

УДК 811.161.2

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTR.2019.39.21-36>

Сизонов Д.Ю.

[orcid.org/0000-0003-1162-2182](https://orcid.org/0000-0003-1162-2182)**НОВІ СЕМАНТИЧНІ ВІДТІНКИ ЛІТЕРАТУРНОЇ  
ФРАЗЕОЛОГІЇ: "ЧОРНА РАДА" П. КУЛІША**

*Анотація.* У статті розглядаються стилістичні трансформації фразеологізма літературного походження ЧОРНА РАДА, який у масовій свідомості пов'язується з: а) однойменним романом-хронікою П. Куліша; б) історичною подією, що номінується як Ніжинська рада 1663 року; в) узурпацією влади в добу козацтва та подальшої "руїни" (економічного занепаду української держави). В новий час фразеологізм може розглядатися в інших актуалізованих контекстах, передусім політичних. Для унаочнення деактивації поняття ЧОРНА РАДА використані тексти медійної комунікації як однієї з домінантних сфер сучасного соціуму. В дослідженні подаються дані електронних пошукових систем, в яких аналізований фразеологізм виступає певним маркером часу. Найбільша медійна рефлексія до фразеологізма спостерігається в періоди соціальних зрушень: масових акцій та революцій (2004 та 2014 рр.), парламентських криз (2006, 2014 та 2019 рр.), а також при зміні президентів та/чи політичного курсу країни. Фактично, аналізований фразеологізм виступає певною ідеологемою сучасної політичної України. Для доведення цього був використаний метод медіамоніторингу (дозволив коректно схарактеризувати роль фразеологізма і його стилістичної трансформації в жанровому синкретизмі) та статистичний метод (підтвердив зроблені висновки та допоміг визначити семантичні домінанти фразеологізма в медіа). Проаналізовано широкий дериваційний потенціал досліджуваного фразеологізма, що веде і до зміни в семантиці, і до еволюції української літературної мови в цілому. Звертається увага на нові семантичні відтінки аналізованого фразеологізма, що пов'язуємо з: а) оновленням мовного ресурсу в медіакомунікації, б) розширенням світового інформаційного поля, в) корегуванням ціннісних орієнтирів українців, з) зміною політичної ситуації в країні. Фразеологізм ЧОРНА РАДА, таким чином, виступає результативним стилістичним ресурсом для опису політичної ситуації, а його семантична

трансформація підсилює медіавплив на реципієнта, враховуючи його фонові знання.

**Ключові слова:** медійний фразеологізм, функціональна стилістика, "Чорна рада", аксіологічність, сучасна українська мова.

**Інформація про автора:** Сизонов Дмитро Юрійович – кандидат філологічних наук, доцент; доцент кафедри стилістики та мовної комунікації; Інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

**Електронна адреса:** [dm\\_sizonov@ukr.net](mailto:dm_sizonov@ukr.net)

**Dmytro Y. Syzonov**  
[orcid.org/0000-0003-1162-2182](https://orcid.org/0000-0003-1162-2182)

## **NEW SEMANTIC SHADES OF LITERARY PHRASEOLOGY: THE BLACK COUNCIL BY P. KULISH**

**Abstract.** *The article deals with stylistic transformations of a phraseologism of literary origin THE BLACK COUNCIL, which in mass consciousness is connected with: a) the eponymous chronicle novel by P. Kulish; b) a historical event, nominated as Nizhyn General Council of 1663; c) usurpation of power during the Cossacks Age and further economic decline. In modern times, the phraseologism can be considered in other relevant contexts, primarily political ones. To clarify the deactivation of the notion of THE BLACK COUNCIL, the texts of media communication as one of the dominant spheres of the modern society have been used. The study presents data from electronic search engines in which the analyzed phraseologism acts as a time marker. The greatest media reflection on the phraseologism is observed during periods of social shifts: mass actions and revolutions (2004 and 2014), parliamentary crises (2006, 2014 and 2019), presidential campaigns, changing presidents and / or the political course of the country. In fact, the analyzed phraseologism is regarded as a certain ideologeme of the modern Ukrainian political discourse. To verify the author's ideas, the method of media monitoring was used, which allowed to correctly show the role of the phraseologism and its stylistic transformations in genre syncretism as well as the statistical method, which supported the conclusions made. The author also analyzes broad derivative potential of the investigated phraseologism, which leads to a change in semantics and evolution of Ukrainian literary language as a whole. The author's attention is drawn to new semantic shades of the analyzed phraseologism, which are related to: a) updating of the language resource in media communication, b) expansion of the world information field,*

c) adjustment of value guidelines of Ukrainians, d) changing of political situation in the country. In fact, the phraseologism THE BLACK COUNCIL is an effective stylistic resource for describing the political situation, and its semantic transformation enhances media influence on the recipient, given his background knowledge.

**Key words:** media phraseologism, functional stylistics, the Black Council, axiology, modern Ukrainian language.

**Information about the author:** Syzonov Dmytro Yuriyovych – PhD, associate professor; associate professor of the department of stylistics and language communication; Institute of philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.

**E-mail:** dm\_sizonov@ukr.net

**Сизонов Д.Ю.**

orcid.org/0000-0003-1162-2182

## НОВЫЕ СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОТТЕНКИ ЛИТЕРАТУРНОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ: "ЧОРНАЯ РАДА" П. КУЛИША

**Аннотация.** В статье рассматриваются стилистические трансформации фразеологизма литературного происхождения ЧЕРНАЯ РАДА, которая в массовом сознании связывается с: а) романом-хроникой П. Кулиша; б) историческим событием – Нежинской рады 1663 г.; в) узурпацией власти в период казачества и дальнейшего экономического спада. В новое время фразеологизм может рассматриваться в других актуализированных контекстах, прежде всего политических. Для наглядности деактивации понятия ЧЕРНАЯ РАДА использованы тексты медийной коммуникации как одной из доминантных сфер современного социума. В исследовании представлены данные электронных поисковых систем, в которых рассматриваемый фразеологизм выступает определенным маркером времени. Самая активная медийная рефлексия исследуемого фразеологизма наблюдается в периоды социальных изменений: массовых акций и революций (2004 и 2014), парламентских кризисов (2006, 2014 и 2019), президентских кампаний, а также при корректировке политического курса страны. Фактически, рассматриваемый фразеологизм выступает определенной идеологемой современной политической Украины. Для доказательства в статье были использованы: а) метод медиамониторинга, который позволил корректно показать роль фразеологизмов и его стилистической трансформации в жанровом синкретизме; б) статистический метод, который подкрепил выводы

*исследования. Проанализирован в статье и широкий деривационный потенциал исследуемого фразеологизма, который ведет и к изменению в семантике фразеологической конструкции, и к эволюции украинского литературного языка в целом. Автор обращает внимание на новые семантические оттенки рассматриваемого фразеологизма, которые связаны с: а) обновлением языкового ресурса в медиакоммуникации, б) расширением мирового информационного поля, в) корректировкой ценностных ориентиров украинцев, г) изменением политической ситуации в стране. Фактически, фразеологизм ЧЕРНАЯ РАДА выступает эффективным стилистическим ресурсом для описания политической ситуации, а его семантическая трансформация усиливает медиавлияние на реципиента, учитывая его фоновые знания.*

**Ключовые слова:** *медиафразеологизм, функциональная стилистика, "Чорная рада", аксиологичность, современный украинский язык.*

**Информация об авторе:** *Сизонов Дмитрий Юрьевич – кандидат филологических наук, доцент; доцент кафедры стилистики и языковой коммуникации; Институт филологии; Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко.*

**Электронный адрес:** *dm\_sizonov@ukr.net*

Говорячи про постать Пантелеймона Куліша, свідомість українців активує його роман-хроніку "Чорна рада", в якому описуються події Ніжинської ради 1663 р. Очевидно, що одинична згадка про твір видатного українського письменника не розкриває повноту його творчого потенціалу. Він був майстерним перекладачем, глибоким етнографом, істориком-аналітиком, блискучим прозаїком, цікавим публіцистом, об'єктивним літературним критиком, знавцем української культури та мови. Його творчість вивчалася лінгвістами в різних ракурсах: особливості ідіостилю (Л. Мацько, Н. Слободяник, А. Ковшун, Т. Довжикова), роль "кулішівки" для української мови (І. Огієнко, О. Кумеда), мова епістолярію (Ю. Шевельов, Л. Шевченко, Л. Устенко), мова Куліша-перекладача (О. Лучук, О. Муромцева) та ін.

У масовій комунікації згадки про П. Куліша пов'язані передусім із описом особистого життя автора та аналітикою літературних подій сучасності. Останнім часом преса не оминає

згадати про діяча культури в різних контекстах: коли описуються літературні форуми та заходи; коли аналізуються події, пов'язані з прийняттям правопису; коли робиться екскурс в історію культури та мистецтва. Див. приклади в медіа:

*Жадан, Куліш та Орвелл, а також фестивалі музики та каліграфії. Найважливіші культурні події серпня* [Український тиждень, 30.07.2019]; *Новий правопис вбере все українське з правописів минулого: від "кулішівки" до Грінченка* [ТСН, 11.07.2019]; *Від Сквороди і Куліша до Забужко і Жадана: уклали ТОП-100 знакових творів українською* [Прямий, 10.09.2019]; *Куліш, Барвінок і рисунки: до 120-річчя художника Олександра Саєнка* [Україна молода, 20.08.2019].

Знакова подія для українського суспільства – 200-річчя з дня народження П. Куліша – українська преса (не тільки фахового напрямлення, як-от "Літературна Україна" чи журнал "Антиквар", а й загальнонаціональні медіа) не оминула увагою. В основному медіаматеріали пов'язані або з історією життя видатного діяча України (*Пантелеймон Куліш – 200 років: Неювілейні думки з приводу ювілею* [Радіо Свобода, 08.08.2019]; *Пантелеймон Куліш. Батько українського роману* [Кореспондент.net, 07.08.2019]; *Пантелеймон Куліш – 200 років: ТОП-10 фактів про творчість* [Погляд, 07.08.2019]), або ж історією української культури та виняткової ролі П. Куліша в її становленні (*Національне відродження України: 200 років тому народився Пантелеймон Куліш* [Радіо Свобода, 07.08.2019]; *Заїд, мацапура, кінва – які слова треба знати, щоб читати твори Куліша* [Газета по-українськи, 06.08.2019]; *Святе Письмо і "кулішівка": 200 років тому народився Дон Кіхот української справи* Пантелеймон Куліш [Україна молода, 07.08.2019]).

З метою більшої зацікавленості постаттю П. Куліша та привернення уваги до ювілейної події, журналісти пропонували часом провокативні заголовки, напр.:

*Пантелеймон Куліш: невгамовний "піонер із сокирою"* [Урядовий кур'єр, 09.08.2019]; *Цікавився ісламом і мав за*

*свідка на весіллі Тараса Шевченка: Кулішеві – 200* [5.ua, 07.08.2019]; *200 років з Пантелеймоном Кулішем, любителем жінок та контроверсійних думок* [UA: Українське радіо, 29.06.2019]; *Пантелеймон Куліш – 200 років: коханки і еротика батька українського роману* [НВ, 07.08.2019].

Вважаємо, що в умовах інформаційної глобалізації та т.зв. "новинної конкуренції" факт залучення маніпулятивних тактик у заголовках можна схарактеризувати як закономірний. Згадаємо в цьому контексті відомого австрійського соціолога та журналіста Г.-П. Мартіна: "На сучасному етапі розвитку соціуму високою роллю характеризується інформаційний процес, у якому товаром є не стільки матеріальні об'єкти, скільки інформація. Фактично маємо справу з інформаційною глобалізацією та початком потужної інформаційної ери" [8, с. 21]. Саме тому не тільки інформація політичної тематики, а й культурної сфери, подається з новими мовними формами маніпуляції. В цьому контексті не можемо не навести приклади з використанням фразеології як потужного мовного ресурсу впливу в ролі заголовків для аналізованої нами події: *Лиха доля Куліша: нові загадки творчості відомого українця* [UA: Культура, 11.07.2019]; *Не Шевченком єдиним. НБУ випустили монету до 200-річчя Куліша* [Espresso.tv, 20.07.2019]; *Рокова любов. Про таємниці кохання Куліша із серії "До 200-річчя українського письменника"* [Факти.ІСТV, 07.07.2019].

Окремо варто наголосити на згадці про П. Куліша у формі мовного апелювання до його творчості поза прямим контекстом про нього. Домінантність у медіа тут належить метафоризованому словосполученню *чорна рада*, яке по суті фразеологізувалося в медійній комунікації. Причина цьому – влучність та лаконічність уживання фразеологізма літературного походження з урахуванням фонових знань українців для опису соціальних явищ, подій, фактів дійсності. Можемо говорити про медійну інтертекстуальність: *чорна рада* як історичний символ культури, з одного боку, та *чорна рада* як маркер соціальних перетворень, з іншого. І постать Куліша

.....

та його роман як символ культури тільки підсилюють цю інтертекстуальність в смисловому значенні. Л. Шевченко з цього приводу влучно зазначає: "Символи модерної культури, за нашими спостереженнями, становлять складну ієрархію мовних одиниць, що естетизують і насичують смислами медійний простір" [6, с. 78].

Акцентуючи увагу на постаті П. Куліша в медіакомунікації та широкій мас-медійній інтерпретації фразеологізованих авторських конструкцій, звернімо увагу на новий долідницький ракурс щодо цього – **медіалінгвістичний**. Йдеться про:

(а) згадки літературних фразеологізмів з творчості Куліша в масовій комунікації та аналізі логіки їх використання;

(б) мотивації породження та функціонування стилістичних трансформацій літературної фразеології в синкретизмі медіажанрів;

(в) дослідженні маніпулятивної ролі таких фразеологізмів у мас-медіа;

(г) визначенні інтертекстуальної природи літературних фразеологізмів в медіа, що є певними культурними символами історії та сьогодення;

(г) доведенні концептуальної ролі фразеологізмів літературного походження в медіапросторі сучасної України з подальшим їх використанням у світових медіа.

Враховуючи широке долідницьке поле творчості П. Куліша в медіалінгвістичному контексті, ми вирішили зупинитися на найбільш популярному в уживанні журналістами фразеологізмі **ЧОРНА РАДА** з різними семантичними відтінками, що реалізуються в широких контекстах українських ЗМІ.

Для доведення активності уживання фразеологізованої номінації історичного роману П. Куліша звернімося до пошукових інформаційних систем. Так, в Google фіксуємо більше 4,5 млн уживань "*чорної ради*" (з них в новинній стрічці 242 тис, з яких понад 116 тис з тегом "політика", понад 102 тис – "суспільство", понад 92 тис – "економіка").

"Новини"	242*	
"політика"	116	
"суспільство"	102	
"економіка"	92	

Табл. 1. Статистичні дані (\* у тис.) пошукової системи Google

Важливим для нашого аналізу постає не стільки пряма номінація "чорної ради" в контекстах, що не пов'язані з творчістю автора, скільки вторинна функція цього генетично метафоризованого словосполучення. Цікавими щодо цього сприймаються **смисли**, які були закладені в медіа при вживанні досліджуваного нами літературного фразеологізма.

За допомогою методу медіамоніторингу (див. роботи Т. Добросклонської [1], Д. Граффіни та Дж. Ріві [7]) ми проаналізували основні медіаконтексти, визначивши домінуючу роль у них фразеологізма "чорна рада".

(1) При суспільно-політичних зрушеннях, що описуються в медіа, ми спостерігаємо випадки інформаційного нагнітання. Події Революції Гідності 2014 р. описані в деяких медіаресурсах за допомогою стилістичної градації: *Верховна*

рада і народ – Верховна рада приймає антинародні закони – Верховна рада зраджує народ – "Чорна Верховна рада" [Громадське, січень 2014 р.]. Градація допомагає отримати реакцію реципієнта, що логічно завершується використанням усім відомого фразеологізма "чорна рада" як алюзії на події 1663 р.: "Чорна Верховна рада": до чого призведуть "драконівські закони" "регіоналів"? [Громадське, 11.01.2014].

Подібну медійну рефлексію ми спостерігали і в 2004 році під час подій Помаранчевої революції (пор. з ілюстрацією вище: *Хіба не Чорна рада на чолі з Л. Кучмою привела до влади Януковича, і хіба не вона просуває ідею його президентства. На Майдан вийшли люди, щоб подолати цю "чорнь"*? [5 канал, 21.11.2004]). А деякі медіаресурси навіть порівнюють дві революції, використовуючи для унаочнення образ Чорної ради: *Ця революція не була схожою на Помаранчеву, я побачив на Майдані зрілих людей, які зібралися на Чорну раду. Бачив каліцтва, прострілені голови, вибиті очі* [Портал "Новоград.City", з інт. учасника Євромайдану В. Бусленка, 20.02.2018].

(2) Медіа дуже часто застосовують трансформовану конструкцію "чорна зрада" при описі парламентських подій. Так, ведучий програми "Свобода слова" телеканалу "ICTV" використовує номінацію *чорної зради* кілька разів для опису парламентського голосування з порушенням Конституції України (це стосувалося голів Верховної ради В. Рибак (2013), О. Турчинова (2014), А. Парубія (2018) та ін.). Наголосимо, що оновлення парламенту після виборів 2019 р. не зменшило використання словосполучення "чорна зрада" в медіапросторі (див. медійну інтертекстуальність до твору П. Куліша та конкретної історичної події у статті *"Черная зрада Зеленского – на каком основании президент распустит парламент"* інтернет-порталу "Vesti.ua" від 17.05.2019).

Цікавим видається використання кольорема "чорний" в основі стилістичного прийому гри слів, яку використовують журналісти для більшого маніпулятивного ефекту: *Black friday та чорна зрада: чому знижки в Україні – це суцільний обман*

[ТСН, 21.09.2018], "*Черная зрада*": журналист пояснил, почему Украине выгодны закупки угля по схеме "*Роттердам+*" [Главред, 20.08.2019]. Фактично ми маємо нові семантичні відтінки фразеологізованого словосполучення: *чорна рада* (в основі іменник *чернь* в зн. *селян та міщан*) = "*чорна рада*" (в основі прикметник *чорний* в зн. *трагічний*) = *чорна зрада* (в основі фразеологізм *чорна п'ятниця* (*black friday*) в зн. *великі знижки*) = "*чорна зрада*" (в основі прикметник *чорний* в зн. *чорне вугілля*).

Зазначимо, що в динаміці мовних процесів ми спостерігаємо навіть явище контамінації: *чорна зРада* – *чорна Зрада* – *чорна (з)рада* (див. зміну в Google-Maps номінацію Верховної ради на "Верховну ЗРаду", що є певною рефлексією на події, описану у творі Куліша, та влучні Інтернет-меми з використанням трансформованого фразеологізма).

Вважаємо, що сучасні інформаційні технології дозволяють влучно передавати настрої суспільства через аналогічний медійний тролінг, інтернет-меми, чат-боти. В них послідовним видається використання контамінованих конструкцій із опосередкованою вказівкою на події, описані в романі П. Куліша. Особливий акцент тут варто зробити на рекламній та PR-комунікаціях, в яких така ж фразеологія залишається влучним способом запам'ятовування та слугує джерелом для подальшого медіатиражування: "Сугестійність слоганів може забезпечуватись і низкою екстралінгвальних факторів, серед яких варто назвати врахування психологічних законів сприйняття та запам'ятовування" [2, с. 239].

Саме за допомогою аналізованого фразеологізма ми можемо говорити про творення певної *ідеологеми* ("універсалія стилю масової інформації, що задає певний ідеологічний модус медійному тексту <...>; змодельована за допомогою певних мовних засобів ідея, що формує основу номінації та закріплюється в масовій свідомості як вербально-масовий стереотип" [3, с. 61]), таким чином посилюючи вплив на реципієнта і головне – залишаючись символом ідентифікації українців. Негативний контекст, в який входить фразеологізм

"чорна рада", фактично допомагає реципієнту заглибитися в історію української політики чи побачити аналогію в сучасних подіях. А отже, фразеологізм формує низку **ціннісних опозицій**: правда / неправда, корупція / антикорупція, злочин / кара, патріотизм / здача національних інтересів та ін. Подібні аксіологічні смисли закладаються в аналітичні медійні тексти, які реципієнт оцінює, маючи відповідні фонові знання.

Різні словотвірні моделі поєднуються з концептуальною для української свідомості номінацією Майдан: *Чорна зрада і Майдан, Чорний майдан і чорна зрада, чорна Рада і Майдан зради* та ін. Влучно з цього приводу зазначив О. Тараненко: "Уже двічі протягом останніх десяти років спалах словотворчої активності спостерігається навколо слова *майдан / Майдан* (мається на увазі майдан Незалежності в центрі Києва), що розвинуло метонімічне процесуальне значення "тривалий масовий протест проти влади в центрі міста" [5, с. 15]. Так само, як під впливом суспільно-політичних перетворень нові семантичні відтінки з'явилися у слові *Майдан*, на нашу думку, з'являються і нові відтінки у номінації *зрада* (*зРада*) – "дії парламентарів всупереч Конституції України".

(3) Повну алегорію до подій, описаних у класичному творі, можна простежити у статті Д. Шурхала: "*Чорна рада*" описує те, що відбулося з Україною у 2019 році – дослідник про творчість Куліша [Радіо "Свобода", 04.08 2019 р.]. Подамо широкий контекст:

*"Куліш один і той самий феномен у "Чорній раді" – шляхетну козацьку старшину або низових козаків, запорожців – показує і хорошиий тип, і поганий. Він дуже тонкий у цьому сенсі. Він показує, як те, що ми, українці, вважаємо своїми перевагами, наприклад, бунтарський дух, неприйняття диктаторства, може стати для нас проблемою. І ми це бачимо у нашій подальшій і навіть сучасній історії. До певної міри, "Чорна рада" і є дзеркалом подій у 2019 році".*

Наголосимо, що сучасні медіа апелюють до "чорної ради" у часи будь-яких соціальних перетворень (на нашу думку, це

дозволяє влучно описати стан суспільства, використавши згаданий фразеологізм). Див. приклад із видання "Голос України":

*Сьогоднішні вибори асоціюються з подіями роману Пантелеймона Куліша "Чорна рада". Це були перші вибори гетьмана, які відбулися за російським сценарієм. У результаті блискуче проведеної агітації Іван Брюховецький був обраний гетьманом. Але ні козаки, ні прості українці не розбагатіли, а далі залишалися бідними та були змушені платити ще більші податки. Крім цього, було втрачено українську автономію. Розбагатіли лише сам Брюховецький та його оточення. "Переконана, що ми сьогодні повинні показати нашу єдність і вибороти нашу державність та підтвердити наш євроінтеграційний курс", - наголосила Л. Шептицька [Голос України, авт. Б. Кушнір, 19.04.2019].*

Вочевидь, це не створює позитивну картину для світових медіа, які формують загальний імідж країни. Вважаємо, що порівняння подій сьогодення з подіями 17 ст. може бути доречним тільки у випадку вдалої та влучної стилістичної алюзії, в іншому випадку це порівняння сприйматиметься як маніпулятивна тактика. Зазначимо, що сучасними дослідниками пояснюються механізми ефективності іміджевих стратегій в медіа на прикладі символізованих онімів [4].

Вдалим прикладом позитивного іміджу України в сучасному медіапросторі вважаємо *Google-дудл*, присвячений ювілею П. Куліша (новини про це були вміщені у стрічку Google-новин за 7 серпня 2019 р. 94 рази за добу українською та російською мовами і більше 100 разів були зазначені у світових медіа). У повідомленні компанії зазначено: "найвідоміший твір Куліша "Чорна Рада" надихнув творців ювілейного логотипу, які зобразили на дудлі стилізовану фігуру козака на коні".

(4) Як маркер суспільно-політичних перетворень в країні можемо схарактеризувати використання фразеологізма "чорна рада" під час політичних кампаній. Так, журналісти та

аналітики часто використовували досліджуваний фразеологізм у широких контекстах для опису:

**(а)** дестабілізації ситуації:

*Якщо зараз почнеться ще один Майдан, то він стане новою "чорної радою" з вибором промосковського гетьмана-популіста. Країна цього може не витримати. Думаю, що тоді сюди прийде Путін наводити свій євразійський порядок [Обозреватель, стаття 06.02.2016];*

**(б)** зради українських інтересів:

*Відразу признаюся, що не люблю такої занепадницької дихотомії. Але оскільки більшість українських медіа не постішають виходити поза рамки поділу: Петро Порошенко – суцільна перемога, а Зеленський – тільки чорна зрада, то пропоную приглянутися ближче до кількох надзвичайно цікавих явищ останніх днів: ідеться про зовнішню політику української держави [Блоги Zaxid.net, Василь Расевич, 21.06.2019].*

**(в)** реваншу проросійських сил:

*У мене за всю історію наших президентських виборів ще ніколи не було такої тривоги, як зараз. Попередні вибори були нашою внутрішньою справою. А тепер все змінилось. Ситуація зараз дуже нагадує, як це не дивно те, про що написав Пантелеймон Куліш у романі "Чорна рада": змагання за булаву набуває абсолютно лютих форм взаємного знищення претендентів... Драматургія полягає в тому, що б'ються між собою смертним боєм претенденти на булаву, а поруч стоїть третій, який чекає, коли вони, українські козаки, самі себе знищать [Главком, з інтерв'ю В. Панченка, 29.03.2019].*

**(г)** розчарування діями Верховної Ради України: див. телеграм-чат видання "Слово і діло" з влучною назвою, дослівно переданою латинськими буквами "**CHORNA RADA**").

Тож, найбільша медійна рефлексія до досліджуваного фразеологізма спостерігається в періоди соціальних зрушень:

масових акцій та революцій (2004 та 2014 рр.), парламентських криз (2006, 2014 та 2019 рр.), президентських кампаній, а також при зміні президентів та/чи політичного курсу країни.

Саме масова свідомість породжує нові семантичні відтінки фразеологізованої номінації історичного роману, що в різних контекстах породжує нові мовні трансформації, які можуть бути цікавими для нашого аналізу.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). Москва : Флинта-Наука, 2005. С. 252-254.

2. Кутуза Н.В. Комунікативна сугестія в рекламному дискурсі: психолінгвістичний аспект. Київ : Вид. дім Дмитра Бараго, 2018.

3. Медіалінгвістика : словник термінів і понять / Л.І. Шевченко, Д.В.Дергач, Д.Ю. Сизонов ; за ред. Л.І. Шевченко. Київ : ВПЦ "Київський університет", 2014. 214 с.

4. Плясун О.М. Тарас Шевченко в іміджевих стратегіях сучасної України: лінгвістична аргументація. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2018. Вип. 36. С. 114–138. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2018.36.115-138>

5. Тараненко О.О. Актуалізовані моделі в системі словотворення сучасної української мови (кінець XX – XXI ст.). Київ : Видавничий дім Д. Бараго, 2015. 248 с.

6. Шевченко Л.І. Символи модерної культури в інтертексті слов'янських медіа. *Актуальні задачі стилістики*. №4. 2018. С. 77-84.

7. Graffigna G., Riva G. Social media monitoring and understanding: An integrated mixed methods approach for the analysis of social media. *International Journal of Web Based Communities*. 11(1). 2015. P. 57-72. <https://doi.org/10.1504/IJWBC.2015.067083>

8. Martin H.-P., Schumann H. Die Globalisierungsfälle: Der Angriff auf Demokratie und Wohlstand. Berlin : Rowohlt, 2005.

#### **ДЖЕРЕЛА**

*Голос України* – <http://www.golos.com.ua/>

*Радіо "Свобода"* – <https://www.radiosvoboda.org/>

*Інтернет-портал "Zaxid.net"* – <https://zaxid.net/>

*Главром* – <https://glavcom.ua/>

*Слово і діло* – <https://www.slovoidilo.ua/>

"Обозреватель" – <https://www.obozrevatel.com/ukr/>  
 ТСН – <https://tsn.ua/>  
 Громадське – <https://hromadske.ua/>  
 UA: Суспільне – <https://suspilne.media/>  
 ICTV – <https://ictv.ua>

## REFERENCES

1. Dobrosklonskaja, T.G. (2005). *Issues of studying media texts (experience of investigating modern English media language)* [Voprosy izucheniya mediatekstov (opyt issledovanija sovremennoj anglijskoj mediarechi)]. Moskva : Flinta-Nauka, 252-254 [in Russian].
2. Kutuza, N.V. (2018). *Communicative suggestion in advertising: psycholinguistic aspect* [Komunikatyvna sugestija v reklamnomu dyskursi: psyholingvistychnyj aspekt]. Kyi'v : Vyd. dim Dmytra Barago [in Ukrainian].
3. *Medialinguistics : The dictionary of terms and concepts* (2014). [Medialinhvistyka : slovnyk terminiv i ponyat] / L.I. Shevchenko, D.V. Derhach, D.Yu. Syzonov / Za red. L.I. Shevchenko. Kyiv : VPC "Kyivskij universytet" [in Ukrainian].
4. Pliasun, O.M. (2018). *Taras Shevchenko in image strategies of modern Ukraine: linguistic argumentation* [Taras Shevchenko v imidzhevych strategijah suchasnoi' Ukrai'ny: lingvistychna argumentacija]. *Actual issues of Ukrainian linguistics: theory and practice*, 36, 114-137. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2018.36.115-138> [in English].
5. Taranenko, O. (2015). *Updated models in modern Ukrainian language word formation system (end of XX–XXI centuries)* [Aktualizovani modeli v systemi slovotvorenja suchasnoi' ukrai'ns'koi' movy (kinec' XX – XXI st.)]. Kyi'v : Vydavnychyj dim D. Burago, 2015. 248 s. [in Ukrainian].
5. Shevchenko, L.I. (2018). *Symbols of modern culture in the intertext of Slavic media* [Symvoly modernoi' kul'tury v interteksti slov'janskyh media]. *Actual problems of stylistics*, №4, 77-84 [in Ukrainian].
6. Graffigna, G., Riva, G. (2015). Social media monitoring and understanding: An integrated mixed methods approach for the analysis of social media. *International Journal of Web Based Communities*, 11(1), 57-72. <https://doi.org/10.1504/IJWBC.2015.067083> [in English].
7. Martin, H.-P., Schumann, H. (2005). *The Globalization Trap: The Attack on Democracy and Prosperity* [Die Globalisierungsfalle: Der Angriff auf Demokratie und Wohlstand]. Berlin : Rowohlt [in German].

**RESOURCES**

*Golos Ukrainy* – <http://www.golos.com.ua/>

*Radio "Svoboda"* – <https://www.radiosvoboda.org/>

*Internet-portal "Zaxid.net"* – <https://zaxid.net/>

*Glavkom* – <https://glavcom.ua/>

*Slovo i dilo* – <https://www.slovoidilo.ua/>

*"Obozrevatel"* – <https://www.obozrevatel.com/ukr/>

*TSN* – <https://tsn.ua/>

*Hromads'ke* – <https://hromadske.ua/>

*UA: Suspil'ne* – <https://suspilne.media/>

*ICTV* – <https://ictv.ua>

**Дата надходження до редакції – 01.09.2019**

**Дата затвердження редакцією – 22.09.2019**