

10. Современный русский язык. Синтаксис: учебное пособие [под ред. проф. Е.М. Галкиной-Федорук]. – М.: Изд-во Московского университета, 1957. – 515 с.
11. Swales J.M. Genre analysis: English in academic and research settings / J.M. Swales. – Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – 260 p.

Джерела ілюстративного матеріалу

УЛ – “Українське літературознавство”

Вісник ЛУ – “Вісник Львівського Університету” (Серія Філологія)

СТ – “Стиль і текст”

М – “Мовознавство”

Вісник СумДУ – “Вісник Сумського державного університету”

Л – “Лінгвістика”

ЛС ДонНУ – “Лінгвістичні студії Донецького національного університету”

ПУТ – (Вісник нац. ун-ту “Львівська політехніка”) “Проблеми української термінології”

СП – “Соціальна психологія”

В – “Всесвіт”

УС – “Український соціум”

АПСФ – “Актуальні проблеми слов’янської філології”

***Анотація.** У статті розглянуто проблему виявлення та характеристики інтелектуально-оцінних та емоційно-оцінних лексичних одиниць як специфічних засобів оцінно-критичної діяльності науковців. Досліджено також способи їх інкорпорації у референційній основі текстів наукових рецензій українською мовою.*

***Ключові слова:** інтелектуальні лексичні зміни, емоційні лексичні зміни, метод взаємодії.*

***Summary.** The article deals with the problem of exposure and description of intellectual and emotional lexical pieces of estimation as specific means of valuation activity of a scientist. The proposed research presents methods of incorporation of these means in the informative basis of Ukrainian academic reviews.*

***Key words:** intellectual lexical pieces, emotional lexical pieces, methods of incorporation.*

УДК: 811.161.2'38

Коць Т.А.

АКСІОЛОГІЧНИЙ КОМПОНЕНТ У МОВІ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ ПОЧ. ХХ СТ.

Мова преси початку ХХ ст. демонструє не лише усталення й розвиток словникового складу української мови, а й можливості і виражальні функції традиційних мовних зворотів, фразеологічного потенціалу. Політичне, економічне, культурне, релігійне життя знаходило своє відображення на сторінках тогочасних газет, які через мову доносили безмір інформації, часто нової і зовсім невідомої, до широкого загалу. Це спричинювало пошук нових засобів не лише для опису того чи іншого явища, а й насамперед для його оцінки. Дослідження цього процесу дозволить з'ясувати не тільки різноманітність поглядів, думок тогочасного мовного середовища, а й розкрити ланцюг взаємозв'язку між розвитком мови і суспільно-економічним та політичним життям.

Проблема аксіології має своє висвітлення в українській та зарубіжній науці (Т. О. Космеда, К. Д. Арутюнова, Є. М. Вольф, О. О. Івін, С. Ульман, Е. І. Хан-Піра тощо). Вона була об'єктом уваги ще Г. Гелеля, В. Гумбольдта, О. Потебні та ін. Мову преси кінця ХІХ – поч. ХХ ст. ґрунтовно досліджував М. А. Жовтобрюх, але внаслідок відомих екстралінгвальних чинників не було охоплено окремі тематичні групи лексики і усталені словосполучення. Проте кінець ХІХ – поч. ХХ ст., який, як і сучасний період, з огляду на складність епохи є особливо визначальним для подальшого розвитку літературної мови.

Розглядаючи мову як засіб формування і вираження думки, маємо враховувати особливості її аксіологічних механізмів, що часто виражають стилістичну диференціацію і основні характеристики публіцистичного стилю.

Мовознавці, як і логіки, аксіологію визначають як думку про предмет, яка виражає його характеристики з погляду категорії цінності [1, 12]. У позамовній сфері “під цінністю розуміють кожен предмет будь-якої вартості, прагнення, бажання, захоплення тощо” [2, 186].

Публіцистичний стиль є по-суті не лише максимальною адаптованою формою зовнішнього вираження свідомості і ціннісних орієнтирів певного колективу, політичної, ідеологічної групи людей в усі історичні періоди, йому ще притаманна і внутрішня форма, яка приховується за різноманітними стилістичними формами і має свої способи структурування та організації оцінності.

Таке розуміння мови має давню традицію у філософії і у філології, його розвивали Г. Гегель і В. Гумбольдт, О. Потебня, воно наявне у відомих положеннях “Німецької ідеології”, проводиться у працях Празького лінгвістичного гуртка (В. Матезіуса, А. Єдлічки, Б. Гавранка).

Мова публіцистичного стилю відбиває закон Гумбольдта-Потебні про об’єктивність суб’єктивізму читацького розуміння твору. О. О. Потебня, цитуючи В. Гумбольдта, писав: “Здається, ніби думка в мові переходить повністю або частково до того, хто слухає, хоч від цього не зменшується розумовою власністю мовця, як полум’я свічки не зменшується від того, що вона, очевидно, ділиться ним із сотнею інших. Але як в дійсності полум’я свічки не подрібнюється, тому що в кожній із палаючих свічок загораються свої гази, так і мова тільки збуджує розумову діяльність того, хто розуміє, який розуміючи думає своєю власною думкою. “Люди, – як стверджує В. Гумбольдт, – розуміють одне одного не таким чином, що справді передають одне одному знаки предметів... і не через те, що взаємно змушують себе створювати одне й те ж поняття, а тому, що зачіпають одне в одному туж ланку ланцюга чуттєвих уявлень і понять, торкаються до тієї ж клавіші свого духовного інструмента, через що в кожному виникають відповідні, але не одні й ті самі поняття” [3, 110-112].

Мова преси початку ХХ століття є виразником найхарактерніших типових, суб’єктивних, аксіологічно схожих і зовсім протилежних поглядів, ідей, переконань, почуттів, настроїв, традицій, звичаїв, духу епохи.

Публіцистичний стиль переважно через стилістичні засоби мови визначає аксіологічне значення того чи іншого явища чи події, але при цьому завжди присутні діяльність і мислення суб’єкта, його ставлення до суспільних проблем і загальнолюдських категорій. “Одна з характерних ознак мови преси – експресивність вислову, його максимальний вплив на читача, – зазначає С. Я. Єрмоленко, – унікаючи ускладнених метафоричних образів, якими послуговуються автори художніх текстів, журналісти часто вдаються до обігрування фразеологізмів, використовують заголовки, ремінісценції з відомого класичного твору, народної пісні тощо” [4, 308].

Основним джерелом вираження певної оцінки дійсності були народнорозмовні фразеологізми, прислів’я, приказки, які, за словами М. А. Жовтобрюха, – “стали в мові публіцистики невід’ємним стилістичним компонентом, до використання якого при потребі завжди вдавалися для виразнішого висловлення думки” [5, 176]. Ілюструвати їх можна чисельними прикладами: *дерти шкуру* – ‘бити, карати кого-небудь’ [6], *жива думка* – ‘новизна, свіжість, оригінальність’, *кидатися в очі* – ‘хто-небудь помічає бачить, звертає увагу на когось чи на щось’ (у сучасній літературній мові більше поширений варіант *впадати в очі*), *як у око впасти* – ‘дуже точно, абсолютно’, *каламутити воду* – ‘вносити розлад, неспокій у що-небудь’, *як мурашви* – ‘дуже багато кого-небудь’, *перенестися на той світ* – ‘вмерти’, *втерти маку* – ‘побити, суворо покарати кого-небудь’, *світ замалий* – ‘комусь хочеться волі, простору, активного, діяльного життя’, *пекти п’яти* – ‘настигати, наздоганяти кого-небудь’, *прикипіти до землі* – ‘завмерти, вклякнути на місці від чогось несподівано почутого, побаченого, подуманого і т. ін.’, *вбитись у палки* – ‘набиратися сил, змужніти’ (діалектний фразеологізм, не зафіксований у сучасних фразеологічних словниках), *як риба у воді* – ‘вільно, невимушено, добре’, *за царя Панька, як була земля тонка* – ‘дуже давно, у дуже давні часи’ (пор. також: *за царя Гороха*). Відбитий у фразеологізмах народний світогляд, національна самобутність сприяли сприйняттю читачем інформації, її розумінню і осмисленню. Тобто тоді вже діяло те, що тепер називають впливом на свідомість. Сучасна мова преси послуговується дещо іншими засобами (переважно трансформованими фразеологізмами, які вбирають в себе реалії швидше не традиційні, а нові). Але в усі часи “непряма номінація – найбільш відповідний спосіб для формування оцінних найменувань через саму свою відносність” [7, 186].

Сталі звороти народнорозмовної мови передають колорит доби, світобачення мовця початку ХХ ст.: *Не встигла ще наша преса, як то кажуть, у палки вбитись, а вже починають нам деякі непорозуміння допикати* (НГ, 1906, 5 лютого); *Вже ніхто не може насміхатися з нас, що “біда тому дворови, де корова розказує волів” – як каже наша пословиця – бо нема кому розказувати, хіба нашої дрібноті* (С, 1916, 2 січня); *Правду кажуть, що “лежачий камінь травною поросте”, треба боротися за волю* (Б, 1908, 12 січня) (пор.: *під лежачий камінь вода не тече*).

Невід’ємною частиною живої мовної стихії у публіцистичному стилі були прислів’я та приказки: *Не в однім селі розгуляло ся сільське жіноцтво, що й стриму, й сорому не має. Можна подумати, як говорить пословиця, що “у баби волос довгий, а розум короткий”* (С, 1916, 22 січня); *Гідно де ви надигаєте в нас таке село глухе, де не було якогось товариства і де люде не*

побачили-б на свої власні очі “гуртом добре й батька бити” (Ріл., 1912, 22 січня); “*Не помиляється той, хто нічого не робе*”. Перший раз не вийшло – вийде в другий (ЛП, 1905, 2 січня); Огляд свій Залізняка починає з царя **Панька**, як земля була тонка, а “індустрія” була зосереджена в руках селян, що за допомогою найпростіших засобів добували руду в тих тільки місцях, де жили виходили на твердиню (Г, 1915, 12 січня). Крізь загальну тенденцію збереження форми і змісту народнорозмовних висловів у мову преси входили поодинокі трансформовані одиниці: “*Хто на війні не бував – той життя не знав*”, – таке нове прислів’я чув я од наших москалів (Г, 1915, 3 грудня).

Активним виразником загальної оцінки позамовної дійсності була й метафора. Мовні засоби емоційної образності передавали ідеї національно-визвольного руху, суспільно-політичного життя доби: *Нахабна Росія роззявила свою пащеку на нашу національність. І щоб доконати свого діла і виготовити нам гріб смерти, вона почала сю страшну війну і причинила сей величезний пролив крови* (Б, 1916, 21 квітня).

Явище метафоричного перенесення, зокрема в мові преси, можна пояснити “семантичним законом” Ганса Шпербера. У 40-х роках ХХ ст. він, спираючись на ідеї З. Фрейда, виходив із такої гіпотези: якщо ми дуже цікавимося яким-небудь предметом, то він стає для нас джерелом аналогій при описі інших предметів. У термінології автора він стає центром метафорної “експансії”. Якщо в окремий період певний комплекс ідей особливо відчутно зачіпає почуття, то це призводить до розширення сфери вживання і зміни значення якогось одного слова, то ми можемо з впевненістю очікувати, що і інші слова, що належать до цього емоційного комплексу, також змінять своє значення. Мовні трансформації стають репрезентантом мови публіцистики. Метафоричні вислови наповнюються аксіологічною оцінкою, при цьому розширюється і навіть змінюється основна семантика вихідного слова. Часто подаються цитати з мови-джерела, що в уяві читача викликає певні недвозначні асоціації: *Вже давно наказано: “Малорусского языка нѣтъ, не было и не может быть”, але він “клятий” все ще животіє і не дає “истинно-рускимъ малороссам” спокійно спати, знявши вояцьку зброю, котрою змагаються вони з мертвою, мовляв, мовою* (Г, 1915, 31 грудня).

Первісна образність, що є основою метафори, – явище помітне і відчутне. Доба зберегла нерозривний зв’язок мови публіцистичного стилю з народнорозмовною стихією: *Як побудемо у темному льоху (погребі), то такий милий, такий необхідний стає світ, що й сказати не можна. Отак і в житті. Поки спить народ і національна свідомість його не торкнулась, то й терпить він і темряву, і недолю, і кривду* (Г, 1915, 12 січня).

Метафоричні перенесення ґрунтуються і на основі певних зовнішніх чи внутрішніх властивостей, за якими ховається аксіологічна оцінка: *Деся з-за туманів, з-за диму гарматного виринає й новий рік-немовлятко* (Г, 1915, 31 грудня). Оцінне значення є одним з різновидів “емотивних значень”, які живуть у метафорі разом з її дескриптивними значеннями, утворюючи складне семантичне ціле. Семантика в таких оцінних структурах, як зазначав С. Ульманн, визначається властивістю об’єкта – позитивний це той, що відповідає висунутим до нього вимогам [8, 163-250].

Оцінні структури, як показує досліджений матеріал, містять сему ‘схвалення’ або ‘несхвалення’, що передається компонентами з яскраво вираженим емоційним забарвленням, що поширюють свій потенціал на увесь контекст: *Як серед доброго зерна в брудній землі, заводиться той шашіль, як на родючому ґрунті чортополох починає пишатися великим рожевим цвітом, так і в нас не обійшлося без старого сміття. І треба одверто вказати, щоб воно плоду не давало* (Г, 1915, 31 грудня).

Мовні одиниці з оцінним значенням ‘схвалення’ ґрунтуються переважно на тематичних індикаторах: *Чи пригадуєте той день, в котрім з найдалших окраїн української часті Галичини і Буковини з’їздився до Львова весь наш цвіт і сила наша? Чи пригадуєте ті довжезні поїзди, вквітчані вінками і синьо-жовтими хуругвами, як мчались до славного города Льва, сина короля Данила?* (С, 1916, 15 липня). Позитивно-оцінними були відомі на той час суспільні і релігійні норми: національна ідея, християнські закони, моральні якості індивіда, патріотизм, громадянська позиція тощо.

Становлення публіцистичного стилю позначене вживанням цілісних біблійних висловів, що виражали ставлення мовця до цінностей світу: *І Ісус Христос сказав спокусникови: “Не самим хлібом живе чоловік, а кожним словом, що виходить із уст Божих”* (Б, 1916, 7 січня); *І коли приходили до него сотки бай тисячі, а тисячі, Він звіщав тоді великі слова: “Любіть ближніх своїх, як самих себе!”* (Г, 1914, 7 січня); *Хто б’є отця свого або матір свою – смертю вмере, хто злословить на отця свого чи на матір свою – смертю вмере* (Г, 1915, 12 січня). Мова публіцистичного стилю до 20-х рр. ХХ ст. насичена цитатами з Біблії, подіями церковного життя народу, що розкриває розвиток і взаємодію відповідних повноцінних стилів української мови: *“Славу в вишніх Богові”, – зтиха проспівали по церквах. Наче змовившись усі газети поговорили про земний мир і людське “благоволєніє”* (Г, 1915, 31 грудня).

Джерелом мови преси були також афоризми, іноді трансформовані, письменників, поетів-класиків української та зарубіжної літератури. Наприклад: *Усі відчуємо, що прийшов великий час і крайня пора аби сповнив ся народний заповіт: пірвати кайдани неволі та волі добутти!* (С, 1916, 19 лютого); *“Коли говорить зброя – мовчать закони”* – така приказка склалася в давніх латинців.. *Римляне були мудрий народ – і приказку вигадали мудру* (ГД, 1906, 11 липня).

Характерне для мови преси поч. ХХ ст. і вживання трансформованих висловів книжного походження: *Хай теперешній гук гармат не заступить нам милозвучний голос великодних дзвонів* (Б, 1916, 21 квітня).

Окремі вислови мови преси були гаслами доби і тому репрезентують і сьогодні той відтінок історії літературної мови: *Кожна нація – своєму щастю ковалі* (Г, 1915, 31 грудня); *Збережемо націю – побудуємо державу* (Б, 1916, 7 січня).

Отже, мова публіцистичного стилю фіксує суспільні ідеї, політичні процеси, віддзеркалює життя нації у певний час. Початок ХХ ст. увійшов в історію як доба національно-визвольного руху, що як екстралінгвальний чинник вплинув на розвиток мови (орієнтація на народно-розмовну основу, збагачення лексичного фонду, активізація словотвірного потенціалу тощо). Мова преси утримує в своїх структурах певне світобачення, мовну картину світу, демонструє динаміку всіх сфер мовного життя. Важливою ознакою публіцистичного стилю був синтез розмовного, художнього, офіційно-ділового й сакрального. Оцінність як невід’ємний компонент мови стилю, що теж є ознакою лише поч. ХХ ст., входив у текст переважно через цілісну народнорозмовну фразеологію. Живилася мова газет і з сакральних джерел – Святого письма, проповідей тощо.

Природа ЗМІ, як стверджує Н. Д. Арутюнова, працює на відтворення поділу реального та нереального, всього того, що стосується людини, як, зрештою, і того, що з нею пов’язане, на добре і погане: добро – зло, щастя – нещастя, корисне – шкідливе, благо – біду, чесноти – вад, успіх – невдача, виграш – програш, приємне – огидне – те, що відповідає її інтересам або заважає досягнути мети [9, 5-24]. Це природа людини в її мові [10, 69-71]. Відбувається живе надходження певних систем поглядів, цінностей епохи до свідомості сучасних і майбутніх поколінь. Стилiстичні механізми стають основою аксіологічної наповнюваності мови.

Умовні скорочення

Б – Буковина

Г – Гасло

ГД – Громадський друг

ЛП – Лыстокъ правды

НГ – Народний голос

Ріл. – Рілля

С – Свобода

Література

1. Столярова Э. Л. Лексико-семантическое поле оценки в разговорной речи // Словарные категории. – М., 1988.
2. Ивин А. А. Основание логики оценок. – М.: Наука, 1970.
3. Потебня А. А. Полное собрание сочинений. Мысль и язык. – Одесса, 1922. – Т. I.
4. Єрмоленко С. Я. Нариси з української словесності. – К., 1999.
5. Жовтобрюх М. А. Мова української періодичної преси. – К.: Наукова думка, 1970.
6. Тут і далі значення подаємо за виданням “Словник фразеологізмів української мови”. – К.: Наукова думка, 2003.
7. Див.: Языковая номинация: Виды наименований / Под ред. Б. А. Серебрянникова, А. Уфимцевой. – М., 1977.
8. Ульманн С. Семантические универсалии // Новое в лингвистике: Языковые универсалии. – Вып. V. – М.: Прогресс, 1988.
9. Арутюнова Н. Д. Аксиология в механизмах жизни и языка // Проблемы структурной лингвистики 1982. – М.: Наука, 1984.
10. Stevenson C. L. Some pragmatic aspects of meaning // Readings in semantics. Ed. Labeen et al. – Urbana, 1974.

Анотація. У статті проаналізовано мовні одиниці з оцінним значенням у зв’язку з історією становлення публіцистичного стилю.

Ключові слова: аксіологія, фразеологізм, метафоричні одиниці, публіцистичний стиль.

Summary. The article presents on analysis of language unit with appraisal meaning. It investigated in context of history of publicistic style.

Key words: appraisal, phraseological unit, metaphor unit, publicistic style.