

\*\*\*\*\*

## МОВА МЕДІА

\*\*\*\*\*

УДК 81'272: 005.57:070:004.77

DOI [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2020.3\(43\).19](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2020.3(43).19)

**Г. В. Микитів**

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

### ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ ВЕРБАЛЬНОЇ ПАРАДИГМИ АРХЕТИПНОГО СИМВОЛУ «ВОРОГ» У МЕДІАПРОСТОРІ

**Мета дослідження** – висвітлення словесної парадигми архетипного символу «ворог» у медійному просторі Українського національного інформаційного агентства «Укрінформ».

**Методологія дослідження.** У статті застосовано такі методи дослідження: порівняльно-історичний, синтезу та узагальнення – для простеження виникнення дефініцій «символ», «архетип», «архетипний символ», їх порівняння та зіставлення; описовий метод, прийоми контекстного аналізу та інтерпретації – для аналізу архетипного символу «ворог», засобів його вербалізації, виявлення семантичних та структурних особливостей у медіапросторі; системного аналізу – для визначення засобів формування вербальної парадигми архетипного символу «ворог».

**Результати.** У статті розглянута проблема співвідношення понять «символ», «архетип» та «архетипний символ»; проаналізовані засоби формування словесної парадигми архетипного символу «ворог» та його модифікаторів – образних лексем-символів; описане лексико-семантичне поле архетипного символу «ворог»; окреслені вербалізатори, що його модифікують; репрезентована вербальна парадигма засобів творення архетипного символу «ворог» у сучасному медіапросторі.

**Новизна.** Уперше досліджено засоби формування вербальної парадигми архетипного символу «ворог» у сучасному медіадискурсі; окреслено його лексико-семантичне поле та схарактеризовано структуру; доведено, що засобами вербалізації архетипного символу «ворог» у медійному просторі Українського національного інформаційного агентства «Укрінформ» є лексеми на позначення образу нападника, агресора, противника.

**Практичне значення** результатів дослідження полягає в тому, що їх можуть використовувати автори журналістських текстів при висвітленні воєнних подій на Сході України для формування асоціативного поля архетипного символу «ворог» з метою кращого сприйняття змісту інформаційного повідомлення.

**Ключові слова:** архетипний символ, символ, архетип, символічне значення, образ, парадигма, семантика, структура.

#### I. Вступ

Символ цікавив людину з давніх-давен, зокрема найдавнішими є символи-архетипи, які формувалися на тому етапі мислення, коли людина оперувала магічною образністю й символікою, надаючи великого значення уявленням, асоціаціям, аналогії, порівнянню та протиставленням. Сутність феномена символу полягає в тому, що кожна історична епоха наповнювала його своїм змістом, виходячи зі своїх світоглядних, філософських, національно-стильових пріоритетів. Етнос створює символічні образи, які засвідчують, що індивід спрямовує пізнання до архетипної сутності. Культурно-психологічні архетипи є константами національної духовності, вони домінують у національній культурі, вияскравлюють особливості етнічного світосприймання. Архетипні уявлення від початку розвивались у лоні філософії, потім усталілися в аналітичній психології. Універсальність терміна «архетип» свідчить про його актуальність, значущість. Крім того, історичні уявлення про це поняття досить давні. І архетип, і символ характеризуються невичерпністю змісту, але архетипний символ у своїй остаточній інтерпретації є нерозкладною цілісною структурою.

Дослідження символів як структурно-семантичних явищ та засобів пізнання й вербалізованого освоєння світу визначається тим, що вони особливо виразно репрезентують процеси, характерні для відповідного етапу розвитку медіамовлення. Поліфункціональність, діалектична природа символічного значення пояснює інтерес до нього з боку дослідників лінгвістики, психології, філософії, культурології, фольклористики, мистецтва. У сучасному науковому дискурсі спостерігається синтез наукових результатів, які були отримані в суміжних дисциплінах, наприклад, у лінгвокультурології, когнітивістиці, етнопсихолінгвістиці тощо, зокрема увагу в цих науках привертають архетипи та символи. Незважаючи на існування численних праць, автори яких пропонують різні принципи диференціації символів та архетипів, цілісного універсального дослідження архетипної символіки немає.

Архетипні символи стали популярним об'єктом досліджень в Україні лише впродовж останніх десятиліть [1; 4]. Архетипними вважають найдавніші символи як маркери первісних уявлень про довкілля й статус людини в ньому. У сучасному мовознавстві зацікавлення до архетипу й символу виявили такі вчені, як: М. Алефіренко, С. Єрмоленко, В. Жайворонко, О. Лосев, О. Шелестюк, К. Юнг і багато інших. Філософи та психологи (А. Бергсон, В. Гумбольдт, Е. Кассіер, З. Фройд, К. Юнг) розглядали природу символів у межах взаємодії підсвідомості та свідомості, невидимого й видимого, значення й функції, реальності й умовності. Також їх більше цікавили архетипні символи та їх вплив на розвиток культури, цивілізації. Надзвичайно широку концепцію виникнення й розвитку символів запропонував К. Юнг. У ній багато уваги приділено ролі несвідомого (підсвідомого) індивідуального й колективного, що впливає на появу й формування символів. Дослідник М. Костомаров розглядав символ як поняття художнього мислення, зокрема поетичного, акцентував увагу на національно-культурній та релігійній основі символів, вважаючи, що саме в символіці виявляється сутність національного духу, національна специфіка мови, народнопоетичної творчості, літератури [3, с. 41]. Українського психолінгвіста О. Потебню цікавило саме виникнення символів. Їх зародження він убачав у первинній образності слів, яка в процесі лексичного зростання мови часом затемнювалася, ознаки в кожному новому слові набували якихось особливих відтінків. О. Потебня вважав, що «потреба відновлювати забуті власні значення була однією з причин утворення символів. Близькість основних ознак, яка помітна в постійних тотожностісних виразах, була й між назвами символу й позначуваного предмета» [8, с. 206]. У системі образно-метафоричних мовних засобів, побудованих на національно-культурній традиції, значне місце відводиться словесним символам, що своїм концептуальним змістом відображають різноманітні сторони життя, особливості національного бачення дійсності, образного осмислення «картини світу».

Цілком закономірно, що вербальні символи в їх культурній значущості, зв'язку з концептуальною картиною світу привертають увагу українських дослідників: Л. Дорошину, В. Кононенка, А. Мойсієнка, Л. Пустовіт, Н. Сологуб, Л. Ставицьку, М. Філона, що продовжують традиції вивчення цих понять, започатковані М. Костомаровим, М. Максимовичем та О. Потебнею. Зокрема, В. Кононенко вважає, що символ 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 [2, с. 74–75]. Словесний символ лише умовно передає відношення між означуваним і тим, чим він означається, або відповідає тільки одному означуваному, отож мотивує своє значення не шляхом переносу (точніше, передовсім не через нього), а через фонові знання, мовні пресупозиції. Категорія символу виявляє свій зміст і наповнення завдяки активній дії багатьох власне мовних і головне – позамовних чинників, що визначають його розуміння всіма членами певного соціуму.

Багато мовних символів має архетипний характер. Архетипи розуміємо як когнітивні константи свідомості мовної особистості, вид родової пам'яті, своєрідний інформаційний каркас, який зберігає відомості про свідомість представників окремого мовного соціуму.

## **II. Постановка завдання та методи дослідження**

Мета дослідження – висвітлення словесної парадигми архетипного символу «ворог» у медійному просторі Українського національного інформаційного агентства «Укрінформ».

У статті застосовано такі методи дослідження: порівняльно-історичний, синтезу та узагальнення – для простеження виникнення дефініцій «символ», «архетип», «архетипний символ», їх порівняння та зіставлення; описовий метод, прийоми контекстного аналізу та інтерпретації – для аналізу архетипного символу «ворог», засобів його вербалізації, виявлення семантичних та структурних особливостей у медіапросторі; системного аналізу – для виявлення засобів формування вербальної парадигми архетипного символу «ворог».

## **III. Результати**

Теорія архетипу ґрунтується на філософських концепціях. Із філософського погляду архетип трактується так: «Архетип – первинні, вроджені психічні структури, первинні схеми образів фантазії, що містяться в так званому колективному несвідомому й апріорно формують активність

уяви; складають основу загальнолюдської символіки, виявляються у міфах і віруваннях, снах, творах літератури тощо» [9, с. 559]. Архетипи – це підсвідомі знаки, що укорінені в підсвідомості людської ментальності [10, с. 39].

У наукову сферу теорії архетипів увів К. Юнг. Вагомий здобуток К. Юнга – виокремлення феномену колективного несвідомого людства, яке ретранслюється у формі архетипів. За виразом К. Юнга, символічне переживання архетипних структур є результатом інтеграції свідомого й підсвідомого [15, с. 102]. К. Юнг диференціює архетипи та архетипні образи на психологічному ґрунті. Однак А. Руткевич, дослідник доробку К. Юнга, стверджує, що архетипи позбавлені будь-якого психологічного змісту. Архетипні образи в межах сучасного медіадискурсу визначаються як «первинні образи, що відображають постійно повторюваний досвід людини» (С. Потапенко) [7].

У художній творчості один і той самий архетип може бути представленим у великому розмаїтті символічних образів, значення яких варіює не тільки залежно від індивідуального сприйняття, а й від певного соціального та культурно-національного підґрунтя, адже архетипи, як зауважував К. Юнг, не несуть цілком визначеного змісту, вони є лише тенденцією до утворення деяких уявлень, що можуть коливатись у конкретних варіантах [14, с. 99].

На думку дослідника міфології М. Еліаде, архетипи становлять символічну основу світобудови, її незламний сакральний кістяк; за допомогою архетипів відтворюються колективні уявлення про Всесвіт, суспільство та людину [13, с. 30–36].

Як стверджує О. Селіванова, основою процесів символізації є певна міра образності. На відміну від знака, символ є не просто конвенційним у лінгвокультурній спільноті, а канонізованим, його семіотична природа складніша, він згортає різні концептуальні сфери на підставі глибинних асоціацій, є культуромістким [11, с. 297]. У цьому схожість символу з міфом, який також занурює кожне явище до стихії першоджерел і так подає цілісний образ світу. Однак не всякий символ виходить із міфу, а якщо його джерелом і є міф, то він переходить у символ у сфері культурного зрізу [10, с. 537].

Водночас архетипи як категорії символічної думки переходять в образну мову. Архетип як незмінна частина несвідомого психічного змісту відтворюється в усіх видах духовної діяльності людини, зокрема, у словесній творчості. Під впливом індивідуальної свідомості автора архаїчні образи піддаються художній обробці, трансформуючись в «архетипні уявлення» (термін К. Юнга) [6].

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. В. Франкл порівнює дію символу з «ефектом перспективи», за якої символічний образ здійснює те, що є неосяжним, зрозумілим і близьким [12, 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 потракування. Колективне, успадковане від предків може трансформуватися, збагачуватися індивідуальним досвідом. Архетипи не мають позитивного чи негативного інтелектуального заряду й перебувають у тих сферах підсвідомості, які акумулюють нейтральне ставлення до емоційних оцінок. Однак вони завжди на рівні колективної свідомості об'єднують членів певного етносу, соціуму чи іншої общини. Однозначно вони є інтелектуальним феноменом [5, с. 39].

Архетипи можна зрозуміти і пізнати лише за умови їх трансформації в архетипні образи, що передбачає їхнє наповнення індивідуально-неповторним змістом психіки суб'єкта. Архетипи прямо не причетні до створення змісту психіки, вони лише забезпечують, каталізують його перекодування в образні, опредметнені форми, які досяжні прямому спостереженню і подальшому глибинному вивченню. Архетип, представляючись у конкретному образі, за своїм змістом виходить за його межі.

Архетипні слова-символи – це лексеми, що стають символічними знаками не лише для окремого індивідуума, а й для значної частини людства. Такі слова-символи відзначаються близькою чи ідентичною семантикою в більшості або й у всіх мовах і культурах. У мовному плані функціонування символів виявляється в тісному зв'язку семантичного наповнення слова зі своїм архетипом, тобто з початково сформованою ще на підсвідомому рівні моделлю. Символічність припускає безліч значень, обрамлених загальною ідеєю. Виходячи із загальної ідеї, кожна людина може відкрити для себе в символі нове значення.

Для архетипних образів притаманними є амбівалентність, полісемантичність, широкий спектр конотативних нашарувань. Єдність архетипного мислення є підґрунтям взаєморозуміння між носіями різних культур, епох та «єго-світів». Здатність утворювати своєрідну модель, типологічна повторюваність, відтворюваність прообразу є основними ознаками архетипу.

У медійному просторі Українського національного інформаційного агентства «Укрінформ» словесна парадигма архетипного символу «ворог» формується розгалуженою системою вербальних образів. В інформаційних повідомленнях, які висвітлюють події на Сході України, використовується низка лексем для творення семантико-символічної парадигми «ворог». Образ ворога здебільшого представлений семною парадигмою «ворог – окупант, загарбник, агресор». 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 передбачав припинення ведення вогню з будь-яких видів озброєння; **Ворог** обстрілював позиції наших підрозділів з гранатометів різних систем, великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї.* Архетипний символ «ворог» символізує агресію, смерть, напад, атаку тощо.

У свідомості читача виникає не сам архетип, а підданий свідомому переосмисленню «архетипний образ», що символізує війну, бойові дії. Образ ворога формується синонімічними лексемами, які сприймаються однозначно, незалежно від контексту: Зранку, о 06.50 **окупанти** зі стрілецької зброї обстріляли оборонців Водяного – вогонь вівся протягом майже півгодини від села Пікузи; За добу 8 серпня **окупанти** 9 разів порушили режим припинення вогню в зоні бойових дій на Донбасі; Так, у районі відповідальності оперативно-тактичного угруповання «Схід» **загарбники** вели вогонь по позиціях Об'єднаних сил неподалік Богданівки з великокаліберних кулеметів та стрілецької зброї; По околицях Новолуганського **агресор** двічі задіяв великокаліберні кулемети та стрілецьку зброю, а по оборонцях Новоолександрівки – ручні протитанкові гранатомети.

В інформаційному просторі Українського національного інформаційного агентства «Укрінформ» 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; 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; У суботу **бойовики** один раз обстрілювали позиції сил АТО; За його словами, основним засобом вогневого впливу **противника** стали міномети калібром 120 мм, які заборонені Мінськими угодами; Міномети цього ж калібру **противник** застосував по наших позиціях неподалік Троїцького; Бойові підрозділи, які виконують завдання на першій лінії оборони, пильність не втрачають: перебувають на своїх постах, укріплюють позиції та спостерігають за **противником**.

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. У їх семантичній структурі індуються 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. 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**; На Донецькому напрямку, у районі Верхньоторецького, вогонь по наших позиціях вів **ворожий снайпер**.

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; Сьогодні **бойовики російсько-окупаційних військ** здійснили 1 обстріл у бік українських захисників; Цієї доби **російські окупаційні війська** на Донбасі дотримувались режиму «тиші»; Сьогодні, 31 липня, **російсько-окупаційні війська** поводитися більш агресивно.

Ядром вербальної парадигми може бути образ, який не має «архетипних» коренів. Превалювання тих чи тих образів пов'язано з особливостями 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; 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; Зазначається, що **члени незаконних збройних формувань** і далі не пропускали спостерігачів, які здійснювали перетин офіційними дорожніми коридорами на блокпостах у Донецькій та Луганській областях; Крім того, **члени збройних формувань** і далі забороняли патрулям місії доступ на блокпостах уздовж офіційних дорожніх коридорів перетину лінії зіткнення в Донецькій і Луганській областях.

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; 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.

Найбільш поширене в стилістиці інформаційних медійних повідомлень використання складної структури символічного 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; **Збройні формування Російської Федерації** з початку 2020 року 93 рази порушили режим припинення вогню.

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.

#### IV. Висновки

Отже, архетипні символи позначають сутність, форму та спосіб зв'язку несвідомих першообразів, структур психики, які успадковуються, виражають образну структуру, що містить у собі вказівку на ті або ті відмінні від неї предмети. Згадані структури є поліфункціональними й забезпечують структурування особистості, керування поведінкою особи і групи осіб. У медійному просторі Українського національного інформаційного агентства «Укрінформ» архетипні символи вкрай полісемантичні. Значення символу формується контекстом. Основними засобами, які становлять вербальну парадигму архетипного символу «ворог», виступають образи нападника, агресора, ворожого війська тощо. Символи, які утворюють художньо-образні парадигми в медіатексті, надають їм особливої виразності та емоційності. Нанизування кількох образів-символів в одному контексті створює динамічну напругу змісту, наділяє його виразною стилістичною конотацією. У перспективі дослідження – аналіз засобів формування бінарної парадигми «ворог, нападник – друг, захисник» у сучасному інформаційному просторі.

#### Список використаної літератури

1. Кононенко В. Українство в словесній символіці. *Мовознавство*: тези та повідомлення III Міжнар. конгресу українців. Харків: Око, 1996. С. 229–231.
2. 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.
3. Костомаров М. І. Слов'янська міфологія. Київ: Либідь, 1994. 384 с.
4. Кримський С. Архетипи української культури. *Вісник НАН України*. 1998. № 7–8. С. 74–87.
5. Любчук О., Шостак В. Феномен архетипу: трактування, прояви й роль у національній культурі. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Філософські науки*. 2013. № 11. С. 38–42.
6. Матійчак А. А. Конструктивна функція архетипів в романній стилістиці Айріс Мердок. URL: [www.nbu.gov.ua/portal/natural/vkhnu/Filol/2010\\_901/.../matijchak.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vkhnu/Filol/2010_901/.../matijchak.pdf) (дата звернення: 02.08.2020).
7. Потапенко С. І. Мовна особистість у просторі медійного дискурсу: досвід лінгвокогнітивного аналізу. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2004. 359 с.
8. Потебня О. О. Про деякі символи в слов'янській народній поезії. *Естетика і поетика слова*. Київ: Мистецтво, 1985. С. 206–207.
9. Причепій Є., Черній А., Чекаль Л. Філософія. Київ: Академвидав, 2003. 576 с.
10. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термін. енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2006. 716 с.
11. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: підручник. Полтава: Довкілля-К, 2008. 712 с.
12. Франкл В. Человек в поисках смысла. Москва: Прогресс, 1990. 368 с.
13. Элиаде М. Космос и история. Москва: Прогресс, 1987. 312 с.
14. Юнг К. Об архетипах коллективного бессознательного. Архетип и символ. Москва: Ренессанс, 1991. 304 с.
15. Юнг К. Г. Психология і поезія. Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / за ред. М. Зубрицької. Львів: Літопис, 1996. С. 91–108.

#### References

1. Kononenko, V. (1996). Ukrainstvo v slovesnii symvolitsi [Ukraine in verbal symbolism]. *Movoznavstvo: tezy ta povidomlennia III Mizhnarodnoho konhresu ukrainistiv* [Linguistics: abstracts and reports of the III International Congress of Ukrainians]. Kharkiv [in Ukrainian].
2. Kononenko, V. I. (2013). *Symvoly ukrainiskoi movy* [Symbols of the Ukrainian language]. 2-he vyd., dopovn. i pererob. Kyiv; Ivano-Frankivsk: Vyd-vo Prykarpat. nats. un-tu im. V. Stefanyka [in Ukrainian].
3. Kostomarov, M. I. (1994). *Slovianska mifolohiia* [Slavic mythology]. Kyiv: Lybid [in Ukrainian].
4. Krymskyi, S. (1998). Arkhetypy ukrainiskoi kultury [Archetypes of Ukrainian culture]. *Visnyk NAN Ukrainy*, 7–8, 74–87 [in Ukrainian].
5. Liubchuk, O., & Shostak, V. (2013). Fenomen arkhetypu: traktuvannia, proiavy y rol u natsionalnii kulturi [The phenomenon of the archetype: interpretation, manifestations and role in national culture]. *Naukovyi visnyk Skhidnoevropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky. Filosofski nauky*, 11, 38–42 [in Ukrainian].
6. Matiichak, A. A. Konstruktyvna funktsiia arkhetypiv v romannii stylistytsi Airis Merdok [The constructive function of archetypes in the novel style of Iris Murdoch]. Retrieved from [www.nbu.gov.ua/portal/natural/vkhnu/Filol/2010\\_901/.../matijchak.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vkhnu/Filol/2010_901/.../matijchak.pdf) [in Ukrainian].
7. Potapenko, S. I. (2004). *Movna osobystist u prostori mediinoho dyskursu: dosvid lnhvokohnityvnoho analizu* [Linguistic personality in the space of media discourse: the experience of linguocognitive analysis]. Kyiv: Vydavnychi tsestr KNLU [in Ukrainian].
8. Potebnia, O. O. (1985). Pro deiaki symvoly v slovianskii narodnii poezii. *Estetyka i poetyka slova* [About some symbols in Slavic folk poetry. Aesthetics and poetics of words]. Kyiv: Mystetstvo [in Ukrainian].
9. Prychepii, Ye., Chernii, A., & Chekal, L. (2003). *Filosofiia* [Philosophy]. Kyiv: Akademvydav [in Ukrainian].
10. Selivanova, O. (2006). *Suchasna lnhvistyka: terminolohichna entsyklopediia* [Modern linguistics: a terminological encyclopedia]. Poltava: Dovkillia-K [in Ukrainian].

11. Selivanova, O. O. (2008). Suchasna linhvistyka: napriamy ta problemy: pidruchnyk [Modern linguistics: directions and problems]. Poltava: Dovkillia-K [in Ukrainian].
12. Frankl, V. (1990). Chelovek v poiskakh smysla [Man in search of meaning]. Moskva: Progress [in Russian].
13. Eliade, M. (1987). Kosmos i istoriia [Space and history]. Moskva: Progress [in Russian].
14. Jung, K. (1991). Ob arkhetypakh kollektivnogo bessoznatelnogo. Arkhetip i simvol [On the archetypes of the collective unconscious. Archetype and symbol]. Moskva: Renessans [in Russian].
15. Yunh, K. H. (1996). Psykholohiia i poeziia. Antolohiia svitovoi literaturno-krytychnoi dumky XX st. [Psychology and poetry. Anthology of world literary and critical thought of the XX century]. Lviv: Litopys [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 14.08.2020.

Received 14.08.2020.

#### **Mykytiv H. Means of Formation of Verbal Paradigm of Archetypic Symbol «Enemy» in Media Space**

**The purpose of the study** – analysis of the verbal paradigm of the archetypal symbol «enemy» in the media space of the Ukrainian National Information Agency «Ukrinform».

**Methodology research.** The following methods were used in the article: comparative-historical, synthesis and generalization to trace the origin of the definitions «symbol», «archetype», «archetypal symbol», their comparison and juxtaposition; descriptive method: methods of contextual analysis and interpretation, on the basis of which the archetypal symbol «enemy» is analyzed, the means of its verbalization, semantic and structural features in the media space are revealed; system analysis to identify the means of forming the verbal paradigm of the archetypal symbol "enemy".

**Results.** The problem of correlation of concepts «symbol», «archetype» and «archetypal symbol» is considered in the article; the means of formation of the verbal paradigm of the archetypal symbol of the «enemy» and its modifiers – figurative tokens-symbols are analyzed; described the lexical and semantic field of the archeological symbol «enemy»; outlined verbalizers that modify it; the verbal paradigm of the means of creating the archetypal symbol «enemy» in the modern media space is represented.

**Novelty.** The means of forming the verbal paradigm of the archetypal symbol «enemy» in modern media discourse were studied for the first time; outlined its lexical-semantic field and characteristic structure; it is proved that the means of verbalization of the archeological symbol «enemy» in the media space of the Ukrainian National Information Agency «Ukrinform» are tokens to denote the form of attackers, aggressors, enemies.

**The practical significance** of the research results is that they can be used by authors of journalistic texts in the coverage of military events in eastern Ukraine to form an associative field of the archetypal symbol «enemy» in order to better understand the content of the information message.

**Key words:** archetypal symbol, symbol, archetype, symbolic meaning, image, paradigm, semantics, structure.

#### **Мыкытив Г. В. Средства формирования вербальной парадигмы архетипического символа «враг» в медиапространстве**

**Цель исследования** – освещение словесной парадигмы архетипического символа «враг» в медийном пространстве Украинского национального информационного агентства «Укринформ».

**Методология исследования.** В статье применены следующие методы исследования: сравнительно-исторический, синтеза и обобщения – для прослеживания возникновения дефиниций «символ», «архетип», «архетипический символ», их сравнения и сопоставления; описательный метод, приемы контекстного анализа и интерпретации – для анализа архетипического символа «враг», средств его вербализации, выявления семантических и структурных особенностей в медиапространстве; системного анализа – для определения средств формирования вербальной парадигмы архетипического символа «враг».

**Результаты.** В статье рассмотрена проблема соотношения понятий «символ», «архетип» и «архетипический символ»; проанализированы средства формирования словесной парадигмы архетипического символа «враг» и его модификаторов – образных лексем-символов; описано лексико-семантическое поле архетипического символа «враг»; очерченные вербализаторы, что его модифицируют; представлена вербальная парадигма средств создания архетипического символа «враг» в современном медиапространстве.

**Новизна.** Впервые исследованы средства формирования вербальной парадигмы архетипического символа «враг» в современном медиадискурсе; очерчено его лексико-семантическое поле и схарактеризована структура; доказано, что средствами вербализации архетипического символа «враг» в медийном пространстве Украинского национального информационного агентства «Укринформ» выступают лексемы для обозначения образа нападающего, агрессора, противника.

**Практическое значение** результатов исследования заключается в том, что их можно использовать авторами журналистских текстов при освещении военных событий на Востоке Украины для формирования ассоциативного поля архетипического символа «враг» с целью лучшего восприятия содержания информационного сообщения.

**Ключевые слова:** архетипический символ, символ, архетип, символическое значение, образ, парадигма, семантика, структура.