
УКРАЇНСЬКІ ПРЕЦЕДЕНТНІ ФЕНОМЕНИ В МАСМЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ РОСІЙСЬКОЮ

Кошман І. М.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-554-9-9>

ВСТУП

О. О. Селіванова пише про те, що «належність людини до певного етносу визначається, зокрема, культурними параметрами ідентифікації, тобто етнічність безпосередньо пов'язана з культурною ідентичністю – усвідомленням людиною своєї належності до певної культури шляхом визнання її цінностей, норм, ідей, пріоритетів, смаків, традицій тощо, ототожнення себе з культурними зразками, що дає змогу орієнтуватися в певному соціокультурному середовищі, упорядковувати власну життєдіяльність, передбачувати її наслідки, обирати той чи інший тип, манеру й форму спілкування»¹. Вона наголошує на тому, що найважливіше місце серед складових етнокультурної компетенції належить культурно-мовній². Культурно-мовна компетенція й робить можливою комунікативну діяльність людини – сприймати й генерувати тексти, в яких тією чи іншою мірою завжди закодовані сенси певної культури.

Серед явищ, що виокремлюються як носії етнокультурного знання, чинне місце належить прецедентним феноменам³. Під прецедентними феноменами розуміють «компонент знань, позначення та зміст якого добре відомі представникам певної етнокультурної спільноти, актуальний й використаний у когнітивному й комунікативному плані»⁴.

¹ Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава: Довкілля-К, 2008. С. 283.

² Селіванова О. О. Вказана праця. 2008. С. 286.

³ Щодо історії терміну «прецедентний феномен», його тлумачення, ознак прецедентності, типології прецедентних феноменів тощо див.: Селіванова О. О. Вказання праця. 2008. С. 293–296; Колоїз Ж. В. Проект українського «Словника прецедентних феноменів». *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2017. Вип. 16. С. 139–160; Лазаренко С. В., Назаренко О. М. Типологія прецедентних феноменів сучасного українського публіцистичного тексту: соціокультурний вимір. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Т. 31(70). № 1. Ч. 1. С. 72–76.

⁴ Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2006. С. 492.

Водночас Ж. В. Колоїз підкреслює, що термін «прецедентний феномен» немає загальноприйнятого визначення та окреслюється строкатим набором основоположних властивостей – унікальність, відтворюваність, упізнаваність, зрозумілість тощо⁵.

Метою роботи є розгляд комунікативно-прагматичних особливостей українських прецедентних феноменів, що включаються в масмедійні тексти України російською. Матеріалом для дослідження слугують тексти російською, оприлюднені в друкованих ЗМІ й інтернет-ЗМІ України в останні десятиліття.

Обрання за об'єкт розвідки масмедійних текстів диктується властивостями текстів цього різновиду. Досліджування медіатекстів наприкінці ХХ – напочатку ХХІ ст. виявляє сутнісні характеристики, які дозволяють розглядати їх як достовірне джерело, що дає уявлення про специфіку мовлення певного періоду.

Комунікативний ракурс показує своєрідність кожного компонента в комунікативному ланцюжку адресант → повідомлення → адресат.

Повідомлення (масмедійний текст), будучи інформацією про «явища всіх ділянок життя людини – від картинок побуту до подій історії й світової політики»⁶, зорієнтоване на інтелектуальні, культурні, політичні, соціальні тощо потреби комунікантів певного соціокультурного середовища, та ґрунтується на спільних пресупозиціях. Перелік критеріїв, яким має відповідати оприлюднена інформація: соціальна значущість, актуальність, етична прийнятність, неможливість негативного «дидактичного» впливу, близькість до інтересів адресата, безперервність впливу, динамічність у відображенні навколишнього світу, діалогічність⁷ акцентують увагу на соціоцентризмі повідомлення – відображенні в ньому суспільного життя певної соціокультурної спільноти.

Адресант масмедійного тексту розглядається як постать, яка наділена особливими якостями: налагоджує різноманітні зв'язки всередині суспільства; поєднує в професійній діяльності творчість і ремесло; створює повідомлення про реальний світ й являє власну позицію; висвітлює соціально значущі питання крізь особистісний погляд, суміщаючи таким чином у собі суспільне й приватне⁸.

⁵ Колоїз Ж. В. Вказана праця. С. 142.

⁶ Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови. Тернопіль: навчальна книга – Богдан, 2000. С. 12.

⁷ Пономарів О. Д. Вказана праця. С. 12–13; С. Єрмоленко С. Я. Публіцистичний стиль. Українська мова: енциклопедія. Київ: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. С. 539–540; Михайлин І. Л. Основи журналістики. Київ: Центр учбової літератури, 2011. С. 122–125.

⁸ Квіт С. Масові комунікації. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. С. 94–98; Михайлин І. Л. Вказана праця. С. 7–11.

Адресат масмедійного тексту характеризується як прогнозований та узагальнений, з яким адресант має намір вступити або вступає в опосередковане дистантне спілкування. В. В. Різун зазначає, що «масова аудиторія – це прояв незібраної публіки як сукупності “масових людей”, схильних до масифікації і піддатливих сугестії збоку ЗМК та здатних перетворитися в активну масу (натовп, зібрану публіку)»⁹.

Співвіднесення наведених вище комунікативних особливостей з реаліями життя української громади дозволяє зробити висновок, що сутнісною ознакою масмедійних текстів України російською, що розглядаються як повідомлення, є україноцентризм. Такі тексти становлять частину інформаційного простору України, у фокусі якого – інформація про політичні, економічні, культурні події, що відбуваються в країні, та їх оцінки, а різноманітні повідомлення про життя світу переломлюються крізь «український погляд». У інформуванні російської цілком зрозуміла, наприклад, необхідність заповнити певні семантичні лакуни українськими або передати цитату або пряму мову українською – це є свідченням відповідності реальності й журналістським стандартам точності та достовірності. Україноцентризм відповідає вимогам комунікантів: адресант як суспільна особа висвітлює реальність навколо себе та виявляє своє відношення з соціальних позицій та як приватна особа виказує погляди, що маніфестують уявлення соціокультурного середовища.

Когнітивний ракурс дає можливість розглядати масмедійний текст як дискурс – комунікативну подію, ситуацію, що «інтегрує текст з іншими її складниками, зокрема, екстралінгвальними соціальними й референційними чинниками (обставинами, часом, простором комунікації), когнітивними та психологічними чинниками, які опосередковують взаємодію учасників спілкування, їхні мотиви, цілі та стратегії»¹⁰. Поширюючи актуальну інформацію, що є значущою для соціуму загалом чи його частини, масмедійні тексти спираються на ментальні структури, уявлення чи оцінки, які притаманні певному соціокультурному середовищу.

З когнітивних позицій масмедійний дискурс України постає як простір буття колективного українського знання (колективної картини світу), що включає ментальні структури різної складності, які концентрують географічне, історичне, культурне, політичне, повсякденно-побутове тощо знання. Специфічні ментальні структури потребують означення – відповідної мовленнєвої оболонки. Масмедійні тексти російською відображають результати дії певних мовних механізмів – те, як реалізуються у мовленні різноманітні номінативні, граматичні,

⁹ Різун В. В. Теорія масової комунікації. Київ: Вид. центр «Просвіта», 2008. С. 87.

¹⁰ Селіванова О. О. Вказана праця. 2006. С. 120.

стилістичні тощо стратегії, що забезпечують вербалізацію специфічних ментальних структур.

Лінгвістичний ракурс виявляє специфіку масмедійних текстів, зумовлену своєрідним поєднанням у них функцій мови – комунікативної та експресивної. О. Д. Пономарів пише, що «публіцистика мусить бути одночасно і впливовою, й інформативною, їй властиве чергування експресивних та інформативних уривків»¹¹. Необхідність інформувати зумовлює звертання до ресурсів кодифікованої мови, без будь-яких обмежень; і водночас стає причиною формування корпусу публіцистичних кліше та стереотипів. Необхідність впливати зумовлює використання експресивних мовних засобів, що залежать від екстралінгвістичних факторів і визначаються станом суспільства. Підтримка певного рівня експресивності масмедійних текстів спонукає до постійного оновлення арсеналу експресивності.

Поєднання інформування та експресивності призводить до проникності та рухливості масмедійного мовлення. Воно стає майданчиком, на якому відбувається взаємодія кодифікованих елементів та ресурсів, що знаходяться за межами літературної мови.

Масмедійні тексти російською оперативно відтворюють те, що є в усусі. Їм як лінгвістичному феномену притаманні специфічні риси, зумовлені особливостями реалізації установок на інформування та вплив. Необхідність інформувати сприяє включенню до текстів номінацій українських реалій, а необхідність впливати відкриває необмежені можливості для використання будь-яких ресурсів української мови в експресивних цілях.

В багатьох лінгвістичних розвідках уживання прецедентних феноменів в сучасних масмедійних текстах кваліфікується як одна з характерологічних ознак сучасного масмедійного мовлення.

1. Політична реклама як прецедентний текст у масмедійному мовленні російською

Прецедентний текст визначається як такий, що в вербальному вигляді повністю наявний у пам'яті й репрезентований в мовленні як цілісний текст (наприклад, дитячий вірш, загадка, реклама тощо)¹².

Надзвичайною частотністю у цьому типі прецедентних феноменів характеризуються апеляції до текстів політичної реклами. Політичною рекламою вважається «сукупність будь-яких не заборонених законом засобів інформаційного впливу (друковані, усні, відео- та аудіоматеріали тощо) на людей, що мають на меті прямо або опосередковано привернути увагу до суб'єктів політичного процесу, сформувати у

¹¹ Пономарів О. Д. Вказана праця. С. 12.

¹² Селіванова О. О. Вказана праця. 2008. С. 295.

свідомості громадян позитивне або негативне ставлення до них та спрямувати їхню поведінку на підтримку певних суб'єктів політичного процесу, в т. ч. на виборах і референдумах»¹³. Цей різновид, на думку багатьох дослідників, займає особливе місце серед прецедентних текстів. Насамперед тому, що походить від джерела, яке є порівняно новим у суспільно-політичному дискурсі. Загальні характеристики рекламних текстів (невеликий обсяг, повторюваність, нав'язливість, та підвищена експресивність) роблять їх зручним об'єктом для переміщення в розряд сутностей, що відтворюються в мовленні. Екстралінгвістичні фактори (політизація суспільних настроїв, надзвичайне емоційне напруження політичних кампаній та очевидна політична поляризація українського соціуму) сприяють тому, що політична реклама живе набагато довше, ніж кампанії, що її породили, набуваючи при цьому нових сенсів й експресивного забарвлення.

Контекст: *Разговоры, диспуты и воздетые руки (на эту тему), как правило, заканчиваются радостным коллоквиумом наподобие «президентских слушаний», где десятки ораторов «знают» как надо, но уже столько времени прошло после их «Знаю. Вірю. Можемо», а видим то, что видим: не знают, не верят, не могут* (ЗН 2006, № 12) включає рекламний текст, що був використаний у передвиборчій кампанії В. А. Ющенка в 2004 р. У цьому разі текст отримує значення синонімічне номінаціям «обіцянка» та «декларація». Контекст формує уявлення про те, що обіцянки та декларації не підкріплюються діями, залишаються голосливими. Прецедентний текст набуває узагальненого значення: суб'єктом пустих обіцянок виступає не тільки конкретна особа (В. А. Ющенко), а й вся його політична команда.

Прецедентний текст, що входить до контексту: *Она умеет посеять истерику в умах электората: если к власти приду не Я, то земля разверзнется и мир рухнет, а если Я, то – «весна переможе»!* (П 2007, № 32), – був елементом виборчої кампанії БЮТ у 2006–2007 рр. У наведеному прикладі прецедентна одиниця використана опонентами БЮТу: контекст пародіює категоричність твердження в рекламному тексті, породжуючи саркастичне прочитання. Зневажлива оцінка в цьому випадку є персональною та адресується Ю. В. Тимошенко, лідеру БЮТу.

Інша можливість реалізована в контексті: *Ведь выборы, как известно по многолетнему опыту «украинской демократии», для действующей власти намного более выгодно проводить до наступления зимы со всеми ее испытаниями и вечно не вовремя наступающим отопительным сезоном, а не после. А то еще, чего доброго, «весна*

¹³ Королько В. Реклама політична. Політична енциклопедія. Редкол.: Ю. Левенець та ін. Київ: Парламентське видавництво, 2011. С. 631.

переможе» (О 2010, № 28). Прецедентна одиниця у цьому разі натякає на можливу поразку влади у виборчій кампанії та перемогу її політичного опонента й вносить у контекст іронічне забарвлення.

Контекст: *На Порошенко таких ожиданий не возлагается. Порошенко – продолжатель того, что он делал, определенных позитивных трендов, которые в нем видят: безвиз, «армія, віра, мова»* (<https://lb.ua>) – використовує прецедентний текст з президентської виборчої кампанії П. О. Порошенка 2019 р. Значення первинного рекламного тексту в цьому контексті перетворюється, збагачується: йдеться не про перелік ключових завдань, що виокремлюються політиком на майбутнє, а про характеристику політичних процесів, що вже відбулися й мають певні результати в суспільно-політичному житті. Таке ж значення прецедентний текст реалізує й в контексті: *Возможные консервативные макрорегуляторы будущего кризиса самодискредитировались через «армию, мову, віру»* (<https://zn.ua>). Показово, що на відміну від інших прецедентних текстів, що походять від текстів політичної реклами, цей текст генерує стилістичне забарвлення позитивного спектру.

Інші приклади включення прецедентних текстів, що мають за джерело рекламні тексти політичних кампаній, ілюструють такі контексти: *Сам «потрібний країні» человек не обижается на избирателей за то, что они не выбрали его в 2006 – благодаря этому Литвину удалось сохранить семью* (ГК 2007, 12.11); *Бедный Йорик... простите, Юрик, так распинался «закон один для всіх»*. Но когда закон добрался и до него самого – почему-то выразил свое полное неудовольствие («2000» 2008, № 22); *Но, как говорится, «справедливість є»* – электоральный урожай! пожали противники БЮТ (ЗН 2008, № 46); *Куратор таможни Александр Турчинов терпит конфронтацию между Макаренко и Козаком ради высшей цели той, которая «працює»* (ЗН 2009, № 36); *Это ж какой надо иметь слуховой аппарат, и природные локаторы, чтобы суметь «почути кожного»?* (О 2009, № 38); *У Виктора Януковича появился шанс «не словом, а ділом» подтвердить, что он усадит за решетку любого из «своих», кто позволит себе заступить за черту закона* (ЗНУ 2011, № 4); *А коммунисты, в свою очередь, заклеивают позором и нехорошими словами «свободовцев», после чего приступят к бесконечному процессу «повернення країни народу»*. Все при деле. А мы?.. (УЦ 2012, № 44); *Строго говоря, конечно, не такой уж это был и всплеск, но после едва ли не двухнедельной межигорской комы, в которую глава государства впал сразу после того, как совершил таинство голосования за **досягнутую стабільність**, народ порадовался даже этой маленькой победе президента над собой* (<http://obkom.net.ua>);

Но я сейчас не про тарифы и даже не про эпоху бедности, которая уже пару дней как закончилась (<https://tverezo.info>); *Олигархам это больше не нужно. Теперь Президент – их. Эпоха бедности преодолена, едь жарь шашлыки, за тебя побеспокоится новое лицо* (<https://www.ponomaroleg.com>).

В масмедійних текстах значну активність набули трансформовані варіанти прецедентних текстів, що походять від політичної реклами. Що свідчить, по-перше, про підтвердження їхнього прецедентного статусу, а по-друге, про формування певного стилістичного прийому.

Наприклад:

1. **«Покращення життя вже сьогодні»**

Ця політична реклама була використана Партією регіонів у парламентській виборчій кампанії в 2006 р. Текст дуже швидко підхоплюється ЗМІ та формує широкий, дещо розмитий, смисловий ряд. Реклама вводиться в тексти як вираження пасивного очікування змін, як констатація відсутності будь-яких змін, як натяк на порушення передвиборних обіцянок тощо. Текст також набуває здатності до вираження гами експресивних значень – від глузування та розчарування до пародіювання, висміювання та роздратування.

Поряд із формально точним відтворенням цього рекламного тексту відзначаються такі типи трансформацій:

А) Додавання лексичних компонентів: *Также хочется спросить всех избирателей ПР в преддверии выборов. <...> требуйте улучшения вашего життя вже сьогодні из расчета 750 у.е. за голос* (О 2007, № 15); *Если брать за базу успех ПР 2006 года, место вроде бы надежное, но с тех пор произошло много чего, не случилось только «покращения нашего життя вже сьогодні»* (М 2007, № 32);

Б) Усічення структури: *А ведь очевидно, что ему было бы намного приятнее «вже сьогодні» стать реальным благодетелем для многих миллионов малообеспеченных...* (ЗНУ 2012, № 31); *«Вышка Бойко» – это не приговор за беспрецедентный хапок, это успешный пример покращения* (<http://pravda.com.ua>); *Пока же наши политики и законодатели «учатся», переселенцы продолжают ждать если не «покращения життя», то хотя бы обещанной отмены штампов ДМС* (<https://realgazeta.com.ua>);

В) Додавання лексичних компонентів до усічених структур: *Здесь на собственном кошельке можно реально ощутить «покращения» своего личного життя* (О 2007, № 31); *На наши деньги роскошно содержится раздутый штат неприкасаемых преступников, какие-то рожи объявили себя нашими депутатами, и мы ждем от них обещанного «покращения», а они вместо этого занимаются художественным законотворчеством* (<http://korrespondent.net>); *А пока*

ах какой министр ищет убийцу-дворецкого и натягивает сову на глобус, я расскажу вам о еще одном зеленом покращенні (<https://www.ponomaroleg.com>);

Г) Заміна лексичних компонентів: Міністр економіки Владимир Макуха огорошил общественность заявлением, что никакого **«поліпшення життя вже сьогодні»** не намечается и Кабмин намерен всячески препятствовать росту доходов граждан (БЦ 2006, № 37); **«Погіршення життя вже сьогодні»** – за последний год его почувствовали почти 70 процентов (точнее – 67) украинцев (УЦ 2011, № 24); Лучшее бы этот дебил рассказал о **«покращення життя вже... вчора»** (<http://korrespondent.net>);

Г) Граматична модифікація: Пока же фракция грозного Виктора Пронина усиленно трудится над разрушением имиджа своей партии как **«покращувателя нашего життя»** и уже добивается очевидных успехов (М 2007, № 26); То есть обещание Президента **«покращуваты»** жизнь украинцам «уже сегодня», постоянно откладывается «на завтра», но с каждым годом становится «все лучше и лучше» (РГИ 2011, № 43); Но в данном случае народ неправ: на дворе стоит эпоха **постпокращення**, так что ресурс действительно есть, и немалый – целых 13 гривень, которые и пойдут на увеличение минимальной заработной платы в 2013 году (<http://obkom.net.ua>).

2. **«Тому що...» («...тому що надійний», «...тому що патріот», «...тому що послідовний», «...тому що справедливий»)**

Цей текст політичної реклами супроводжував президентську виборчу кампанію В. Ф. Януковича в 2004 р.

З формальної точки зору, текст реалізує звичайну синтаксичну схему – складнопідрядне речення з причиновим підрядним, що приєднується до головного сполучником **«тому що»**. Ця одиниця належить до позиційно спеціалізованих сполучників, тому синтаксичній конструкції притаманний фіксований порядок розташування частин: підрядне речення займає постпозицію чи інтерпозицію відносно головного, висування підрядного речення в препозицію забороняється нормою.

У семантичному відношенні це речення є аргументаційною конструкцією, в якій теза сформульована в головній частині, а аргумент міститься в підрядній. Сполучник є маркером, що вводить докази.

Звичайна синтаксична конструкція в тексті політичної реклами перетворюється на експресивно забарвлену завдяки імпліцитності головного речення – теза мається на увазі, вона виводиться з ситуативного знання. Тезу можна експлікувати як **«голосуйте»** чи **«обирайте»**. Докази, які надаються до імпліцитної тези, представлені рядом суджень, що включають вказівку на особистісні характеристики – **«тому що надійний», «тому що патріот», «тому що послідовний»,**

«тому що справедливий». Формальна відсутність головного речення створює помилкове уявлення про те, що з *«тому що»* починається речення. Ілюзія помилки навмисно використовується як експресивне посилення доказу – сполучник стає носієм логічного наголосу й виявляється смисловим центром висловлювання. Ці конструктивні та семантичні особливості тексту політичної реклами визначають його поствиборчу долю. Імпліцитна теза відкидається через її неактуальність, а доказ набуває статусу прецедентності.

Найбільш поширеним способом трансформації цього тексту є заміна лексичних компонентів: *Самым опытным членом Молодого Руха стал 92-летний дедушка из Тернополя. «Тому що молодий», – хитро улыбаясь сказал он* (ЗН 2005, № 5); *Как писали тогда СМИ, будь на его месте какой-нибудь Вася Пупкин, которого под руки ведут самые видные бонзы из команды Лидера, Луганск в 2006-м проголосовал бы и за Васю – «тому що» свой* (М 2009, № 49); *Геральдисты обещают исполнить работу «в более лучшем виде», нежели прежний облик родового символа уроженца шахтерского Екакиево. «Тому що шляхетний...»* (УЦ 2010, № 51).

Слід підкреслити, що способи трансформації в цьому разі певною мірою залежать від логіко-семантичної структури рекламного тексту. Акцентований сполучник набуває смислової самостійності, й *«тому що»* стає показником будь-яких експресивно маркованих доводів. І внаслідок цього кожен із структурних компонентів доводу може самостійно реалізувати свій трансформаційний потенціал. Підтвердженням цього є наступні приклади трансформацій:

Усічення структури: «сполучниковий тип» – *И, наконец, Виктор Янукович (старший) – теневой премьер-министр теневого Кабинета министров. Тому що...* (О 2007, №47–48); *На вопрос «Почему же, какой-то твиттер прогнозирует ситуацию лучше правительства и институтов экономики, есть отличный ответ «Тому що...»* (<https://www.ponomareleg.com>); «доказовий тип» – *Все ожидали, что «последовний» наконец-то покажет зубы. А он их опять сцелил* (ЗН 2008, № 19).

Додавання лексичних компонентів до усічених структур: *Хотя и при данном сценарии очевидно, что роль «фронtmэна» команды Кучмы Януковичу придется уступить более «последовному» и более «надийному»* (ЗН 2004, № 44); *Почему именно луганский суд должен был продемонстрировать свою полную зависимость от политической конъюнктуры? Все тому що* (М 2007, № 16); *Тест на истинность намерений «бути последовним» он провалил в свойственной ему манере – с изяществом падающего шкафа* (ЗНУ 2012, № 26).

Рекламний текст *«тому що...»* на відміну від *«покращення життя вже сьогодні»* має більшу смислову визначеність. Він використовується, як уже зазначалося, як сигнал введення експресивно забарвлених доводів. При цьому, як правило, широкий набір експресивних значень – від жарту до несхвалення та зневаги – займає негативну частину експресивного спектра. Спостерігається й певна залежність експресивного значення від лексико-стилістичних характеристик одиниць, що використовуються як доказ: *Хотя в реальности даже своих «хозяев» прокормить не могут. «Тому що» они ненасытные* (О 2007, № 8); *Но за какие заслуги перед Родиной, перед украинским народом пользуется привилегиями, к примеру, Янукович младший? «Тому, що син Януковича»?* (О 2007, № 28); *Вы припоминаете, чтобы Виктор Федорович кого-то из коллег-политиков обложил словечками? А? То-то. А почему? Тому що сидів* (О 2009, № 44).

2. Прецедентні висловлювання у масмедійному мовленні російською

Зазвичай до прецедентних висловлювань відносять цитати з текстів різної природи, що мають ознаки прецедентості. Прецедентні висловлювання, джерелом яких є тексти українських авторів, мають різний вигляд – можуть бути точним відтворенням, неточним цитуванням та трансформованими структурами. Найбільш частотним є включення в масмедійні тексти прецедентних висловлювань, що походять від поетичних текстів. Багато прецедентних текстів мають за джерело поезії Т. Г. Шевченка. Наприклад:

А) *«Борітеся – поборете!»*

Цей вислів є рядком із поеми Т. Г. Шевченка «Кавказ» (1845 р.). Словник фіксує його та приписує значення ‘полум’яний заклик до боротьби проти соціального й національного гноблення’¹⁴. Таке значення реалізується в ідеологічно забарвлених чи високих контекстах, наприклад: *Огненная печать Гения на свитке национальной Истории: «Борітеся – поборете!»* (Д 2010, 11.03); *Но «Борітеся й поборете» всегда существовало заархивированным файлом нашей ДНК где-то внутри. И почти все герои говорили об определенном своем пробуждении, о том, что дало им силы вспомнить настоящих себя, в своей культуре, на своей земле, наконец, в своем предназначении* (<https://nv.ua>).

Однак масмедійні контексти свідчать про можливість іншого, не ідеологічного, вживання описуваного прецедентного висловлювання: *Каковы ваши «рецепты», советы этим людям, кроме...*

¹⁴ Коваль А. П., Коптілов В. В. Крилаті вислови в українській літературній мові: афоризми, літературні цитати, образні вислови. Київ: Вища школа, 1975. С. 27.

«борітеся – поборете»? (ЗН 2006, № 1); *Борітеся – і поборете!* Помним-помним, Валерий Едуардович, ваши бесплатные квартиры для луганчан и даже пенсии из городского бюджета не забыли (М 2006, № 43); *«Борітеся – поборете»: Кириленко будет инициировать отставку Табачника «до победы»* (ВД 2010, № 14); *«Борітеся – поборете, вам Бог помагає!»* Эти строки Тараса Шевченко сейчас уже воспринимаются безотносительно к изначальному адресату (<https://nv.ua>). У цьому разі висловлювання сприймається як спонування до дії: відмовитися від пасивності, апатії й очікування та домагатися бажаного чи необхідного.

Б) «І мертвим, і живим...»

Це висловлювання відсилає до назви вірша Т. Г. Шевченка «І мертвим, і живим, і ненародженим землякам моїм в Україні і не в Україні моє дружнєє посланіє» (1848 р.). Звернення має явне ідеологічне прочитання: як номінація, що виконує функцію єднання, вона стверджує існування народу та вказує на зв'язок між поколіннями українців. Урочисте шевченківське звучання зберігається, наприклад, у контексті: *А над всем этим – безграничная любовь к Украине, ко всем нам – и мертвым, и живым, и нерожденным землякам своим* (<https://day.kyiv.ua>). Прецедентне висловлювання використовується як узагальнене найменування українців в зображенні виняткової ситуації.

Але поряд з таким піднесеним значенням прецедентне висловлювання вживається як переносна іронічна номінація, що вказує на залучення всіх до якоїсь дії, включаючи тих осіб, чия присутність розцінюється як екстраординарна – така, яку неможливо було б очікувати або заздалегідь передбачити: *Вряд ли в мире демократическом разделят радость от того, что нас снова «развели как котят», или поверят волшебникам из избиркомов, посчитавших голоса и живых, и мертвых, и нерожденных...* (ЗНУ 2012, № 38); *Разговор происходил в четверг 20 июня, когда ПР сделала попытку принять ряд важных для себя лоббистских законопроектов, сработав в формате «МЖН» – «і мертві, і живі, і ненароджені»* (<http://obkom.net.ua>); *Но «выгрести» все – «і мертві, і живі і ненароджені», а именно 11 млн граждан, которые оказались и в качестве беженцев, и остались на оккупированных территориях* (<https://focus.ua>)¹⁵.

¹⁵ Варіантність *ненароджений* / *ненароджений* є відображенням редакторської варіантності. В сучасних виданнях «Кобзаря» використовують обидві назви: і *«І мертвим, і живим, і ненародженим землякам моїм...»*, і *«І мертвим, і живим, і ненародженим землякам моїм...»*.

В) «Незлим тихим словом»

Джерелом цього висловлювання є програмний вірш Т. Г. Шевченка «Заповіт» (1845 р.). Фраза фіксується словником¹⁶.

Як будь-який великий митець, Т. Г. Шевченко розумів, яке місце належить йому в українській літературі та історії. Тому шевченківський імператив: *«І мене в сім'ї великій, В сім'ї вольній, новій, Не забудьте пом'янути Незлим тихим словом»* – прочитується як надія на те, що його творчість, його ідеї будуть гідно оцінені й затребувані в Україні. У такому шевченківському розумінні – належна оцінка гідних діянь – вираз, що описується, включається в контексти досить рідко: *Шевченко снова «незлым, тихим словом» – с официальными выставками, конференциями, песнями, плясками, читками, вертолётными площадками в Каневе и открытием памятников...* (ЗНУ 2013, № 49); *Каждый из музыкальных фрагментов то комментировал Слово, то дополнял его, то отрицал, то рисовал светлые и веселые картины, то волновался, то грустил вместе с Героем, то поминал его «незлым тихим словом»...* (<https://day.kyiv.ua>).

Контексти свідчать про оформлення у висловлювання значення простішого, ніж у Т. Г. Шевченка та антонімічного авторському. Йдеться про переносне іронічне вживання.

Висловлювання використовується як показник негативного ставлення до когось або чогось, для висловлювання незгоди, осуду, невдоволення або як лайлива промова на чийсь адресу: *И стоя под горячими струями, начинают «незлым тихим словом» поминать свой родной город* (УЦ 2007, № 19); *Был момент, когда мы «незлым тихим» говорили о нашем походе и о том, кто посоветовал «сократить» маршрут, который на тот момент казался фильмом ужаса наяву* (<https://depo.ua>); *И вот мы, ЛО и наверняка – наши коллеги, не раз и не два вспоминали злым и нетихим словом минстеца и засилие пророссийских СМИ в нашем информационном пространстве* (<https://defence-line.org>); *Вспомнил «незлым тихим словом» и своего оппонента из Офиса президента, и других близких к Зеленскому должностных лиц, и самого президента, которого назвал «пустым местом в истории»* (<https://www.depo.ua>).

Г) «Садок вишневий коло хати»

Це перший рядок вірша Т. Г. Шевченка (1847 р.). Його прецедентний характер теж відзначається словником¹⁷. Контексти актуалізують кілька значень цього висловлювання. Найбільш очевидне та традиційне – сталонне значення. Це уявлення про типовий український пейзаж, про зразкову сільську картинку, що водночас

¹⁶ Коваль А. П., Коптілов В. В. Вказана праця. С. 186.

¹⁷ Там само. С. 246.

відображає не лише візуальний ідеал. Вона моделює всесвіт українця, втілює певні життєві цінності українців – уявлення про волю, вільну працю, захищеність, надійність, достаток незалежної людини та її родини: *Кто не слышал украинскую песню и не видел «садка вишневого коло хати», – считай, совсем не знает украинцев* (Д 2004, 21.01); *Когда на Майдане обжились галичане, вдохновленные поддержкой киевлян, – из садов вишневых возле хаты повыходили братья-украинцы и вместе довели дело до конца* (ЗНУ 2014, № 13); *Кредо украинца, как раньше, так и сейчас – воля и собственность. Другими словами: хатинка у вишневому садочку, і щоб пана не було* (<https://www.ponomaroleg.com>); *В наших сказках есть уважение к взрослым и живет любовь: «садок вишневий коло хати», тыночек, барвиночек, танцы, пение... Мы – о жизни* (<https://zn.ua>). Таке вживання є надзвичайно виразним, і воно супроводжується набором позитивних експресивних смислів: від схвалення до урочистості.

Інший тип вживання даного прецедентного висловлювання ґрунтується на еталонному значенні, але в цьому разі зовнішній та внутрішній ідеал українця отримує іншу інтерпретацію: він осмислюється як такий, що не збігається з духом часу, несучасний та примітивний: *Благодаря всем этим нашим национально-бесовским перформансам на книжной ярмарке во Франкфурте и биеннале в Венеции европейцы познали не столько живую и сегодняшнюю Украину, сколько Украину из деревенских грез депутатов Верховной рады – аграрное стойло, лелеющее «садок вишневий коло хати», пышные ветки калины и прочий провинциальный шлак в духе «Моя родина – хрюкающий колхоз»* (К 2007, № 19). Вочевидь, в цьому контексті виражаються зовсім інші експресивні смисли: несхвалення, осміяння, навіть сарказм.

Крім наведених, масмедійні тексти включають відсилання до інших поезій Т. Г. Шевченка: *Я его очень хорошо помню, тот 33-й, потому что «мені тринадцятий минало»* (Д 2003, 31.10); *Может, это звучит с вызовом, но наших «братьев незрячих, гречкосіїв» таки нужно хорошо встряхнуть, чтобы вспомнили «і чий ми діти»!* (Д 2013, 26.06) *Что он имел в виду? Высокий стандарт духовной жизни, вызов деспотизма, культ личной свободы и права: «когда же дождемся Вашингтона с новым и праведным законом...»?* (<https://day.kyiv.ua>); *Но Чорнеча гора – это место не только силы, но и воли. Когда стоишь высоко, где «і Дніпро, і кручі», оглядываешься и видишь, как сверху смотрит на тебя Тарас, и облака летят у него над головой, появляется такое волшебное ощущение, что твоя жизнь в твоих руках, что ты – вольный человек* (<https://www.obozrevatel.com>); *Но если Европе надо, чтоб у них над вишнями гули наші волохати*

дупасті джмелики – мы им поможем (<https://tverezo.info>); *«Рабы, подножки, грязь Москвы»* и нынешних вселенских гуру, которые на Марс собираются, – тамошние яблони трясти: это не для них (<https://day.kyiv.ua>); И вот эта проблема имеет куда более тяжкие последствия. Течения замедляются, реки мелеют, сине-зеленые водоросли даже Днепр, который *«реве та стогне»*, превращают в озеро, а водохранилища сжимаются (<https://nv.ua>); Хочется видеть перспективу и верить, что *«буде син, і буде мати»*, и что будет дано сыну без стыда и горечи, а только с любовью и нежностью глядеть матери в глаза (<https://day.kyiv.ua>); Ведь в репертуаре симфонических оркестров Украины очень мало симфонических полотен, которые принадлежат перу украинских композиторов. А это неправильно, мне кажется. Как дирижеру. Знаете, *«учитесь, навчайтесь та свого не цурайтесь»*» (<https://depo.ua>)¹⁸.

Поряд із висловлюваннями, висхідними до поезій Т. Г. Шевченка, достатню активність мають прецедентні висловлювання, джерелом яких є текст П. Чубинського *«Ще не вмерла Україна»* (1862 р.). Цей факт особливо цікавий.

Прецедентні феномени, що походять від класичних художніх текстів, є добіркою, яка складається в певному соціокультурному середовищі протягом часу, і є відносно сталою. Така характеристика цілком відповідає набору прецедентних висловлювань, джерелом яких є твори Т. Г. Шевченка. Свідчення тому – фіксація таких одиниць у словнику. Але у словнику крилатих слів немає жодної одиниці, що походить від твору П. Чубинського. Причини такого стану речей перебувають у нелінгвістичній площині: протягом майже всього ХХ ст. текст П. Чубинського замовчується, не відтворюється, не входить до навчальних програм. Звернення до нього наприкінці 80-х рр. ХХ ст., широка популярність, а потім й набуття статусу *«Державний гімн»* призводять до того, що цей поетичний твір досить швидко включається до переліку прецедентних феноменів.

Найбільш частотне прецедентне висловлювання – *«ще не вмерла Україна, і слава, і воля / ще не вмерла України ні слава, ні воля»*. Воно використовується для актуалізації різних значень. У контексті: *Никого рядом с собой украинка не потерпит. Или сама от восточного мужа*

¹⁸ Апеляції до творів *«Заповіт»* (*«І Дніпро, і кручі...»*); *«І мертвим, і живим...»* (*«І знову шкуру дерете з братів незрячих, гречкосіїв»*, *«Раби, підножки, грязь Москвы, Варшавське сміття – ваші пани...»*; *«Учітесь, читайте, І чужому научайтесь, Йй свого не цурайтесь»*); *«Юродивий»* (*«Коли Ми діждемося Вашингтона з новим і праведним законом?»*); N. N. (*«Мені тринадцятий минуло...»*); *«До Основ'яненка»* (*«Чия правда, чия кривда І чії ми діти»*); *«Садок вишневий коло хати...»* (*«Хрущі над вишнями гудуть»*); *«І Архімед, і Галілей...»* (*«І на оновленій землі Врага не буде, супостата, А буде син, і буде мати, І будуть люди на землі»*).

уйдет, или гарем за ненадобностью аннулирует. **«Ще не вмерли України ні слава, ні воля!»** (ЗН 2006, № 4) – висловлювання є експресивним позначенням волелюбності суб'єкта, про якого йдеться.

У контекстах: *Появляется возможность разобраться в себе, вернуться к началу и возобновить попытки уже на основе более глубокого и прочного знания. «Ще не вмерла Україна», как и ее европейские перспективы* (ЗН 2006, № 28); *Конечно, еще не умерла «Літературна Україна» и авторы, издающие свои произведения на собственные средства, годами стараются продать их книжным магазинам* (ЗН 2007, № 11); *Слава Украине. Раз пока – вопреки всему – живуча и еще не вмерла* (<https://lb.ua>); *Время покажет Спасибо за статью! Ще не вмерла Украина, но банда над этим работает...* (<http://zn.ua>) – висловлювання використовують у значенні, дуже близькому до вихідного: як експресивне твердження, що певний феномен існує.

Також показником того, що цей вислів входить до кола прецедентних, є поява трансформованих варіантів, зокрема й такого оригінального, як у контексті: *Найти силы заняться любимым в этой сфере – ничего не делать. Не возлагать, не славить, не поминать, не «ще-не-вмерла-українити», не возрождать* (ЗН 2010, № 9).

Інші висловлювання, що походять від твору П. Чубинського, використовуються рідше. Зазвичай їх включення до масмедійних текстів змінює оцінно-характеризуючі параметри, дає можливість передати різноманітні експресивні значення: *...очевидно, тот, кто «сжесвал» «немодные» ныне строки, и сам догадался <...>, кто те «наши вороженьки», которые не исчезают, как роса на солнце, потому что их обильно поливают у нас дождями угодничества* (ГУ 2011, 13.01); *Скулить: «Они же разворуют...» и гордится пращурами козацкого роду, оно, конечно, спокойнее* (ЗНУ 2013, № 25); *Всё будет хорошо: демократии в развитых странах строились столетиями – януковичи, парасюки, савченки и заезжие президенты сгинут как роса на солнце, а страна, приобретя иммунитет и бесценный опыт, пойдёт дальше* (<https://www.ponomareleg.com>); *А вот если бы не он, не его генералы и полководцы, то всё было бы по другому и мы гоп-гоп, войну выиграли, вороженьки зныклы, як роса на сонці... И все зажили бы долго и счастливо* (<https://tverezo.info>).

Також активним є звернення до висловлювання з поетичного тексту І. Франка «Каменярь» (1878 р.) – *«Лупайте цю скалу, нехай ні жар, ні холод Не спинить вас...»*. Воно зафіксоване в словнику, йому приписується значення *‘заклик до повалення капіталістичного ладу’*¹⁹. Тлумачення, що цілком відповідає духу того часу, є зараз надмірно

¹⁹ Коваль А. П., Коптілов В. В. Вказана праця. С. 150.

ідеологізованим. Контексти з сучасних масмедійних текстів свідчать про відсутність будь-яких ідеологічних смислів у даного висловлювання: *Этого вполне достанет, чтобы понять, кто именно давал команду: «Лупайте цю скалу!..». Почему страна не раскололась? Во-первых, народ наш намного умнее, чем и доднесь представляется «бело-голубым» (как «натуральным», так и перекарсившимся из шкурных соображений) (М 2008, № 8); Во время фактического «одиначества» Украины в европейском пространстве, без нормальных государственных «прожсекторов», которые бы рассказывали миру о нас, она с упорством и упрямством лишь украинской женичины, гражданина и совестливого ученого «лупає сю скалу» (Д 2009, 17.01); Так что «лупайте сю скалу». Это уже пытались делать ваши предшественники. Но только не устраивайте римейк старой сказки (<https://zn.ua>); Самые слабовольные из нас оказались зрителями поворота исторического процесса. Те, кто решительнее – его актёрами. Лупаймо сю скалу (<https://petrimazepa.com>); Кто-то смело признал недостатки и пошел «лупать скалу», кто-то с ними смирился и пропустил первых, а кому-то не понравилось отражение – и разбили зеркало (но суть-то никуда не делась) (<https://dn.depo.ua>). У всіх контекстах прецедентне висловлювання виступає як експресивне позначення – вказує на необхідність долати будь-які перешкоди дією. Відмінна риса цього прецедентного висловлювання у тому, що у більшості контекстів його вживання вносить позитивні оціночні сенси – схвалення або похвали.*

ВИСНОВКИ

Отже, сучасні масмедійні тексти російською свідчать про те, що в ситуації мовного контакту реалізується можливість ретельного добору мовленнєвих засобів різних мов для вираження змісту відповідно до комунікативного наміру. Використання українських прецедентних феноменів у масмедійних текстах російською спирається не лише на знання мов, а й на культурний досвід мовної особистості. Українські прецедентні одиниці як ментальні культуромістки феномени кумулюють соціокультурне знання й обираються в ситуації конкуренції відтворюваних одиниць через їх культурну ясність і близькість, що є маніфестуванням належності до українського культурного простору. Оперування одиницями такого роду – вагомий доказ специфічності культурної соціалізації: для звернення до українських прецедентних текстів політичної реклами й особливо прецедентних українських поетичних висловлювань недостатньо простого вміння відтворювати вербальну оболонку – необхідно володіти знанням, вільно орієнтуватися в ньому та вільно інтерпретувати його. На мовних стиках виникають

певні стилістичні ефекти, що свідчать про формування своєрідного стилістичного прийому в російській мові України.

АНОТАЦІЯ

У дослідженні йдеться про особливості представлення українських прецедентних феноменів у масмедійних текстах України російською. Прецедентні феномени як різновид мовних одиниць мають низку соціокультурних ознак, що й обумовлюють особливості їх функціонування. Об'єктом дослідження є друковані тексти та інтернет-тексти України російською, що опубліковані в останні десятиліття. Масмедійні тексти вибираються в якості джерела для дослідження, оскільки їх комунікативні, когнітивні та лінгвістичні ознаки обумовлюють здатність віддзеркалювати мовленнєві тенденції, що існують в узусі. Тобто в них відображаються активні процеси, що властиві мовленню російською в Україні. Предметом дослідження є комунікативно-прагматичні особливості українських прецедентних феноменів як відмітних компонентів масмедійних текстів України російською. В роботі використовуються методи лінгвістичного та лінгвокультурологічного аналізу, а також порівняльний й описовий методи. Введення українських прецедентних текстів та висловлювань в масмедійні тексти російською спирається не лише на лінгвістичне підґрунтя, а й на культурне. На прикладі функціонування в контекстах російською прецедентних текстів політичної реклами й прецедентних висловлень, що походять від поетичних джерел, аналізується лексична й культурна семантика. Завдяки цьому адресант і адресат маркуються як такі, що належать до одного соціокультурного простору.

Література

1. Єрмоленко С. Я. Публіцистичний стиль. *Українська мова: енциклопедія*. Київ: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. С. 539–540.
2. Квіт С. Масові комунікації. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 206 с.
3. Коваль А. П., Коптілов В. В. Крилаті вислови в українській літературній мові: афоризми, літературні цитати, образні вислови. Київ : Вища школа, 1975. 334 с.
4. Колоїз Ж. В. Проект українського «Словника прецедентних феноменів». *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2017. Вип. 16. С. 139–160.
5. Королько В. Реклама політична. *Політична енциклопедія*. Редкол.: Ю. Левенець та ін. Київ : Парламентське видавництво, 2011. С. 631.

6. Лазаренко С. В., Назаренко О. М. Типологія прецедентних феноменів сучасного українського публіцистичного тексту: соціокультурний вимір. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Т. 31(70). № 1. Ч. 1. С. 72–77.

7. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.

8. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови. Тернопіль : навчальна книга – Богдан, 2000. 248 с.

9. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Київ : Вид. центр «Просвіта», 2008. 260 с.

10. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.

11. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.

Information about the author:

Koshman Iryna Mykolaivna,

Candidate of Philological Sciences,

Associate Professor at the Department of Pedagogy,

Ukrainian Philology and Journalism

Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

17, Ioanna Pavla II street, Kyiv, 01042, Ukraine