певному контексті. Прикладом такого переосмисленого архетипного образу якраз і є **вогонь**, який у свідомості українців розглядається як знак «живого вогню» [77, с. 105], наділеного властивостями «цілющої й очищувальної сили» [77, с. 105], «перетворення і переродження, очищення від зла» [66, с. 28], у новинних медіатекстах наділений негативною конотацією смерті, знищення, руйнування: *«Терористи "Л/ДНР" у понеділок, 2 вересня, сім разів порушили режим припинення вогню на Донбасі. У результаті обстрілу один військовослужбовець зі складу Об'єднаних сил загинув»* (Обозр., 2 травня 2019); *«Ворог за добу 45 разів порушив режим припинення вогню, один український воїн загинув, ще двоє зазнали поранень»* (ЦН, 16 травня 2018).

У медійному просторі той чи той архетипний символ набуває експліцитного вираження через розширення, специфікацію та модифікацію спочатку архетипної схеми, а потім прототипової концептуальної схеми шляхом різних лінгвокогнітивних операцій і процедур, які формують розмаїття словесних поетичних образів.

В основі творення архетипних словесних образів лежать культурні архетипи, концептуальні ознаки яких проєктуються на зміст словесних образів. Розкриттю особливих якостей **вогню** в українській етнокультурі загалом і в новинних медіатекстах зокрема сприяють прикметникові означення, які вказують на його колір, інтенсивність дії, оцінку: *Противник вів **прицільний вогонь** з гранатометів різних типів, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї (ФБ); «Загалом, протягом вчорашньої доби, сепаратисти 90 разів*

порушили режим припинення вогню. 14 разів застосовували артилерію, 31 – міномети, 5 – танки, один раз використовували реактивні системи залпового вогню» (Кор.net, 27 серпня 2015).

Завдяки сугестивній функції, яку виконують архетипні словесні образи-символ, створюється емоційне напруження, що виникає через вживання амбівалентних символів.

В українській культурі вогонь як природна стихія є дуалістичним маркером очищення/порятунку, покарання/знищення.

Концептосфера сучасного медійного дискурсу представлена етнічно маркованими архетипними символами, для яких притаманні амбівалентність, полісемантичність, широкий спектр конотативних нашарувань. Констатуючи амбівалентність символу, простежуємо, що в сучасному новинному медіатексті архетипний символ вогню модифікується відповідно до контексту, його концептуальними імплікаціями виступають як нищення, руйнування, так і страх, смерть: *«23 березня встановлено, що вогонь по цивільній інфраструктурі противник вів з н.п. Спартак у період з 13:20 по 14:20, застосовуючи міномети 120 калібру. Зафіксовано влучання боєприпасів у господарські будівлі та присадибні ділянки мирних мешканців садового товариства "Персик", розташованого у районі залізничного перегону Авдіївка – Донецьк. На цих ділянках частково зруйновано дачні будинки, пошкоджено огорожу»* (УП, 24 березня 2018); *«Упродовж минулої доби незаконні збройні формування 21 раз відкривали вогонь по позиціях сил ООС, один військовослужбовець загинув, чотирьох поранено»* (ЦН, 9 травня 2018).

Бінарність символів служить передумовою формування вербального архетипу, що є підґрунтям для створення подальших мовних форм, реконструювання яких можливе за використання праформ, прототипів, прообразів.

Засобами метафоризації й метонімізації архетипний символ вогонь моделюють бінарні опозиції з такою ж повнотою символіко-образної структури сенсоутворень, що оприявлюють найбільш концептуальні символи

порятунку/знищення, життя/смерті тощо: «Крім того, по обіді російські найманці двічі **вели вогонь** по околиці населеного пункту Піски – з мінометів 82-го калібру, ручних протитанкових гранатометів та великокаліберних кулеметів» (УНІАН, 2 квітня 2020); «У районі Маріуполя о 21.40, сепаратисти **вели вогонь** з 122-міліметрової артилерії і мінометів по Новогригорівці. А близько 10 вечора застосовували артилерію калібру 152 міліметра по українських позиціях в Гранітному і Сартані» (Кор.net, 17 серпня 2015).

Утворення переносно-метафоричних значень нерідко зумовлюється саме символічним переосмисленням слова, причому в низці випадків ця залежність більш наочно може проявлятися в похідних словах.

В українському народному світобаченні вогонь – сила, що несе загибель, безвихід, відчай. У концептуальній системі новинного медіатексту архетипні символи розширюють свій первинний сенс, набуваючи конотацій, зумовлених контекстом.

Слушною в цьому сенсі є думка С. Маленка, який зазначає, що «З включенням образів до сукупності феноменів суспільної свідомості, вони перетворюються з індивідуальних утворень на колективні та універсальні, набуваючи, шляхом усвідомлення, значення та сенсу. Внаслідок стихійності процесів образотворчості, лише з появою символу виникає реальна перспектива усвідомлення несвідомих трансформацій, а постійне переживання в образах та образів є необхідною передумовою становлення символу – образу предмета або явища, що включене до освоєної свідомістю частки дійсності. В ньому архетип демонструє можливості поєднання протилежностей за умов навантаження символу низкою суб'єктивно значущих подій та образів, що власне, й сприяє можливості розуміння та осмислення його ролі в цьому процесі. Водночас, символ як висхідна точка занурення у несвідому стихію, вказує на присутність в цьому світі ще й чогось невідомого» [129, с. 9].

Контекст сучасного медійного дискурсу представлений етнічно маркованим концептом «**зброя**», який можна назвати символічною домінантою української культури. У словнику-довіднику В. Жайворонка «Знаки української

етнокультури» зафіксована етнокультурема «зброя» як «знаряддя для нападу та оборони» [77, с. 239].

В українській етнічній культурі символ-знак «зброя» виходить із первинного образу – архетипу і трансформується в новинних медіатекстах, у яких висвітлюються воєнні дії на Сході України, в образ, що символізує війну, ворожий напад, агресію, смерть: *«Українські позиції поблизу Новолуганського противник тричі накривав мінометним вогнем, випустивши дев'ять мін калібру 82 міліметри, а також обстрілював їх з гранатометів, великокаліберних кулеметів і стрілецької зброї»* (ДТ, 24 грудня 2019).

Архетипні символи озброєння орієнтують інтерпретатора на множинність тлумачень, що зумовлена принциповою незавершеністю процесу освоєння цього символу, яка складає спосіб його буття: *«Зранку російські збройні формування тричі обстріляли захисників Авдіївки, випустивши 12 мін 120-го калібру та 9 мін з 82 мм мінометів, а також вели вогонь з гранатометів різних систем, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї»* (УНІАН, 25 квітня 2020). *«Також майже з 10 вечора і до півночі "Гради" накривали опорні пункти сил АТО в Пісках, Красногорівці, Березовому і Верхньоторецькому»* (ФБ, 17 серпня 2015); *«З боку Спартака ворог випустив 4 міни калібру 82 мм, вів вогонь зі станкових і ручних протитанкових гранатометів та кулеметів великого калібру. Також ворог застосував станковий протитанковий гранатомет з напрямку окупованого Каштанового»* (УНІАН, 2 квітня 2020).

Синонімічні ряди у структурі архетипного символу зброї складаються з постійних атрибутів. Одне і те ж поняття з певним відтінком у значенні позначають прикметники *великокаліберні, протитанкові, стрілецька, мінометний*, поєднуючись із іменниками *кулемети, гранатомети, зброя, вогонь* і становлять сталу парадигму *великокаліберні кулемети, протитанкові гранатомети, стрілецька зброя, мінометний обстріл* тощо.

Доречним є твердження Н. Слухай, що «специфіка предметних архетипів, впливовість яких відповідна мірі архаїчності, й етнічна своєрідність окремих сфер міфопоетичної мови обумовлюються певними світоглядними константами

етносу, що функціонують як категоріальні архетипи у світі міфопоетичного універсуму» [213, с. 104]. На думку вченої, саме категоріальні архетипи, які авторка розглядає як «семантико-функціональний інваріант системи взаємопов'язаних предметних архетипів» [213, с. 104], здатні виступати маркерами етнічної картини світу.

Дещо іншу думку постулює С. Маленко: «Але символи є насамперед безпредметними феноменами свідомості і ніякий аналіз не зможе привести до вичленування в них матеріальних об'єктів. Вони відображають власне “удаване ментальне”, уявне, несвідоме життя людини та соціуму. За допомогою символу стає можливим встановлення стосунків між несумісними сторонами свідомості, що й зумовлює залежність його образних особливостей від ступеня розвитку індивідуальної свідомості, що й зумовило певну аномальність та парадоксальність її оцінок символу» [129, с. 9].

Можемо констатувати, що архетипний символ «зброя» використовується в сучасному новинному медіатексті із таким же семантичним маркуванням, як і в українській етнічній культурі. Він спроектований на першооснови буття як на національному, так і на загальнолюдському рівнях, уможливорює декодування образу зброї, усвідомлення його внутрішньої невидимої сутності.

Частина слів-символів розвинулася на ґрунті власне мовного матеріалу, у тому числі сформована й зафіксована безпосередньо в умовах певного словесного оточення, у результаті повторюваності окремих вербальних поєднань, порядку їх вияву, отже, має порівняно обмежене контекстне вживання.

В українській ментальності закріплений образ кулемета, який активно використовується в українських козацьких піснях. У новинному медіадискурсі він набуває таких же конотацій (зброя, яка використовується під час воєнних дій), однак у свідомості українців формується образ ворожої зброї, яка несе смерть, загибель, руйнацію: *«У неділю в зоні проведення АТО зафіксовано 19 обстрілів з боку бойовиків на Донецькому напрямку, один український військовий загинув»* (УП, 25 березня 2018); *«Під час ворожих обстрілів загинув один український військовослужбовець, ще двоє зазнали поранення. Один воїн*

зі складу Об'єднаних сил *отримав мінно-вибухову травму, підірвавшись на міні російського виробництва*» (УНІАН, 1 квітня 2020).

Словесний символ, зароджений у рамках етнокультурного контексту, як наслідок узагальнення, розширення значення слова до образу, перетворення його в образ-ідею, має розгалужені зв'язки, що виводять такий символ за межі конкретних мовних ситуацій, у систему образного світосприймання і тим самим у предметний світ, в оточення, властиве даному соціуму.

Архетип зброї у новинному медіатексті есплікується через символ, відновлюючи первісне уявлення про світ. Він маніфестує зв'язок символу з давньою моделлю світу, спроектований як у минуле, так і в майбутнє.

Доречним є твердження С. Маленка, що доступність символу індивідуальній свідомості зумовлюється посередництвом образу як його первинної матерії, що відображається у знакових та сенсових відношеннях, які забезпечують процес концептуалізації символу та відтворення індивідом при посередництві знакових систем, втілених у певних соціальних конвенціях, означеного світу. Проте, надання фіксованих значень символам, без урахування історичного контексту, є, безумовно, помилковим, оскільки їх "речність" є ілюзією або проекцією свідомості [129, с. 11].

Найвиразніше архетипи постають у національних культурах, які втілюють долю та історичний досвід народів, у процесі формування духовності пращурів українського етносу архетипи суттєво вплинули на становлення внутрішнього світу особи, формування суб'єктивного начала: формування первинних соціальних структур, регулювання соціальних відносин унаслідок надання образу «культурного героя»; формування найдавніших світоглядних уявлень.

Ядром вербальної парадигми символу може бути образ, який не має «архетипних» коренів. Превалювання тих чи тих образів залежить від особливостей світосприйняття читача. Символічний образ залежно від контексту може набувати нової семантики, зокрема парадигмальне словосполучення «збройні формування» символізує ворога, війну, бойові агресивні дії: «На маріупольському напрямку *незаконні збройні формування відкривали вогонь із*

гранатометів і стрілецької зброї по Водяному та Широкиному» (Обозр., 16 червня 2018); «За даними штабу Об'єднаних сил збройні формування Російської Федерації з початку 2020 року 93 рази порушували режим припинення вогню із застосуванням забороненого Мінськими домовленостями озброєння, випустивши при цьому 1087 боєприпасів» (УІ, 4 лютого 2020).

Атрибутив *незаконні* формує у свідомості читача уявлення про порушення суспільних норм, а словосполуча *Російська Федерація* вказує на приналежність ворога до країни-агресора. Також ці структурні одиниці у новинних медіатекстах розширюють змістові межі архетипного символу зброї і виступають його символічними конотаціями.

Контекст новинного медійного простору свідчить, що зовнішні чинники можуть сприяти як забуттю символу, так і його перезавантаженню, трансформації, відродженню під впливом, наприклад, загрози, яку простежуємо в медіатекстах при висвітленні воєнних дій на Сході України. Прикладом майже забутого архетипного предметного символу є народнопісенний образ зброї.

Погоджуємось із думкою В. Бураяка, що «Інформаційне “емоціювання” якраз і є первинною здатністю архетипу впливати на свідомість без елементів аналітизму на рівні чіткої безсумнівності (безосмисленності) сприйняття. За К. Юнгом, архетипи є сформованим підсумком величезного типового досвіду безкількісного ряду предків. Це, так би мовити, психологічний залишок числених переживань одного й того ж типу, що представляють єдиний образ психологічного життя (спільне етнічно-свідомісне інформаційне поле сприйняття). Оскільки за К. Г. Юнгом архетипи не входять до свідомості, то вони завжди поєднуються з якимись представниками досвіду у свідомісній обробці на рівні індивідуальної інтерпретації (особистість) і суспільної свідомості (суспільство). З приводу останнього рівня, то маємо на увазі вироблення типовоархетипного рівня для всієї нації (менталітетний архетипний зріз інформації) [27, с. 98].

Інша справа – на якому рівні інформаційного «емоціювання» до нас доходить ця інформація.

Як зазначав В. Шинкарук, «вузлові категорії світогляду»: людина і світ, буття і небуття, простір і час, життя і смерть, свобода і необхідність та інші, які традиційно вважаються філософськими, наявні в людській свідомості й із самого початку вони є категоріями культури й історично наявні вже в міфологічній свідомості первісного родового суспільства.

Культура несе в собі таємну мову семантичних полів. Міфологія культури – система особливих семантичних шифрів, знання яких засвідчує належність до певного роду-народу. Адже, виникаючи в лоні міфу, архаїчні образи світовідчуття, архетипи людської свідомості постійно з'являються в історії людського мислення. Завдяки цьому кожен крок вперед завжди пов'язаний з опорою на досвід минулого, актуалізацією нереалізованого.

Погоджуємось із твердженням, що етнос створює символічні образи, спрямовані на пізнання архетипічної сутності, яку декодують лише за допомогою таких образів, що мають прихований сенс і потребують відповідного потрактування. Колективне, успадковане від предків може трансформуватися, збагачуватися індивідуальним досвідом.

Етнокультурні архетипи набувають символічного забарвлення, тобто свідомістю давньої людини символізується все, що її оточує, оскільки «весь космос являє собою потенційний символ» [275, с. 298].

Отже, національна ментальність та її архетипи формуються в суспільному співжитті етносу, чітко не усвідомлюючись, у результаті засвоєння його культури і, у свою чергу, зворотно впливають на всі сфери життєдіяльності народу та на розвиток його культури. Усвідомлюючись, вони отримують світоглядно-філософське осмислення, що становить стрижень національної культури, її специфіку і впливає на життєдіяльність народу, його суспільне життя. Функціонування архетипів є закріпленням ідеальних моделей поведінки, ритуалів, дій, образів, які сприяли формуванню категорій мислення, утриманню реальності. Вони стали ретранслятором людського досвіду та здобутків цивілізації за відсутності надійних матеріальних носіїв інформації.

Рівночасно архетипові форми міфологічного минулого є і ціннісно-ієрархічними формами, і позбавленими релятивності формоутвореннями. Архетип утілює дійсність у процесі, зміні. Він є потенційно досягненим у діалектично відкритому просторово-часовому континуумі майбутнього. Як позачасовий механізм передавання духовних надбань архетип утримує визначеність, доки деструктивні сили не спричиняють його дезактуалізацію. Із часом структурні складники архетипу перегруповуються, трансформуються в інші архетипи або до певного часу зникають, а за певних умов знову виринають на рівні індивідуальної та суспільної свідомості. Пророча заданість архетипових форм покликана задавати смисл майбутніх часів, а не жорстко визначати майбутні факти. Тому будь-які передбачення мають тлумачити смисл розвитку, а не лише його фактичне наповнення. Потрапляючи на історичний ґрунт, архетип наповнюється змістом відповідно до соціально-культурного оточення. Через архетип можна висловити безкінечне чи остаточне, надати йому буття у формі кінцевого, конкретного образу. Водночас архетип не локалізований у реальному історичному процесі, а утримує в собі всю повноту часів.

Архетипи, які утворюють периферію лінгвістичних символів, містять в собі практично усі основні опозиції, характерні для давньої слов'янської моделі світу.

Генетично символ стає актом первинного усвідомлення культурою самої себе: конституюванням соціокультурного буття людини в його відділенні від природного. У символіці знаходить втілення первинне схоплювання людиною кордону природного і культурного: символ формується на «вістрі» переживання конфліктності природного, біологічного, індивідуального – і соціокультурного, особистісного, що визначає значимість символічного в плані усвідомлення людської екзистенції. Ця обставина пояснює той факт, що інтерес до символу в сфері теоретичної рефлексії, як і необхідність процесів символізації і наявності символіки, особливо очевидна в ситуаціях особистого або загальнонаціонального вибору – тобто в культурах перехідного типу.

Висновки до розділу 4

У системі сучасного українського медіадискурсу ментальні утворення формують цілісне уявлення про етнічний досвід українського народу, його історію, спосіб життя, який відтворюється за допомогою етнічного компонента.

З'ясовано, що феномен розуміння символічної природи мови пов'язаний із проникненням у багатомірність духовного світу, що іманентно виявляється в модальностях архетипу, світобачення. Будь-яка людина наділена інстинктами й запасом архетипних образів, які їх відображають. Шляхом асоціативних зв'язків відбувається перехід від денотата до сигніфіката в етнічній та індивідуальній свідомості, а далі – до символу, що містить архетипні уявлення етносу, що закорінюються в його культурі й постають її показниками – знаками.

Символи – це архетипні уявлення, результат спільної роботи свідомості і колективного несвідомого. Система етнічних символів є системою кодування національного характеру та уявлень етносу про себе та світ. Культурні архетипи є своєрідними когнітивними зразками, на які орієнтується індивідуальна поведінка і в яких в скороченій формі зберігається родовий досвід. Чинниками формування соціокультурного досвіду є обраний тип життєустрою та географічне розташування.

Трансформація етнокультурних і власне національних архетипних символів у масмедійний текст та навпаки відбувається шляхом низки семантичних і прагматичних змін їхніх значень, зумовлених особливостями тієї чи тієї етнокультури. Такі трансформаційні процеси уможливають осмислення символіки як мовносеміотичного явища, зокрема, етносимволіки як лінгвософської категорії вивчення етнокультурних аспектів мовних одиниць.

Архетип, попри трансформацію, під впливом часу й обставин, історичних і культурних умов, має константу – те змістове ядро, що є в ньому поза всіма зовнішніми чинниками. Символ закріплено у свідомості людини завдяки несвідомому впливу архетипу. Взаємодія образу, знака та символу дозволяє виділити сенс, у якому втілена неактуалізована багатоваріантність архетипу.

Найдавніші символи як маркери первісних уявлень про довкілля й статус людини в ньому вважаємо архетипними. Вони є продуктивними для сучасного медіатексту, оскільки викликають довіру у споживача інформації до новини, апелюючи до підсвідомості, до фонових знань, якісного інформаційного контексту.

У сучасних медіатекстах архетипний символ ґрунтується передусім на живому спогляданні дійсності, щодо якої стає специфічним її відображенням.

Формами вираження архетипу, що має вияв через символ є метафоризація й метонімізація; міфічна модель та ідея, які наділяють архетипний символ амбівалентністю.

Компоненти-символи наділяють сучасний новинний медіатекст етнічною маркованістю. Вони семантизують поняття, спільні для значної частини людства, набувають властивих їм рис через подібність природи, психіки людини, хоча й зорієнтовані на певну спільноту. На підставі виявлення семантичного наповнення архетипних символів у новинному медіатексті з'ясовано, що експліковані значення створюють єдиний змістовий символістський континуум – безперервну експлікацію традиційних та авторських значень від одного символу до іншого.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження досягнуто поставлену мету, одержані результати надають змогу сформулювати такі висновки:

1. Теоретико-методологічне підґрунтя вивчення символу як ключового поняття дослідження передбачало звернення до таких суміжних до соціальних комунікацій галузей, як філософії, психології, когнітології, лінгвістики, лінгвокультурології, літературознавства та семіотики. Залежно від ролі, яку відіграє символ у певній галузі, виділяють такі його типи: універсальні, колективні, індивідуальні, специфічні, випадкові, первісні, архетипні, міфологічні, релігійні, національні, психологічні, соціальні, етнічні, художні, словесні (з їх різновидами), політичні, правові, державні, референтні (референційні), конденсаційні, наукові, філософські, художні, ідеологічні, спонукальні, базові, стереотипні, традиційні, предметні, непередметні, метафоричні, метонімічні, конвенційні, морально-етичні, теософські, емоційні, пізнавальні, ціннісні, культурні, мотиваційні, прості, складні, природні й культурні. Також встановлено, що символу притаманні такі функції, як гносеологічна, комунікативна, магічна, пізнавальна, функція соціалізації, адаптивно-регулятивна, ідентифікаційно-інтегративна, інформаційно-комунікативна, репрезентативна, текстотвірна, комунікативно-прагматична та когнітивна, основною з яких є репрезентативна.

У соціальних комунікаціях, зокрема в новинних медіатекстах, символи виконують функції передавання інформації, контролю і спрямовування поведінки, а також функцію соціальної мобілізації.

2. Розглянуто символ як специфічну нероздільну цілісність, що має внутрішню визначеність, наповнену специфічним змістом, і потенційну нескінченність смислових перспектив, та семантичну категорію, яка за допомогою зовнішнього виразу у вигляді маркованих мовних одиниць як знаків певної реальності фіксує й концентровано дає образне уявлення щодо певного соціокультурного сенсу явищ і процесів, є потужною та незамінною категорією

культури, елементом повсякденного спілкування й ефективним інструментом комунікаційної взаємодії в масмедійному просторі та соціокультурному середовищі, впливає на формування уявлення про сутність трансльованого сенсу, модифікується в суміжних категоріях, утім зовсім не відкриває прихованої істини, глибинної ідеї.

Символ, як і архетип, виникає й відтворюється несвідомо, але причини виникнення архетипу більш глибинні, бо він пов'язаний із міфом, ритуалом, табу. Архетип – спільний для груп людей і всього людства та дає змогу пояснити символи. Він спроектований і в минуле, і в майбутнє, рухаючись у просторі й часі, а символ може втрачати свою актуальність залежно від історичних умов. На певному національному ґрунті архетипний символ модифікується. Архетипна символіка, у своєму вербалізованому і структурно-смісловому ракурсах, пов'язана з колективним несвідомим, що при усій універсалізації несе індивідуалізоване навантаження.

3. Визначення місця символу, архетипу в системі таких суміжних категорій, як концепт, масмедійний концепт, образ, знак, код (соціокод), стереотип, міф (міфологема), дало змогу не лише встановити подібності та відмінності їх сутності, змісту, функцій, механізмів формування, а й з'ясувати сутнісні відмінності архетипної символіки для здійснення концептуалізації набору її ознак. Символ виступає докомунікативним утворенням із притаманними йому властивостями: є континуально-цілісним, амбівалентним смисловим цілим, невід'ємним від структури образу; є виявом образного мислення; не існує як певна раціональна формула; пов'язаний із наданням предметам, явищам, діям певної ознаки; створює контексти, а не визначається ними; може бути описаний за допомогою різних кодів; його смисл відрізняється невичерпною багатозначністю свого змісту і його не можна дешифрувати простим зусиллям розуму; не має адресанта й адресата; основною функцією є заміщення реалії. Архетипи є основою для зв'язку людей поза актами мовленнєво-знакової взаємодії та спільним кодом, що єднає комунікантів, забезпечують кодування/декодування повідомлень, умовою ефективною

комунікації, дозволяють долучитися індивідам до надбань колективного досвіду й прийняти загальнокультурне як власне екзистенційно важливе переживання. Наголошено, що завдяки виявленню та вивченню образних архетипів можна пізнати структуру пластів пам'яті народної свідомості, домінанти ментальності народу як елементи кодової знакової системи, що передається від покоління до покоління.

4. Архетипні символи є продуктивними для сучасного медіатексту, оскільки викликають довіру до інформаційного продукту, апелюючи до підсвідомості, якісного інформаційного контексту й передусім ґрунтуються на живому спогляданні дійсності, яку специфічно відображають.

У сучасних новинних медіатекстах при висвітленні подій на Сході України архетипні образи-символи використовують не на рівні колективного позасвідомого, а як усвідомлене втілення імплікаційних ознак архетипу у творенні текстового конструкту. Вдале поєднання емоційного фону зображуваних подій з експресією символічних образів Донбасу, війни, ворога, зброї тощо створює сукупність особистих переживань читача, що наділяє журналістський твір додатковою переконливістю і силою впливу.

В архетипних символах віддзеркалюється позамовна дійсність та етнокультурна рецепція світу. Доведено, що експліцитного вираження в медійному просторі архетипний символ набуває через розширення, окремішність, трансформацію та модифікацію спочатку архетипної схеми, а потім прообразної концептуальної схеми шляхом різних лінгвокогнітивних операцій і методологій, які формують множинність вербальних народнопоетичних образів. Здатність утворювати своєрідну модель, типологічна повторюваність, відтворюваність прообразу є основними ознаками архетипного символу в медіатексті.

У масмедійних новинних текстах про воєнні дії на Сході України із застосуванням полісемічності та поліфункційності визначено сучасні архетипні образи-символи, що формують уявлення агентів соціально-комунікативної взаємодії щодо сутності соціокультурного сенсу сучасних процесів у країні:

Донбас, вогонь, зброя, захисник (побратим, український воїн), ворог (окупант, агресор, противник, нападник, сепаратист), перемир'я, тиша тощо.

5. Архетипні символи в сучасному медіатексті передають значення, спільні для значної частини людства, набувають властивих їм рис через подібність природи, психіки людини, хоча й зорієнтовані на певну спільноту. На підставі виявлення семантичного наповнення архетипних символів у новинному медіатексті з'ясовано, що експліковані значення створюють єдиний змістовий символістський континуум – безперервну експлікацію традиційних та авторських значень від одного символу до іншого.

Архетип колективного несвідомого варто розглядати як відкриту самоорганізовану систему, що визначає, задає спектр можливих етнокультурних сенсів і варіанти їх інтерпретації на рівні як окремого індивіда, так і суспільства загалом. Саме це повинно бути підставою для надання будь-якому феномену статусу архетипу;

Перспективи дослідження передбачають аналіз архетипних образів-символів у словесній та позамовній (паравербальній, семіотичній, візуальній, кінетичній) площинах сучасного інформаційного простору з метою визначення національної масмедійної картини світу українського етносу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аверінцев С. Софія-Логос : словник. Київ : Дух і літера, 2006. 636 с.
2. Агеєва В. О. Архетип та його витлумачення від К. Г. Юнга-психоаналітика до лінгвокогнітивної сучасності. *Сучасні дослідження з іноземної філології* : зб. наук. пр. / відп. ред. М. П. Фабіан. Ужгород : ПП «Аутдор-Шарк», 2013. С. 18–26.
3. Агеєва В. О. Архетипна і стереотипна символіка вогню в англійській та українській мовах : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.17. Київ, 2014. 22 с.
4. Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / за ред. М.Зубрицької. Львів : Літопис, 1996. 663 с.
5. Арутюнова Н. Д. Образ, метафора, символ в контексте життя і культури. *Res Philologica: Филологические исследования памяти академика Георгия Владимировича Степанова* / отв. ред. Д. С. Лихачёв. Москва – Ленинград : Наука, 1990. С.71–88.
6. Арутюнова Н. Д. От образа к знаку. *Мышление, когнитивные науки, искусственный интеллект*. Москва : Наука, 1988. С. 147-162.
7. Аршинов В.И., Буданов В.Г. Когнитивные основания синергетики. *Синергетическая парадигма. Нелинейное мышление в науке и искусстве*. Москва : Прогресс-Традиция, 2002. С. 67-108.
8. Бабушкин А. П. Концепты разных типов в лексике и фразеологии и методика их выявления. *Методологические проблемы когнитивной лингвистики* / под ред. И. А. Стернина. Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2001. С. 52–57.
9. Барилова Г.К., Глуховцева К.Д. Українська етнолінгвістика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2011. 228 с.
10. Баронин А. С. Этническая психология. Киев : Тандем, 2000. 264 с.
11. Барт Р. Избранные работы Семиотика Поэтика / пер. с фр. Д. А. Силичева ; сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. Москва : Прогресс, 1989. 616 с.

12. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. 2-е изд. Москва : Искусство, 1986. 445 с.
13. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики. Київ : ВЦ «Академія», 2004. 344 с.
14. Белова О. В. Этнокультурные стереотипы в славянской народной традиции. Москва : ИНДРИК, 2005. 288 с.
15. Белый А. Символизм как миропонимание. Москва : Республика, 1994. 528 с.
16. Бенвенист Э. Общая лингвистика. Москва : Прогресс, 1974. 483 с.
17. Бессараб А. О., Зоська Я. В. Сучасна політична література в інформаційному просторі України. *Держава та регіони. Сер. Гуманіт. науки*, 2012. Вип. 3. С. 119-123.
18. Белєхова Л. І. Архетип, архетипний смисл, архетипний образ у лінгвокогнітивному висвітленні (на матеріалі віршованих текстів американської поезії). *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки». Мовознавство*. № 3, 2015. URL: http://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-pomerov/2015/NV_2015_3/3.pdf [дата звернення 18.06.2017]
19. Белєхова Л. І. Образний простір американської поезії: лінгвокогнітивний аспект : дис. ... докт. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2002. 476 с.
20. Белєхова Л. І. Словесний поетичний образ в історико-типологічній перспективі: лінгвокогнітивний аспект (на матеріалі американської поезії). Херсон : Айлант, 2002. 368 с.
21. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. Москва : Добросвет, 2000. 387 с.
22. Бодрийяр Ж. Система вещей / пер. с фр. С. Зенкина. Москва : Рудомино, 1995. 168 с.
23. Бойко Н.І. Українська експресивна лексика: семантичний, лексикографічний і функціональний аспекти : монографія. Ніжин : Аспект-Поліграф, 2005. 552 с.

24. Бойко Н.І., Кайдаш А.М. Міфологеми в українському романтичному просторі : монографія. Ніжин: Видавництво НДУ ім. М. Гоголя, 2010. 155 с.
25. Бондаренко Ю. Словесні символи-архетипи в поетичній творчості Юрія Іздрика: лінгвостилістичний вимір. *Рідний край*, 2014. № 2. С. 126–129.
26. Буряк В. Д. Поетика інформаційно-художньої свідомості: еволюція форм і методів вираження інформації (факту) в контексті інтелектуалізації творчої свідомості : монографія. Дніпропетровськ : Вид-во Дніпропетров. ун-ту, 2001. 392 с.
27. Буряк В. Д. Архетипно-інтелектуальний феномен національної свідомості ідентифікації і публіцистичне мислення. *Вісник Львівського університету. Серія журналістики*, 2004. Вип. 25. С. 97-111.
28. Буряк В. Д. Сучасний термінологічний дискурс теорії публіцистики як інтелектуальний фактор. *Вісник ЛНПУ*, 2008. № 3. С. 5-13.
29. Буряк В. Д. Філософські та концептуальні основи інформаційно-художньої свідомості : навч. посіб. Дніпропетровськ : РВВ ДНУ, 2000. 60 с.
30. Буряк В. Д. Фольклорне мислення як система інформаційного відображення : еволюція теоретичного осмислення (Форми і методи вираження інформації у творчій свідомості етносу) : автореф. дис. ... докт. філол. наук 10.01.07; 10.01.08. Київ, 2003. 30 с.
31. Бутиріна М. В. До питання застосування архетипів у комунікаційній практиці. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації»*. 2013. Т. 21, Вип. 13. С. 13–17.
32. Бутиріна М. В. Масова комунікація як об'єкт медіапсихологічних досліджень. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, 2014. Випуск 39.
33. Бутиріна М. В. Символ як інструмент прикладних соціально-комунікаційних технологій. *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского Серія «Филология. Социальные коммуникации»*, 2011. Т. 24 (63). № 4. Ч. 1. С. 396-401.

34. Бутиріна М. В. Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у медіасередовищі : монографія. Дніпропетровськ : Видавництво «Слово», 2009. 368 с.

35. Бутиріна М. В. Експлікації медіаконцепту «національна ідентичність» у дискурсі якісних видань. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації»*, 2017. Вип. 17. С. 6–11.

36. Варех Н. В. Бінарна опозиція свій/чужий у дискурсі британської преси: комунікаційні аспекти. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*, 2015. Вип. 40. С. 182–186.

37. Василик Л. Є. Концептуальність як метод інтелектуального аналізу публіцистичних текстів. *Українське журналістикознавство*, 2013. Вип. 14. С. 5–8.

38. Васильєва Т. В. Символ человека у Платона и платоническая любовь. *Античная культура и современная наука*. Москва : Наука, 1985. С. 27–31.

39. Веденова Е. Г. Архетипы коллективного бессознательного. Синергетическая парадигма. *Нелинейное мышление в науке и искусстве*. Москва : Прогресс-Традиция, 2002. С. 263–273.

40. Ветров А.А. Лингвистика, логика, семиотика. *Вопросы философии*. 1967. № 12. С.71–81.

41. Войтович В.М. Українська міфологія. Енциклопедія народних вірувань. Київ : ФОб Стебеляк, 2014. 688 с.

42. Воркачев С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании. *НДВШ. Филол. науки*, 2001. № 1. С. 64–72.

43. Воронцова Н. Г. Функціональна парадигма комунікативних стратегій реципієнта-аутсайдера. *Мовні і концептуальні картини світу* : зб. наук. праць. Київ, 2004. № 10. С. 67–79.

44. Гадамер Х. Г. Диалектическая этика Платона. Феноменологическая интерпретация «Филеба». Санкт-Петербург : СПб философское общество, 2000. 256 с.

45. Гармаш Л. В. Символ и миф в интерпретации Андрея Белого. URL: <http://lgarmash.narod.ru/SymbolMyth2001.doc> [дата звернення 06.11.2020]
46. Гатальська С. М. Філософія культури : підруч. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Либідь, 2005. 328 с.
47. Гегель Г. Символическая – Классическая – Романтическая формы искусства. Эстетика : в 4 т. Т. 2. Москва : Искусство, 1973. 328 с.
48. Гегель Г. В. Ф. Эстетика в 4-х т. Т.2. Лекции по эстетике. Ч.2. Развитие идеала в особенные формы прекрасного в искусстве. Москва : Искусство, 1969. 326 с.
49. Гегель Г.В.Ф. Энциклопедия философских наук. Т. 3. Философия духа / отв. ред. Е. П. Ситковский ; ред. Коллегия : Б. М. Кедров и др. Москва : Мысль, 1977. 471 с.
50. Гете И. В. Избранные философские произведения. Москва : Наука, 1964. 520 с.
51. Гнатюк Г. І. Семантична характеристика архетипних слів-символів у поезії Лесі Українки. Мова і культура: у 10 т. Вип. 6. Т. III : Лінгвокультурологічна інтерпретація тексту. Ч. 2. Київ, 2003. С.174-182.
52. Голан А. Миф и символ. Москва : Русслит, 1993. 376 с.
53. Гонтар М. О. Українська терміносистема журналістики: формування, структурна організація та функціонування : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2011. 21 с.
54. Гонтар М. Родо-видові відношення в терміносистемі журналістики. *Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Серія «Проблеми української термінології»*, 2010. № 675. С. 83–86.
55. Гордійчук О. О. Архетипи української ментальності: соціально-філософський аналіз. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Серія «Філософські науки»*. 2018. Вип. 1 (84). С. 15–19.
56. Горчак Т. Ю. Архетипні словесні образи-символи в американській поезії ХХ століття: лінгвокогнітивний аспект. URL:

<http://book.net/index.php?p=achapter&bid=10503&chapter=1> [дата звернення 12.09.2020]

57. Горчак Т. Ю. Словесний образ-символ в американській поезії ХХ століття: когнітивно-семіотичний аспект: дис. ... канд. філологічних наук: 10.02.04. Київ, 2009. 210 с.

58. Грицюта Н. М. Архетипи в соціальних комунікаціях. Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/> [дата звернення 23.07.2020]

59. Гумбольдт В. Язык и философия культуры. Москва : Прогресс, 1985. 452 с.

60. Гуссерль Э. Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии. *Язык и интеллект*. Москва : Прогресс, 1995 С. 14-96.

61. Гуссерль Э. Феноменология внутреннего сознания времени. Собрание сочинений. Т. I. Феноменология внутреннего сознания времени. Москва : Логос, Гнозис, 1994. 162 с.

62. Дейк Т. А. ван. Стратегии понимания связного текста. Новое в зарубежной лингвистике. Когнитивные аспекты языка / сост., ред., вступ. ст. В. В. Петрова и В. И. Герасимова. Москва : Прогресс, 1988. Вып. XXIII. С. 152-211.

63. Демченко С. В. Соціально-комунікаційні аспекти політичної міфотворчості. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 2012 р. № 3 (11). С.15–18.

64. Дмитренко М. Символи українського фольклору : монографія. Київ : УЦКД, 2011. 400 с.

65. Дмитренко М. К. Символ. Символіка. Фольклор. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/12009/1/Dmytrenko.pdf> [дата звернення 05.08.2019]

66. Дмитренко М., Іванникова Л., Лозко Г. та ін. Українські символи / за ред. М. К. Дмитренка. Київ : Народознавство, 1994. 140 с.

67. Донченко О. Архетиповий менеджмент : монографія. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2012. 264 с.

68. Донченко О. Архетипи – спільне в нашому житті (розпізнавання архетипів як шлях до унікальності). *Психологія особистості*, 2011. № 1 (2). С. 170–181.
69. Донченко О., Романенко Ю. Архетипи соціального життя і політика : Глибинні регулятиви психополітичного повсякдення : монографія. Київ : Либідь, 2001. 334 с.
70. Дудченко Л. М. Ділова преса України : монографія. Суми : СумДУ, 2019. 154 с.
71. Дяченко Л. М. Фольклорна символіка як засіб відображення національного світобачення. *Мовознавство*, 1997. №2-3. С. 67-71.
72. Енциклопедія етнокультурознавства. Понятійно-термінологічний інструментарій, концептуальні підходи. / уклад. Ю. І. Римаренко, В. Г. Чернець, Ю. С. Шемшученко та ін. Ч. 2, кн. 1 : Культура і мистецтво в етнонаціональному вимірі. Київ : [б.в.], 2001. 458 с.
73. Ерофеева И. Архетип в медиатексе: возможности и особенности воспроизведения. *Вестник Читинского государственного университета*, 2009. № 2 (53). С. 150–154.
74. Євтушенко І. Роль архетипної символіки у вираженні інтимних почуттів суб'єкта до близьких йому людей (на основі дослідження міфів, казок та психомалюнків) : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07. Черкаси, 2004. 371 с.
75. Єрмоленко С. Я. Мова і українознавчий світогляд : монографія. Київ : НДІУ, 2007. 444 с.
76. Жайворонок В. В. Українська етнолінгвістика: нариси : навч. посіб. Київ : Довіра, 2007. 262 с.
77. Жайворонок В.В. Знаки української етнокультури : словник-довідник. Київ : Довіра, 2006. 703 с.
78. Жалба І. О. Архетип як метод створення ефективної та успішної реклами. URL: ua-marketing.com.ua.

79. Желязкова В. Символічні знаки крізь призму експресивності мовлення: від теорії до практичної реалізації. *Studia methodologica*, No 41, Ternopil', 2015. Р. 23-28.
80. Заболотська О. Символи явищ природи у творах різних жанрів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»* Випуск ІХ. Херсон : Видавництво ХДУ, 2009. С. 150– 56.
81. Загайська Д. Філософсько-естетичне розуміння символу в європейській культурі класичного періоду. *Вісник Львівської національної академії мистецтв. Серія: Культурологія*, 2016. Вип. 29. С. 27-36.
82. Зборовська Н. Психологія і літературознавство. Київ : Академвидав, 2003. 181 с.
83. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад (на матеріалі англійських перекладів української прози) : монографія. Львів : Вид-во при ЛНУ, 1989. 216 с.
84. Кант І. Критика способности суждения. Сочинения : в 6 т. Т. 5. Москва : Мысль, 1966. С. 161-557.
85. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Москва : Гнозис, 2004. 390 с.
86. Кассирер Э. Феноменология познания. Философия символических форм. Москва ; Санкт-Петербург : Университет. книга, 2002. 568 с.
87. Квіт С. Масові комунікації : підручник. Київ : Вид. Дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 345 с.
88. Клименко Т. Є. Образно-художній смисл архетипної символіки. *Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки*, 2012. Вип. 61. С.225–228.
89. Коваленко Е. М. Концепт «символ» в философии культуры А. Ф. Лосева. *Гуманитарные и социальные науки*, 2008. № 2. С. 16–20.
90. Когут О. В. Архетипні сюжети й образи в сучасній українській драматургії (1997–2007 рр.). Рівне : НУВГП, 2010. 440 с.

91. Козак С. В. Фреймові стратегії літературно-художнього дискурсу. *Проблеми семантики слова, речення та тексту* : зб. наук. праць. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2003. Вип. 9. С. 147–154.
92. Козлов А. С. Архетип. Западное литературоведение XX века : энциклопедия / отв. ред. А. Е. Махов. Москва : Intrada, 2004. С. 37.
93. Колесов В. В. Русская ментальность в языке и тексте. Санкт-Петербург : Петербургское востоковедение, 2007. 640 с. URL: <https://e-libra.ru/read/502185-russkaya-mental-nost-v-yazyke-i-tekste.html#> [дата звернення 10.10.2019]
94. Комар О. Етнокультурна символіка національно-маркованих мовних одиниць. URL: <http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/bitstream/6789/1188/1/> [дата звернення 19.07.2020]
95. Кондрико А. А. Соціокодова система українських мас-медіа. Запоріжжя : ООО НПК «Інтер-м», 2015. 235 с.
96. Кононенко В. І. Символи української мови. 2-ге вид., доповн. і перероб. Київ; Івано-Франківськ : Вид-во Прикарпат. нац. ун-ту ім. В. Стефаника, 2013. 440 с.
97. Кононенко В. Концепти українського дискурсу : монографія. Київ; Івано-Франківськ : Плай, 2004. 247 с.
98. Кононенко В. Українство в словесній символіці. *Мовознавство* : тези та повідомлення III Міжнародного конгресу українців. Харків : Око, 1996. С. 229–231.
99. Кононенко В.І. Словесні символи в семантичній структурі фраземи. *Мовознавство*. 1991. №. 6. С. 30-36.
100. Костенко Н.В. Ценности и символы в массовой коммуникации. Киев : Наукова думка, 1993. 132 с.
101. Костомаров М. І. Слов'янська міфологія. Київ : Либідь, 1994. 384 с.
102. Костюк І. Міфологема: історія поняття в науковому дискурсі. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. Львів, 2011. Вип. 22. С. 405-416.
103. Костюшкина Г. М. Концептуальная систематика языка, речи и речевой деятельности как объект лингвистики. *Концептуальный анализ языка*.

Современные направления исследования. Москва : РАН. Институт языкознания, 2007. С. 119-129.

104. Косюк О. М. Продукция электронных масс-медиа и миф : попытка идентификации. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия : Филология. Социальные коммуникации*, 2009. Т. 22 (61). № 4 (ч. I). С. 154-157.

105. Кочерган М. П. Загальне мовознавство : підручник. Київ : Академія, 1999. 288 с.

106. Кравчук М. А. Роль та місце політичної символіки у державотворчих процесах. URL: <http://zavantag.com/docs/483/index-11920-1.html?page=6>. [дата звернення 08.06.2020]

107. Кримський С. Архетипи української культури. *Вісник НАН України*. 1998. № 7–8. С. 74–87.

108. Кулагина Н. В. Символ как средство мировосприятия и миропонимания: дис. ... канд. филос. наук : 09.00.08. МГУ. Москва, 2003. URL: <https://www.dissercat.com/content/simvol-kak-sredstvo-mirovospriyatiya-i-miroponimaniya> [дата звернення 27.03.2020]

109. Кулагіна Н. В. Символ і символічна свідомість. *Культурно-історична психологія*. 2006. № 1. С. 3-10.

110. Л.Щ. Символ. Литературный энциклопедический словарь / под общ. ред. В. М. Кожевникова и П. А. Николаева ; редкол.: Л. Г. Андреев, Н. И. Балашов, А. Г. Бочаров и др. Москва ; Сов. энциклопедия, 1987. URL : http://readeralexey.narod.ru/Library/literaturnyi_enciklopedicheskiy_slovar_1987.pdf [дата звернення 21.04.2019]

111. Лайонз Дж. Введение в теоретическую лингвистику. Москва : Прогресс, 1978. 540 с.

112. Лексикон загального та порівняльного літературознавства. Чернівці : Золоті литаври, 2001. 634 с.

113. Лисенко Н. Архетипні символи як детермінанти поетичної моделі світу. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія»*, 2015. Вип. 73. С. 129–131.
114. Лисенко Н. О. Нотатки щодо деталізації дефініції терміна «архетипний символ». *Наукові записки Національного університету «Острозька академія» Серія «Філологічна»*, 2015. Вип. 56. С.163-165.
115. Лісовий В. Культура – ідеологія – політика. *Дмитро Чижевський і життєвий шлях та світогляд*. Київ : Вид. ім. Олени Теліги, 1998. С. 297–325.
116. Літературознавчий словник-довідник / Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін. Київ : ВЦ «Академія», 1997. 752 с.
117. Лосев А. Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. 2-е изд., испр. Москва : Искусство, 1995. 320 с.
118. Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф. Москва : МГУ, 1982. 480 с.
119. Лосев А.Ф. Терминологическая многозначность в существующих теориях знака и символа. Языковая практика и теория языка. Москва : Изд. МГУ, 1978. С. 3–26.
120. Лотман Ю. К современному понятию текста. Статьи по семиотике культуры и искусства. Санкт-Петербург : Академ. проект, 2002. 732 с.
121. Лотман Ю. М. Символ в системе культуры. Избранные статьи : В 3х т. Т.1. Таллин : Александра, 1992. 479 с.
122. Лотман Ю. М. Текст в тексте. *Ученые записки Тартуского ун-та*. Тарту, 1981. Вып. 567. С. 3-18
123. Лотман Ю. Статьи по семиотике и топологии культуры. Избранные статьи : в 3 т. Т. 2. Таллинн : Александра, 1992. 191 с.
124. Лотман, М Ю Семиосфера. Санкт-Петербург : Искусство, 2000. 704 с.
125. Любчук О., Шостак В. Феномен архетипу: трактування, прояви й роль у національній культурі. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Філософські науки*. 2013. № 11.

С. 38-42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvvnufn_2013_11_9 [дата звернення 15.04.2020]

126. Маковский М. М. Сравнительный словарь символики в индоевропейских языках. Образы мира и миры образов. Москва : «Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС», 1996. 416 с.

127. Маковский М.М. Удивительный мир слов и значений. Москва : Высшая школа, 1989. 199 с.

128. Маковский М.М. Язык – миф – культура. Символы жизни и жизнь символов. *Вопросы языкознания*, 1997, № 1. С. 73-95. URL: <https://vja.ruslang.ru/ru/archive/1997-1/73-95> [дата звернення 02.05.2019]

129. Маленко С. А. Феноменологія архетипу в системі соціокультурного освоєння колективного несвідомого (на матеріалах творчості К.Г.Юнга) : автореф. дис... канд. філос. наук : 09.00.03. Київ, 1998. 16 с.

130. Мамардашвили М., Пятигорский А. Символ и сознание : Метафизические рассуждения о сознании, символике и языке ; под общ. ред. Ю. П. Сенокосова. Москва : Школа «Языки русской культуры», 1997. URL: <http://psylib.org.ua/books/mamprg02/index.htm> [дата звернення 25.07.2020]

131. Мамонтова Е. В. Символ у дискурсі німецького просвітництва: політологічний аспект. *Інтелекція і влада*, 2012. Вип. 25 : Історія. С. 205– 217.

132. Мантуло Н. Б. Манипулятивная специфика ПР в процессе конструирования социальной реальности. *Современные исследования социальных проблем*, 2012. № 12 (20). С. 3–17.

133. Материалы к словарю терминов Тартуско-московской семиотической школы. Tartu, 1999. 408 с.

134. Мацько Л. І. та ін. Стилїстика української мови : підручник / за ред. Л. І. Мацько. Київ : Вища школа, 2003. 462 с.

135. Мелетинский Е. Клод Леви-Стросс и структурная типология мифа. *Вопросы философии*, 1970. № 7. С. 165–174.

136. Мелетинский Е. М. Поэтика мифа. Москва, 1976. 407 с.

137. Мелетинский Е. М. Аналитическая психология и проблема происхождения архетипических сюжетов. *Вопросы философии*, 1991. № 10. С. 41–47.

138. Мелетинский Е.М. О литературных архетипах. Москва : Издат. Российского государственного гуманитарного университета, 1994. 136 с.

139. Мерло-Понти М. Феноменология восприятия. Санкт-Петербург : Ювента, Наука, 1999. 606 с.

140. Микитів Г.В. Експлікація семантичних ознак архетипних символів в інформаційній картині світу українців. *Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 26-27 лютого 2021 р. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2021. С. 49-52.

141. Микитів Г.В. Концептуалізація символічного образу Донбасу в новинних медіатекстах. *Держава та регіони: Серія: Соціальні комунікації*, 2021, № 2 (46). С. 4-7.

142. Микитів Г.В. Образно-стильове формотворення архетипної символіки в масмедійних текстах. *Регіональна журналістика: реалії, виклики, перспективи* : матеріали Міжнар. наук. інтернет-конф. м. Тернопіль, 2021. С.64-67.

143. Микитів Г.В. Ойконім як засіб концептуалізації просторового образу-символу Донбасу в новинних медіатекстах. *Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив* : матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. Запоріжжя : ЗНУ, 2021. С.136-139.

144. Микитів Г. В. Архетипний символ як структурно-семантичне явище в сучасному медіадискурсі. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 2020. № 4 (44). С. 20–25

145. Микитів Г. В. Вербальна репрезентація архетипних образів-символів в інформаційному просторі Інтернет-видання «Українська правда». *Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 15 травня 2020 р.). Запоріжжя : ЗНУ, 2020. С. 83–88.

146. Микитів Г. В. Засоби формування вербальної парадигми

архетипного символу «ворог» у медіапросторі. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 2020. № 3 (43). С. 129–134.

147. Микитів Г. В. Засоби формування лексико-асоціативного поля архетипного символу «війна». *Роль інновацій в трансформації образу сучасної науки* : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 27–28 грудня 2019 р.). Київ : ГО «Інститут інноваційної освіти», 2019. С. 170–172.

148. Микитів Г. В. Знаковість архетипних символів у національно-мовній картині світу українців. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*, 2012. № 1. С. 305–310.

149. Микитів Г. В. Кореляція понять «символ», «знак», «образ» : збірник тез студентів, аспірантів та викладачів ЗНУ. Запоріжжя : ЗНУ, 2010. С. 345–348.

150. Микитів Г. В. Модифікація архетипного символу «вогонь» у сучасному медіатексті. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*, 2019. № 2. С. 102–106.

151. Микитів Г. В. Репрезентанти архетипного символу «тиша» в текстах ЗМІ. *Scientific Collection «InterConf»* : with the Proceedings of the 8th International Scientific and Practical Conference «Science and Practice: Implementation to Modern Society» (Manchester, 26–28 December 2020). Great Britain : Peal Press Ltd., 2020. № 39. P. 960–964.

152. Микитів Г. В. Репрезентація архетипного слова-символу «степ» у поетичній картині світу В. Чабаненка. *Українська література від давнини до сучасності: парадигми, напрямки, проблеми: до 105-річниці від дня народження доктора філологічних наук, професора Михайла Давидовича Бернштейна* : матеріали міжвишівських наук. читань (м. Запоріжжя, 25 лютого 2016 р.). Запоріжжя : Запорізький нац. ун-т, 2016. С. 91–94.

153. Микитів Г. В. Рецепція архетипних символів в інформаційних жанрах журналістики. *KELM (Knowledge, Education, Law, Management)*. 2020. № 5 (33). Vol. 3. P. 91–95.

154. Микитів Г. В. Семантика архетипних слів-символів у сучасному

медійному контексті. *Colloquium-journal*. 2021. № 6 (93). Część 2. S. 16–18.

155. Микитів Г. В. Символічна мікросистема «явища природи» як засіб відображення української ментальності : збірник тез студентів, аспірантів та викладачів ЗНУ. Запоріжжя : ЗНУ, 2009. С. 422–425.

156. Микитів Г. В. Словесна символізація дихотомії «ворог – захисник» у сучасному інформаційно-медійному просторі. *Світове українство як апологет та реставратор української національної ідеї* : зб. тез доп. наук.-практ. круглого столу (м. Запоріжжя, 18 квітня 2018 р.) / за ред. В. М. Огаренка, О. В. Богуславського та ін. Запоріжжя : КПУ, 2018. С. 32–33.

157. Микитів Г. В. Трихотомія «символ» – «архетип» – «архетипний символ»: диференціація та кореляція понять. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*, 2017. № 2. С. 135–142.

158. Милевич И. Г. Язык масс-медиа: отражение современных мифов и идеологий. *RESPECTUS PHILOLOGICUS*, 2003. № 4(9). URL <http://filologija.vukhf.lt/4-9/doc/Mlevich.doc> [дата звернення 12.03.2019]

159. Минский М. Фрейми для представлення знань / пер. с англ. О. Н. Гринбаума ; под ред. Ф. М. Кулакова. Москва : Энергия, 1979. 151 с.

160. Митрополит Іларіон (І. Огієнко). Дохристиянські вірування українського народу : історично-релігійна монографія. Київ : АТ «Обереги», 1994. 424 с.

161. Мифы народов мира: В 2-х томах. Москва : Советская энциклопедия, 1992. Т. 2. 896 с.

162. Михайлова Т. В. Гіпонімія як лексико-семантична категорія. *Лінгвістичні дослідження* : зб. наук. праць ХНПУ імені Г. С. Сковороди, вип. 41, 2015. С. 57–66.

163. Мишин А. А. Концепты ум и глупость в немецкой и английской языковых картинах мира: автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Владимир, 2007. 23 с.

164. Міфологічні символи. Релігійні символи. URL: https://msn.khnu.km.ua/pluginfile.php/294219/mod_resource/content/1/%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F1.pdf [дата звернення 13.09.2019]
165. Мішегліна В. М. Класифікація правових символів як семіотичної ознаки сучасної держави. *Прикарпатський юридичний вісник*. URL: http://www.pjv.nuoua.od.ua/v3_2017/5.pdf [дата звернення 08.07.2019]
166. Міщенко М. М. Українські національні архетипи: від колективного несвідомого до усвідомленої національної ідентичності (до актуальності методології архетипічного аналізу). *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія : Філософія. Філософські перипетії*, 2014. № 1130. Вип. 51. С. 90–94.
167. Мойсієнко А. Мова як світ світів. Поетика текстових структур. Умань : Софія, 2008. 280 с.
168. Мойсієнко А. Символ як явище аперцепції (на матеріалі поезії Т.Г.Шевченка). *Мовознавство*, 1993. № 3. С. 40–45.
169. Моррис Ч.У. Основания теории знаков. *Семиотика : Антология* ; сост. Ю. С. Степанов. Изд. 2-е, испр. и доп. Москва : Академический Проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2001. С. 45–97.
170. Мотрич Н. Архетип слова в украинской культуре. *Язык и культура*, 1997. № 3. С. 119–122.
171. Набитович І. Й. Категорія *sacrum* у художній прозі ХХ-ХХІ століть : автореф. дис. ... докт. філол. наук : 10.01.06. Київ, 2009. 40 с.
172. Никитин А.В. Правовые символы : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.01. Нижний Новгород, 1999. 36 с.
173. Нідзельська Ю. М. Базові особливості в дослідженні архетипів і символів через призму сучасного мовознавства та лінгвокультурології. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*, 2018. Т. 29 (68). № 1. С. 25-29.
174. Онуфрив С. Т. «Текст у тексті» : інтертекст, код, денотація. *Культура народів Причорномор'я* : научный журнал, 2007. № 101. С. 101-103

175. Орлова О. В. Дискурсивно-стилистическая эволюция медиаконцепта: жизненный цикл и миромоделирующий потенциал : автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.02.01. Томск, 2012. 43 с.
176. Павлюк Л. Символ та ідентифікація в політичному дискурсі мас-медіа. *Журналістика* : науковий збірник. Вип. 5 (30). Київ : Ін-т журналістики, 2006. С. 48-57.
177. Павлюк Л. С. Знак, символ, міф у масовій комунікації. Львів : ПАІС, 2006. 120 с.
178. Полонский А. Медиа – дискурс – концепт: опыт проблемного осмысления. *Современный дискурс-анализ*. Вып. 6. URL: <http://discourseanalysis.org/ada6/st43.shtml>. [дата звернення 24.08.2020]
179. Польщикова О. М. Гіперо-гіпонімічні відношення в українській телекомунікаційній термінології. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови* : зб. наук. праць. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2010. Вип. 6. С. 209-213.
180. Пономаренко Л. Імажинер Ж. Дюрана як теоретична основа дослідження архетипної природи національного символу. *Архетипіка і державне управління: виклики та ризики суспільної трансформації* : зб. наук. пр. переможців і кращих авторів Четвертого міжнар. конкурсу молодих учених ; за наук. ред. Е. А. Афоніна, Г. Л. Рябцева. Київ ; Тбілісі : Псіхея, 2016. С. 57–63.
181. Пономаренко Л. Г. Експлікація архетипів і символів у сучасних українських художніх фільмах. *Держава та регіони: Серія: Соціальні комунікації*, 2021, № 2 (46). С. 8-14.
182. Потапенко О.І., Дмитренко М.К., Потапенко Г.І. та ін. Словник символів. Київ : Редакція часопису «Народознавство», 1997. 156 с.
183. Потапенко С. І. Мовна особистість у просторі медійного дискурсу: досвід лінгвокогнітивного аналізу. Київ : Видавничий центр КНЛУ, 2004. 359 с.
184. Потебня А.А. Символ и миф в народной культуре. Москва : Лабиринт, 2000. 480 с.

185. Потебня О. О. Про деякі символи в слов'янській народній поезії. *Естетика і поетика слова*. Київ : Мистецтво, 1985. С. 206–210.
186. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя : Прем'єр, 2008. 331 с.
187. Пронина Е. Е. Психология журналистского творчества. 2-е изд. Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2003. 320 с.
188. Процик І. Архетип і символ: проблеми визначення та взаємодії. Актуальні проблеми слов'янської філології. Серія : лінгвістика і літературознавство : міжвуз. зб. наук. ст. гол. ред. В. А. Зарва. Бердянськ : БДПУ, 2011. Вип. XXIV. Ч. 2. 550 с. С. 368 – 377.
189. Процик І. Поняття архетипу в науковій літературі: генетико-теоретичний аспект. Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки. Запоріжжя, 2009. №2. С. 56-67.
190. Психологічна енциклопедія / автор-упор. О. М. Степанов. Київ : Академвидав, 2006. 424 с.
191. Пятигорский А. М. Мифологические размышления : лекции по феноменологии мифа. URL: <https://alexanderpiatigorsky.com/ru/teksty/knigi/vse-izdannyie-knigi/mifologicheskie-razmyishleniya/> [дата звернення 18.02.2019]
192. Пятигорский А. М. Символ и сознание. Метафизические рассуждения о сознании, символикe и языке. Москва : Школа «Языки русской культуры», 1997. 224 с.
193. Рикер П. Конфликт интерпретаций. Очерки о герменевтике. Москва : Медиум, 1995. 416 с.
194. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій. *Світ соціальних комунікацій*. 2011. Т. 1. С. 7-10.
195. Рубцов Н. М. Символ в искусстве и жизни: философские размышления. Москва : Наука, 1991. 176 с.
196. Руднев В.П. Феноменология события. *Логос*, 1993. № 4. С. 226–238.

197. Руколянська Н. Гіперо-гіпонімічні відношення в термінології кримінально-процесуального права. *Українська термінологія і сучасність* : зб. наук. праць. Київ : КНЕУ, 2007. Вип. VII. С. 118–120.
198. Русин М. Ю., Огородник І. В. Історія української філософії : підручник. URL: <http://ebk.net.ua>. [дата звернення 17.06.2020]
199. Руткевич А. М. Архетип. Культурологія ХХ век : енциклопедія. Т.1. Санкт-Петербург : Университетская книга; Альтейя, 1998. С. 37-38.
200. Свасьян К. А. Проблема символа в современной философии. Ереван : Издательство АН АрмССР, 1980. 266 с.
201. Свасьян К. А. Феноменологическое познание. Пропедевтика и критика. Ереван : Изд-во АН АрмССР, 1987. 199 с.
202. Свасьян К.А. Философия символических форм Эрнста Кассирера: критический анализ. Ереван : АН АрмССР, 1989. 237 с.
203. Свиридов О. Ф. Символіка замовлянь у східнослов'янському і британському магічному фольклорі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15. Одеса, 1996. 16 с.
204. Селіванова О. О. Опозиція свій – чужий в етносвідомості (на матеріалі українських паремій). *Мовознавство*. 2005. № 1. С. 26–34.
205. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.
206. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. Москва, 1993. URL: http://tlf.msk.ru/school/sapir_school.htm [дата звернення 11.04.2020]
207. Символ. Символіка. Фольклор. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/12009/1/Dmytrenko.pdf> [дата звернення 05.07.2020]
208. Сиротіна В. О. Поняття «символ» у лінгвістичному аспекті. *Українське мовознавство*. Київ : Вища школа, 1975. Вип. 3. С. 52–56.
209. Сімович О. І. Семантична характеристика традиційних слів-символів в українській мові : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Львів, 1999. 222 с.

210. Сліпушко О. Давньоукраїнський бестіарій. *Дніпро*. 1995. № 9–10. С. 140.
211. Словник іншомовних слів / за редакцією член.-кор. АН УРСР О. С. Мельничука. 1-е вид. Київ : Головна редакція «Українська радянська енциклопедія» (УРЕ), 1974. 776 с.
212. Словник української мови : в 11 томах. Київ : Наукова думка, 1970–1980. Т. 9. Київ : Наукова думка, 1978. С. 174–175.
213. Слухай Н. Етноконцепти і міфологія східних слов'ян в аспекті лінгвокультурології. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. 167 с.
214. Советский энциклопедический словарь. 3-е издание. Москва : Советская Энциклопедия, 1984. 1600 с.
215. Солодилова И. А. Смысл художественного текста. Словесный образ как актуализатор смысла. Оренбург : ГОУ ОГУ, 2004. 53с.
216. Соломоник А. Позитивная семиотика (о знаках, знаковых системах и семиотической деятельности). Минск : МЕТ, 2004. 191 с.
217. Сосюр Ф.де. Курс загальної лінгвістики / пер. з фр. А. Корнійчук, К. Тищенко. Київ : Основи, 1998. 324 с.
218. Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры: опыт исследования. Москва : Школа «Языки русской культуры», 1997. 824 с.
219. Сулимов В. А., Фадеева И. Е. Коммуникативное пространство современной культуры: знаки и символы. *Философские науки*, 2004, № 4. С. 28-42.
220. Тахо-Годи А. А. Термин «символ» в древнегреческой л-ре. *Образ и слово. Вопросы классической филологии*. Вып. 7. Москва : Изд-во МГУ, 1980. С. 16-57.
221. Телия В. Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. Москва : Школа «Языки русской культуры», 1996. 288 с.

222. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. Москва : Наука, 1986. 141 с.
223. Темна О. В. Поетика символу в творчості М. Волошина : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.02. Дніпропетровськ, 2006. 22 с.
224. Тімоніна А. Ю. Архетипні символи як засіб створення мовної картини світу (на прикладі архетипних символів вода та вогонь). *Нова філологія*, 2012. № 54. С. 121–124.
225. Тодоров Ц. Теории символа. Москва : Дом интеллектуальной книги, 1999. 384 с.
226. Топоров В. Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ : Исследования в области мифопоэтического : избранное. Москва : Издат. группа «Прогресс» – «Культура», 1995. 624 с.
227. Топорова Т. В. Отражение архетипов начала и конца в древнегерманской лингвокультурной традиции. *Литературный язык и культурная традиция* / отв. ред. Н. И. Семенюк, В. Я. Порхомовский. Москва : Стела. 1994. С. 200 – 215.
228. Тресиддер Дж. Словарь символов. Москва : ФАИР-ПРЕСС, 1999. 448 с.
229. Тхоровська Л. Ф. Стратегії ідеологічного дискурсу *Вісник Сумського державного університету. Серія: Філологія*. Суми : Вид-во СумДУ, 2007. № 1. Т. 2. С. 50-55.
230. Уваров Л.И. Символизация как гносеологическая проблема: автореф. дисс. ... канд. филос. наук. Минск, 1978. 51 с.
231. Українська мова. Енциклопедія / редкол. : Русанівський В. М., Тараненко О. О. (співголови), М. П. Зяблюк та ін. Київ : Укр. енцикл, 2000. 752 с.
232. Урись Т. Архетип як естетична домінанта художнього вираження модусу національної ідентичності в сучасній українській поезії. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Філологія»*, 2016. Вип. 1 (35). С. 96–100.
233. Фадеева И. Е. Теория и культурно-историческая феноменология символа : автореф. ... д-ра культ. : 24.00.01. Санкт-Петербург, 2004. 48 с. URL:

<https://www.dissercat.com/content/teoriya-i-kulturno-istoricheskaya-fenomenologiya-simvola> [дата звернення 17.06.2019]

234. Федецька Ю. Співвідношення лінгвістичних понять «архетип» і «концепт». *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Розділ I. Когнітивна лінгвістика*, 2016. № 5. С.102–106.

235. Федоров В. Символ: образ і знак. Тернопіль : Підручники і посібники, 2009. 256 с.

236. Фізер І. Психолінгвістична теорія літератури Олександра Потебні: Метакритичне дослідження / пер. з англ. В. С. Брюховецького. Київ : Academia, 1993 . 111 с.

237. Філософський енциклопедичний словник : довідкове видання / ред. кол. В. І. Шинкарук, Є. К. Бистрицький, М. О. Булатов, А. Т. Іммурагов та ін. Київ : Абрис, 2002. 746 с.

238. Фрай Н. Архетипний аналіз: теорія мітів. *Слово. Знак. Дискурс* : антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. Львів : Літопис. 1996. С. 109–135.

239. Франкл В. Человек в поисках смысла : сборник / пер. с англ. и нем. Д. А. Леонтьева, М. П. Папуша и Е. В. Эйдмана. Москва : Прогресс, 1990. 368 с.

240. Фрейд З. Толкование сновидений. Собрание сочинений. Т. 3. Санкт-Петербург : Алетейя, 1997. 664 с.

241. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого «Я». Преступная толпа. Москва : Институт психологии РАН, Издательство «КСП+», 1999. 320 с.

242. Фрейденберг О.М. Поэтика сюжета и жанра. Москва : Лабиринт, 1997. 448 с.

243. Фролов Б. А. Предистория символа. Этно-знаковые функции культуры. Москва : Наука, 1991. С. 86-128.

244. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. Москва : Республика, 1994. 447 с.

245. Хаботнякова П. С. Кореляція понять «образ», «символ» та «образ-символ» у сучасній лінгвістичній парадигмі (на прикладах творів Френка Перетті). *Вісник КНЛУ. Серія Філологія*, 2015. Т. 18. № 2. С. 190–194.

246. Хавкіна Л. М. Український рекламний міф: шляхи творення, основні компоненти та особливості функціонування: дис. ... д-ра наук із соц. ком. : 27.00.06. Київ, 2010. 408 с.

247. Холод О. М. Методологія досліджень соціальних комунікацій : навч. посіб. Київ : КиМУ, 2013. 294 с.

248. Холод О. М. Соціальні комунікації : соціо- та психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. 2-ге вид., доп. і перероб. Львів : ПАІС, 2011. 288 с.

249. Холод О. М. Соціальнокомунікаційний інжиніринг як методологія дослідження соціальних комунікацій. *Світ соціальних комунікацій*. 2012. Т. 8. С. 7-12.

250. Холодная М. Психология интеллекта. Парадоксы исследования. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 272 с.

251. Чабаненко В.А. Стилїстика експресивних засобів української мови : монографія. Запоріжжя : ЗДУ, 2002. 351 с.

252. Чекштуріна В. М. Феноменологія знака як засобу комунікації. *Наукові записки. Соціальні комунікації*. 2015. № 1 (50). С. 131–138.

253. Чекштуріна В. М. Рунічний знак як засіб символічної комунікації: теоретико-методологічний аспект : дис. ... д-ра наук соц. ком. : 27.00.01. Харків, 2015. 393 с.

254. Чугаєва В. Біблійна символічна парадигма архетипу вогонь в українськомовній вербалізації світу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»* : збірник наукових праць. Вип. 41. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. С. 269–274. URL: [file:///C:/Users/SuperVisor/Downloads/Nznuoaf_2014_41_67%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/SuperVisor/Downloads/Nznuoaf_2014_41_67%20(1).pdf) [дата звернення 22.02.2020]

255. Шапошникова І. До проблем мовної символіки // Східнослов'янські мови в їх історичному розвитку : збірник наукових праць, присвячених пам'яті професора С.П. Самійленка. Ч. 1. Запоріжжя : ЗДУ, 1996. С. 25-27.
256. Шелер М. Феноменология и теория познания. Избранные произведения. Москва : Гнозис, 1994. С. 195–258.
257. Шелестюк Е. В. Символ versus троп: сравнительный анализ семантики. *Филологические науки*, 2001. № 6. С. 50–58.
258. Шелестюк Е. В. О лингвистическом исследовании символа. *Вопросы языкознания*, 1997. № 4. С. 125–141.
259. Шелестюк Е. В. Семантика художественного образа и символа (на материале англоязычной поэзии XX века) : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Москва, 1998. 202 с.
260. Шеллинг Ф. Философия искусства. Москва : Мысль, 1966. 496 с.
261. Шестак Л. А. Русская языковая личность: коды образной вербализации тезауруса : монография. Волгоград : Перемена, 2003. 312 с.
262. Шестопалова Т. Кореляція понять «архетипний образ – міфологема – символ – міф» (на прикладі поезії П. Тичини). *Наукові записки. Філологічні науки*. Т. 17 / упорядк. В. П. Моренець. Київ : Національний університет «Києво-Могилянська академія», 1999. С. 37–41.
263. Шмига Ю. І. Символи та архетипи у рекламі. Актуальні питання масової комунікації, 2003. Вип. 4. С. 33–36.
264. Шпенглер О. Закат Европы Очерки морфологии мировой истории Т 1. Москва : Мысль, 1993. 669 с.
265. Штейнер Е. О роли иконической знаковой деятельности в сложении мифологических образов (териоантропоморфные существа). Жизнь мифа в античности : материалы науч. конф. «Випперовские чтения. 1985». Москва, 1988. Вып. 18, ч. 1. С. 266-277.
266. Элиаде М. Заметки о религиозных символах. Мефистофель и андрогин. / [пер. с фр. Е. В. Баевской, О. В. Давтян. Санкт-Петербург : Алетейя, 1998. С. 332–374.

267. Юнг К. Г. Архетип и символ. Москва : Ренессанс, 1991. 300 с.
268. Юнг К. Г. Божественный ребенок : аналитическая психология и воспитание. Москва : Олимп АСТ-ЛТД, 1997. 400 с.
269. Юнг К. Г. Душа и миф: шесть архетипов / пер. с англ. Київ : Гос. б-ка України для юношества, 1996. 384 с.
270. Юнг К. Г. Об архетипах коллективного бессознательного. *Вопросы философии*, 1988. №1. С. 133–152.
271. Юнг К. Г. Подход к бессознательному. *Архетип и символ*. Москва : Ренессанс, 1991. С. 23–94.
272. Юнг К. Г. Проблемы души нашего времени : монография. Москва : Директ-Медиа, 2008. 581 с.
273. Юнг К. Г. Психологические типы / пер. с нем. С. Лорие ; под ред. В. Зеленского. Санкт-Петербург, 2001. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/4132/4145> [дата звернення 09.08.2019]
274. Юнг К. Г. Психологія і поезія. *Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст.* Львів : Літопис. 1996. С. 91–108.
275. Юнг К. Г. Человек и его символы / пер. с англ. Санкт-Петербург : Б.С.К., 1996. 454 с.
276. Якобсон Р. В поисках сущности языка. Семиотика. Москва : Радуга, 1983. С. 102–117.
277. Яковлева О. Слова-символы і архетипи у фольклорному тексті. *Текст як об'єкт лінгвістичного дослідження і засіб навчання мови* : зб. наук. доповідей : у 2 т. Полтава : Освіта, 2007. С. 272–277.
278. Яценко Т. До проблеми пізнання індивідуальної неповторності архетипної символіки. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 12. Психологічні науки : зб. наук. праць. Київ : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2011. № 33 (57). С. 15–27.
279. Bessarab A., Mitchuk O., Baranetska A., Kodatska N., Kvasnytsia O., Mykutyiv G. Social Networks as a Phenomenon of the Information Society. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*. 2021. Vol. 14. Special Issue. P. 17–24.

280. Boyer R. Archetypes. Companion to Literary Myths, Heroes and Archetypes. London; N.Y. : Routledge. 1996. P. 110–117.
281. Campbell J. The Inner Reaches of Outer Space: Metaphor as Myth and as Religion. N. Y., Toronto : Harper and Row Publishers, 1988. 286 p.
282. Cassirer E. The philosophy of symbolic forms. V. 2. Mythical thought. New Haven & London : Yale university press, 1955.
283. Cassirer E. The philosophy of symbolic forms. V. 1. Eanguage. New Haven & London : Yale university press, 1964.
284. Cassirer E. The Philosophy of symbolic forms. Vol. 1-2. New Haven, 1973. P. 450.
285. Cassirer E. The philosophy of symbolis forms. V. 3. The phenomenology of knowledge. New Haven & London : Yale university press, 1957.
286. Cooper J. C. Symbolism. The universal language. Wellingborough, 1982. 128 p.
287. Dijk T. A. van. Ideology and discourse. A multidisciplinary introduction. 2000. URL: <http://www.hum.uva.nl/teun> [дата звернення 10.09.2020]
288. Edelman M. The Symbolic Uses of Politics. Un-ty of Illinois Press, 1967.
289. Encyclopedic Dictionary of Semiotics / ed. by T. A. Sebeok. Berlin, 1986. 510 p.
290. Fobelova D., Fobel P. The idea of order and harmony in philosophical-aesthetical reflections. URL: <http://bu.edu/wcp>. 7 p. [дата звернення 18.03.2020]
291. Foster M. L. Analogy, Language, and the Symbolic Process, in Foster, M.L. and Botscharow, L.J. (eds.) The Life of Symbols. Boulder : Westview Press, 1990. P. 81.
292. Frye N. The Great Code: The Bible and Literature. Toronto : Academic Press Canada, Cop, 1982. 261 p.
293. Geisler M. E. National Symbols, Fractured Identities: Contesting the National Narrative. Middlebury College Press, 2005. 330 p. URL: <http://books.google.com.ua/books?id=CLVaSxtsV0C&printsec=frontcover&hl=uk#v=onepage&q&f=false>. [дата звернення 23.08.2020]

294. Jakobson R. Linguistics and Poetics. Style in Language. Symposium. Ed. Sebeok Th. Cambridge, Mass, 1960. P. 350-377.
295. Kopalinski W. Słownik symboli. Warszawa : Wiedza Powszechna, 1990. 512 s.
296. Waldenfels B. Grundmotive einer Phänomenologie des Fremden. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2006. 293 s.

ДОДАТКИ

Додаток А

АНКЕТА ОНЛАЙН-ОПИТУВАННЯ

Для здобувачів освіти факультету журналістики Запорізького національного університету

Соціологічне дослідження спрямоване на визначення евристичних можливостей запропонованого набору семантико-стильових та архітектонічних ознак суспільно значущих подій в архетипних символах та вивчення думки майбутніх фахівців медійної галузі щодо використання архетипних символів у новинних масмедійних текстах.

Саме Ваша думка стане запорукою отримання об'єктивної, вичерпної інформації. Просимо Вас неупереджено та відкрито відповісти на запитання анкети. Анкета є анонімною. Результати дослідження будуть використані в узагальненому вигляді.

Заздалегідь вдячні за співпрацю!

1. Який образ у Вас формує поняття «війна»?

- а. ворога
- б. ворожої техніки
- в. смерті
- г. Донбасу
- д. захисника
- е. зброї
- ж. інший варіант (вказіть, що саме) _____

2. Яке уявлення у Вас формує образ «Донбас»?

- а. війни
- б. Донецька
- г. Луганська
- д. воєнного конфлікту
- е. перемир'я
- є. інший варіант (вказіть, що саме) _____

3. Із чим у Вас асоціюється поняття «тиша»?

- а. збережене життя
- б. перемир'я
- в. припинення вогню
- г. розведення військ
- д. ранкова тиша
- е. інший варіант (вказіть, що саме) _____

4. Яке поняття у Вас формує словосполучення «припинення вогню»?

- а. тиші
- б. зброї
- в. перемир'я
- г. гасіння пожежі
- д. розведення військ
- е. сепаратиста
- ж. інший варіант (вказіть, що саме) _____

5. Із яким образом у Вас асоціюється слово «ворог»?

- а. агресора
- б. окупанта
- в. російсько-окупаційних військ
- г. чужого
- д. противника
- е. сепаратиста
- ж. інший варіант (вказіть, що саме)_____

6. Яку асоціацію у Вас викликає образ «вогонь»?

- а. воєнних дій
- б. ворожої зброї
- в. очищення
- г. смерть
- д. противника
- е. інший варіант (вказіть, що саме)_____

7. Із яким образом у Вас асоціюється слово «захисник»?

- а. побратима
- б. оборонця
- в. охоронця
- г. українського військовослужбовця
- д. свого
- е. інший варіант (вказіть, що саме)_____

Дякуємо, що знайшли час і відповіли на питання анкети.

Додаток Б

СПИСОК ПРАЦЬ ЗДОБУВАЧА

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

публікації в наукових фахових виданнях України

1. Микитів Г. В. Засоби формування вербальної парадигми архетипного символу «ворог» у медіапросторі. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 3 (43). С. 129–134. (*Scholar Google, SJIF, Research Bible, Index Copernicus*)

2. Микитів Г. В. Архетипний символ як структурно-семантичне явище в сучасному медіадискурсі. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 4 (44). С. 20–25. (*Scholar Google, SJIF, Research Bible, Index Copernicus*)

3. Микитів Г. В. Концептуалізація символічного образу Донбасу в новинних медіатекстах. *Держава та регіони: Серія: Соціальні комунікації*. 2021. № 2 (46). С. 4–7. (*Scholar Google, SJIF, Research Bible, Index Copernicus*)

публікації в наукових виданнях, що входять

до міжнародних наукометричних баз

4. Микитів Г. В. Трихотомія «символ» – «архетип» – «архетипний символ»: диференціація та кореляція понять. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*. 2017. № 2. С. 135–142. (*Scholar Google, OAJI, Research Bible, Index Copernicus*)

5. Микитів Г. В. Модифікація архетипного символу «вогонь» у сучасному медіатексті. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*. 2019. № 2. С. 102–106. (*Scholar Google, OAJI, Research Bible, Index Copernicus*)

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації,

у зарубіжних спеціалізованих виданнях:

6. Микитів Г. В. Рецепція архетипних символів в інформаційних жанрах журналістики. *KELM (Knowledge, Education, Law, Management)*. 2020. № 5 (33). Vol. 3. P. 91–95. (*Index Copernicus, WorldCat, Academic Resource Index Research*)

Bible, Academic Search Complete, Central and Eastern European Online Library)

7. Микитів Г. В. Семантика архетипних слів-символів у сучасному медійному контексті. *Colloquium-journal*. 2021. № 6 (93). Część 2. S. 16–18. (*Index Copernicus, Google Scholar, eLIBRARY.RU, issuu, calameo, Slideshare*)

8. Bessarab A., Mitchuk O., Baranetska A., Kodatska N., Kvasnytsia O., Mykytiv G. Social Networks as a Phenomenon of the Information Society. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*. 2021. Vol. 14. Special Issue. P. 17–24. *Внесок здобувачки: розкрито можливості, які надають соціальні мережі, зокрема доступ до новинного контенту. (Scopus)*

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

публікації апробаційного характеру

9. Микитів Г. В. Репрезентація архетипного слова-символу «степ» у поетичній картині світу В. Чабаненка. *Українська література від давнини до сучасності: парадигми, напрямки, проблеми: до 105-річниці від дня народження доктора філологічних наук, професора Михайла Давидовича Бернштейна: матеріали міжвишівських наук. читань (м. Запоріжжя, 25 лютого 2016 р.)*. Запоріжжя: Запорізький нац. ун-т, 2016. С. 91–94.

10. Микитів Г. В. Словесна символізація дихотомії «ворог – захисник» у сучасному інформаційно-медійному просторі. *Світове українство як апологет та реставратор української національної ідеї: зб. тез доп. наук.-практ. круглого столу (м. Запоріжжя, 18 квітня 2018 р.) / за ред. В. М. Огаренка, О. В. Богуславського та ін.* Запоріжжя: КПУ, 2018. С. 32–33.

11. Микитів Г. В. Засоби формування лексико-асоціативного поля архетипного символу «війна». *Роль інновацій в трансформації образу сучасної науки: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 27–28 грудня 2019 р.)*. Київ: ГО «Інститут інноваційної освіти», 2019. С. 170–172.

12. Микитів Г. В. Вербальна репрезентація архетипних образів-символів в інформаційному просторі Інтернет-видання «Українська правда». *Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив: матеріали Всеукр. наук.-*

практ. конф. (м. Запоріжжя, 15 травня 2020 р.). Запоріжжя : ЗНУ, 2020. С. 83–88.

13.Микитів Г. В. Репрезентанти архетипного символу «тиша» в текстах ЗМІ. *Scientific Collection «InterConf»* : with the Proceedings of the 8th International Scientific and Practical Conference «Science and Practice: Implementation to Modern Society» (Manchester, 26–28 December 2020). Great Britain : Peal Press Ltd., 2020. № 39. Р. 960–964. (*Index Copernicus*)

14.Микитів Г. В. Експлікація семантичних ознак архетипних символів в інформаційній картині світу українців. *Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Запоріжжя, 26–27 лютого 2021 р. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2021. С. 49–52.

15.Микитів Г. В. Образно-стильове формотворення архетипної символіки в масмедійних текстах. *Регіональна журналістика: реалії, виклики, перспективи* : матеріали Міжнар. наук. інтернет-конф. Тернопіль, 2021. С. 64–67.

16.Микитів Г. В. Ойконім як засіб концептуалізації просторового образу-символу Донбасу в новинних медіатекстах. *Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив* : матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. Запоріжжя : ЗНУ, 2021. С.136–139.

*Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:
публікації в інших (нефахових) виданнях*

17.Микитів Г. В. Символічна мікросистема «явища природи» як засіб відображення української ментальності. *Збірник тез студентів, аспірантів та викладачів ЗНУ*. Запоріжжя : ЗНУ, 2009. С. 422–425.

18.Микитів Г. В. Кореляція понять «символ», «знак», «образ». *Збірник тез студентів, аспірантів та викладачів ЗНУ*. Запоріжжя : ЗНУ, 2010. С. 345–348.

19.Микитів Г. В. Знаковість архетипних символів у національно-мовній картині світу українців. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*. 2012. № 1. С. 305–310.

Додаток В

ВІДОМОСТІ ПРО АПРОБАЦІЮ РЕЗУЛЬТАТІВ ДИСЕРТАЦІЇ

Матеріали дисертації доповідалися на 24 конференціях, читаннях, круглому столі:

– *міжнародних*: «Типологія символів у соціальному, міжетнічному, психологічному та кроскультурному вимірах» (м. Бердянськ, 2010 р.); «Соціальні комунікації сучасного світу» (м. Запоріжжя, 2010 р.); «Мова – література – культура в контексті національних взаємозв'язків» (м. Бердянськ, 2011 р.); «Мова і соціум: етнокультурний аспект» (м. Бердянськ, 2011 р.); «Публіцистична комунікація: теорія, історія, сьогодення» (м. Тернопіль, 2013 р.); «Актуальные проблемы изучения языка, литературы и журналистики, посвященной 75-летию высшего филологического образования в Республике Хакасия» (м. Абакан, Республіка Хакасія, 2014 р.); «Актуальні проблеми медіаосвіти в Україні та світі» (м. Запоріжжя, 2016 р.); «Медіакультура та інформаційна безпека в Європі та світі: освіта, методологія медіадосліджень, практика» (м. Запоріжжя, 2017 р.); «Роль інновацій в трансформації образу сучасної науки» (м. Київ, 2019 р.); «Science and Practice: implementation to modern society» (м. Манчестер, Велика Британія, 2020 р.); «Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика» (м. Запоріжжя, 2021 р.); «Регіональна журналістика: реалії, виклики, перспективи», (м. Тернопіль, 2021 р.);

– *всеукраїнських і регіональних*: «Науковий потенціал ЗНУ та шляхи його розвитку» (м. Запоріжжя, 2010 р.); «Лінгвістика та лінгводидактика: надбання, актуальні проблеми, перспективи розвитку» (м. Бердянськ, 2011 р.); «Запорожжя в гуманітарному дискурсі» (м. Запоріжжя, 2013 р., 2015 р.); «Сучасні орієнтири філологічної науки» (м. Херсон, 2014 р.); «Міфосвіт української поезії: генеза прочитання» (м. Херсон, 2015 р.); «Українська література “від давнини до сучасності”: парадигми, напрямки, проблеми» (м. Запоріжжя, 2016 р.); «Східнослов'янські мови в їх історичному розвитку» (м. Запоріжжя, 2018 р.); «Світове українство як апологет та реставратор української національної ідеї»

(м. Запоріжжя, 2018 р.); «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі» (м. Запоріжжя, 2020 р.); «Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив» (м. Запоріжжя, 2020 р., 2021 р.).