

*Дмитро Сизонов*  
кандидат філологічних наук, доцент

**"Чорна рада" П. Куліша  
в сучасній медійній інтерпретації:  
функціонально-стилістичні перипетії**

**I. П. Куліш та його ювілей: масмедійний скринінг**

Мовна особистість П. Куліша в масмедіа – ще одне поле для сучасних наукових спостережень. Як символ української культури, майстерний перекладач, глибокий етнограф, історик-аналітик, блискучий прозаїк, цікавий публіцист, об'єктивний літературний критик, знавець української мови постать П. Куліша однозначно є знаковою для сучасного реципієнта. Свідомість українців зразу 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, але для масового читача цей твір залишається культовим, розкриваючи деталі козацького зібрання з історичними наслідками для життя українців у добу Руїни.

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 згадки про діяча культури в різних контекстах: коли описуються літературні форуми та заходи; коли аналізуються події, пов'язані з прийняттям правопису (проводяться аналогії з "кулішівкою"); коли робиться екскурс в історію культури та мистецтва. Див. приклади в медіа: *Жадан, Куліш та Орвелл, а також фестивалі музики та каліграфії. Найважливіші культурні*

## **Пантелеймон Куліш: рефлексія з відстані у 200 років**

події серпня (Український тиждень, 30.07.2019); *Новий правопис вбере все українське з правописів минулого: від "кулішівки" до Грінченка* (ТСН, 11.07.2019); *Від Сковороди 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).

Знакову подію для українського суспільства – 200-річчя з дня народження П. Куліша, відзначену 2019 року, – не оминула увагою і українська преса. І це стосувалося не тільки видань фахового спрямування, як-от "Літературна Україна" чи журнал "Антиквар", а й загальнонаціональні ЗМІ. В основному заголовки медіаматеріалів на цю тематику пов'язані з:

а) історією життя видатного діяча України: *Пантелеймон Куліш – 200 років: Неовілейні 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);

б) 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);

в) роздумами про Кулішеву творчість в контексті літературного мистецтва України: *"Чорна рада" Куліша як роман-попередження* (День, №147-148, 07.09.2019); *Пантелеймон Куліш – исцеляющий духовные раны* (Время, 08.08.2019); *Куліш і Україна: новий погляд на мистецтво представили сучасні художники* (Факти.ІСТV, 11.09.2019).

Цікаво, що дата стала інформативно ємною і за межами України, що репрезентовано серією публікацій про

ювілей Куліша у світовій пресі (новинних рубриках про світ): *Panteleimon Kulish celebrates 200 birthday* (ForumDaily, 07.08.2019); *Национальное возрождение Украины: 200 лет назад родился Пантелеймон Кулиш* (Интерфакс, 07.08.2019); *Панцеляймон Кулиш – гоним Украины* (Радьє "Свабода", 08.08.2019); *Urodziny P. Kulisha – jednego z najlepszych w literaturze ukraińskiej* (Polskie Radio, 07.08.2019) та ін. Згадаємо тут М. Бахтіна та його теорію "большого времени" щодо епохи та творців: якщо творчість письменника виявляється серйозним явищем для мистецтва, цінних не лише для своєї епохи, то вона (творчість) розбиває тимчасові рамки і починає інтенсивне життя у "великому часі" [Бахтин 1997]. Саме тому медіа залишається потужним ретранслятором ідей у діалозі постатей, поколінь, культурних епох, а значить прочитувати заново ми можемо і маємо прецедентні тексти та їх фрагменти, враховуючи нові реалії нового часу. Куліш, очевидно, належить до таких прецедентних постатей для оновленого прочитання в медійній культурі.

Саме з позиції медійної культури як частини сучасного культурного мистецтва масові згадки про Куліша (як у власне ювілейний, так і перед-/пост'ювілейний періоди) є відображенням настроїв суспільства: *від тривожних* (якщо проводяться паралелі з арештом і засланням Куліша в контексті діяльності Кирило-Мефодіївського товариства; відсил до "Чорної ради" та трагічним описом подій минулого в ній; заборона друку у зв'язку із Емським указом та ін.) *до перспективних* (період навчання у Київському університеті; дружба і співтворчість із М. Максимовичем, М. Юзефовичем, М. Грабовським, С. Аксаковим, М. Костомаровим; викладацька та редакторська діяльність; петербурзький період життя і творчості Куліша з можливістю навчання в Європі та ін.). Ці паралелі слушно проводяться як в українській, так і у світовій пресі, коли йдеться про Куліша як зразка для наслідування, як символу нації, як засновника нової

правописної системи української мови, як проєвропейського українця 19 ст., як інтерпретатора української історії з проєкцією на модерний період. Обганяючи свій час, Куліш вплинув не тільки на тогочасну літературу, а й на сучасну мову і культуру; він "виявився найбільш новаторським у формуванні літературної та національної самоідентифікації українців"<sup>4</sup> [Danylenko 2016]. На цій українській самоідентифікації через мовотворчість П. Куліша часто наполягають ЗМІ, говорячи про роль українців у розбудові нашої державності, утвердження української мови як єдинодержавної, популяризації україноцентричного в культурі та мистецтві. Подамо широкі контексти в медіа: *Так само здобувається на шану культуртрегер і західник Куліш: його самоідентифікація як піонера із сокирою тяжкою, першопрхідця в дикій пуці, громадянина, змушеного витворювати собі громадянство, аудиторію, читача, дуже близька неокласикам і ваплітянам. <...> Схоже, що менше вона виконуватиме невластиві мистецтву патріотичні функції, то менше поганих книжок нас примушуватимуть читати* (Тиждень.ua, авт. В. Агеєва, 28.12.019); *Наша самоідентичність, самодостатність, державність укорінені в написах Кам'яної могили, трипільських містах, скіфських курганах, київських Золотих воротах, Запорозькій Січі, Українській революції і УНР, Акті про незалежність і влітаються в планетарне майбуття. <...> Українське ж духовенство через посильних монахів намагалося чимдуж повідомити про це царя, небезпідставно сподіваючись на добру платню при цьому. З цього приводу Пантелеймон Куліш, зокрема, тонко підмітить, що "монахи перші возвістили стремління малоросів до нового центру русского світу". Саме вони, на глибоке переконання цього автора, надавали в Україні "православно русское направление"* (Голос України, авт. В. Сергійчук, 09.08.2017); *Різноманітними способами росіяни витруювали в українцях національну історичну пам'ять,*

---

<sup>4</sup> ... proved most innovative in the formation of literary and the national self-identification of Ukrainians.

національну самоідентичність, українську націєспрямованість. Встояти змогли сильні духом – Шевченко, Куліш, Андрузький <...> Як приклад для українців мають бути їх історії життя та пам'ять про них (5 канал, авт. С. Бойченко, 24.08.2018).

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 контрверсійних думок* (UA: Українське радіо, 29.06.2019); *Пантелеймон Куліш – 200 років: коханки і еротика батька українського роману* (НВ, 07.08.2019). Куліш та його сучасники – ще одна тема в медіа на мистецько-культурну тематику: і це стосується як взаємин самого митця з іншими, так і вплив письменника на життя діячів відповідної доби. Блогосфера та авторська журналістика на цю тематику особливо активно продукує в медіаматеріалах: *Куліш: перший романіст, маркетолог української культури й трохи дивак* (Читомо, авт. І. Мовчан, 13.08.2019); *Пантелеймон Куліш – 200 років: неювілейні думки з приводу ювілею* (Радіо "Свобода", авт. О. Федорук, 07.08.2019).

Вважаємо, що в умовах інформаційної глобалізації та т. зв. "новинної конкуренції" факт залучення маніпулятивних тактик у заголовках можна схарактеризувати як закономірний, що допомагає медіатексту бути поміченим та прочитаним потенційним реципієнтом. Недарма саме заголовки вважають потужним засобом діалогу між журналістом та реципієнтом, смисловим центром медіа, маніпулятивним складником успішного медіатексту. 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" [Martin 2005, с. 21]. Саме тому не тільки інформація політичної тематики, а й культурної сфери, піддається новим мовним формам маніпуляції. Наведемо медійні ілюстрації 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).

Парадоксально, але навіть у нових інформаційних топіках прив'язка до Куліша також відбувається, що пояснюється авторитетністю імені для українців та впливом його творчості, думок та переконань на маси: *Коронавірус – геть: що почитати під час карантину? "Моя Київщина" пропонує для читання книги відомих українських письменників-класиків. <...> І починаємо з П. Куліша ["Моя Київщина", 20.03.2020]; Децентралізація та COVID-19 сприяють деурбанізації. <...> Установка на великі міста – не надто ефективна. Нам треба роз'їхатися, сполучити те, чого не можна сполучити – сучасний розвиток та свободу хуторів, освоєння нашої країни. Про що свого часу писав Пантелеймон Куліш у "Листах з хутора" [День, авт. В. Бойко, 19.03.2020].*

### **II. Фразеологізація чорної ради**

Окремо варто наголосити на згадці про П. Куліша у формі мовного апелятиву 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. Фразеологізація мовних одиниць – це великий комунікативний процес за часом та адаптацією в мові, який залежить від масового вживання усталеної конструкції у мовленні. Відповідно, ЗМІ залишаються важливою платформою, в якій процес фразеологізації мовних одиниць (в т.ч. крилатих фраз, прецедентних висловлювань, різного типу паремій тощо) може прискорюватися: "фразеологізація як розширення семантики влучно вживаного словосполучення може відбуватися особливо швидко в засобах масової комунікації, які або ретранслюють такі потенційно фразеологізовані конструкції, або викарбовують нові" [Die slawische 2017, с. 27]. Медіа як глобалізована інформативна система здатна допомогти реципієнту засвоїти в масовій свідомості певні конструкції, що за формально-семантичними параметрами тяжіють до фразеологізма. Так сталося і з досліджуваним нами словосполученням.

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" [Шевченко 2018, с. 78]. Символічність певної постаті для масової аудиторії формується саме медійними засобами, які здатні "динамічно вербалізувати настрої суспільства та мати можливість постійного впливу на маси" [Медіалінгвістика 2014, с. 59]. Перефразовуючи відомий вислів польського поета Ст. Єжи Леца ("про все вже сказано, але, на щастя, не про все подумано"<sup>5</sup> [Лес 2006, с. 211]), наголосимо, що й інтертекст у медіа – нова інтерпретація вже відомого і

---

<sup>5</sup> Wszystko zostało już napisane, na szczęście nie wszystko jeszcze pomyślane (пол.)

сказаного (прецедентність висловлювань видатних постатей допомагає по-новому побачити явища сучасності в медіапросторі).

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

(а) згадки літературних фразеологізмів із 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 дослідницьке 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.

Фразеологізована номінація *чорна рада* (як відсилання до історичного роману П. Куліша) залишається активно вживаною журналістами [Сизонов 2019, с. 28]. Таку популярність уведення до медіаконтекстів зазначеного фразеологізованого словосполучення можна пояснити, на нашу думку:

(а) наближенням реципієнта до описуваного явища, ситуації, процесу через наявні фонові знання. Вочевидь, ця

медійна характеристика буде в цьому контексті доміантною, що логічно впливає з масових знань українців про твір і його автора;

(б) екскурсом в історію українського життя періоду козаччини та правдивістю його зображення очима Куліша;

(в) безсумнівним авторитетом П. Куліша для масового реципієнта. Доведення журналістських тез із підкріпленням Кулішевими цитатами з першого історичного роману в українській літературі сприймається реципієнтом краще;

(г) часом незалежності, в якому по-новому (в т.ч. і в медіа) прочитуються Куліш та його твори, Куліш та його стосунки з сучасниками, Куліш та його світогляд і цінності.

### III. Чорна рада і українські медіа: точки перетину

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 *сенси*, які були закладені в медіа при вживанні досліджуваного нами літературного фразеологізма. Тут зазначимо на ключовій ролі саме медіа як системи викарбування та продукування нових смислів (чи переосмислення старих) у актуальних соціальних реаліях. Говорячи про медійні сенси, закладені у словосполучення "чорна рада", ми відзначаємо історичні паралелі із важливою подією для України. На жаль, у семантику цього словосполучення більшою мірою закладаються негативні сенси, що алюзійно відсилають до роману "Чорна рада" та його автора. А значить при виборі зазначеного фразеологізма для опису сучасних соціально-політичних чи культурних реалій у масовій свідомості відбудуватиметься постійна апеляція до негативу.

Кулішева "Чорна рада" не є тим контекстом, який сприймається прямо: алюзія на події минулого та знання українцями історичного тла, описаного в романі, допомагає

твору актуалізуватися в нових умовах часу. Припустимо, що "Чорна рада" як інтертекст буде і надалі згадуватися в майбутніх медійних контекстах. Що це будуть за контексти? Вочевидь негативні, пов'язані із політичною зрадою, соціальними проблемами, економічними кризами. З одного боку, прозорими є прогнози для реципієнта в медійному прочитанні "Чорної ради", а з іншого боку, проблематика роману є настільки широкою, що здатна пробудити і нові медійні контексти.

Наголосимо, що позитивних контекстів із номінацією "чорна рада" ми не знайшли, що може пояснюватися двома причинами: по-перше, історичними реаліями описуваного явища і її негативними наслідками, по-друге, фоновими знаннями масових реципієнтів щодо Ніжинської ради 1663 р. і можливими сьогоденнішими паралелями.

За допомогою методу медіамоніторингу [Добросклонская 2005; Graffigna 2015] ми проаналізували різні за структурою та функціональним наповненням 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 алузії 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* ("Новоград.City", з інт. учасника Євромайдану В. Бусленка, 20.02.2018).

Деякі ЗМІ навіть застосовували стилістичний прийом порівняння із твором для оцінки подій минулого. Так, до художньої правди в Кулішовому романі зверталися автори медіаматеріалів, порівнюючи певних політиків із героєм роману-хроніки П. Куліша "Чорна рада": *Від Брюховецького до Януковича? Спільні долі політиків* (Українська правда, авт. Р. Ревчук, 18.01.2011); *Порівняльний аналіз політики Івана Брюховецького та Віктора Януковича* (Zaxid.net, 05.09.2012); *Именно из-за этих ментальных особенностей в 2014 г. Петр Порошенко попал в ситуацию Богдана Хмельницкого или Ивана Брюховецкого – в поисках внешней опоры вместо того, чтобы договариваться внутри* (2000.ua, із інт. Р. Бортніка, 05.03.2020).

(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. Рибака (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": журналіст пояснив, чому Україні вигідні закупки угля по схемі "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, описані 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" [Кутуза 2018, с. 239].

Саме за допомогою аналізованого фразеологізма ми можемо говорити про творення певної *ідеологему* ("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" [Медіалінгвістика 2014, 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" [Тараненко 2015, 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,*

## **Пантелеймон Куліш: рефлексія з відстані у 200 років**

---

*запорожців – показує і хороший 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. широкий контекст 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)]. У матеріалі "Не повторювати роман Куліша "Чорна рада": про життя після виборів" інтерпретовано в нових реаліях не тільки події Кулішевого роману, а й проводиться аналогія з політичними процесами в Українській центральній раді, ЦК УРСР і навіть в період незалежної України. Ще один приклад сучасної статті-прогнозу "Небезпека римейку або Чи повториться Чорна рада?" з алюзією на події минулого бачимо у виданні "День" (від 16.04.2019). Прогноз стосується виборів президента України, в якій автор апелює до описаного у "Чорній раді": *Чорною плямою в нашій історії стала Ніжинська Чорна рада 1663 р. Саме на цій раді козацьким очільником обрали Івана Брюховецького, якого деякі історики іменують "гетьманом Руїни". І далі: На жаль, нинішні події, пов'язані з президентськими виборами, багато в чому нагадують**

Ніжинську "Чорну раду", описану у П. Куліша. Паралелі просто вражаючи (День, авт. П. Кралюк, 16.04.2019).

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 [Плясун 2018].

Вдалими прикладами позитивного іміджу України в сучасному медіапросторі можемо вважати, напр., *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"*). Або ж серія медіапублікацій про мандрівку місцями Куліша *Йдемо до Пантелеймона Куліша: від козацького Воронежа по світу* (Україна молода, авт. В. Самченко, 17.12.2019).

#### **IV. Чорна рада як медійний апелютив до соціальних перетворень**

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 "чорною радою" з вибором промосковського гетьмана-популіста. Країна цього може не витримати. Думаю, що тоді сюди прийде Путін наводити свій*

## **Пантелеймон Куліш: рефлексія з відстані у 200 років**

*євразійський порядок (Обозреватель, 06.02.2016); У кризі звернімося Верховна Рада стає чорною: зі своїми інтригами, домовленостями, штучним, часто продажним, голосуванням (Гроші, 22.04.2019);*

**(б)** *зради українських інтересів: Відразу признаюся, що не люблю такої занепадницької дихотомії. Але оскільки більшість українських медіа не поспішають 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 (Zaxid.net, з блогу В. Расевича, 21.06.2019); То хіба чорна (зрада) уже не засідає? Хіба нові обличчя не здають Україну тій же Москві? (Прямий, 14.12.2019);*

**(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"). В аналітичній статті журналу "Український тиждень" "Україна вдруге за свою новітню історію побачила "виїзне" засідання Ради" йдеться про порушення процедури голосування у Верховній раді з негативними наслідками. Див. у контексті: На зборах, за твердженням провладної більшості, було зареєстровано 244 депутатів. Водночас, за інформацією опозиції і джерел у Партії регіонів, у засіданні "чорної" Ради на вулиці Банковій беруть участь не 240, а 168 депутатів (Тиждень.уа, 04.04.2013).*

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. Також спостерігаємо популярність серед журналістів фразеологізма "чорна рада" як медійного ярлика, що вдало передає певні настрої соціуму.

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:

Бахтин М. Собрание сочинений в 7 томах: Т. 5. Работы 1940-х – начала 1960-х годов. Москва: Языки славянских культур, 1997. 732 с.

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

Кутуза Н.В. Комунікативна сугестія в рекламному дискурсі: психолінгвістичний аспект. Київ : Вид. дім Дмитра Бурого, 2018. 736 с.

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.

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.

Сизонов Д.Ю. Нові семантичні відтінки літературної фразеології: "Чорна рада" П. Куліша. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2019. Вип. 39. С. 21-36.

Тараненко О.О. Актуалізовані моделі в системі словотворення сучасної української мови (кінець ХХ – ХХІ ст.). Київ : Видавничий дім Д. Бурого, 2015. 248 с.

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

## Пантелеймон Куліш: рефлексія з відстані у 200 років

Danylenko A. From the Bible to Shakespeare: Pantelejmon Kuliš (1819–1897) and the Formation of Literary Ukrainian. Boston: Academic Studies Press, 2016. 447 p.

Die slawische Phraseologie in den modernen Massenkommunikationsmitteln (Publizistischer Diskurs). Kollektivmonografie. Greifswald: Un-t. them. Ernst Moritz Arndt Greifswald, 2017. 221 s.

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.

Lec S. J. Myśli nieuczesane wszystkie. Warszawa 2006. 704 s.

Martin H.-P., Schumann H. Die Globalisierungsfalle: Der Angriff auf Demokratie und Wohlstand. Berlin : Rowohlt, 2005. 352 s.

### Джерела:

2000.ua	Интерфакс
5 канал (5.ua)	Кореспондент.net
Polskie Radio	НВ
UA: Українське радіо	Обозреватель
Vesti.ua	Погляд
Zaxid.net	Прямий
Znaj.ua	Прямий
Время	Радіо "Свобода"
Газета по-українськи	ТСН
Главком	Україна молода
Главред	Українська правда
Голос України	Український тиждень
Громадське	Урядовий кур'єр
День	Факти (ICTV)