

тех, которые печатались в газете без определенной периодичности и часто меняли свое название, сохраняя тематическую направленность; приводятся примеры публикаций различных жанров, среди которых наиболее частотными являются информационные и художественно-публицистические.

**Ключевые слова:** газета, “Азовский моряк”, рубрика, жанр, тематика.

### **Summary**

The article deals with detailed analysis of Mariupol newspaper “Azovsky Moryak” from 1991 till 2008 in problematic and genre aspects. The author indentifies possible changes in its format, volume, periodicity and circulation (from the period of Ukrainian sovereignty up to the closure of the newspaper), gives characteristics of newspaper’s headings and columns as well as those published without definite periodicity and often changed their headings but preserved their thematic orientation. The author gives examples of publications with various genres that gives him an opportunity to state that the most frequent among them are communicatory and belle-letters.

**Keywords:** newspaper, “Azovsky Moryak”, column, genre, subject-matter.

УДК 82–1.162.087.5

**Гаубас О.С.,**  
магістрант,  
Класичний приватний університет

## **РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ОБРАЗУ МОРЯ В СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАННЯХ**

Формування свідомості сучасної людини, її інтелектуально-естетичного смаку і світовідчуття відбувається переважно під впливом інформаційного середовища, яке представлено переважно засобами масової інформації та окремими виданнями. Приділяючи велике значення візуальним та мовним явищам, часто символічного характеру, вони здійснюють бажаний вплив на реципієнта. Образи необхідні для полегшення сприйняття певних філософських засад, історичних подій, визначних особистостей і часто використовуються для інтенційного спрямування емоцій людини. Таким чином образ набуває нових семантичних відтінків в залежності від цільового призначення самого тексту.

**Актуальність** обраної теми визначається функціонально-інтенційними особливостями періодичної літератури, зростанням її впливу на українського читача [4, 12–14] опосередковано через розкриття образів, зокрема образу моря.

**Метою** цієї статті є розкриття питання особливостей репрезентації мариністичних образів, зокрема образу моря, на сторінках українських періодичних видань сучасності.

Реалізація поставленої мети вимагає здійснення таких **завдань**:

- проаналізувати та систематизувати вітчизняні і зарубіжні праці з мариністики в літературі;
- дослідити існуючі проблеми обігу та попиту українських періодичних видань та накреслити шляхи їх вирішення;

- виявити своєрідність образів-символів, визначивши сутність цього поняття через співвідношення понять “архетипний образ”–“образ-символ”;
- встановити місце і роль мариністичних образів у сучасних українських періодичних виданнях;
- простежити існуючі репрезентації образу моря в періодичній літературі методом часткової вибірки і встановити їх семантичні можливості.

Використані методи дослідження охоплюють теоретичний аналіз літератури, критичний аналіз досліджень з даної проблеми, метод порівняльно-типологічного спостереження.

Як відомо, нас оточує світ речей: візуальний аспект його створюється під впливом зовнішніх проявів матеріальної дійсності, а внутрішній є витвором світу підсвідомого самої людини в контамінації з численними ремінісценціями від першого аспекту. Відповідно до визначення яке пропонує тлумачний словник С.І. Ожегова, образ як “узагальнене художнє віддзеркалення дійсності, втілене в форму конкретного індивідуального явища” [14] зароджується в уяві автора, зазнає численних трансформацій, викохується і завдяки втіленню у витворах мистецтва отримує “друге життя” в уяві глядача, читача або співрозмовника, перетворюючись на універсальну мислетворчу категорію. Таким чином, слово, як втілення живого і динамічного, стає невід’ємним знаряддям комунікації, апелюючи образами матеріального й уявного, опосередковано формуючи ідеологічне бачення і естетичне чуття, надаючи нових відтінків образам-символам, у залежності від цільового призначення. Вкладом у розробку теоретичних засад цього питання завдячуємо ґрунтовним працям доктора філологічних наук, професора А.О.Ткаченко [13], розвідкам з мариністики кандидата філологічних наук О.П.Новик [11], В.П.Ковальову [7], кандидата історичних наук О.О.Баковецької [4]. Здійснене дослідження не претендує на всеосяжність та непогіршеність. В якості джерела фактичного матеріалу були використані інформаційні тижневики, газети і журнали півдня України (тому переважно російськомовні) 2008–2010 років видання, статті яких не характеризуються прецедентністю. Відповідно до останніх статистичних даних, саме періодичні видання посідають сьогодні чільне місце серед української літератури за попитом, що пояснюється ціновим фактором, “ефектом яскравої обкладинки”, цікавістю та легкістю сприйняття. Тобто переважній більшості періодичних видань притаманні риси, характерні для так званої “масової” літератури, проте, з огляду на соціально-політичні і економічні тенденції часу, деякі автори приділяють інколи надмірну увагу конкретній спеціалізації, піклуючись лише про належний фаховий рівень та часто ігноруючи інші фактори впливу, що підтверджують слова Юрія Макарова “що серйозніше видання, то різочіший контраст між його репутацією й компромісами, на які час від часу доводиться йти його керівництву” [15, 12]. Отже, читацька аудиторія видань професійного спрямування становить приблизно 35 % від загального обсягу. Графічні та мовні образи моря, що знаходять втілення на сторінках українських розважально-інформаційних журналів, таких як “Здоровье”, “Натали”, “Cosmopolitan”, “Men’s

Health”, “Караван”, “Стиль життя” спрямовуються переважно на цільову аудиторію і людство взагалі, підкреслюючи суспільно-корисний характер публікуємих статей, нерідко перетворюючись на образну доміную – панівну ідею, втілену за допомогою візуальних і мовних засобів.

Будь-який образ, зокрема образ моря, має історично обумовлене стале семантичне значення і в процесі адаптації до контексту проходить певні стадії формування, набуваючи нових якостей і відтінків, забарвлюються характеристиками епохи, стилістичного напрямку, індивідуальними особливостями характеру і світобачення автора, його манери письма. Перший етап є етапом втілення, на що вказує А.Н. Леонтьєв “Необхідною умовою виникнення образу є активна дія <...>. Образ завжди характеризується дієвістю, виражає ставлення або перебіг дії” [9, 256], а О.В. Куришева пише про образ на цій стадії як про “інтегральний продукт взаємодії людини з реальним світом, який розкриває функції психіки, її активний дієвий початок” [8, 139]. Під час цього етапу відбувається не лише створення образу, а й формування поки що тендітного зв'язку, коли автор пов'язує традиційний образ-символ із обраною темою. На другому етапі відбувається ілюстрування прикладами, третій і четвертий – сполучають зміст та форму із провідною ідеєю [1, 44], створюючи гармонійну єдність, вдосконалюючи і насичуючи засобами контекстуально-синонімічного вираження мовлення. Тобто створення образу носить характер вільного творчого процесу, який водночас підпорядковується задуму автора, обмежується як в часовому просторі, так і в інших категоріях, а також за змістом.

В якості засобів формування образу можуть виступати різні елементи, варіативність виходить із самої сутності образу-символу. Отже, розглянемо образ моря як образ-символ. Найсуттєвішою ознакою символу вважається його здатність перебувати у нерозривному внутрішньому зв'язку з образом. Цей зв'язок досягається як автором, так і читачем інтуїтивно, на рівні міфологічної свідомості і стає можливим лише за умови спільного культурологічного простору. Водночас символ є багаторівневим, емоційним породженням колективного духовно-психологічного переживання і завжди передає щось невловиме, абстрактне, духовне, певну ідею як цілісність, а не явище. За визначенням Ц.К. Норвіда символ слід розглядати як “індивідуальний, неконвенційний, позбавлений виховної і оздоблюючої функцій, неточний і багатозначний, здатний до суґестії, відповідник таких якостей, які не є чітко окресленими якостями і не мають адекватних означень у системі мови” [3, 86]. Багаторівневність художнього символу пояснюється здібністю необмежено проникати на всі види реальності: релігії, соціуму, персоналія, відсутність точного тлумачення, невичерпність смислу, забезпечує можливість численних варіацій та відтінків, а неконвенційність розкривається специфікою його існування серед архетипів колективної та індивідуальної свідомості єдиного територіально-культурного простору, що обумовлює його нескінченну здатність відтворюватись. Термін “архетип” був вперше введений Філоном Александрійським приблизно у двадцятих роках до Різдва Христового і первинно означав прообраз, ідею, що

протилежне матерії. Досліджуючи динаміку поглядів ми встановили що перше ґрунтовне та найбільше повне визначення було запропоноване німецьким філософом К. Юнгом. Розглядаючи архетип як “первинний образ, оригінал колективного несвідомого” [7], тобто найдавніші загальнолюдські символи, прообрази, що лежать у підмурівку міфів, фольклорів і самої культури в цілому та передаються від генерації до генерації ми можемо трактувати його як один із засобів структурування світу, існуючи поза часом, а інколи і поза простором, але і як рушійну силу, яка за певних умов здатна впливати на формування психологічної свідомості людини, наприклад, архетипний образ-символ люблячої матері, притаманний казкам і переважній більшості оповідань слов'янських народів, образ-символ хитрого і підступного, або справедливого і жорстокого бога, який вперше з'являється у скандинавській міфології, тощо. Отже, образ-символ є остаточною ланкою еволюції архетипного образу і на сторінках сучасних періодичних видань широко використовується як засіб вираження естетичної орієнтації автора, його ментальності та способу світобачення [5, 132]. Але не зважаючи на те що кожний архетип стає символом-образом, не кожен символ-образ є архетипом, адже архетипний символ-образ має історичне підґрунтя, що виключає можливість будь-яких, навіть незначних змін у його сприйманні та тлумаченні. Дослідивши архетипні образи та образи-символи як філософські категорії і їх основні риси шляхом порівняльного аналізу, ми можемо стверджувати що образ моря в українській літературі є образом-символом і не зважаючи на певну традиційність його використання та тлумачення не може розглядатись як архетипний образ-символ через наявність незначних відхилень значення, які час від часу зустрічаються в літературі. Первинно в образі моря вбачають “символ душевного неспокою, руху, плинності” [11, 311], втілення стихійної сили природи, безодні, з хаосом якої братається хаос людської душі, але специфіка періодичних видань інколи дещо змінює сталість його сприйняття, подібно до розширення переліку традиційно вживаних з ним засобів лексико-синонімічного та контекстуально-синонімічного увиразнення мовлення. Загальний принцип вибору тропів по відношенню до образу моря спирається на три категорії, які вважаються традиційними [8, 254; 6, 114–121]:

- просторова категорія;
- часова категорія;
- категорія психічного стану.

Категорію психічного стану як найбільш уживану і складну ми можемо поділити на декілька підтипів, в залежності від характеру зв'язку “людина–природа” і особливостей зображуваних психічних станів. Відповідно на вищій щабель позиціонується підкатегорія народження і смерті, або категорія циклічності буття, коли в образі моря вбачається колиска всесвіту; нижчі два рівні належить підкатегорії радості і надії, як віддзеркалення небесного світу на землі і втілення безмежного простору [17, 58], і невід'ємній категорії страждання і відчаю [2, 140–142], коли в репортажних нарисах море зображується як жорстока холодна безодня і “зона підвищеного ризику” [19, 57]. Сутність просторової категорії передбачає

упорядкування всіх можливих адгерентних тропів в узгодженні до її змісту “абстрактного втілення реального” [6, 115], що сприяє їх появі в літературі по відношенню до образу моря як великого, безмежного, безкрайнього, широкого, неосяжного у своїй глибині, опосередкована надає нових рис предметам реальності, віддаленим за значенням: “море сліз”, “море книжної праці” [11, 311]. Зумовлені просторовою категорією словесно-художні засоби описів моря на сторінках періодичних видань переважно зустрічаються в поєднанні з засобами, що утворились у межах категорій часу і психічного стану. Така контамінація викликана специфікою інформаційних статей, які призначені вплинути на читача, сприяти появі відповідних емоцій, інколи, навіть викликати катарсис або справити очікуване враження. У межах однієї або кількох категорій використання певних епітетів найчастіше обумовлюється оцінними критеріями адекватності і еквівалентності, які вимагають точності по відношенню до ідейного змісту твору і стильової автентичності. Наприклад, у назві статті Інни Завгородньої “Мертве море Калуша” [14, 44–47], шляхом прозопопеї формується реакція суб'єкта, але в цьому випадку вживання епітета “мертве” на позначення безнадійного спокою “хвостосховища” не лише констатує сам факт відсутності життя, а й наштовхує читача на думку що воно колись тут “вирувало” [14, 46]. Післявоєнне містечко авторка ототожнює з морем і в цьому знаходять свій прояв одразу всі три категорії. Територіально Калуш можна розглядати як відкрите “водоймище” з власним мікрокліматом – місто з міцними промисловими і економічними зв'язками – у цьому проявляється просторове значення, плинність часу і викликані ним зміни – вияв двох інших категорій. Стаття І. Завгородньої також засвідчує помилковість відношення “назва–зміст”, тому що у цьому випадку заголовок протиставляється реальній дійсності сьогодення, коли Калуш поволі покращує позиції культурного і торговельного життя, порівняно з минулими роками. На противагу вище зазначеному, назва “Азовленд” [16, 58], яку обрав для своєї публікації Ігор Петренко, проводить паралель між материком та стихією, адже land у перекладі з англійської означає саме землю, суходіл, материк, або навіть цілу державу. Таким чином невелике за площею “тепле море” ототожнюється з пишними землями держави і розмаїттям її ресурсів з метою підкреслення принад та недоліків “морської індустрії” [16, 60].

Керуючись принципом “метафоричне слово завжди чарівніше і красивіше, ніж слово у прямому значенні” [5, 214], спираючись на естетичний ефект, побудований на певній загадковості об'єкта, яким виступає неосяжна морська прірва, автори широко використовують як прості і складні метафори, так і метафори розгорнутого типу, порівняння, таким чином не лише конкретизуючи уявлення про предмет, а й виражаючи відповідне емоційне ставлення до нього мовця [5, 216]. Стаття Л. Даниленко “Memento море” [18, 59] на глянцевиx сторінках “Українського тижневика” присвячена мариністиці як стильовому напрямку українського живопису. Через світ контексту, літографій художніх полотен та уяви читач цієї публікації не лише наближується на мить до розуміння моря як образу-символа, але й може спостерігати цікаве “змагання” між пензлем митця і словом кореспондента.

Так, через використання антифразису, співвідносячи весь морський простір України з *“велетенським резервуаром з солоною водою”* [18, 59], авторка провокує читача заперечити цьому твердженню або замислитись про сучасний екологічний стан і територіальні кордони держави, а згадуючи про *“бухти з шовковою водою”, “скелі рудого оксамиту”* і *“сліпучу блакить морської стихії”*, передаючи хоріві враження, намагається подолати відстань і пробудити у чуттєвому світі підсвідомого променисті спогади, викликати спалах емоцій подібно творам мистецтва. Натомість на аркушах таких журналів-палітурок як *“Женское Здоровье”* [6], *“Натали”* [10] важко знайти естетично вартісні тропи і стилістичні фігури, які б намагались розкрити образ моря у його невичерпній багатогранності. Звичайно редактори цих видань могли б заперечити, посилаючись на тематичну специфіку матеріалів і текстів, проте пропозиція насолоджуватись відпочинком біля моря, вміщена у словах *“Морской воздух насыщен ионами йода, натрия, калия, кальция, а потому полезен для ускорения обмена веществ”* [6, 101] не справляє переконуюче враження. Здається численних рекламодавців сьогодення і відповідальних за рейтинг видання і попит корисливих посадовців мала б зацікавити стилістика публікуємих текстів, естетична вартість надрукованого слова, тому що барвистий фоторепортаж і мальовничий краєвид лише констатують мить дійсності, в той час як живе художнє слово надихає її життям, сповнює реалістичності, пробуджуючи уяву і бажання побачити на власні очі, наблизитись серцем.

Отже, відповідно до глибини філософського та емоційного наповнення образ моря посідає чільне місце серед інших образів-символів. Його унікальність і всеосяжність пояснюється символічним характером який пройшов крізь час не змінивши основного значення, але за довгі роки збагативши його у художніх творах світової літератури. Інформаційні періодичні видання XXI століття корисливо використовуючи мариністичні образи, адаптують їх до змісту текстів різного характеру і призначення, таким чином створюючи варіації в межах першого унікального значення.

Досліджуючи прийоми та засоби емоційного та психічного впливу на свідомість читача як можливість за допомогою художнього слова викликати та передбачити певну почуттєву та естетичну реакцію реципієнта мовлення, в контексті аналізу існуючих репрезентацій образу моря в сучасних українських періодичних виданнях інформаційно-розважального і суспільно-політичного характеру, ми дійшли висновку що образ-символ моря у назвах редакційних шпальт і окремих статей широко використовується з метою зацікавлення, наближення суб'єкта до попереднього розуміння основної ідеї. Контекстуальне вживання системи тропів, які застосовуються для формування і передачі образів, опосередковано адаптує зміст тексту для подальшого кращого сприймання, водночас розпорозуючи увагу, зменшуючи важливість проблеми, або навпаки, акцентуючи увагу, підкреслюючи факти і події реальної дійсності. Впливаючи на збільшення експресивності та естетичної вартості мовлення, інтенційне використання образу-символа моря створює відповідні умови для розвитку

особистісних якостей, розуміння спорідненості людини і світу природи, яка знаходить свій вияв у розгорнутих порівняннях психічних процесів із явищами і процесами навколишнього світу, що свідчить про розширення меж естетики українського слова і його прогресуючий вплив на сучасного читача, формування його громадянської свідомості та естетичного смаку.

### Література

1. Gowans A. The unchanging arts : new forms for the traditional functions of art in society / Alan Gowans. – Philadelphia : Lippincott, 1971. – 433 p.
2. Men's Health : чоловічий журнал / [упорядкув. : Кирилл Вишнепольский]. – К. : ООО "Юнайтед Пресс", 2010. – № 5. – 154 с.
3. Walicki A. Cyprian Norwid – trzy wątki myśli / A. Walicki // Archiwum Historii Filozofii i Myśli Społecznej. – Warszawa, 1978. – Т. 24. – С. 84–111.
4. Баковецька О. О. Проблеми культурного життя півдня на сторінках періодичної преси : автореф. дис. ... канд. істор. наук / О. О. Баковецька. – Одеса, 2005. – 161 с.
5. Галич О. А. Теорія літератури : підручник / [за наук. ред. О. А. Галича]. – К. : Либідь, 2008. – 488 с.
6. Ежжун М. Отпуск и фигура / М. Ежжун // Женский журнал Здоровье. – 2009, июнь. – С. 101–103.
7. Ковальов В. П. Виразальні засоби українського художнього мовлення / В. П. Ковальов. – Херсон, 1992. – 216 с.
8. Курьшева О. В. Категория образа в традиции современной психологии / О. В. Курьшева // Философская теория и практика. – Волгоград : Научная книга, 2005. – С. 120–141.
9. Леонтьев А. Н. Образ мира / А. Н. Леонтьев // Избр. психол. произведения : в 2-х т. – М., 1983. – Т. 2. – С. 231–262.
10. Натали : женский журнал / [упорядкув. : Жанна Лаврова]. – К. : ЗАО "Хоглдинговая компания "БЛИЦ-ИНФОРМ", 2009. – № 8. – 176 с.
11. Новик О. П. Мариністичні образи в літературі бароко та українського романтизму / О. П. Новик // Актуальні проблеми слов'янської філології : міжвуз. зб. наук. ст. / [редкол. : В. А. Зарва (відп. ред.) та ін.]. – Вип. XV : Лінгвістика і літературознавство. – К. : Освіта України, 2008. – С. 310–316.
12. Словарь литературоведческих терминов [Электронный ресурс] // Культура письменной речи. – Режим доступа : <http://slovar.lib.ru/dictionary/arhetip.htm>.
13. Ткаченко А. О. Мистецтво слова (вступ до літературознавства) : підр. [для студентів гуманітарних спеціальностей вищих навчальних закладів] / А. О. Ткаченко. – 2-е вид., випр. і доповн. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2003. – 448 с.
14. Толковый словарь русского языка (А-Я) [Электронный ресурс] / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – Издательство "Азъ", 1992. – Режим доступа : <http://www.ozhegov.org/words/19631.shtml>.
15. Український тиждень : суспільно-політичний журнал / [упор. : С. Литвиненко та ін.]. – К. : ТОВ "Український Тиждень", 2010 – № 32 (145). – 67 с.
16. Український тиждень : суспільно-політичний журнал / [упор. : С. Литвиненко та ін.]. – К. : ТОВ "Український Тиждень", 2010 – № 33–39 (93–94). – 67 с.
17. Український тиждень : суспільно-політичний журнал / [упор. : С. Литвиненко та ін.]. – К. : ТОВ "Український Тиждень", 2010 – № 13 (126). – 67 с.
18. Український тиждень : суспільно-політичний журнал / [упор. : С. Литвиненко та ін.]. – К. : ТОВ "Український Тиждень", 2010 – № 32 (145). – 67 с.
19. Український тиждень : суспільно-політичний журнал / [упор. : Ю. Макаров та ін.]. – К. : ТОВ "Український Тиждень", 2008 – № 32 (141). – 67 с.

20. Храпченко М. Творча індивідуальність письменника і розвиток літератури / М. Храпченко. – К. : Дніпро, 1976. – 376 с.

#### **Анотація**

У статті аналізується образ моря на сторінках українських періодичних видань як засіб експресивного впливу і формування свідомості сучасної людини, її інтелектуально-естетичного смаку і світосприйняття в контексті існуючих проблем обігу та попиту українських періодичних видань сучасності.

**Ключові слова:** образ-символ моря, естетична вартість, періодичні видання.

#### **Аннотация**

В статье анализируется образ моря на страницах украинских периодических изданий как средство экспрессивного влияния и формирования сознания современного человека, его интеллектуально-эстетического вкуса и мировосприятия в контексте существующих проблем спроса и обращения.

**Ключевые слова:** образ-символ моря, эстетическая ценность, периодические издания.

#### **Summary**

The article investigates a sea image in the columns of the Ukrainian periodical press as the expressive, molding of modern personality lever. It is regarded in a context of existing economic order as an essential for man's intellectual aesthetic taste and perception of the world.

**Keywords:** a symbol image of the sea, an aesthetic values, periodical press.

УДК 821.161.1(477)–(355)

**Терещенко А.Я.,**  
заместитель председателя,  
Всеукраинский союз писателей-маринистов

### **В ФАРВАТЕРЕ МАРИНИСТИКИ (РОЛЬ И МЕСТО ЖУРНАЛА “ФАРВАТЕР-SUBMARINERS” В СТАНОВЛЕНИИ И РАЗВИТИИ МАРИНИСТИКИ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ)**

Многим из нас, а особенно, писателям-маринистам, конечно же, известно имя выдающегося писателя Вениамина Каверина, о чем уже было сказано моими коллегами по писательскому союзу, а именно: Виктором Михайловым и Сергеем Смоляниковым, чей роман “Два капитана” стал путевкой в жизнь для мальчишек, да и девчонок, тоже, и не просто в жизнь, а в мир маринистики [4]. Не менее известно имя и другого мариниста Украины Николая Трублаевского, более воспринимаемое, как Николай Трублаини. Но все дело в том, что свою известность они приобретали не только, и не столько в романах и повестях, сколько во время работы в журналах, причем журналах для юношества, основной тематикой которых, были морские приключения и, конечно, рассказы о покорителях Крайнего Севера.

Море, морские приключения и путешествия, таинство морских открытий, все это объединяет в себе слово, а точнее, понятие МАРИНИСТИКА.