

ДИСКУРСОЛОГІЯ. КОМУНІКАТИВНА ЛІНГВІСТИКА. ОНОМАСТИКА

УДК 811.161.2'373

DOI: 10.31651/2226-4388-2021-30-114-121

УКРАЇНСЬКІ АНТИПАРЕМІЇ: ПРИЧИНИ ПОЯВИ

**В. В. Калько, доктор філологічних наук, доцент кафедри
українського мовознавства і прикладної лінгвістики**

**Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького
(Черкаси, Україна)**

e-mail: mkalko@ukr.net

ORCID: 0000-0002-9394-1664

Антипаремії в сучасних дискурсах – вагомий аргумент на користь того, що давню традицію етнос підтримує й сьогодні. Продуктивна трансформація класичних паремій переконує в спадковості народної мудрості, зміна глибинного змісту й формального плану вихідних прислів'їв засвідчує їхнє пристосування до нових суспільно-історичних умов, цінностей. Основними причинами появи антипаремій є: 1) панування філософії постмодернізму; 2) політичні, економічні, соціальні зрушення в українському суспільстві початку ХХІ століття; 3) поява нових реалій сучасного життя; 4) заперечення, критичне осмислення стереотипів, які історично склалися в суспільстві; 5) творчий підхід до пізнання світу за допомогою мовної гри; 6) реалізація мовного закону експресивності; 7) чітка структура, поширеність і впізнаваність форми традиційних прислів'їв. Перекручування традиційних прислів'їв однозначно засвідчує їхню значущість й актуальність, адже якщо традиційне висловлення не зазнає змін, не оцінюється кожним новим поколінням по-своєму, воно стає неактуальним, несуттєвим для суспільства. Антипаремії почасти руйнують стереотипи, віками вироблені етносом, за рахунок комічного ефекту, перетворення ментальних кліше призводить до появи гумористичного ореолу. Карнавалізація мови засобів масової інформації, зокрема й інтернет-видань, повсякденного побутового спілкування призвели до того, що прислів'я активно потрапляють у поле ігрових маніпуляцій.

Ключові слова: антипаремія, паремія, трансформація, карнавалізація, гумор, мовна гра.

Актуальність. Паремії як мовні знаки відображають колективне мислення, світовідчуття мовців, особливості етнічної ментальності, передаваної від покоління до покоління. Однак у сучасному світі, як ніколи в історії українського суспільства, ці прецедентні висловлення зазнають модифікації, відображаючи специфіку повсякденності, нівеляцію вічних цінностей. Трансформована цитата паремій здебільшого трапляється в публіцистичних текстах, де вона є засобом привертання уваги читача, мовною грою. Унаслідок такого цитування постають антипаремії, які, на відміну від повчальності прислів'їв, спрямовані на висміювання й руйнування моральних і мовних норм [2, с. 7].

Мета статті – установлення основних причин появи й поширеності українських антипаремій, виявлення мовного й соціокультурного тла їхніх трансформацій, що змінюють структуру й семантику традиційних прислів'їв.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зібрання й вивчення антипаремій у національному й інтернаціональному масштабі нині набуває все більшої актуальності як у пареміології, так і в пареміографії. В. Мідер у 1982 році опублікував перший збірник антипаремій німецької мови [12], у 1999 році вийшов друком збірник антипаремій англійської мови [14], у 2005 році Х. Вальтер та В. М. Мокієнко уклали словник російських антиприслів'їв [2], а у 2013 році І. Я. Глуховцева опублікувала «Словник модифікованих стійких сполучень слів в узусі кінця ХХ – початку ХХІ століття» [3], зібравши з публіцистичного та побутового мовлення трансформовані мовні одиниці,

утворені на ґрунті традиційних прислів'їв та приказок, афоризмів, фразеологізмів. Інтерес до вивчення цього нового жанру традиційного фольклору зумовлений насамперед тим, що на початку ХХІ століття трансформація паремій набула значної популярності: за підрахунками дослідників, 40 % уживань класичних прислів'їв у сучасних текстах зазнають змін [7, с. 249]. У науковій літературі дослідження антипаремій проводять у таких напрямках: 1) лексикографічна фіксація (Х. Вальтер, І. Я. Глуховцева, А. Т. Литовкіна, В. Мідер, В. М. Мокієнко й ін.); 2) способи трансформації (Т. І. Дамм, Л. І. Даниленко, Н. І. Качукова, І. В. Лакомська, Б. Ю. Норман та ін.); 3) сприйняття носіями мови (Д. Боронкай, А. Т. Літовкіна, В. Хлебда й ін.).

Результати дослідження та їх обговорення. Антипаремії оперативно реагують на події й фіксують передусім зміни, що відбуваються у світі, мові, культурі, соціумі, економіці, політиці, мисленні як окремого індивіда, так і етносу загалом. Традиційний глибинний зміст паремій зазнає осучаснення, набуває нового модифікованого концептуального значення. Уживаючи трансформоване класичне прислів'я, мовець привертає увагу слухача, задіює інтенцію управління аудиторією, провадить мовленнєвий вплив на неї. Трансформація відомих паремій не відбувається випадково, а має відповідну мету. На нашу думку, поява антипаремій спричинена кількома чинниками.

Першою причиною появи антипаремій є панування філософії постмодернізму, замішаний на еклектиці й пронизаний духом скепсису та релятивізму. Сучасну людину неможливо примусити говорити тисячолітньою мовою діалектики, коли усталений за позитивістською настановою світ активізує спротив собі, виштовхнувши індивіда в порожнечу ідеологічних ілюзій [10, с. 129], тобто фактично спостерігаємо формування нового стилю мислення, світосприйняття, культури, для вираження яких необхідні нові мовні форми. Постмодернізм засвідчив, що «об'єктивна істина – фантомна, що довіклля перетворюється на театр абсурду, апокаліптичний карнавал» [6, с. 254], сучасні тексти зорієнтовані на «кітч, на подію задля події, де естетичні критерії спрофановані шоу-бізнесом, масовою інформацією, культивуванням споживацького ставлення» [6, с. 255]. Саме прецедентність прислів'їв, обізнаність із ними значної кількості представників етнокультури призводить до поширення на них дії закону карнавалізації, обґрунтованого М. М. Бахтіним. На думку дослідника, карнавал – це ритуал, пов'язаний із руйнуванням ієрархічного світогляду й запереченням можливих бінарних опозицій, у процесі реалізації якого відбувається змішування «священного з профанним, високого з низьким, великого з мізерним, мудрого з дурним тощо» [1, с. 209]. Отже, карнавалізація загалом – це неофіційне доповнення до панівної культури, яке символічно нищить традиційні цінності. Карнавалізація ж художнього чи життєвого явища зокрема – це його осучаснення: пародійність, орієнтована на розвінчування звичних цінностей, безпосередньо пов'язана з потенціалом оновлення. Сакральне неодмінно перетворюється в профанне через висміювання [5, с. 257]. Перекручування традиційних прислів'їв однозначно засвідчує їхню значущість й актуальність, адже, якщо традиційне висловлення не зазнає змін, не оцінюється кожним новим поколінням по-своєму, воно стає неактуальним, несуттєвим для суспільства. Саме висміювання – це «найбільш природна форма перевірки життєвої спроможності тої чи тої офіційної ідеї чи цінності» [5, с. 257]. Відзначимо, що антипаремії досить активно виникають саме в інтернет-дискурсах, де вони стають об'єктами мемів, засобами самопрезентації автора, способами ігрової комунікативної тональності, оперативно віддзеркалюючи загальні тенденції розвитку сучасної культури з її орієнтованістю на демократизацію та уникнення офіційності й патетики, напр.: *Друзі пізнаються в їжі; Пізня пташка тільки встає, а рання пташка вже зранку тиво п'є; У рогах правди немає; Вік живи – вік лікуйся; Одна голова – добре, а з тілом – краще; Дружба дружбою, але куди лібідо дівати?* (ua.starwomens.com); *Зробив діло – вимий тіло* (sobolexpress.prom.ua); *Добре там, де мене нема: якщо не вірите, можу прийти* (konivjab.net); *Незваний гість гірше Гагаріна; Не плюй у криницю, там же нікого немає; Робота – як кіл, заб'єш і стоїть; Що у ситого в шлунку, те у п'яного на язичі*

(mobildi.narod.ru); *Щастя – мати гарну жінку, горе – мати таке щастя; Якщо не любиш свою професію, краще сиди вдома* (www.5.ua).

Другою причиною появи антипаремій є політичні, економічні, соціальні зрушення в українському суспільстві початку XXI століття, адже трансформовані одиниці пов'язані передусім із реаліями сьогодення, активно реагують на виклики часу. Саме суспільно-політичні суперечності призводять до карнавалізації, яку активно використовують у сучасних медіа, зокрема й інтернет-виданнях, напр.: *Слово не горобець, а тим паче – слово президентське* (ТСН. 31.08.2019); *Ліс рубають – гроші летять; Ліс рубають – гроші кружляють* (site:openforest.org.ua); *На Херсонщині ліс рубають – догани летять* (Новий день. 11.12.2020); *Ліс рубають... і штрафів не бояться* (Голос України. 23.06.2020). Створюючи антипаремію, автори пристосовують її зміст до нинішньої ситуації, освіжають народну мудрість, наділяючи її новим значенням, пор.: *Земан з возу – Європі легше* (ibigdan.com); *Кравченко з возу – Кучмі легше* (Україна молода. 27.02.2004); *Прокоментував слова Бориса Шефіра і лідер Радикальної партії Олег Ляшко: «Очевидно, що у Зеленського на умі, те у його бізнеспартнера Шефіра на язиці»*, – сказав він (Україна молода. 31.05.2019); *Гуртом і Зеленського легше бити. Президент розширює коло своїх ворогів* (glavcom.ua); *Язык Луценка доведе Говду до буцегарні* (naspravdi.today); *Гривню восени рахують – що впливає на зміцнення гривні зараз та що може змінитись вже за місяць* (terminovo.te.ua); *«Роботу знайти – не поле перейти, – глибокодумно повідомляють нам. – І навіть не грядку, і не присадибну ділянку, і не клумбу, і не Пушкінський парк, що неподалік станції метро «Шулявська»* (Україна молода. 01.09.2016).

Відзначимо, що досить продуктивно на творення антипаремій вплинула ситуація, яку спричинила поява вірусу COVID-19, багато традиційних прислів'їв під впливом поширення епідемії та запровадження карантину стало підґрунтям для трансформацій, пор.: *Баба вдома – медсистемі легше; Сивина в бороду – вірус в ребро; Не все то антисептик, що спиртом пахне; Один у полі – дотримується карантину; Добре тим живеться, де гуртом сухо не кашляється; Береженого Бог береже, а кордони санепідем стереже* (site.ua/iryna.kupchynska/26967).

Третю причину появи антипаремій убачаємо в реалізації мовного закону експресивності. Журналісти досить часто використовують їх у сучасних медіа для створення емоційно-образного забарвлення, зрозумілості й метафоричності, посилення маніпулятивного потенціалу тексту, який розрахований на масового читача, і тому повинен максимально його зацікавити, заінтригувати, напр.: *Після цих слів «слуги божого» розумієш, що не такий страшний чорт, як протоісрей Чаплін!* (Голос України. 04.01.2020); *Не такий страшний “COVID-19”, як вірус некомпетентності “Зе-19” – Порошенко розкритикував владу за економічні провали* (Прямий. 24.09.2020); *Скажи, як ти збираєшся працювати, і я скажу, хто ти... Це перефразоване відоме народне прислів'я вельми доречно навести з огляду на те, що 15 січня урочисто відкриті громадські приймальні народного депутата-мажоритарника свободівця Юрія Бублика у його 145-му виборчому окрузі на Полтавщині* (Полтавщина. 16.01.2015); *То ж команда окупантів робить добру справу. Нема поганого без доброго. Куй залізо, враже. Куй і викуєш* (Українська правда. 20.05.2010).

У сучасному соціокультурному просторі, який беззаперечно підвладний процесам карнавалізації, ієрархічна система цінностей зазнає суттєвих перетворень: «високе» і «низьке» в карнавальному світовідчутті міняються місцями. Відхід від формального подання інформації, перетворення всіх учасників дійства в повноправних акторів, наявність особливої мови комунікації, сміховий фон – елементи сучасного карнавалу в соціальних медіа. Антипаремії почасти руйнують стереотипи, віками вироблені етносом, за рахунок комічного ефекту, перетворення ментальних кліше призводить до появи гумористичного ореолу, адже, як зауважував У. Еко, «одна з нових ознак суспільства, у якому ми живемо, – стовідсоткова карнавалізація життя, ми тонемо в тотальній

карнавалізації» [11, с. 141], напр.: *Не знаючи броду, пропусти вперед товариша* [3, с. 47]; *Індик теж думав, що купається, поки вода не закипіла* [3, с. 119]; *Незваний гість гірше рекетира*; *Важко в лікуванні – легко в раю* (siver.com.ua); *Який Зеленський, такий у нього і Гіперлун* (tvoemisto.tv).

Створюючи антипаремії, автори за допомогою гумору, жарту намагаються привернути увагу читача, розсмішити. Традиційне прислів'я стає підґрунтям для пародії. У такому разі значення паремії зазнає суттєвих змін і набуває жартівливого, комічного, іронічного відтінку. Порівняймо прислів'я *Хто рано встає, тому Бог дає* – «людина, яка рано встає і відповідно багато працює, отримує щедрі результати своєї праці» й антипаремії, що виникли на підставі його моделі: *Хто рано встає, той двірник, а хто пізно встає – мер* (Україна молода. 29.03.2013); *Хто рано встає... той, падло, всіх бісить, грюкає дверима, гримить чайником і голосно ходить* (Україна молода. 22.05.2012); *Народна мудрість: хто рано встає, того ще не скоротили* (Україна молода. 06.02.2009); *Хто рано встає – той далеко від роботи живе!* (Україна молода. 13.01.2007); *Хто рано встає, тому Бог перфоратор дає* (konivjab.net); *Хто рано встає, той з вами не п'є* (polyana.kiev.ua); *Хто рано встає, той всіх дістає* (sites.google.com); *Хто рано встає, той до вечора ледве ноги волочить* (webpen.com.ua).

Прислів'я як прецедентні висловлення письменники використовують у творах гумористичного жанру, обігруючи їхній глибинний зміст і формуючи нове семантичне навантаження. Зокрема, прислів'я *Не май сто рублів, а май сто друзів* стало концептуальним підґрунтям для гуморески: *Коли сто карбованців в мене було, / Сто друзів гуляло і їло, й тило. / Коли ж я на друзів розтратив всі сто, / До мене уже не приходить ніхто* (Ю. Кругляк. Бібліотека «Перця». № 354). Автор висміює споживацькі взаємини між друзями, акцентуючи увагу на зміні морально-етичних норм у суспільстві.

Четверта причина появи антипаремій пов'язана з новими реаліями сучасного життя. Як традиційні прислів'я коментують усі аспекти й особливості життя, так і антипаремії реагують значенням відчуження вихідної думки на все нове, що оточує людину [13, с. 243–244]. Якщо більшість традиційних прислів'їв відображає усталений погляд на працю, її результати, методи господарювання, ґрунтуючись на світоглядних засадах українського селянина, то нові віддзеркалюють модерні види діяльності, напр.: *У семи менеджерів креатив без брифа*; *Коментуй своїх, щоб чужі боялися*; *Не все те ребрендинг, що новий логотип*; *Любиш бюджети – люби і відкати возити*; *Кожен цвіркун – знай своє позиціонування*; *Трафік креатору не товариш*; *Не май 100 гривень, а май річне обслуговування* (iberty.ua/library/funny/pryslivya-prykazky-reklamistiv). Підтвердженням того, що антипаремії сприймають як традиційну народну мудрість, є введення їх у структуру тексту за допомогою маркера **приказка**, який підкреслює, що адресант не висловлює власний погляд, а опирається на думку певної групи, напр.: *«У айтішників є приказка: працює – не лізь, – посміхається Дмитро. – Тому я ніколи не втручаюся в роботу хлопців просто так* (biz.nv.ua); *Де тонко, там і рветься, каже приказка, а де вузько, там обмежується. Наші руки можуть витримати великі навантаження, але і у них є своє слабке місце* (alt.ck.ua); *Є така приказка (можна по-різному до неї ставитися), що тренер із футболу не зобов'язаний грати в футбол* (osvita.uz.ua); *Виходить все за приказкою: «Зареєстрував ФОП – сплатиш все, що мусиш за законом. Не зареєстрував ФОП – нічого не сплатиш»* (tverezo.info).

П'ятою причиною появи антипаремій є чітка структура, поширеність і впізнаваність форми традиційних прислів'їв. В. Мідер запам'ятовуваність форми (memorable form) вважає однією з найважливіших ознак прислів'їв [12, с. 119]. Етнос упродовж віків вишліфував традиційні форми народної мудрості, наділивши їх довершеною структурною будовою, милозвучністю, римованістю, що, з одного боку, сприяє стійкості цих мовних знаків, а з іншого – зумовлює появу численних трансформованих висловлень. Справді, прислів'я зазвичай творять за певними структурно-семантичними моделями, які, на думку Д. О. Добровольського, можна звести до одного образно-семантичного інваріанта, що

схематично відображає відносну регулярність фразоутворювальних процесів [4, с. 26]. Саме синтаксична модель прислів'я певною мірою спричинює появу нового висловлення внаслідок повної чи часткової зміни компонентного складу, зумовлюючи докорінну трансформацію змісту й водночас збереження структури. Зокрема, антипаремії запозичили в народних висловлень їхню будову за моделями: 1) **який..., такий**: **Який муляр – такий фундамент!** Або як легко налаштувати роботу у системі Мій Дім Online (miydimonline.com.ua); **Він навіть не спромігся назвати село, про відключення в якому так красномовно розповідав і це не дивно – адже який депутат, такий і представник** (Полтавщина. 17.05.2019); **Який депутат, такий і помічник. Один одного вартий** (Волинь-24. 02.06.2016); **Який депутат – такий і закон** (Волинь-24. 27.01.2018); **Яка зарплата – така й освіта** (Дзеркало тижня. 30.09.2011); **Яка освіта, така й держава** (Педагогічна преса. 25.06.2015); 2) **кому..., а кому...**: **Кому – Голодомор, а кому – ікра: як експрем'єра Франції у Харкові частували у 1933** (www.bbc.com); **Кому коронавірус, а кому хочеться ще більшої влади: приклад Орбана в Угорщині** (Радіо Свобода. 23.02.2020); **Кому мільйон, а кому сто тисяч. Як в Україні виплачують компенсації за збитки під час катастроф** (Суспільне. 08.02.2021); **Кому карантин, а кому й «вільна каса». Тобто, поки ви бідкаєтеся, як воно важко в карантин, для когось відкрилося нове вікно можливостей** (Демократична сокира. 26.11.2020); 3) **було б., а... знайдеться**: **«Тут читаю, а тут не читаю». Звідси і відомий у народі вислів, – «була б людина, а стаття для неї завжди знайдеться»** (mediarnbo.org); **Була б людина, а справа знайдеться** (Радіо Свобода. 23.02.2021); **Було б бажання – стаття знайдеться** (newskm.net); **Була б дитина і щоденник, а зауваження знайдеться** (osvita.ua); 4) **де..., там**: **У результаті місцеві коаліції формувались за принципом «де гроші, там і інтереси»** (Укрінформ. 12.02.2020); **Але хто в Україні не знає: де гроші – там... корупція. Ну такі реалії, нічого не поробиш** (prostir.ua); **Де совок – там і сміття** (Погляд. 28.07.2016); **По правді, де Зеленський, там можна сміятись. Навіть тут** (gordonua.com); 5) **краще..., ніж**: **Краще перехворіти, ніж щетитися** (zaxid.net); **Краще хаос, ніж застій** (День. 21.03.2021); **Краще хорошиї бос, ніж хороша компанія** (hr-security.ua); **Краще пузо від тива, ніж горб від роботи; Краще переспати, ніж недоїсти** (vn.20minut.ua); **Краще запобігти, ніж захворіти** (uzhnu.edu.ua). Наші спостереження доводять, що досить популярними є українські антипаремії, побудовані на ґрунті бінарних моделей, що, на думку В. Мідера й А. Т. Литовкіної, дають змогу за однією формулою закріпити різні образи, ідеї [14, с. 5].

Шоста причина активного побутування антипаремій – заперечення, критичне осмислення стереотипів, які історично склалися в суспільстві, але нові устої засвідчують їхню невідповідність сучасним реаліям соціального життя. Зокрема, традиційні прислів'я активно відображають одну з основних настанов: для забезпечення власного добробуту людина повинна працювати, напр.: *Хто не працює, той не їсть; Хто не працює, той голод чує; Хто не робить, той голий ходить; Хто робить, той заробить; Хто працює, той має; Хто працює, той не бідусь*. Натомість антипаремії майже повністю заперечують такий традиційний, стереотипний погляд на працю, пор.: *Хто не працює, той вдало вийшла заміж!* (Україна молода. 17.05.2012); *Периший старшому й каже: «Хто не працює – той їсть!»* (Україна молода. 28.10.2003); *Хто не працює, той їсть йогурт* (ТСН. 28.07.2017); *Хто працює, той розплачується?* (khpg.org); *Скільки з нас можна знуцатися, хто робить, той нічого не отримує* (buhgalter.com.ua); *Хто робить, той двигун* (subject.com.ua); *Хто робить – той страждає; Хто не робить – премії та нагороди отримує* (education.ua); *Хто не робить, той керує* (Волинь-24. 14.04.2021); *Так закінчилася спроба повернути порядок речей: хто не працює – той солодко їсть, а хто працює – їсть з милості того, хто не працює* (М. Бікун).

Сьому причину продуктивного творення антипаремій убачаємо у вияві творчого підходу до пізнання світу за допомогою мовної гри. Традиційні народні вислови активно залучають у лінгвокогнітивний простір сучасного мовця для використання в мовному обігуванні. Як одиниці культурного знання вони все більше зазнають креативного

перероблення, оскільки домінантою сучасного життя є сміхова культура. Не лише карнавалізація мови засобів масової інформації та Інтернету, а й повсякденного побутового спілкування призвели до того, що прислів'я активно потрапляють у поле ігрових маніпуляцій. Структурно-семантична парадоксальність і експресивність паремій і фразем, на думку В. М. Мокієнка, є природним матеріалом для мовної гри, а різні способи їхньої трансформації підвищують потенціал мовного обігрування [8, с. 49]. Погоджуємося з тлумаченням мовної гри як «свідомого маніпулювання мовою, побудованого якщо не на аномальності, то, принаймні, незвичному використанні мовних засобів» [9, с. 37]. В. З. Санников процес перефразування прислів'їв, реалізований в абсурді, парадоксі й іронії, вважає одним із її виявів [9, с. 4]. Мовна гра в процесі творення антипаремій представлена на таких рівнях: 1) фонетичному: *Зробив тіло – гуляй сміло* (scoolbylife); *Друг пізнається в біде* (mobildi.narod.ru); 2) лексичному: *Зустрічають по одягу – проводжають по номерках у гардеробі; Апетит приходить під час довгої відсутності їжі в шлунку* (myplanet.com.ua); *Язык до кілера доведе!* (www.gumor.org); *В здоровому тілі – здоровий біолог!* (univ.kiev.ua); 3) синтаксичному: *Щодо теми «РосУкрЕнерго» Діма Медведєв мовчав, як риба об лід* (gordonua.com); *Здоров'я не купиш за зарплату* (osvita.ua); *Здоров'я не купиш, ним можна лише розплачуватися* (sites.google.com).

Висновки та перспективи. Наявність антипаремій у сучасних дискурсах – вагомий аргумент на користь того, що давню традицію етнос підтримує й сьогодні. Зв'язок із прецедентним висловленням є потужною ознакою антипаремії, що переконує в спадковості народної мудрості; зміна глибинного змісту й формального плану вихідних прислів'їв засвідчує їхнє пристосування до нових суспільно-історичних умов, цінностей. Поява антипаремій в українському дискурсі – це результат мовної гри, маніпулювання як із формою, так і з глибинним змістом. З одного боку, антипаремії зберігають відносну формальну й семантичну впізнаваність, а з іншого – порушують норму, завдяки новизні, оригінальності, актуальності вони в сучасних медіа слугують потужним носієм інформації, одночасно привертаючи увагу читача, впливаючи на нього.

Більшість антипаремій, особливо в засобах масової інформації, пов'язана з конкретними, одиничними ситуаціями, тому їх можна кваліфікувати як індивідуально-авторські утворення. Вони, віддзеркалюючи типові події, швидко набувають стійкості, відтворюваності в новій мовній формі, неодноразово зафіксовані в різних джерелах, тому певною мірою набувають ознак узуальних мовних одиниць. Їхня поява засвідчує зміни, що відбуваються у світобаченні й нормативно-ціннісних пріоритетах етносу. До основних причин появи антипаремій належать: панування філософії постмодернізму; політичні, економічні, соціальні зрушення в українському суспільстві початку ХХІ століття; реалізація мовного закону експресивності; поява нових реалій сучасного життя; чітка структура, поширеність і впізнаваність форми традиційних прислів'їв; заперечення, критичне осмислення стереотипів, які історично склалися в суспільстві; творчий підхід до пізнання світу за допомогою мовної гри. Перспективи подальших наукових досліджень убачаємо в аналізі основних способів появи українських антипаремій, що вможливить отримання знань про загальні закономірності і впливову природу таких висловлень.

Список використаної літератури

1. Бахтин М. Проблемы поэтики Достоевского. Москва : Художественная литература, 1972. 470 с.
2. Вальтер Х., Мокиенко В. М. Антипословицы русского народа. Санкт-Петербург : Нева, 2005. 578 с.
3. Глуховцева І. Я. Словник модифікованих стійких сполучень слів в узусі кінця ХХ – початку ХХІ століття. Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 328 с.
4. Добровольский Д. О. Структурно-типологический анализ фразеологии и фразеографическая параметризация (на материале русской и германской идиоматики). *Фразеологизм и его лексикографическая разработка*. Минск : Наука и техника, 1987. С. 24–26.
5. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 476 с.
6. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. Т. 2. М (Маадай-Кара) – Я (я-форма) / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ : ВЦ «Академія», 2007. 622 с.

7. Литовкина А. Т., Федосов О. Русские антипословицы в семиотическом пространстве. *Bis dat, qui cito dat. Gegengabe in Parmiology, Folklore, Language and Literature. Honoring Wolfgang Mieder on His Seventieth Birthday*. Edited By Christian Grandl and Kevin J. McKenna Frankfurt am Main : Peter Lang, 2015. S. 249–258.
8. Мокиенко В. М. Мотивация демотивируемого: проблемы анализа внутренней формы фразеологии. *Актуальные проблемы мотивологии в лингвистике XXI в.* Томск, 2012. С. 40–50.
9. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. Москва : Языки русской культуры, 1999. 544 с.
10. Фуко М. О Трансгрессии. *Танатография Эроса: Жорж Батай и французская мысль середины XX века*. Санкт-Петербург : Мифрил, 1994. С. 111–132.
11. Эко У. Полный назад! «Горячие войны» и популизм в СМИ. Москва : Эксмо, 2007. 476 с.
12. Mieder W. Antispruchwörter. Wiesbaden : Verlag für deutsche Sprache, 1982. 235 p.
13. Mieder W. American proverbs: A study of texts and contexts. Bern ; New York : Peter Lang, 1989. 396 p.
14. Mieder W., Litovkina A. T. Twisted Wisdom: Modern Anti-Proverbs. Burlington : The University of Vermont, 1999. 254 p.

References

1. Bakhtin, M. (1972). Problemy poetiki Dostoyevskogo [Problems of Dostoevsky's poetics]. Moscow: Fiction, 470 (in Russ.).
2. Walter, H., Mokienko, V. M. (2005). Antiposlovitsy russkogo naroda [Anti-proverbs of the Russian people]. Saint Petersburg: Neva, 578 (in Russ.).
3. Hlukhovtseva, I. Ya. (2013). Slovyk modyfikovanykh stykykh spoluchen sliv v uzusi kintsya XX – pochatku XXI stolittya [Dictionary of modified stable combinations of words in the usus of the end of the XX – beginning of the XXI century]. Luhansk: Taras Shevchenko Lviv National University Publishing House, 328 (in Ukr.).
4. Dobrovolskiy, D. O. (1987). Strukturno-tipologicheskii analiz frazeologii i frazeograficheskaya parametrizatsiya (na materiale russkoy i germanskoy idiomatiki) [Structural and typological analysis of phraseology and phraseographic parametrization (based on Russian and German idioms)]. In : *Frazeologizm i yego leksikograficheskaya razrabotka* [Phraseologism and its lexicographic development]. Minsk: Nauka i tekhnika, 24–26 (in Russ.).
5. Karasik, V. I. (2002). Azykovoy krug: lichnost, kontsepty, diskurs [Language circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd: Change, 476 (in Russ.).
6. Kovaliv, Yu. (Ed.) (2007). Literaturoznavcha entsyklopediya [Literary Encyclopedia]: v 2 t. T. 2. M (Maaday-Kara) – Ya (Ya-Forma). Kyiv : Academy, 622 (in Ukr.).
7. Litovkina, A. T., Fedosov, O. (2015). Russkiye antiposlovitsy v semioticheskom prostranstva [Russian anti-proverbs in semiotic space]. In : *Bis dat, qui cito dat. Gegengabe in Parmiology, Folklore, Language and Literature. Honoring Wolfgang Mieder on His Seventieth Birthday*. Edited By Christian Grandl and Kevin J. McKenna Frankfurt am Main: Peter Lan, 249–258 (in Russ.).
8. Mokienko, V. M. (2012). Motivatsiya demotiviruyemogo: problemy analiza vnutrenney formy frazeologii [Motivation of the demotivated: the problem of analyzing the internal form of phraseology]. In : *Actual problems of motivology in linguistics of the XXI century*. Tomsk, 40–50 (in Russ.).
9. Sannikov, V. Z. (1999). Russkiy yazyk v zerkale yazykovoy igry [Russian language in the mirror of a language game]. Moscow: Languages of Russian Culture, 544 (in Russ.).
10. Fuko, M. (1994). O Transgressii [About Transgression]. In : *Thanatography of Eros: Georges Bataille and French Thought of the Mid-20th Century*. St. Petersburg: Mithril, 111–132 (in Russ.).
11. Eco, U. (2007). Polnyy nazad! «Goryachiye voyny» i populizm v SMI [Full back! «Hot Wars» and Populism in the Media]. Moscow: Eksmo, 476 (in Russ.).
12. Mieder, W. (1982). Antispruchwörter. Wiesbaden: Verlag für deutsche Sprache, 235 (in Germ.).
13. Mieder, W. (1989). American proverbs: A study of texts and contexts. Bern ; New York: Peter Lang, 396 (in Eng.).
14. Mieder, W., Litovkina, A. T. (1999). Twisted Wisdom: Modern Anti-Proverbs. Burlington: The University of Vermont, 254 (in Eng.).

V. V. KALKO. UKRAINIAN ANTI-PROVERBS: CAUSES OCCURRENCE

Summary. Introduction. *Phraseological units of a language, including proverbs and anti-proverbs, take the center stage in studying cultural peculiarities of a nation. Nowadays, the reflection of gender in languages has much gained in importance and scholars are particularly interested in anti-proverbs which can be defined as alterations of traditional paremias manifesting the changes happening in the society.*

The purpose of the article is to analyze the reasons for the emergence of transformed Ukrainian paremias. To achieve this goal, the author collected relevant items from dictionaries and Internet.

Results. *Creating parodies of traditional proverbs and their purposeful recasting is not a very new phenomenon, but the term itself is quite new. Professor of Vermont University W. Mieder has coined the term 'anti-proverb' for such deliberate proverb innovations. The paper offers a detailed analysis of modern Ukrainian anti-proverbs deliberated and innovative variations of traditional proverbs and sayings by changing their exterior shape and their interior form. The aim is to reject tightened sapiences of proverbs and sayings by developing humorous effects. Existing mental and cultural overused cliches become derided up to the very bottom of peoples behaviour and their all day life. That makes anti-proverbs a part of laugh culture. Attention is paid to the semantic and cognitive components, which is understood as historically formed structural and semantic modification of the proverbs showing the change in the cognitive consciousness of native speakers of the language to a particular object or phenomenon of the surrounding world because of the change in relation to it due to extralinguistic causes (social, economic, etc.).*

Originality. *Differences between proverbs (sayings of edifying character, which contain the centuries-old experience of the people) and anti-proverbs (the authors consider anti-proverbs to be the semantic antithesis of proverbs) are highlighted. The authors pay special attention to the study of the semantics of proverbs and their transformants to identify relevant semantic and cognitive characteristics. The analysis revealed that Ukrainian anti-proverbs mostly tend to reflect political and economical issues. Dominant feature of anti-proverbs is their mocking and humorous nature where humour emerges through unexpectedness and violation of the old folk wisdom.*

Conclusions. *Thus, it should be noted that despite the fact that the anti-proverbs are ironic and humorous in nature, they reflect gender images fixed in a culture. Anti-proverbs is the phenomenon of carnival that characterizes almost all the spheres of communication nowadays, and the linguistic means of its presentation in the modern newspaper discourse.*

Key words: *anti-proverbs, proverbs, transformation, carnival in communication, humor culture, language game.*

Надійшла до редакції 02.02.21

Прийнято до друку 06.04.21