

## **АНАЛІЗ ПРЕЦЕДЕНТНИХ ФЕНОМЕНІВ У ТЕКСТОВИХ МАТЕРІАЛАХ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА ПРО КУЛЬТУРУ**

**Анотація.** У роботі проаналізовано використання прецедентних феноменів в українських медіа про культуру; визначено, які прецедентні феномени (імена, висловлення, тексти, ситуації) найчастіше вживаються в культурних медіа та до яких джерел прецедентності вони переважно апелюють.

Виявлено, що найуживанішим типом прецедентних феноменів у текстових матеріалах медіа про культуру є прецедентні висловлення, а прецедентні тексти та прецедентні ситуації використовуються найрідше.

Також з'ясовано, що основними джерелами прецедентності виступають політика й культура, що свідчить про фокус медіа на актуальних питаннях, які впливають на життя людей.

**Ключові слова:** прецедентний феномен, прецедентне ім'я, прецедентне висловлення, прецедентна ситуація, прецедентний текст, українські медіа, культура.

**Зима Ольга Григорівна**

<https://orcid.org/0000-0003-4105-0429>

к. е. н., доцент

доцент кафедри управління соціальними комунікаціями

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,

*Україна*

**Костенко Анастасія Юріївна**

здобувач вищої освіти факультету міжнародних відносин і журналістики

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,

*Україна*

**Вступ.** Медіа про культуру є невід'ємною складовою сучасного інформаційного простору. На сьогодні українські медіа активно використовують тему про культуру. Вони розповідають про різні події, висвітлюють творчість українських та зарубіжних митців, розмірковують над культурними традиціями й інноваціями. Можна сказати, що медіапростір України рясніє інформацією про культуру. З одного боку, це дає аудиторії нечуваний доступ до знань, дозволяє

їй знайомитися з різними аспектами культури. З іншого боку, медіа змушені боротися за увагу аудиторії, що веде до посилення конкуренції. Часто журналісти, редактори культурних медіа використовують різні техніки, прийоми, інструменти для того, щоб привернути до себе увагу, тобто, «спіймати» аудиторію «на гачок». Одним із таких «гачків» є використання прецедентних феноменів у матеріалах.

Прецедентні феномени відображають унікальні аспекти минулих подій, особливості культурних явищ, які мають значення для сучасного суспільства. Використання таких феноменів у медіа дозволяє створювати взаємозв'язок між минулим і сучасністю, допомагає аудиторії краще розуміти й оцінювати поточні події та явища. Крім того, прецедентні феномени роблять контент медіа більш привабливим та цікавим для аудиторії, що, в свою чергу, сприяє підвищенню її уваги до важливих культурних тем.

**Аналіз основних досліджень та публікацій.** Дослідженням прецедентних феноменів займалися І. Богданова, Т. Воробйова, О. Ільченко, С. Лазаренко, І. Сахарук, О. Селіванова, Г. Ташченко, які класифікували прецедентні феномени, розглянули специфіку їх функціонування, сприйняття та тлумачення. Вагомий внесок у вивчення прецедентних феноменів у медіа зробили Л. Балахонська, А. Буднік, Л. Дядечко, Л. Меркотан, О. Полумисна, І. Хижняк тощо. Однак функціонування прецедентних феноменів в українських медіа про культуру потребує подальшого дослідження, тому тема дослідження є актуальною.

**Постановка мети.** Метою дослідження є визначення того, які прецедентні феномени (імена, висловлення, тексти, ситуації) найчастіше вживаються у медіа про культуру та до яких джерел прецедентності переважно апелюють згадані медіа.

**Матеріали та результати дослідження.** Розпочнемо з розгляду термінів. Наприкінці ХХ століття поняття «прецедентний феномен» стало об'єктом наукових досліджень багатьох вчених-лінгвістів. Протягом цього періоду активно вивчалися й розглядалися терміни «прецедентність» та «прецедентний текст», які послужили основою для виокремлення поняття «прецедентний

феномен». Однак, незважаючи на попередні напрацювання, чіткого визначення терміну «прецедентний феномен» немає й досі. Це свідчить про складність і багатоплановість цього явища, яке має різні аспекти та інтерпретації.

У ході проведення аналізу літератури було виявлено наступні поняття терміну «прецедентний феномен».

У термінологічній енциклопедії «Сучасна лінгвістика» О. Селіванова визначає прецедентні феномени як «компоненти знань, позначення та зміст яких добре відомі представникам певної етнокультурної спільноти». При цьому дослідниця додає, що прецедентні феномени є актуальними в когнітивному й комунікативному плані [12, с. 492-493].

Л. Дядечко вважає, що прецедентні феномени доцільно відносити до ептонімів (крилатих слів, виразів, мовних афоризмів), тобто до «слів або висловів, що є національно-культурно детермінованими та соціумно-орієнтованими, відносно широко відтворюваними в значенні, відмінному від вихідного при збереженні живого зв'язку з першоджерелом» [3, с. 25].

В свою чергу, Т. Воробйова відносить прецедентні феномени до когнітивних структур. Вона зазначає, що прецедентні феномени формуються на основі пізнавальної бази представників однієї мови через вивчення однакових книг, доступ до єдиної бази фільмів та телевізійних передач, а також спільне сприйняття єдиних подій [2, с. 124].

А. Буднік та І. Хижняк досліджували комунікативну сторону прецедентних феноменів. На думку вчених, прецедентні феномени сприяють формуванню специфічного напрямку колективної творчості – мовленнєвої субкультури, яка наявна у свідомості носіїв у вигляді цитат, запозичень з української літератури, усної народної творчості та інших комунікативних ситуацій. Знання й використання цих одиниць мовцем допомагають йому узгодити зміст висловлення, зробити його більш інформативним [1, с. 30].

Також доцільно розглянути типи прецедентних феноменів, яких усього чотири. Це прецедентні імена, прецедентні висловлення, прецедентні тексти та прецедентні ситуації.

Прецедентні імена – це широковідомі, власні імена, які використовуються в текстах не лише для ідентифікації конкретних осіб, місць чи організацій, але і як культурні знаки, що несуть в собі певні якості, значення [11]: *Проте авторка хотіла показати не те, який Яків донжуан, радше на тлі стосунків кожної дівчини з ним та іншими героями продемонструвати різноманіття людських типажів* [17]. У цьому реченні прецедентне ім'я *донжуан* використовується, щоб надати Якову певні характеристики і вказати на особливості його поведінки. Можна зрозуміти, що Яків – це чоловік, який має багато романів та не шукає серйозних стосунків.

Прецедентні висловлення – це стійкі одиниці мови, що виникають у процесі мовленнєво-мисленнєвої діяльності. Це динамічний різновид прецедентних феноменів, який з'являється на короткий час, але має значний вплив у даний період [11]: *To eat or not to eat: децю з історії споживання м'яса та м'ясних виробів* [7]. Вираз *to eat or not to eat* є відсиланням до крилатої фрази «to be, or not to be» («бути, або не бути») з п'єси «Гамлет» Вільяма Шекспіра.

Прецедентний текст – це вербальний феномен, який зберігається в пам'яті людини у вигляді узагальненого образу й використовується для інтерпретації та розуміння інших текстів [11]: *Як «тизер» цієї теми можу рекомендувати щемке й постмодерно-іронічне оповідання Владислава Івченка «І заплакав» зі збірки «Звіяні вітром бездержавності»* [9]. У даному випадку прецедентне висловлення *звіяні вітром бездержавності* відсилає читачів до роману Маргарет Мітчелл «Звіяні вітром», що є прецедентним текстом.

Прецедентна ситуація – це ситуація, що колись відбувалася в реальності. Її характерні ознаки зафіксовані в народній свідомості з певною емоційною оцінкою [11]. Так, наприклад, прецедентне ім'я *Революція на граніті* співвідноситься з прецедентною ситуацією, яка мала місце в жовтні 1990 року.

Дослідивши терміни, можемо перейти до аналізу прецедентних феноменів у медіа. Матеріалом аналізу послуговували тексти, зібрані з трьох українських медіа (Gogol Media, «Сенсор», «Бунт»), які створюють контент на культурну тематику.

Gogol Media – одне з найбільших українських медіа про культуру. У 2019 році подкастери Вадим Кириленко та Микита Рибаків запустили подкаст «Вуса Гоголя», який 27 травня 2022 року став повноцінним онлайн-медіа [18]. Кириленко й Рибаків описують стратегію Gogol Media так: «Ми слоу-медіа, тому більше рефлексуємо на культурні явища чи події у світі. Нам важливо, що підписники можуть розповісти про свої інтереси завдяки нашій роботі. Хтось прочитає пост про культурну подію в Україні й поділиться ним у сторіс – так людина покаже, що вона цікавиться темою культури й розповість про ресурс, якому довіряє. Для нас це дуже важливий механізм спілкування з аудиторією» [14]. Варто зазначити, що на Instagram-сторінці Gogol Media більше 67 тисяч підписників. Щодня на сайті та у соціальних мережах медіа виходять матеріали про літературу, кінематограф, мистецтво, музику тощо [18].

У листопаді 2023 року літературознавиця Настасія Євдокимова запустила медіа «Сенсор». Це медіа про культуру, яке публікує матеріали про книжки, театр, кіно, візуальне мистецтво, урбаністику, подорожі, безліч механізмів, які запускають і підтримують культурні процеси. Засновниця медіа зазначає, що «команда “Сенсора” налаштовує високочутливі локатори й оптику, щоб послідовно сприймати і освоювати інформацію про мистецькі твори та культурні події, суспільні зміни, ідеї й сенс. У нагоді стають органи чуття й інтуїція, ірраціональне глибинне переживання й раціональне вдумливе осмислення станів, явищ, почуттів» [13].

«Бунт» – це онлайн-медіа про українську культуру, історію та суспільство, яке було створене в лютому 2022 року. «Бунт» позиціонує себе як провідника у світ культурного та громадського життя українців. Місія медіа звучить так: «Ми популяризуємо культурну спадщину, історію та традиції українського народу». Медіа має Instagram-сторінку, на якій більше 12 тисяч підписників [4].

З вищезазначених медіа було зібрано по 10 текстів, які містять прецедентні феномени, для того, щоб визначити, які типи прецедентних феноменів використовуються в публікаціях, яка їх частотність. Зупинимось на отриманих результатах.

Дослідження десяти текстових матеріалів Gogol Media показало, що найуживанішими типами прецедентних феноменів є прецедентні висловлення (сім вживань) та прецедентні імена (шість вживань). Малочастотним є використання прецедентних ситуацій (одне вживання), а прецедентні тексти взагалі не були виявлені. Тож в десяти текстах було знайдено 14 прецедентних феноменів.

Аналіз текстових матеріалів медіа «Сенсор» показав, що найчастіше серед прецедентних феноменів зустрічаються прецедентні висловлення (сім вживань). Менш вживаними виявилися прецедентні тексти (п'ять вживань). І найменше використовуються в текстах прецедентні імена (два вживання) та прецедентні ситуації (одне вживання). Всього в десяти текстах було виявлено 15 прецедентних феноменів.

У ході аналізу текстів медіа «Бунт» з'ясувалося, що прецедентні висловлення є найуживанішими (11 вживань). Малочастотним є використання прецедентних ситуацій (три вживання) та прецедентних імен (одне вживання), а прецедентних текстів не було виявлено. Отже, в десяти текстах було вжито 15 прецедентних феноменів.

Таким чином, у тридцяти текстових матеріалах всього було виявлено 44 прецедентних феномени, з них: дев'ять прецедентних імен, 25 прецедентних висловлень, п'ять прецедентних текстів та п'ять прецедентних ситуацій.

На основі вищезазначеної інформації, можна зробити деякі висновки. По-перше, у всіх трьох медіа прецедентні висловлення зустрічаються найчастіше. Це може бути пояснено тим, що до прецедентних висловлень належать фразеологізми, крилаті вирази, прислів'я, приказки, які є глибоко вкоріненими в мову і використовуються для лаконічного вираження думок.

По-друге, прецедентні тексти та прецедентні ситуації в текстах використовуються доволі рідко. Це явище теж можна пояснити. Всі прецедентні феномени (імена, висловлення, тексти, ситуації) використовуються в мовленні. Однак прецедентні висловлення та прецедентні імена – це вербальні феномени, тобто вони виражаються словами. В свою чергу, прецедентні тексти й

прецедентні ситуації не є вербальними феноменами, але вони піддаються вербалізації. Тому, як правило, звернення до прецедентних текстів і прецедентних ситуацій відбувається через прецедентні висловлювання та прецедентні імена. А прецедентні тексти й ситуації зберігаються в нашій пам'яті у вигляді образів, асоціацій та значень.

Також варто зазначити, що загальна кількість прецедентних феноменів у досліджених текстах є відносно невеликою. Це може бути пов'язано з жанровою специфікою матеріалів, а також з тим, що їх автори не ставлять перед собою задачу використовувати прецедентні феномени.

Перейдемо до аналізу джерел прецедентності, до яких найчастіше апелюють медіа про культуру. В цілому, було визначено шість основних джерел прецедентності. А саме:

політика – політичні діячі та їх цитати, політичні партії, теорії, ідеології, явища, процеси, політичні гасла та лозунги. Приклад: *Те, що юна Ліна Василівна на кінець 1950-х мала вже три поетичні збірки та грандіозні пророкування читачів на ще величніше майбутнє, не врятувало її від руки червоної цензури* [6];

культура – культурні явища, події, місця, рухи, течії, традиції, видатні особистості, а також тенденції, тренди й віяння. Приклад: *Імпресіоніст надихнувся бодлерівським образом «жінки-кішки», музою для якого була актриса Жанна Дюваль* [15];

література – назви літературних творів, імена авторів та героїв літературних творів, цитати з творів. Приклад: *Сьогодні, говорить ліричний герой Артура Дроня, «солдати падають – діти ростуть», тобто змінилася система рівноваги світу* [10];

міфологія – міфи, легенди, божества, герої, міфологічні сюжети та образи, символи. Приклад: *Але натомість усі з них стануть «едінами», які не зможуть втекти від долі* [16];

фразеологія – фразеологізми, прислів'я, приказки, крилаті вислови та афоризми. Приклад: *Перший млинець грудкою* [5];

суспільство – соціальні явища та події, відомі особистості, групи, об'єднання. Приклад: *Минуло 100 років, і чомусь досі звучать такі тези, як «харьковський язик» або «какая різниця»* [8].

Найчастіше як джерело прецедентності у матеріалах Gogol Media використовуються політика та культура (по чотири прецедентних феномени). Ще одним доволі популярним джерелом прецедентності є фразеологія (три прецедентні феномени). Найменш вживаними джерелами виявилися міфологія (два прецедентні феномени) та література (один прецедентний феномен). Прецедентних феноменів з суспільства не було виявлено.

Дослідження текстів медіа «Сенсор» показало, що найуживанішим джерелом прецедентності є література (сім прецедентних феноменів). Рідше як джерело прецедентності використовується культура (чотири прецедентні феномени). Політика (два прецедентні феномени), фразеологія (один прецедентний феномен) та суспільство (один прецедентний феномен) залишаються на периферії. У текстах апеляції до міфології не знайдено.

Розподіл джерел прецедентності у матеріалах медіа «Бунт» виглядає так: політика – шість прецедентних феноменів; фразеологія – чотири прецедентних феномени; культура – три прецедентні феномени; література та суспільство – по одному прецедентному феномену. Прецедентних феноменів, що апелюють до міфології, не було виявлено.

Тож серед джерел прецедентності у текстових матеріалах культурних медіа найчастіше використовують політику та культуру (по 11 прецедентних феноменів). Доволі часто як джерело прецедентності виступають література й фразеологія (по дев'ять прецедентних феноменів). Найменше уваги звертається на міфологію та суспільство (по два прецедентні феномени).

Як бачимо, українські медіа зосереджуються на актуальних політичних і культурних питаннях. Це не дивно, адже політика й культура мають значний вплив на життя людей. Використання літератури та фразеології також є зрозумілим, адже ці джерела прецедентності багаті на художні засоби. Низькі



показники міфології й суспільства можуть бути пояснені складністю та неоднозначністю цих тем.

**Висновок.** За результатами дослідження можна дійти висновку, що українські медіа про культуру активно використовують прецедентні феномени в своїх текстах; найчастіше – прецедентні висловлення. Прецедентні тексти та ситуації вживаються найрідше, що може бути пов'язано з їх складністю та опосередкованим використанням через інші типи прецедентних феноменів.

Серед джерел прецедентності домінують політика та культура. Це може бути пояснено актуальністю цих тем для українського суспільства.

Важливо зазначити, що дослідження ґрунтується на невеликій вибірці текстів, тому його результати не можна вважати остаточними. Це лише загальні тенденції, які дають уявлення про те, як медіа формують культурний ландшафт України.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Буднік А. О. (2013) Прецедентні тексти як засіб формування комунікативної компетенції у мовно-літературній освіті майбутніх словесників. *Science and Education a New Dimension: Pedagogy and Psychology*, (7), 27–30.
2. Воробйова Т. В. (2003) Семантика прецедентних імен: національно-культурний компонент. *Мова і культура*, (6), 119–127.
3. Дядечко Л. П. (2002) *Крилаті слова як об'єкт лінгвістичного опису: історія та сучасність*. Київ : Вид-во КНУ ім. Т. Шевченка.
4. Медіа «Бунт» – нетипово про українську культуру. Вилучено з <https://www.instagram.com/bunt.ua/>
5. Медіа «Бунт». *Перший млинець грудкою. Розповідаємо про Масницю*. Вилучено з [https://www.instagram.com/p/C4 aZ8kVtBiy/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C4 aZ8kVtBiy/?img_index=1)
6. Медіа «Бунт». *Who is Ліна?* Вилучено з [https://www.instagram.com/p/C4sGgzctdbq/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C4sGgzctdbq/?img_index=1)
7. Медіа «Сенсор». *Вегетаріанство в українській літературі першої половини ХХ століття*. Вилучено з <https://sensormedia.com.ua/books/vehetarianstvo-v-ukrainskiy-literaturi-pershoi-polovyny-khkh-stolittia/>

8. Медіа «Сенсор». *10 думок актора та режисера Артема Вусика* Вилучено з <https://sensormedia.com.ua/theatre/10-dumok-aktora-ta-rezhysera-artema-vusyka/>

9. Медіа «Сенсор». *Кріпота про кріпаків: як «освіжити» для себе одну з центральних тем XIX століття.* Вилучено з <https://sensormedia.com.ua/books/kripota-pro-kripakiv-iak-osvizhyty-dlia-sebe-odnu-z-tsentralnykh-tem-khikh-stolittia/>

10. Медіа «Сенсор». *Про дитинство з солдатського бліндажа «Тут були ми» Артура Дроня.* Вилучено з <https://sensormedia.com.ua/books/pro-dytynstvo-z-soldatskoho-blindazha-tut-buly-my-artura-dronia/>

11. Сахарук І. В. (2011) Типологія прецедентних феноменів у сучасному українському дискурсі. *Лінгвістичні студії*, (23), 197–203.

12. Селіванова О. О. (2006) *Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія.* Полтава: Довкілля-К.

13. «Сенсор» – *медіа про культуру, що задіює всі органи чуття.* Вилучено з <https://sensormedia.com.ua>

14. *Bazilik Media.* «Ми боремося за те, щоб в українців була цікавість до вітчизняного кіно та мистецтва». *Інтерв'ю із засновниками Gogol Media.* Вилучено з <https://bazilik.media/my-boremosia-za-te-shchob-v-ukraintsiv-bula-tsikavist-do-vitchyznianoho-kino-ta-mystetstva-interv-iu-iz-zasnovnykamy-gogol-media/>

15. *Gogol Media.* *Найскандальніша хтивка в мистецтві.* Вилучено з [https://www.instagram.com/p/C4NhiTINlaQ/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C4NhiTINlaQ/?img_index=1)

16. *Gogol Media.* «Спадщина» *головний серіал 2023 року?* Вилучено з [https://www.instagram.com/p/C1UYvmLtQ1-/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C1UYvmLtQ1-/?img_index=1)

17. *Gogol Media.* «Три долі» *Марка Вовчка.* Вилучено з [https://www.instagram.com/p/C4VClfpN2wX/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C4VClfpN2wX/?img_index=1)

18. *Gogol Media* – *українське медіа про культуру.* Вилучено з <https://www.instagram.com/gogol.media/>

ANALYSIS OF PRECEDENT PHENOMENA IN THE TEXT MATERIALS OF THE UKRAINIAN MEDIA ABOUT CULTURE

Zyma Olha

Kostenko Anastasiia