

Г. В. Микитів

*старший викладач кафедри видавничої справи та редагування
e-mail: gmykytiv@ukr.net, ORCID: 0000-0001-6195-2994
Запорізький національний університет
вул. Жуковського, 66 б, м. Запоріжжя, 69600, Україна*

АРХЕТИПНИЙ СИМВОЛ ЯК СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНЕ ЯВИЩЕ В СУЧАСНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

Мета дослідження – аналіз структури й семантики архетипних символів у сучасному медіадискурсі.

Методологія дослідження. У статті застосовано такі методи дослідження: історико-філософський – для простеження етимології понять «символ», «архетип», «архетипний символ»; структурний метод, зокрема його методика дефініційного аналізу – для уточнення семантичної структури архетипних символів та компонентного аналізу – для виявлення їх семної структури; описовий метод: прийоми контекстного аналізу та інтерпретації, на підставі яких здійснено аналіз архетипних символів, їх семантичних і структурних особливостей у медіаовленні.

Результати. У статті висвітлено дефініції символу, архетипу, архетипного символу, описано їх основні властивості, з'ясовано принципи кореляції між ними. Систематизовано наукові погляди стосовно архетипу як колективного позасвідомого й архетипного словесно-образу-символу як усвідомленого втілення архетипного смислу в журналістський текст.

Унаслідок огляду теоретичного доробку відомих українських та зарубіжних учених зацентована увага на їхніх твердженнях про те, що специфіка архетипної символіки відзначається системністю, структурованістю та семантикою в межах певного контексту.

Новизна. Уперше досліджено семантику і структуру архетипного символу в сучасному медіадискурсі; доведено, що функціонування символів виявляється в тісному зв'язку семантичного наповнення слова зі своїм архетипом, тобто з моделлю, сформованою ще на підсвідомому рівні. З'ясовано, що архетипні слова-символи – це лексеми, що стають символічними знаками не лише для окремого індивідуума, а й для значної частини людства. Такі слова-символи відзначаються подібною чи ідентичною семантикою.

Практичне значення результатів дослідження полягає в тому, що вони можуть використовуватись авторами при створенні журналістських текстів та усвідомленні того, що символічність припускає безліч значень, обрамлених загальною ідеєю, тому кожна людина може відкрити для себе в символі нове значення.

Ключові слова: символ, архетип, архетипний символ, семантика, структура, медіадискурс.

I. Вступ

Образи-символи беруть початок від первісного суспільства, а відтак, є архетипними й походять від знаків і зображень, що символізують давні уявлення про будову Всесвіту та залежність людини від небесних світил. Сутність феномена символу полягає в тому, що кожна історична епоха наповнювала його своїм змістом, виходячи зі своїх світоглядних, філософських, національно-стильових пріоритетів.

Незважаючи на ґрунтовні дослідження символів, архетипів та архетипних символів (праці М. Дмитренка, В. Кононенка, А. Лосева, О. Потєбні, О. Сімович, Н. Слухай, К. Г. Юнга, О. Яковлевої та ін.), у сучасному науковому дискурсі майже не висвітлені структура архетипних символів та їх семантика в сучасних медіатекстах. Окремі фрагменти вивчення символізації реалій навколишнього світу як рушійного чинника становлення етнічної культури, а також символіки національно-маркованих мовних одиниць з огляду на їх етнокультурні смисли, представлено в працях А. Белого, В. Бураяка, В. Кононенка, М. Костомарова, М. Маковського, А. Мойсеєнка, Н. Мотрич, Н. Слухай та ін. Науковці здебільшого вивчали функціонування символу в художніх текстах, однак на сьогодні є потреба в дослідженні архетипної символіки як семантико-структурного явища в сучасному медіадискурсі, чим і зумовлена актуальність нашого дослідження.

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 й важливого.

Учений А. Лосєв 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 [6, с. 35].

На думку Ю. Лотмана, символ забезпечує збереження моральних, інтелектуальних, духовних цінностей та культурних традицій людства, адже пам'ять колективу завжди виражена символічно [5, с. 32].

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 [12, с. 274].

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 [13]. Зміст, що породжується в художньому символі, є «якісно новим» [1, с. 149] та, як правило, «культурно більш цінним» [4, с. 11].

Введений К. Юнгом у науковий дискурс термін «архетип» вживають сьогодні як усвідомлений і цілком визначений. Учений розумів архетип як несвідомий зміст, який «змінюється, усвідомлюється та сприймається під впливом того індивідуального свідомого, на поверхні якого він виникає» [9, с. 65].

Проте надзвичайно широке тлумачення терміна, інтерпретація й практика його використання свідчать про те, що це поняття остаточно не сформоване. У світовій науці не існує загальноприйнятої концепції, класифікації архетипів та архетипних символів, загальної точки зору на генезу й розвиток цього феномена, недостатньо вивчене функціонування архетипів у деміфологізовані епохи, зокрема в реалізмі, не зрозуміла трансісторична сутність архетипів, відсутні концептуальні, підсумкові праці з проблем архетипів.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – аналіз структури й семантики архетипних символів у сучасному медіадискурсі.

У ході дослідження застосовано такі методи: історико-філософський – для простеження етимології понять «символ», «архетип», «архетипний символ»; структурний, зокрема його методики дефініційного аналізу – для уточнення семантичної структури архетипних символів та компонентного аналізу – для виявлення їх семної структури; описовий метод: прийоми контекстного аналізу та інтерпретації, на підставі яких здійснено аналіз архетипних символів, їх семантичних і структурних особливостей у медіамовленні.

III. Результати

Як свідчить опрацьована 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 від 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.

За виразом К. Юнга, символічне переживання архетипних структур є результатом інтеграції свідомого й підсвідомого [11, 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 вроджені патерни людської поведінки. Тому, коли людина потрапляє в архетипну ситуацію, вона діє згідно з певною типовою внутрішньою схемою. 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 зумовлює можливість взаєморозуміння людей [2, с. 171].

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» [10, с. 214].

Архетипи зазвичай не усвідомлюють, не піддають рефлексії чи теоретичному аналізу, вони закарбовуються в пам'яті людини острівцями закодованої інформації й формують самобутній спосіб життя нації.

Архетипні слова-символи – це лексеми, що стають символічними знаками не лише для окремого індивідуума, а й для значної частини людства [8, с. 63]. Погоджуємось із думкою О. Сімович, що в мовному плані функціонування таких слів-символів виявляється в тісному зв'язку се-

мантичного наповнення слова зі своїм архетипом, тобто з початково сформованою ще на підсвідомому рівні моделлю.

Смисл символу не розшифровується простим зусиллям розуму, він існує в колективній свідомості певної культурної групи, зокрема, етносу, в готовому вигляді й випливає за потреби. Семантика символів є багатозначною, 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). Так, 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 [див. за: 7, с. 296].

Сучасний український вчений В. Кононенко вважає, що символ також входить до структури 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 [3, с. 74–75].

Виявляючись у людській свідомості через символ, архетип здатний відроджувати глибинні прошарки уявлень про світ. Виявлення архетипів у тексті потребує певного поділу, тобто структурування, де одні елементи є вагомими, значущими, а інші – менш вагомими, допоміжними. Декодування символу розраховане на активну внутрішню роботу інтерпретатора. Архетипи – це не вроджені уявлення, а вроджені можливості уявлень.

До найдавніших архетипних символів належить **вогонь**, що символізує саме життя. У сучасному медіадискурсі семантика архетипних символів зумовлена контекстом. Архетипи завжди привабливі для аудиторії, тому їх використання в журналістському тексті дозволяє посилити підсвідомі враження.

При висвітленні подій на Сході України автори послуговуються архетипними символами. Зокрема, 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 відкриває вогонь по опорних пунктах сил АТО неподалік Широкиного, шахти Бутівка та Кам'янки»*; *«25 серпня російські окупанти відкрили вогонь біля Хутора Вільний з автоматичного станкового гранатомету»*; *«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»*; *«Окрім того, поблизу Мар'їнки зафіксовано відкриття вогню ворожим снайпером; Зокрема, у районі Водяного, зафіксовано вогневу активність збройних формувань Російської Федерації зі стрілецької зброї та АГС-17»*. Семантичні парадигми *«відкрити вогонь»*, *«вести вогонь»*, *«вогнева активність»* символізують загрозу, небезпеку, бойові дії.

Розкриттю семантики вогню в медіатекстах сприяють прикметники, які виконують функції означення. Вони вказують на його приналежність, колір, інтенсивність дії тощо: *«Унаслідок ворожого вогню українські воїни не постраждали»*; *«Так, по українських позиціях неподалік Талаківки російсько-окупаційні війська двічі відкривали провокаційний вогонь з гранатометів різних систем»*; *«Бойовики продовжують вести “провокаційний” вогонь»*. Сформовані сталі словосполучення, стрижнем яких є лексема **вогонь**, увиразнюючи основну ідею журналістського матеріалу, сприяють висвітленню інформації.

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»*; *«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»*.

В інформаційних повідомленнях, 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»*; *«Лише за минулі три доби, бойовики понад 100 разів по-*

рушували режим припинення вогню. По позиціям ЗС України випущено понад 40 снарядів та мін. Фіксуються випадки роботи ворожих снайперів»; «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»; «Крім цього, з БМП та кулеметів **противник** обстріляв наші опорні пункти неподалік Новгородського».

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»; «Впродовж минулої доби, 22 березня, режим повного припинення вогню **російсько-окупаційними військами** дотримувався у повній мірі».

У сучасних медіадискурсах також широко представлена символіка зброї, яку ворог застосовує проти українського народу: «З **гранатометів, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї** окупанти вели вогонь по опорних пунктах ЗСУ у Водяному»; «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»; «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». При використанні в текстах цих лексем на позначення зброї в читача формується символічна парадигма «війна – Схід України – Донбас – ворожа зброя – смерть».

При висвітленні подій на Сході України автори здебільшого використовують прості конструкції, які формують в уяві читача символічні образи, – окупанти, бойовики, агресор, противник, гранатомети, кулемети тощо. Активно зустрічаються й усталені атрибутивні сполуки: *вогневі точки, прицільний вогонь, провокаційний вогонь, ворожий вогонь, російсько-окупаційні війська, великокаліберні кулемети, стрілецька зброя*, наприклад, «...терористи обладнують **вогневі точки** у помешканнях місцевих жителів...»; «Противник вів **прицільний вогонь** з **гранатометів різних типів, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї**»; «Сили ООС здійснювали **вогневий вплив** на противника з метою змусити його припинити обстріл»; «Крім цього опівночі 26 березня окупанти відкрили **провокаційний вогонь** по українських позиціях поблизу населеного пункту Станиця Луганська, аби вкотре уникнути розведення сил і засобів»; «Внаслідок **ворожого вогню** жоден український захисник не постраждав»; «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»; «З **гранатометів, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї** обстріляні позиції ЗСУ в Новгородському, а з **великокаліберних кулеметів** поблизу – Троїцького».

Із проаналізованих прикладів можемо побачити, що архетипні символи допомагають за короткий час донести максимум сенсу. Вдало втілений архетип дозволяє відчути 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, недоцільно спотворювати його структуру.

IV. Висновки

Використання архетипних символів у медіатексті відкриває цілком явні можливості й 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 й дії.

У зв'язку із цим можна 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 та силою впливу.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в простеженні трансформації фольклорних символів у мову сучасних медіатекстів, у виявленні їх функцій та конотацій.

Список використаної літератури

1. Арутюнова Н. Д. От образа к знаку. *Мышление, когнитивные науки, искусственный интеллект*. Москва: Наука, 1988. С. 147–162.
2. Донченко О. Архетипи – спільне в нашому житті (розпізнавання архетипів як шлях до унікальності). *Психологія особистості*. 2011. № 1. С. 170–181.
3. Кононенко В. І. Символи української мови. 2-ге вид., доповн. і перероб. Київ; Івано-Франківськ: вид-во Прикарпат. нац. ун-ту ім. В. Стефаніка, 2013. 440 с.

4. Лотман Ю. М. Символ в системе культуры. Избранные статьи : в 3 т. Таллин : Александра, 1992. Т. 1. 479 с.
5. Лотман Ю. М. Текст в тексте. *Ученые записки Тартуского ун-та*. Тарту, 1981. Вып. 567. С. 3–18.
6. Лосев А. Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. Москва : Искусство, 1995. 320 с.
7. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.
8. Сімович О. І. Семантична характеристика традиційних слів-символів в українській мові : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Львів, 1999. 222 с.
9. Юнг К. Г. Архетип и символ. Москва : Ренессанс, 1991. 306 с.
10. Юнг К. Г. Душа и миф. Шесть архетипов ; пер. А. А. Спектор. Москва : АСТ, Минск : Харвест, 2005. 400 с.
11. Юнг К. Г. Психологія і поезія. *Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст.* / за ред. М. Зубрицької. Львів : Літопис. 1996. С. 91–108.
12. Яковлева О. Слова-символи і архетипи у фольклорному тексті. *Текст як об'єкт лінгвістичного дослідження і засіб навчання мови* : зб. наук. доповідей : у 2 т. Полтава : Освіта, 2007. Т. 2. С. 272–277.
13. Encyclopedic Dictionary of Semiotics / ed. by T. A. Sebeok. Berlin, 1986. 510 p.

References

1. Arutyunova, N. D. (1988). Ot obraza k znaku [From image to sign]. *Myshleniye, kognitivnyye nauki, iskusstvennyy intellekt*. Moskva: Nauka [in Russian].
2. Donchenko, O. (2011). Arkhetypy – spil'ne v nashomu zhytti (rozpiznavannya arkhetypiv yak shlyakh do unikal'nosti) [Archetypes are common in our lives (recognition of archetypes as a way to uniqueness)]. *Psykhohohiya osobystosti*, 1, 170–18 [in Ukrainian].
3. Kononenko, V. I. (2013). Symvoly ukrainskoi movy [Language in the context of culture]. 2-he vyd., dopovn. i pererob. Kyiv: Ivano-Frankivsk : vyd-vo Prykarp. nats. un-tu im. V. Stefanyka [in Ukrainian].
4. Lotman, Y. M. (1992). Simvol v sisteme kul'tury [Symbol in the system of culture]. *Izbrannyye stat'i : v 3kh t.* (Vol. 1). Tallin : Aleksandra [in Russian].
5. Lotman, Y. M. (1981). Tekst v tekste [Text in text]. *Uchenyye zapiski Tartuskogo un-ta*, 567, 3–18 [in Russian].
6. Losev, A. F. (1995). Problema simvola i realisticheskoye iskusstvo [Symbol problem and realistic art]. Moskva [in Russian].
7. Selivanova, O. O. (2008). Suchasna linhvistyka: napriamy ta problemy [Modern linguistics: directions and problems]. Poltava: Dovkillia–K [in Ukrainian].
8. Simovych, O. I. (1999). *Semantychna kharakterystyka tradytsiynykh sliv-symvoliv v ukrayins'kiy movi* [Semantic characteristics of traditional word-symbols in the Ukrainian language]. (Candidate's thesis). L'viv [in Ukrainian].
9. Jung, K. G. (1991). Arhetip i simvol [Archetype and Symbol]. Moskva: Renessans [in Russian].
10. Yung, K. G. (2005). *Dusha i mif. Shest' arkhetipov* [Soul and myth. Six archetypes]. (A. A. Spektor, Trans.). Moskva: Minsk: AST; Kharvest [in Russian].
11. Yunh, K. H. (1996). Psykhohohiya i poeziya [Psychology and poetry]. *Antolohiya svitovoyi literaturno-krytychnoyi dumky XX st.* L'viv: Litopys [in Ukrainian].
12. Yakovlyeva, O. (2007). Slova-symvoly i arkhetypy u fol'klornomu teksti [Words-symbols and archetypes in the folklore text]. *Tekst yak ob'yekt linhvistychnoho doslidzhennya i zasib navchannya movy* : zb. nauk. dopovidey : u 2 t. Poltava: Osvita [in Ukrainian].
13. Sebeok T. A. (Ed.) (1986). Encyclopedic Dictionary of Semiotics. Berlin [in English].

Стаття надійшла до редакції 21.09.2020.

Received 21.09.2020.

Mykytiv G. Archetypic Symbol as a Structural-Semantic Phenomenon in Modern Media Discourse

The aim of the paper is to analyze the structure and semantics of archetypic symbols in modern media discourse.

Research methodology. *The following research methods are used in the article: the historic-philosophical method is used to trace the etymology of the «symbol», «archetype», «archetypic symbol» concepts; structural method, particularly its techniques of definitional analysis helps to clarify the semantic structure of archetypic symbols, and component analysis – to identify their seme structure; descriptive method is applied along with its techniques of contextual analysis and interpretation, on the basis of which the analysis of archetypic symbols, their semantic and structural features in media broadcasting is carried out.*

Results. *The article highlights the definitions of the symbol, archetype, archetypic symbol, describes their main characteristics, clarifies the principles of correlation between them. The author sys-*

tematized scientific views on the archetype as collective unconscious and archetypic verbal symbolic image as conscious embodiment of the archetypic meaning in the journalistic text.

As a result of the review of well-known Ukrainian and foreign scholars theoretical heritage, attention is focused on their statements that specificity of archetypic symbolism is marked by system, structure and semantics within a certain context.

Novelty. *For the first time the semantics and structure of the archetypic symbol in modern media discourse are studied; it is proved that the functioning of symbols is manifested in the close connection to the semantic content of a word with its archetype, ie with the model formed at the subconscious level. It has been found that archetypic words-symbols are lexemes that become symbolic signs not only for an individual, but also for a large part of humanity. Such word-symbols are marked by similar or identical semantics.*

Practical significance. *The practical significance of the research findings is that the obtained results can be used by the authors in creating journalistic texts and realizing that symbolism implies many meanings framed by a common idea, so everyone can discover a new meaning in the symbol.*

Key words: *symbol, archetype, archetypic symbol, semantics, structure, media discourse.*

Мыкытив Г. В. Архетипный символ как структурно-семантическое явление в современном медиадискурсе

Цель исследования – анализ структуры и семантики архетипических символов в современном медиадискурсе.

Методология исследования. В статье используются следующие методы исследования: историко-философский – для прослеживания этимологии понятий «символ», «архетип», «архетипический символ»; структурный метод, в частности его методики дефиниционного анализа – для уточнения семантической структуры архетипических символов и компонентного анализа – для выявления их семной структуры; описательный метод: приемы контекстного анализа и интерпретации, на основании которых осуществлен анализ архетипических символов, их семантических и структурных особенностей в медиаречи.

Результаты. В результате обзора теоретического наследия известных украинских и зарубежных ученых обращено внимание на их утверждения о том, что специфика архетипной символики отмечается системностью, структурированностью и семантикой в рамках определенного контекста.

В статье освещены дефиниции символа, архетипа, архетипного символа, описаны их основные свойства, выяснены принципы корреляции между ними. Систематизированы научные взгляды относительно архетипа как коллективного бессознательного и архетипного словесного образа-символа как осознанного воплощения архетипного смысла в журналистский текст.

Новизна. Впервые исследованы семантика и структура архетипного символа в современном медиадискурсе; доказано, что функционирование символов оказывается в тесной связи семантического наполнения слова со своим архетипом, то есть с моделью, сложившейся еще на подсознательном уровне. Выяснено, что архетипические слова-символы – это лексемы, которые становятся символическими знаками не только для отдельного индивидуума, но и для значительной части человечества. Такие слова-символы отмечаются подобной или идентичной семантикой.

Практическое значение. Практическое значение результатов исследования заключается в том, что они могут использоваться авторами при создании журналистских текстов и осознании того, что символичность предполагает множество значений, обрамленных общей идеей, поэтому каждый человек может открыть для себя в символе новое значение.

Ключевые слова: символ, архетип, архетипический символ, семантика, структура, медиадискурс.