

УДК 811.161.2'373.612.2+81'276.1:070
DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2659.2023.34.14>

Тетяна Космеда, д-р філол. наук, проф., проф. титулярний (Республіка Польща)
ORCID: 0000-0001-8912-2888
e-mail: tkosmeda@gmail.com

Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, Україна

"ЛІНГВІСТИКА МОДИ": ТРЕНДОВІ НАЦІОНАЛЬНО МАРКОВАНІ МЕТАФОРИ (НА МАТЕРІАЛІ МОВИ ГАЗЕТИ)

Соціопсихолінгвістичний феномен моди привертає значну увагу лінгвістів: можна простежити динамічний розвиток методологічних засад вивчення цього феномену, формування відповідної метамови, а також дослідницьких аспектів і domenів, що дає змогу обґрунтувати появу "лінгвістики моди" як нового мовознавчого напрямку.

Одним із завдань "лінгвістики моди" є дослідження модних метафор у медіастилі як найбільш популярному в сучасному дискурсивному просторі.

Газетна мова вважається тим джерелом, яке засвідчує своєрідність поступу української мови, демонструє особливості її розвитку, а також тенденції до змін. Останніми роками публіцистичний стиль змінився, що пов'язано з екстралінгвістичними чинниками – демократизацією суспільства, вторгненням Росії, підвищенням престижу української мови, більшою представленістю української культури та історії тощо.

Основою масмедійних образів часто є метафора, яку вміло моделюють мовці, реалізуючи різноманітні формули, зокрема традиційні та новаторські, модні. Зараз можна спостерігати оновлення українського метафоричного фонду, яке загалом розширює межі національної метафорики, з урахуванням особливостей менталітету українців, на базі прецедентних виразів, а також прецедентних ситуацій для успішного створення мовної гри, моделювання оригінальних значень. У текстах публіцистичного стилю фіксуємо моду на так звані фітоніми, створені за українськими натурфілософськими принципами, як-от: "метафора гарбуза", "метафора часнику", "метафора квасолі". Отже, український медійний дискурс демонструє моду на національне, моду на мовну творчість, яка втілюється в українській лінгвокультурі.

Перспектива дослідження полягає у відстеженні та вивченні так званих модних тенденцій у мові, зокрема появи модних метафор, у можливостях створення національного фонду метафорики, а також у приділенні уваги розвитку лінгвістики моди та її термінології.

Ключові слова: дискурс, "лінгвістика моди", українська лінгвокультура, метафора, газетна мова, національний імідж, публіцистичний стиль, натурфілософія українців.

"Моду можна розуміти як найбільш поверхневий і найбільш глибинний із соціальних механізмів" [2, с. 169].

"Слово – це невід'ємна частина історії України, її культури, її персоналітету" [3, с. 5].

Вступ або формування "лінгвістики моди". У сучасному науковому лінгвістичному дискурсі вивчення феномена моди є багатоаспектним і пов'язане з багатьма питаннями. Розглядаючи функційні особливості лексики, фіксуємо "модні" та "немодні" в певний історичний період слова, назви, імена, навіть ті чи інші мови [6; 7; 8; 9; 10]. Можемо констатувати факт виникнення "модних" лінгвістичних напрямів, наприклад, нині це гендерна лінгвістика, медіалінгвістика й ін. Тож простежуємо розроблення методологічних засад вивчення особливостей відображення в мові та мовленні соціо-психо-лінгвістичного феномена мода й формування "лінгвістики моди" поряд з "лінгвістикою брехні", "лінгвістикою емоцій", "лінгво-метафорологією" та ін. "Лінгвістика моди" окреслює напрями, що презентовані, наприклад, модою на комунікативні стратегії і тактики – це, зокрема, способи моделювання фейку, а також на "ономастичну" моду, лексичну моду; це мода на фемінітиви, дискурсивна мода (дослідження популярних типів дискурсу), мода на алфавіти, графічна мода (дискусії щодо латинізації кирилиці), важливими є й питання вивчення терміносистеми "Мода", її термінорядів, новотворів та ін.

Вітаючи українців із Днем слов'янської писемності (2017), відомий політик, колишній Прем'єр-міністр уряду України В. Гройсман безапеляційно заявив, що "в моду знову входить українська мова": вона набуває впливу й затребувана в суспільстві, що, на його думку, повинно привести до модернізації української лінгвокультури загалом [18]. І з цим твердженням не можна не погодитися.

Модернізація української лінгвокультури продовжується і в період російсько-української війни, що й виявляється в моді на архаїчне, на актуалізацію українських національних вербальних стереотипів, образів, символів

і т. ін. Ця своєрідність української ментальності в період російсько-української повномасштабної війни лише інтенсифікувалася.

Мета цієї наукової студії – простежити а) особливості використання в українському мовленні усталених національно маркованих (фольклорних) слів і виразів, б) своєрідність їхньої трансформації, в) процес актуалізації фольклорних образів, г) своєрідність креативності носіїв української мови щодо моделювання мовної гри, оновленої метафоризації, розширення семантики і прагматики фольклоризмів у зв'язку з бажанням презентувати тяглість культурної традиції, самобутність української мови, її вітальність, що пов'язано й із виникненням моди на українську мову загалом. До аналізу залучаємо словники метафор і перифраз мови сучасної української преси [20], а також словник нових слів і виразів, укладений А. Нелюбою [21], і контексти з медійного дискурсу.

Серед дослідницьких методів виокремимо прийом спостереження, використаний для систематичного й цілеспрямованого сприйняття дослідницького матеріалу з метою осмислення його властивостей, індукції і дедукції – для переходу від загальних тверджень до висновків і, навпаки, для узагальнення результатів, формалізації – для встановлення відповідності виокремлених моделей й одиниць ілюстративного матеріалу, моделювання – для дослідницького абстрагування в поданні одиниць фактичного матеріалу на основі врахування ознак і закономірностей їхнього функціонування. Послідовно застосовано описовий метод як сукупність процедур інвентаризації, таксономії й інтерпретації мовних одиниць.

Публіцистичний (медійний) стиль як "модний" стиль XXI століття. Якщо розмірковувати про найбільш "авторитетний" (модний) стиль української мови, то з

© Космеда Тетяна, 2023

огляду на постулати сучасної лінгвістики таким вважають публіцистичний, або медійний. Учені переконані, що стилі української літературної мови нині не так виразно, як раніше, відрізняються один від одного: вони становлять цілісну, але взаємопроникну систему й дещо гібридизуються. Більш модним у лінгвістиці тепер став термін *дискурс*. Існує думка, що в сучасному мовленні відбувається власне синкретизація типів дискурсів. Як прозорливо зауважував І. Білодід ще 1973 р., "використання сучасної української літературної мови в найрізноманітніших суспільних сферах зумовило її функціонально-стильову диференціацію, що виявляється на всіх структурних рівнях, але особливо виразно на рівні лексичному. Вона, як і будь-яка інша розвинена літературна мова, становить систему функціональних стилів, що існують і розвиваються в постійній взаємодії та взаємопроникненні" (СУЛМ, 1973, с. 151). Однак наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. найбільш активно розвивається, як зауважувалося, публіцистичний чи медійний стиль, що тривалий час, як відомо, не мав належного поступу в Україні, зокрема, у ХІХ ст. у зв'язку із загальновідомими фактами: Валуєвський циркуляр (1863) заборонив українську мову, були ліквідовані українськомовні видання, а художні твори українські письменники писали російською, бо інакше їх не можна було б опублікувати. Згодом і Емський указ (1876) заборонив друкувати українською мовою будь-які твори, ввозити на територію Російської імперії з-за кордону книги, написані українською мовою, без спеціального дозволу, видавати українською оригінальні твори й робити переклади на неї з іноземних мов. Українська мова не могла мати статусу "модної". Хоч у царській Росії середини ХІХ ст. завдяки діяльності Миколи Гоголя й інших українських письменників, які писали російською, але водночас презентували дух української мови й культури, використовуючи передусім українські лексико-фразеологічні елементи, з'явився модний на той час "малоросійський стиль", що поширювався в лінгвопросторі Росії. Це питання натеper належно ще не опрацьоване. Наприкінці ХІХ ст. і майже до кінця ХХ ст. активно розвивався художній стиль української мови попри заборони, що здійснювалося завдяки діяльності кагорти представників українського красного письменства. Тривалий час існувала думка, що саме художній стиль фіксує всі зміни в розвитку мови, належно їх ілюструє. Насправді так і було. Проте нині саме публіцистичний, медійний стиль набув широкого розвитку. Він призначений для передавання масової інформації, обслуговує широку сферу суспільних відносин і використовується в газетах, суспільно-політичних журналах, на радіо, телебаченні, в інтернет-мовленні та ін. Цей стиль "має дуже широкий діапазон залежно від тих життєвих сфер, які обслуговує, від тих комунікативних форм мови, які в ньому можуть фігурувати, від тих відтінків емоційного забарвлення, якими він може бути насичений" [14, с. 15]. Назва "публіцистичний стиль" має різні варіації: його номінують і стилем масово-політичної інформації, і стилем політичної та ділової інформації, і стилем засобів масової інформації (ЗМІ), і стилем масової комунікації, газетним чи газетно-публіцистичним [14, с. 21], медійним, що свідчить про його гібридний характер і постійну динаміку, тому його й можна окреслити як *модний*. Медійний стиль, як відомо, виконує дві основні функції – повідомлення, або інформативності і впливу [16, с. 22]. Він передає інформацію з метою пропаганди певних ідей [13, с. 11]. Публіцистичний дискурс скерований на всебічне оцінювання довкілля, впливає на свідомість людей, зокрема й мовну, формує громадську думку, розвиває

погляди, демонструє прагнення людей, презентує їхню мовну свідомість. Це вагомий засіб агітації і пропаганди, що відображає "мовний смак епохи" й моделює цей смак. Метафора "мовний смак епохи" нині має відповідне термінологічне визначення, що пов'язується з поняттям комунікативної компетентності, оскільки комунікативна компетентність містить "*мовне чуття*" – систему неусвідомлених оцінок, що відображають мовні ідеали, і "*мовний смак*" – систему установок людини щодо мови й мовлення на відповідному етапі їхнього розвитку.

Метафора – основний засіб орнаменталіки в мові сучасної газети як різновиду медійного стилю (дискурсу). Публіцистичний, чи медійний дискурс виразно презентує образність, пропонує креалізовану орнаменталіку, насичену засобами вербалізації різних типів оцінки. Мова преси "органічно зв'язана з історією народу, долею його культури" [4, с. 8]. Тепер це насправді так. Проте, утілюючи "ідеал публіцистичного мовлення – гармонійне поєднання логічного, психологічного і мовного", необхідно враховувати той факт, що в "газеті образність має завдання сприяти увиразненню подачі фактів інформації. Тому структура образу повинна бути семантично прозорою, ясною і не відволікати уваги читачів від повідомлюваних фактів своєю підкресленою оригінальністю" [5, с. 23]. Основним орнаментальним засобом мови газети без конкуренції є метафора як "один з найпродуктивніших інструментів збагачення мови, (...) концептуалізації дійсності і формування суспільних поглядів" [15, с. 44]. Метафора флори (фітоморфна), тобто метафора, донорською зоною якої є концепт *рослина*, що співвідноситься з ландшафтною метафорою і належать до групи природоморфних метафор [15, с. 45–47], є продуктивною й регулярно моделлю метафоричних утворень у сучасному українському дискурсі газети. У давнину рослини вважали божественними, оскільки вони відігравали важливу роль у житті давньої людини [11, с. 204], особливо це зафіксовано в ментальності українців, що пов'язано з їхньою натурфілософією. "Рослинна символіка відображає землеробський спосіб життя українців, їхні звичаї, вірування, одвічний інтерес до великої таємниці безперервно-циклічного відтворення живого зела із зерна", бо часто рослини "бачилися людині носіями певної магічної сили, до того ж не позбавленої зв'язку з потойбіччям (бо проростання відбувається саме з-під землі), а отже, і з її власними предками" [12, с. 220]. Зрозуміло, що, використовуючись у мові газети, фітообрази слугують і для творення політичних метафор, порівн.: "Політика – це світ рослин", оскільки "багато політичних реалій в основі мають традиційні фітонімні символи" [1, с. 84].

Трендовість фітонімної метафори як різновиду національної метафори: "гарбузова метафора", "метафора часнику" й "метафора бобів". Спробуймо продемонструвати тенденції щодо моделювання трендової в сучасному медійному дискурсі фітоморфної метафори, яку розуміємо широко й відносимо до неї переносні назви, що утворені на основі актуалізації назв дерев і їхніх плодів, кущів і їхніх плодів, трав, квітів, овочів і фруктів, частин рослинності тощо.

Розглядаючи контекст "У Парламенті – 'Яблуко', під стінами гарбуз" [19, с. 105], простежуємо мовну гру, що виникла на основі протиставлення фітонімів: яблуко й гарбуз. *Яблуко* вжито у функції власної назви (номінація політичної партії), а *гарбуз* – у фольклорному значенні як символ відмови під час сватання. Метафора презентує іронію і зневажливе ставлення до Парламенту. Створено образ, що пов'язаний з етнокультурою українців.

Водночас простежуємо актуалізацію прецедентності, оскільки вербалізовано символіку народного обряду, створюється метафорична перифраза.

Наведемо й інший контекст:

На афіші мітингу було зазначено, що йдеться про "переворот свідомості". Це, власне, є продовженням теми, яку Саакашвілі заанонсував раніше: організація постійних тренінгів для жителів наметового містечка. До 7 листопада, початку пленарного тижня в парламенті, мітингувальникам робити особливо нічого. Тому організатори Майдану вирішили заповнити цей вакуум інтелектуальним вихованням свого активу. А напередодні під Радою влаштували перформанс: сходинки, що ведуть до перших під'їздів парламенту, **вкрили гарбузи** (УМ, № 131, 2017).

Виявляємо факт функціонування національно маркованої "гарбузової метафори". Загальновідомо, що гарбуз належить до яскравих стародавніх українських **багатогранних** символів, оскільки це символ (1) господаря, голови роду й самого роду як такого; (2) достатку, а його насіння – родючості; (3) "головного" на городі серед усієї городини; (4) "відмови" під час сватання, що вербалізовано у вигляді загальновідомого ідію, які виникли на основі обрядових формул (*давати гарбуза, діставати гарбуза, годувати гарбузами, наділяти гарбузом, скуштувати гарбузової каші* й ін.).

"Гарбузова метафора" може вживатися кілька разів в одному й тому самому контексті, що підсилює її виразність, пор.: "Виносьте владі гарбуз!" (назва статті) – про ситуацію, яка відбувалася в політиці України 2017 р.'. Зазначене інколи такий контекст:

Це Саакашвілі звернувся до українців із закликом **Винесіть владі гарбуза!**. 'Сьогодні вранці було вже 78 нечестивих гарбузів, але, думаю, що до кінця дня їх буде не менше 450. На цій площі точно буде найбільша в Україні кількість нечестивих гарбузів в одному місці, про що вже проінформовано Національний реєстр рекордів України. Тому **беріть гарбуз**, фотоапарат, приходьте і робіть історію з нами – **виносьте владі гарбуз!** – закликав Саакашвілі (жирний шрифт автор. – Т. К.) (УМ, № 131, 2017).

Простежуємо зіткнення прямого й переносного значення лексеми *гарбуз*, підібрано яскравий епітет – *нечестивий*.

"Гарбузова метафора" зафіксована в назві публікації "Гарбуз із присмаком 'Рошена'". "Рошен", як відомо, назва корпорації з виготовлення шоколадних виробів, що належить Петрові Порошенку, тому маємо тонкий натяк на те, що гарбуз подають саме Петру Порошенкові як тодішньому Президенту України, делікатно застерігаючи його від несхвалюваного народом політичного курсу.

Інші приклади вживання "гарбузової метафори" лексикографовані, пор.: "'Гарбуз' міністру-соціалісту" [19, с. 30]. У цьому разі негативний зміст лексеми *відмова* пом'якшено актуалізацією фольклорної ідіоми-евфемізму *подати гарбуза*. Йдеться про невтішні результати аграрної політики міністра О. Баранівського. А метафора "виборчий гарбуз" у значенні 'поразка на виборах' також функціонує в назві іншої статті (Заголовок статті; УТ, 03.11.2012) [20, с. 14].

"Гарбузову метафору" використано на основі актуалізації й іншої прецедентності. У цьому разі метафора базується вже на образі відомого вірша М. Стельмаха "Ходить гарбуз по городу", що вербалізує символічний національний образ "'головний' на городі серед усієї городини" (простежуємо ланцюжкову прецедентність). Крім того, моделюється іронічне прочитання національного символу 'господар, голова роду'. Заміна слів у виразі моделює мовну гру, що створює відповідну перифразу: "ходив гарбуз по заводу" [19, с. 192]. Йдеться про відвідини українських заводів високопосадовцями.

Образ *гарбуза* в цьому разі символізує можновладця, який, маючи великі повноваження, претендує на статус господаря, але не відповідає йому.

А. Нелюба зафіксував у своєму словнику оказіональне слово *згарбузований*, подавши модель його творення й визначивши відповідне значення, пор.: **"ЗГАРБУЗОВАНИЙ"** (← – *згарбузувати* ← *гарбуз* *у/о*). Ознака за дією, пов'язаною з гарбузом (перетворення на гарбуз). *Наші партії ні на що не опираються, не опираються на народ, вони згарбузовані штучно, здебільшого на грошах, а мали б бути структуровані знизу*" (ЛУ, 24/07, с. 1) [21, с. 186].

У цьому разі метафора заґрунтована на актуалізації символічного значення 'достаток', оскільки гарбузове насіння, тобто гарбуз – це 'родючість': береться до уваги те, що гарбуз наповнено великою кількістю насіння. Семе 'значна кількість насіння' лежить в основі метафоризації, утворюючи смисл 'велика кількість грошей'. Маємо цікавий і складний образ: метафора утворюється на основі метонімії – подібності за формою: частина й ціле (гарбуз – ціле, а його насіння – частина складника цього цілого). На основі цієї метонімії метафоричності утворюється оригінальний і складний образ – 'штучно створений на основі використання грошей через підкупи, тобто нечесно'.

Ще один цікавий метафоричний фольклорний образ – образ часнику. У цьому разі актуалізовано звичай українців оборонятися від нечисті саме часником, оскільки часник уважають українським оберегом, пор.: *опозиційний часник* – 'про дії опозиції, скеровані проти влади': "Утім, **опозиційний часник** під скатертиною довго не протримався, його було помічено і викинуто у смітник" [19, с. 66]. Оригінально змодельовано перифрастичну іронію, що базується на такій символіці:

Українці вважали, що перший часник виріс на тілі Іуди або із зубів Ірода. А згідно з північноросійською легендою, часник виник в результаті битви янголів і Диявола. Коли небесні охоронці вигнали свого супротивника в нижній світ, на землі залишилися два його смердючих сліди, що отруювали все живе. І тоді Бог направив на землю два промені. Вдарили вони в сліди, і на місці їх вирости цибуля і часник. Сказав тоді Бог: "Безсило зло там, де ростуть по моїй волі ці рослини" (...) Предки вірили, що часточка часнику в кишені здатна захистити від вроків і пристріту. Головку часнику воїни вішали на груди – як захист від ран. А для перемоги волхви радили вкласти три часникові зубці в чобіт. Його садили на могилах – щоб дух не повернувся в будинок, а тіло не перетворилося на вампіра. Напередодні поминальних днів, господині натирали ним вікна і дверні порого, вішали в'язки біля сходів і навіть на домашню худобу. (...) Крім цього, часник був обов'язковим гостем на весільних обрядах. Його вплітали у вінок і косу нареченій і клали у взуття нареченому. Породіллі клали на груди часничини, а немовляти натирали ним стопи і грудку, вішали над колискою і вшивали в одяг. Перед тим, як хрестити дитину, мати з'їдала зубчик часнику і дихала його духом на дитя [22]. Символ часнику має потужний потенціал використання.

Фітонімна метафора, як бачимо, часто сприяє трансформуванню ідію, створенню мовної гри. Порівняймо вираз "бізнес на бобах" мотивований фольклорним образом бобів та обігруванням ідіоми *сидіти на бобах*, що значить – 'нічого не мати'. Йдеться про бізнес, що виник на безгрішші, із нічого. Цей вираз ужито в назві статті (К, № 16–17, 2013). Нагадаймо, що

біб пов'язаний з купальською обереговою символікою: "В нашім Купайлі кущик бобу, / Кинуло б відьму у хворобу, / В нашім Купайлі кущик м'яти, / Щоб не перейшла відьма хати". Давність культу бобових рослин засвідчують і народні прислів'я. З літ. джерел: (...) Всипали йому такого бобу, що пару днів нікуди не ходив (І. Франко); На бобах сидіти – без нічого,

ні з чим бути, жити впроголодь. У народі кажуть: "Біб – то половина хлібови"; (...); біб, особливо сухий, сильно мульткий, тому у переносному значенні – символ дошкульності... [17].

Здійснений аналіз показує, що фітоморфні метафори часто використовуються саме в назвах статей. А це сильна текстова позиція, адже за постулатами психології завжди запам'ятовується початок і кінець тексту, що знову-таки засвідчує трендовість національного метафоричного образу. Національна фітоморфна метафора заснована передусім на фольклорному образі, фольклорній символіці, оскільки українці здавна демонструють особливу близькість до природи, адже історично вони землеробці, що зафіксовано на їхньому ментальному рівні. Більшість новітніх флорометафор презентують складний образ, оскільки актуалізують традиційну народну символіку, прецедентні тексти, відповідні прецедентні ситуації чи вирази, що своєрідно оновлюються, актуалізуються.

Висновки. Широка проблематика, пов'язана з висвітленням питань, що презентують моду на мову та моду в мові, дає змогу стверджувати факт зародження нового лінгвістичного напрямку, який можна образно номінувати "лінгвістикою моди". Зазначене підтверджується створенням системи образних лінгвістичних термінів із ключовим словом *мода*, тобто формується метамова "лінгвістики моди", напрацьовуються відповідні аспекти й ракурси, серед яких і модна метафорика.

Наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. "модним" став публіцистичний, медійний дискурс, оскільки він нині найбільш затребуваний, а в ньому простежуємо актуальні тенденції, зокрема й щодо креативного моделювання національної метафори із залученням фітоморфних фольклорних образів, символів.

Мову газети вважають тим джерелом, що засвідчує своєрідність поступу української мови, демонструє особливості її розвитку, відповідні їй трендові зміни. Газету образно називають "історією сучасності", а мова газети яскрава, виразна, експресивна, приваблива, атракційна. Публіцистичний, чи медійний стиль формується на основі дискурсивної практики, що реалізується в мові газети.

Публіцистичний, чи медійний стиль формується на основі дискурсивної практики, що реалізується в мові газети. В останні роки він змінився, що пов'язано з екстралінгвістичними, зовнішніми чинниками, насамперед зі змінами, які відбулися в довіллі, – демократизація суспільства, вільна конкуренція, свобода слова, протистояння з росією^{*}, збільшення престижу української мови, презентація української культури, історії й ін.

Безперечно, образність газети базується на метафорі, яку вправно моделюють мовці, актуалізуючи різні моделі, серед яких традиційні й новаторські, трендові. До традиційних метафор належить метафора флори. Незважаючи на те, що механізми творення фітонімної метафори добре описані, однак мовці працюють над оновленням українського фонду метафори, нового прочитання фольклорної метафори, нових схем її творення, що розширює фонд національної метафоричності. Фольклорна фітонімна символіка базується на натурфілософії українців, їхній ментальності, актуалізуючи прецедентні вирази, прецедентні ситуації для вдалого творення мовної гри, моделювання оригінальних смислів. Це характерна риса сучасного українського публіцистичного дискурсу, який демонструє моду на національне, моду на лінгвістичну креативність, що характерне для української лінгвокультури.

Перспектива дослідження полягає в необхідності ретельно вивчати своєрідність моди в моделюванні національної метафори, створення національного фонду метафоричності.

Скорочення

К – "Контракти"

УМ – "Україна молода"

УТ – "Український Тиждень"

СУЛМ – Сучасна українська літературна мова. Лексика і фразеологія, за ред. І. К. Білодіда. – К.: Наукова думка. 1973. – 438 с.

УМ – "Україна молода"

УТ – "Український Тиждень"

Contractions

К – "Kontrakty"

UM – "Ukraina moloda"

UT – "Ukrainskyi Tyzhden"

SULM – Suchasna ukrainska literaturna mova. Leksyka i frazeologhiia, za red. I. K. Bilodida, Kyiv: Naukova dumka. 1973. 438 s.

UM – "Ukraina moloda"

UT – "Ukrainskyi Tyzhden"

Список використаних джерел

1. Андрейченко О. І. Метафоричне вираження концептосфери ПОЛІТИКА в сучасному публіцистичному дискурсі / О. І. Андрейченко // Социальные коммуникации. Сер. Филология. – 2011. – Т. 24 (63). – № 4, част. 2. – С. 81–86.
 2. Бодриар Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодриар. – Москва: Добросвет, 2000.
 3. Дзюба І. М. Є поети для епох / І. М. Дзюба. – Київ: Либідь, 2011.
 4. Жовтобрюх М. А. Мова української преси (до сер. 90-х рр. XIX ст.) / М. А. Жовтобрюх. – Київ: Видавництво Академії наук Української РСР, 1963.
 5. Коваль А. П. Практична стилістика сучасної української мови / А. П. Коваль. – Київ: Вища школа, 1967.
 6. Космеда Т. Актуальні процеси мовлення чи "мовний смак" української сучасності / Т. Космеда // Мовознавство. – 2014. – № 2. – С. 44–55.
 7. Космеда Т. Відображення мовної картини світу в історико-політичному дискурсі ХХ сторіччя (на матеріалі словника "Світова історія: ХХ сторіччя") / Т. Космеда // Ученые записки Таврического нац. ун-та им. В. И. Вернадского. Сер. Филология. Социальные коммуникации. – 2009. – Т. 22 (61), 1. – С. 42–47.
 8. Космеда Т. Історико-політичний дискурс: особливості репрезентації ключових слів ХХ сторіччя (на матеріалі словника "Світова історія: ХХ століття") / Т. Космеда // Дискурсологія: мовна культура, общество: избр. раб. / Луган. нац. ун-т им. Тараса Шевченка. – 2011. – С. 148–160.
 9. Космеда Т. Історико-політичний дискурс: особливості репрезентації ключових слів ХХ сторіччя (на матеріалі словника "Світова історія: ХХ століття") / Т. Космеда // Наукові записки Луган. нац. ун-ту. Сер. Філологічні науки : зб. наук. пр. Луган. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – 2009. – Т. 1. – Вип. 8. – С. 45–55.
 10. Космеда Т. Ключові історико-політичні терміни мовної картини світу ХХ сторіччя (на матеріалі словника "Світова історія: ХХ століття") / Т. Космеда // Вивчаємо українську мову та літературу. – 2010. – 1 (221). – С. 6–9.
 11. Кравець Л. В. Фітоморфні метафори в українській поезії ХХ ст. / Л. В. Кравець // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Сер. 10: Проблеми граматики і лексикології української мови. Зб. наук. праць. – 2010. – Вип. 6. – С. 204–209.
 12. Мисик О. А. Особливості символізації значень флороназв у тропях осі псевдототожності в поетичних творах І. Калинця / О. А. Мисик // Наукові записки. Сер. Філологічна. – 2013. – Вип. 35. – С. 220–222.
 13. Михайленко В. Публіцистичний стиль як засіб впливу на реципієнта / В. Михайленко / В. В. Різун (ред.) // Стиль і текст : наук. зб. – 2010. – Вип. 11. – С. 6–11.
 14. Навальна М. Динаміка лексики української періодики початку ХХІ ст. / М. Навальна. – Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2011.
 15. Одинецька Л. В. Роль метафори в засобах масової інформації. Журналіст, видавець і редактор: проблеми фахової діяльності / Л. В. Одинецька // Актуальні проблеми теорії соціальних комунікацій. 2017. – Вип. VI. – С. 44–47.
 16. Шевельов Ю. Українська мова в першій половині ХХ століття (1900–1941): стан і статус / Ю. Шевельов / Авт. вступ. сл. Л. Масенко. – Чернівці: Рута, 1998.
- Джерела ілюстративного матеріалу**
17. Біб. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://proridne.org/Українська%20міфологія/Біб.html> (23.02.2022).
 18. Гройсман сообщил, что мода на украинский язык вновь вернулась. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://fbс.ua/ru/news/kultura/groisman-zayavil-chto-moda-na-ukrainsku-yazuk-vernulas/> 4 грудня 2021 (30.01.2022)

* Правопис автора збережено.

19. Ільченко О. А. Вербалізоване 'обличчя' сучасного суспільства: словник метафоричних словосполучень української преси. – 2012. (2000–2010).
20. Словник медійних перифразів XXI століття / уклад.: Я. В. Козачок, В. М. Васильченко, І. А. Костюк [та ін.]. – Київ: НАУ, 2014.
21. Словотворчість незалежної України. 1991–2011: Словник. / укладач А. Нелюба. – Харківське історико-філологічне товариство, 2012.
22. Часник – український оберіг (25.01.2022). – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://vsviti.com.ua/ukraine/56694>

References

1. Andreichenko, O. I. (2011). Metaphorical expression of the POLITICS concept in modern journalistic discourse. *Social communications. Philology Series*, Vol. 24 (63), 4, part. 2, 81–86. (In Ukr.).
2. Bodriyar, Zh. (2000). Symbolic exchange and death. *Dobrosvet*. (In Russian).
3. Dziuba, I. M. (2011). There are poets for eras. *Lybid*. (In Ukr.).
4. Zhovtobriukh, M. A. (1963). The language of the Ukrainian press (until the mid-90s of the 19th century). Publishing House of the Ukrainian SSR Academy of Sciences. (In Ukr.).
5. Koval, A. P. (1967). Practical stylistics of the modern Ukrainian language. High school. (In Ukr.).
6. Kosmeda, T. (2014). Relevant speech processes or "linguistic taste" of Ukrainian modernity. *Linguistics*, 2, 44–55. (In Ukrainian).
7. Kosmeda, T. (2011). Historical-political discourse: peculiarities of the 20th century key words representation (based on the material of the dictionary "World History of the 20th Century"). *Discourse studies: language, culture, society: selected papers*. Taras Shevchenko Luhansk National University, 148–160. (In Ukr.).
8. Kosmeda, T. (2009). Historical-political discourse: peculiarities of the 20th century key words representation (based on the material of the dictionary "World History of the 20th Century"). *Scientific papers of Taras Shevchenko Luhansk National University. Philological sciences series: collection of papers [World presentation in humanitarian discourses of the 21st century]*. Taras Shevchenko Luhansk National University, vol. 8, vol. 1, 45–55. (In Ukr.).
9. Kosmeda, T. (2010). Key historical and political terms of the 20th century language worldview (based on the material of the dictionary "World History: 20th Century"). *Studying Ukrainian language and literature*, 1 (221), 6–9. (In Ukr.).
10. Kosmeda, T. (2009). Reflection of the language worldview in the historical and political discourse of the 20th century (based on the material of

the dictionary "World History: 20th Century"). *Scientific papers of V.I. Vernadskyi Taurida National University, Philology Series. Social communications*, Vol. 22 (61), 1, 42–47. (In Ukr.).

11. Kravets, L.V. (2010). Phytomorphic metaphors in Ukrainian poetry of the 20th century. *Scientific journal of M.P. Drahomanov National Pedagogical University, Series 10: Issues of the Ukrainian grammar and lexicology*. Collection of papers, Vol. 6, 204–209. (In Ukr.).
12. Mysyk, O.A. (2013). Symbolization peculiarities of the floral name meanings in the pseudo-identity plane stylistic devices in the poetic works by I. Kalinets. *Philology Series*, Vol. 35, 220–222. (In Ukr.).
13. Mykhaylenko, V. (2010). Journalistic style as a means of influencing the recipient. *Style and text: collection of papers*, Vol. 11 (6–11). Taras Shevchenko KNU, Institute of Journalism. (In Ukr.).
14. Navalna, M. (2011). Lexicon dynamics in Ukrainian periodicals of the early 21st century. Dmytro Buraho Publishing House. (In Ukr.).
15. Odynetska, L. V. (2017). The role of metaphor in mass media. Journalist, publisher and editor: professional activity issues. Collection of papers. *Topical issues of social communications theory*, Vol. VI, 44–47. (In Ukr.).
16. Shevelov, Yu. (1998). The Ukrainian language in the first half of the 20th century (1900–1941): state and status. Author's introduction by L. Masenko. *Ruta* (In Ukr.).
- Illustrative material sources**
17. Bib. <https://pridne.org/Українська%20міфологія/Біб.html> (23.02.2022). (In Ukr.).
18. Hroysman reported that the fashion for the Ukrainian language has returned again. – URL: <https://fbc.ua/ru/news/kultura/groisman-zayavil-chtomoda-na-ykrainskiu-yazuk-vernylas/> December 4, 2021 (January 30, 2022) (In Ukr.).
19. Ilchenko, O. A. (2012). The verbalized "face" of modern society: a dictionary of Ukrainian press metaphorical phrases (2000–2010). (In Ukr.).
20. Dictionary of the 21st century media paraphrases (2014) / editor: Ya. V. Kozachok, V. M. Vasylenko, I. A. Kostyuk [and others]. NAU. (In Ukr.).
21. Word innovations of independent Ukraine. 1991–2011: Dictionary. (2012) / compiled by A. Neliuba. HIFT. (In Ukr.).
22. Garlic is a Ukrainian talisman. (25.01.2022). – URL: <https://vsviti.com.ua/ukraine/56694> (In Ukr.).

Надійшла до редколегії 15.05.23

Tetyana Kosmeda, Dr. Sci. (Philol.), Prof., Titular Professor (Republic of Poland)
 ORCID: 0000-0001-8912-2888
 e-mail: tkosmeda@gmail.com
 Vasyl Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine

"FASHION LINGUISTICS": TRENDY NATIONALLY MARKED METAPHORS (BASED ON THE NEWSPAPER LANGUAGE)

The socio-psycho-linguistic phenomenon of fashion draws considerable linguists' attention: one can trace the methodological foundations of this phenomenon study being dynamically developed, the formation of a corresponding metalanguage, as well as the formation of research aspects and domains, which makes it possible to justify the emergence of "fashion linguistics" as a new linguistic direction.

One of the tasks of "fashion linguistics" is the study of trendy metaphors in the media style as the most popular in today's discursive space.

The newspaper language is considered to be the source that attests to the distinctiveness of the Ukrainian language progress, demonstrates its development peculiarities, as well as its corresponding trend changes. In recent years, the journalistic style has changed, which is related to extralinguistic factors – democratization of society, Russia's invasion, increasing the Ukrainian language prestige, Ukrainian culture and history presentation, etc.

The newspaper images is based on a metaphor, which is skillfully modeled by speakers, realizing various formulas, including traditional and innovative, trendy ones. One can currently view the renewal of the Ukrainian metaphor fund, which generally expands the scope of national metaphors given the specificity of Ukrainians' mentality, the precedent expressions manifestation, as well as precedent situations for the successful creation of a language game, original meanings modeling. In journalistic style texts, we fix the fashion for so-called phytonyms, created in accordance with the Ukrainian natural philosophy principles, such as: "pumpkin metaphor", "garlic metaphor", "bean metaphor". Thus, Ukrainian media discourse demonstrates a fashion for national, a fashion for language creativity, which is embodied in Ukrainian linguistic culture.

The perspective of the research is in tracking and studying the so-called fashion trends in language, in particular fashionable metaphors, in the possibilities of creating a national fund of metaphors, as well as in paying attention to the development of the terminology of fashion linguistics.

Keywords: discourse, "fashion linguistics", Ukrainian linguistic culture, metaphor, newspaper language, national image, journalistic style, natural philosophy of Ukrainians.