

УДК 81.373.612.2

DOI <https://doi.org/10.24919/2663-6042.12.2019.189287>

## ЛЕКСЕМА *ВІЙНА* В РІЗНИХ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ ВИЯВАХ

Овсієнко А. С.

ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет  
імені Григорія Сковороди»

У статті висвітлено використання лексики *війна* як невід'ємної частини суспільно-політичного та наукового дискурсу в різних лексико-семантичних виявах у мові публіцистики.

Розглянуто публіцистичну метафору як своєрідне вживання певного слова, переосмисленого на основі образно-асоціативної подібності, яке виникає в результаті суб'єктивного враження, відчуття, емоційного сприйняття. Це, з одного боку, відображення реального світу та об'єктивного знання про нього, закріпленого в мові, а з іншого – спосіб створення індивідуального, образного світу журналіста.

Провідну роль в семантичних змінах відіграє механізм метафорики. У статті кваліфіковано метафору як засіб номінації, вербалізований спосіб мислення і спосіб створення мовної картини світу. У дослідженнях метафоризації виокремлено різні концепції. Проте усі лінгвісти одностайні, що в основі метафоричного перенесення знаходиться схожість екстралінгвістичних понять про об'єкти дійсності.

З урахуванням того, що суттю метафори є розуміння й переживання однієї концептуальної сфери термінами іншої, часто використовуваною в українських публіцистичних виданнях є метафора боротьби, співвіднесена з метафорою бойових дій (тактики). Постає метафора у воєнній підмові унаслідок семантичної деривації, у процесі якої відбуваються зміни значення вихідних лексичних одиниць.

Досліджено, що лексема *війна* багатогранна. Визначено, що *війна* буває інформаційною, економічною, торгівельною, побутового характеру і т. д., що є не менш важливими в контексті бойових дій. Цей концепт використовується не тільки для опису пов'язаних з ним подій або як образний компонент, а й для маніпулювання масовою свідомістю. Досліджено існування лексики *війна* в мовній картині світу як буквального явища із предметними атрибутами, так і в метафоричній площині, що відображає неоднорідність його структурно-семантичного наповнення.

Зауважено, що в публіцистиці метафоричне утворення *війна* функціонує в різних тематиках і відіграє різну стилістичну роль.

**Ключові слова:** метафора, економіка, інформація, торгівля, брендова, кулінарно-гастрономічна, сімейна, *війна*.

**Ovsienko A. S. Lexeme WAR in different lexico-semantic disclosures.** The article highlights the using of the lexeme war in different lexico-semantic disclosures in the publicistic language, that became an inseparable part of social-publicist and scientific discourse.

Publicistic metaphor is shown as a specific use of a certain word, reinterpreted on the basis of figuratively associative similarity, which arises as a result of subjective impression, feeling, emotional perception. It is, on the one hand, a reflection of the real world and an objective knowledge of it, embedded in language, and on the other hand, a way of creating the individual, figurative world of a journalist.

The mechanism of metaphor plays a leading role in semantic changes. The metaphor is considered as a means of nomination, a verbalized way of thinking and a way of creating a linguistic picture of the world. In the research of metaphorization different concepts are distinguished. However, all linguists note the fact that metaphorical transposition is based on the similarity of extralinguistic concepts of objects of reality.

One of the most frequently used phenomena in Ukrainian publicistic publications is the metaphor of fighting, which is related to the metaphor of military actions (tactics). As the essence of metaphor is the understanding and experience of one conceptual sphere in terms of another.

The military sphere, apparently, should be poor in metaphors but the collected material testifies the opposite. Military subjugation, in accordance with the laws of evolutionary development, actively replenishes its vocabulary through semantic derivation, during which changes in the meaning of the source lexical units occur.

It was discovered that the lexeme war is multifaceted. It is distinguished that war can be of informational, economical, trade, everyday character etc., which isn't less important in the context of military actions. This concept is used not only to describe related events or as a figurative component, but also to manipulate the mass consciousness. The existence of the lexeme war in the linguistic picture of the world as a literal phenomenon with object attributes and a metaphorical environment, which reflects the heterogeneity of its structural and semantic content, is investigated.

In the article it is found out that in journalism metaphorical formation *war* functions in different subjects and plays different stylistic role.

**Key words:** metaphor, economics, information, trade, brand, culinary and gastronomic, family, war.

**Постановка проблеми та обґрунтування актуальності її розгляду.** Головний інструмент журналіста – слово, яке повинно бути продуманим, доречним, точним. Невдало підібрані слова можуть або нечітко, або неправильно означати думку автора. Лексема *війна* стала невід’ємною частиною суспільно-політичного та наукового дискурсу.

Воєнна сфера, здавалося б, повинна бути бідною на метафори, однак зібраний матеріал засвідчує протилежне. Воєнна підмова, детермінована законами еволюційного розвитку, активно поповнює свій словниковий склад за рахунок семантичної дери-вації, в процесі якої відбуваються зміни значення вихідних лексичних одиниць

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичне підґрунтя становлять праці з когнітивної теорії метафори. Метафори поширені не тільки в художньому стилі, а й у повсякденному мовленні, соціальній комунікації – виступах політиків, наукових статтях, мові ЗМІ тощо. Зокрема, маємо згадати вже класичні праці О. Потебні, І. Огієнка, С. Семчинського, О. Муромцевої, В. Калашника, С. Дорошенка, Л. Лисиченко, А. Ахманової, Л. Кри-сіна, У. Вайнрайха, А. Шляйхера, Я. Грота, Е. Ріхтера та ін. З-поміж новітніх українських досліджень на увагу заслуговують роботи О. Стишова, О. Плахоніної, В. Сімонок, Г. Сергєєвої, Л. Архипенко, Н. Попової, Н. Волкової та ін.

Певні фрагменти аналізу концепту *війна* демонструють праці Л. Венедиктової, У. Карпенко-Івано-вої, О. Колесник, П. Нікітіної.

**Формування мети і завдання статті.** Метою статті є вивчення лексеми «війна» в газетних текстах. До завдань дослідження входить виявлення метафор і аналіз лексико-семантичних особливостей їх мовних реалізацій в газетних текстах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У публіцистичній діяльності «нові», «свіжі» метафори впливають на нашу мову та на наше сприйняття світу. З часом вони втрачають свою новизну і стають загальною нормою. Метафора – це не просто фігура мови, вона існує в системі понять людини, визначаючи її мислення і свідомість.

У комунікативній діяльності метафора є важливим засобом впливу на інтелект, почуття і волю адресата. З урахуванням цього метафори активно використовуються в газетній публіцистиці, розширюючи інформаційні рамки повідомлення за допомогою асоціацій, зумовлених переносним вживанням слова, і беруть участь у найважливіших функціях публіцистики – переконання та емоційного впливу [1, 21].

Особливо наголошують у мові засобів масової інформації на суперечках та сварках держав, сусідів. Їх називають війнами із сусідами, напр.: *«Він уже відслужив строкову в армії (на флоті), відслужив у зоні неоголошеної війни на сході у 2015 році під час третьої хвилі мобілізації, мав хорошу професію і стабільну зарплату, але був із тих, хто не відсиджується, коли в рідній країні триває війна з сусідом-ворогом, і підписав контракт на службу в ЗСУ»* («День», 15.06.2018); *«Власне, й нинішню жорстку війну з «сусідом північним – ворогом вічним» не за Донбас, а за саме виживання України, ми отрима-*

*ли найперше тому, що практично впродовж усього періоду нинішньої незалежності Україною керувала, окрім засланих Московією козачків, керує сьогодні й збирається керувати завтра «еліта» з рафінованою совковою історичною пам’яттю»* («День», 25.09.2014).

Релігійна війна – це конфлікт між представниками різних релігійних груп, дуже часто спричинена релігійними відмінностями, наприклад: *«Саме тоді, коли церква має відстоювати миролюбиві позиції, вона розвиває **війну церков**, яка має назву «Руська православна Церква і Східні Патріархи»* («Сільський час», 12.12.2005); *«Журналіст розкрив плани Кремля на **церковну війну» в Україні*** (заголовок); *«Російському президентові Володимиру Путіну вигідна **церковна війна» в Україні*** («По-українськи», 06.09.2018).

Лексема *війна* в прямому значенні – це організована збройна боротьба між державами, суспільними класами тощо [5, 669], хоча це слово широко використовується і в переносному значенні – стан ворожечі між ким-небудь; суперечка, сварка з кимось; боротьба [5, 669]. Провідну роль в семантичних змінах відіграє механізм метафоризації. Військова метафора нав’язує суспільству конфронтаційні стереотипи розв’язання проблем, обмежує пошук альтернатив соціального розвитку. У військовій підмові виокремлюють метафори, пов’язані з різними соціально-символічними вимірами дискурсу війни. Вони створюють метафоричні образи війни і реалій, пов’язаних з нею [3, 146].

Війни означають залежно від характеру намірів (загарбницька, визвольна), масштабів поширення (світова, міжнародна, локальна), території (кримсьська, югославська, афганська, іранська), учасників (наполеонівська), часу, тривалості (середньовічна, столітня), застосовуваного виду зброї (ядерна, хімічна) [4, 90]. Метафоричні словосполучення використовують у різних тематиках.

У газетній періодиці найбільше переносних уживань зі словом *війна* з’явилося в економіці, пор: *«Тоді започаткувалася торгівельна, економічна війна»* («Тиждень», 24.05.2014); *«Через це розгорілася економічна війна, під час якої підвищуються мита з обох сторін»* («День», 04.10.2018); *«Високопоставлений представник ЄС сказав, що у Єврозоюзу були чіткі інтереси в узгодженні з Туреччиною з приводу економічної війни Трампа»* («Сьогодні», 20.08.2018).

Воєнна сфера, здавалося, повинна бути небагатою на метафори, але це далеко не так. У газетах слово *війна* досить широко вживається як метафоричне окреслення конфліктних ситуацій у сфері валютних операцій, інформаційних технологій, торгівельної діяльності, рекламного бізнесу, брендів тощо. Наведемо приклади опису різних воєн, зокрема:

а) валютних: *Нині також зберігається небезпека, що після поразки однієї зі сторін у валютній війні наступною стадією буде ескаляція конфлікту, а саме протекціоністські заходи з метою недопущення на внутрішні ринки іноземних товарів* («Урядовий тиждень», 29.10.2010); *«Валютна війна»* – одна з різновидів торгових воєн, яка передбачає, що

одна з країн влаштовує штучну девальвацію своєї національної валюти («Сьогодні», 14.07.2019);

б) інформаційних: Обговорення були умовно поділені на три аспекти: інформаційна війна в сучасних умовах за новими викликами гібридної війни, професійна журналістика в умовах **інформаційної війни**, медіаосвіта та інформаційна безпека («День», 28.01.2016); Крім того у заяві зазначається, що український парламент за останні чотири роки розробив та прийняв цілу низку надзвичайно прогресивних законів у сфері інформполітики – роздержавлення друкованих ЗМІ, створення незалежного суспільного мовлення, прозорість медіа власності, захисту прав журналістів, а **інформаційна війна** є інтегральною складовою агресії Російської Федерації («День», 04.07.2018);

в) торговельних: **«Торговельна війна»**. Дії адміністрації Трампа загрожують падінням глобального ВВП – МВФ (заголовок); Введення адміністрацією американського президента Дональда Трампа додаткових тарифів на імпорт у США, яке фактично розв'язує **торговельну війну**, загрожує зниженням глобального ВВП на 0,5% («Тиждень», 22.07.2018); Втім на цьому протистояння в **торговій війні** між Україною і Росією не закінчилися («Тиждень», 12.09.2013);

г) рекламних: У Тунісі між двома відомими німецькими автовиробниками почалася справжня **рекламна війна** («Сьогодні», 11.02.2018); **«Інтер» оголосив «1+1» рекламну війну** (заголовок) («Українська правда», 07.09.2007);

ґ) корпоративних: **Можливо, ця історія ще не закінчена, і корпоративна війна** триватиме із застосуванням раніше небаченої «зброї» («День», 31.01.2004); На думку Тараса Березовця, те, що приватні армії можуть бути використані у **корпоративних війнах**, дуже негативно впливає на ставлення до України західних партнерів («Сьогодні», 24.03.2015); Аспекти впливу на екологію, екологічні питання нерідко слугують інструментом в **корпоративних війнах** комерційних компаній («По-українськи», 13.08.2019);

д) війна брендів: **Война брендів: Samsung обошел Apple в США** (заголовок) («Сьогодні», 03.08.2016); **Що ж до реклами, то підприємці заявляють, що це тільки війна брендів і аж ніяк не метод спонукання до споживання** («День», 14.10.2009).

Проведений аналіз метафори в сучасній українській публіцистиці засвідчує високий рівень метафоризації досліджуваних текстів та різноплановість метафор (від кулінарно-гастрономічної, родинно-побутової до політичної).

В українських засобах масової інформації політична сфера метафорично моделюється за допомогою кулінарно-гастрономічної метафори (присмак, політичний пиріг, солодка парочка, солодкі зустрічі, вершки, льодяники, апетит). Апетит асоціюються із бажанням і зацікавленістю до певного виду діяльності, пиріг співвідноситься із владою та матеріальним збагаченням її представників.

Основу фізіологічної моделі світу утворює інформація, що надходить від органів смакових рецепторів людини. У текстах українських газет активно вико-

ристовують словосполучення **молочна війна та карамельна війна**, напр.: **Молочна війна 2006 року між Росією та Україною** принесла величезні збитки сирзаводам («Тиждень», 12.09.2013); **Росія оголосила Литві «молочну війну»** (заголовок) («Тиждень», 18.09.2013); **Протягом сімнадцяти років своєї незалежності українці** переконалися на власній шкурі, що таке **дружба старшого брата** (тут тобі й Тузла, й **газо-м'ясо-молочно-трубно-карамельні війни**, і погрози перенацілити свої ракети тощо («День», 15.11.2008); **Час від часу ми маємо якись карамельні чи молочні війни** («По-українськи», 18.03.2018); **Ступінь щирості заяв про любов до України** легко визначалася, коли росіяни зривали нам міжнародні танкові контракти і авіаційні проекти, оголошували **«цукрові» «спиртові» та «карамельні» війни**, коли з неприхованим роздратуванням коментували успіхи України у спорті або конкурсі «Євробачення», коли тупо відбирали Керченський канал («Українська правда», 22.12.2004); **Власне кажучи, це не початок «карамельної війни» між олігархами, як її вже встигли охрестити колеги** («Високий замок», 04.06.2005); **20-річна «бананова війна» між Євросоюзом і країнами Латинської Америки** закінчилася (заголовок) («Відомості», 09.11.2012).

Працюючи над проблемою взаємин в родині, психологи постійно стикаються з метафоричними описами світу та подій, що відбуваються. У сімейному побутовому житті конфлікти та сварки називають **сімейними війнами**. Зазвичай в цих випадках допомагають метафоричні висловлювання, наприклад: **Крайній егоїзм Мег, яка не просто шкочить своїй сорокарічній доньці у побуті** (наприклад, маючи цистит, постійно виливає з відра сечу в раковину на кухні), а й не дає їй вийти заміж, міг би видатися літературним перебільшенням, якби під дахами і наших хрущоб, не велися такі самі **сімейні війни** («День», 29.09.2015); **Сімейні війни** за допомогою інтернету: **тепер чоловік звинувачує дружину у побитті його битою** (заголовок) («Погляд», 13.09.2018).

У газетних текстах також частотною є природо-морфна метафора, в якій джерелом метафоричної експансії є понятійна сфера, що пов'язана з лексемою **війна**, пор.: **Відповідь очевидна – «Газпром» готується до того, що контракт на транзит газу через територію України до 31 грудня 2019 року укладено не буде, тому створюються передумови для чергової «газової війни»** («День», 04.07.2019); **Росія не зможе перемогти у газовій війні** Україну і знає це («Економічна правда», 15.01.2009); **Якщо говорити про останні, слід зазначити, що надзвичайно важливим елементом конфлікту є газова суперечка між Києвом та Москвою, яка може призвести до вибуху нової енергетичної війни у Європі** («Уніан», 19.09.2014).

Метафора набула достатньо широкого та різноманітного розповсюдження в газетній періодиці сучасності. Тексти публіцистичних видань з участю метафор стають більш красномовними, емоційними. Відображається більш повна інформація про події, що відбуваються в усьому світі.

Уведення в політичний контекст номінацій з інших сфер може зумовити піднесене, урочис-

те звучання, що підкреслює важливість події, особи, явища. Навпаки, іронічне забарвлення вислову з метафоричним компонентом найчастіше знецінює політичну подію чи постать. Однією з характерних рис сучасної української публіцистики є воєнна метафоризація термінів. Спеціальна термінологія стає невичерпним джерелом для нових метафор.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.** З урахуванням складної політичної та соціальної ситуації в Україні, а також її образу на міжнародній арені вагомим значен-

ня набуває вивчення лексеми *війна* в Україні крізь призму різних лексико-семантичних варіантів, адже завдяки своїй прагматичній спрямованості вони здійснюють великий вплив на носія мови [2]. Наша розвідка засвідчує, що застосування метафор в українській мові розширює межі використання. Метафора функціонує в різних сферах: економічній, політичній, військовій тощо. Перспективи подальших досліджень вбачаємо у вивченні метафоричних утворень у різних жанрах журналістики та аналізі їхньої стилістичної ролі.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бессарабова М. Д. Метафора і образність газетнопубліцистичної мови. *Поетика публіцистики* / під ред. Г. Я. Солганика. Москва, 1990. С. 21–341.
2. Вавшко О. В. Концептуальні метафори на позначення концепту *війна* в Україні : веб-сайт. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2017/концептуальні-метафори-на-позначенн/>
3. Добош О. О. Війна – Україна. Реальність чи концептуальна метафора? *Людина. Комп'ютер. Комунікація* : зб. наук. праць. Львів, 2015. С. 146–149
4. Навальна М. І. Війни загарбницькі й «солодкі» (семантична динаміка лексеми *війна* в сучасній мовній практиці). *Культура слова*. 2006. № 66–67. С. 88–90

#### ДОВІДКОВА ЛІТЕРАТУРА

5. СУМ – Словник української мови : в 11-ти тт. Київ : Наукова думка, 1970–1980.