

# АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО МОВОЗНАВСТВА

УДК 811.161.2

**Н. А. Баракатова**

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНА СПЕЦИФІКА СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ АФОРИСТИКИ

*У статті розглянуто особливості українських афоризмів як образно-художніх формул, ужитих у текстах електронних мас-медіа, зокрема їх семантико-функціональна специфіка.*

**Ключові слова:** афоризм, українська афористика, Інтернет-видання, окупаціоналізм, сентенція.

*В статье рассматриваются особенности украинских афоризмов как образно-художественных формул, употребляемых в текстах электронных мас-медиа, в частности их семантико-функциональная специфика.*

**Ключевые слова:** афоризм, украинская афористика, Интернет-издание, окупаціоналізм, сентенция.

*In composition linguistic science the place study of aphorism until now finally is not fixed, though it already expressly isolate from study of idioms, but its units are characterized as elements of contiguous with phraseology industries. С. Gavrin respects anaphorism unit of gnomic phraseology, and A. Grigorash – by unit of author phraseology In. Kalashnik examines aphorisms as anaesthetically beautiful signis certain within the limits of poetic formation phrase, H. Sharmanova – as an element study of paremii. The same research workers, as M. Fedorenko, L. Sokol'ska, O. Yanovich and M. Dyachenko ground singularity study of aphorism as linguistic industry.*

*As for the analysis of aphorisms on material of electronic mass-medias which became a springbase of research, this question yet needs scientific working-out.*

*Thus, absence in modern linguistics of the unique look to linguistic status of aphorisms, their classifications, necessity of description of national gnomic property which is utilized in electronic mass medias, ground research actuality.*

*The purpose of the article is an analysis of national fund of modern Ukrainian афористики from position of manner and matter. The basic task of this scientific secret service is finding out of specific of the use of gnomic units of Ukrainian in the*

© **Баракатова Н. А., 2015**

*texts of electronic MASS-MEDIA.*

*Uzual'ni (traditional) and individually author (new formations) vividly artistic formulas function in the language of internet Publishing. In the use of aphorisms such tendencies are traced in the language of electronic MASS-MEDIA: 1) dynamic and producibility, orientation on the permanent semantic, stylistic enriching; 2) productivity of individually author units, to which peculiar semantics of logical deduction, establishment, author attitude, original advice and morally aesthetically beautiful setting; 3) infrequency of usual aphorisms.*

*Basic setting of aphorisms in the language of mass medias, in particular internet Publishing, – to be the mean of actualization of attention of recipient. Successfully neat gnostic utterances satiate texts living energy, bring in a new tint in interpretation of simple, workaday concepts, wake up consciousness to productive perception of information, and push on reflections. Accordingly, classification and functional description of national gnostic property is the implicit prospect of Ukrainian linguistic science.*

**Key words:** aphorism, Ukrainian study of aphorism, internet Publishing, autor new formation, sentence.

Мовна специфіка стилю засобів масової інформації як одного з наймолодших привертає чималий інтерес мовознавчої наукової громади. Це зумовлено передусім тим, що з-поміж усіх комунікативних стилів він є найдинамічнішим та схильним до змін, найоперативніше відбиває нові тенденції розвитку загальнолітературних норм української мови.

Інтернет, яким активно послуговуються мільйони українців, дає змогу якнайшвидше отримувати потрібну інформацію, знайомитися з новинами, відкриває можливості негайної публікації журналістських текстів, уникаючи цензури, а тому зумовлює появу мережевих видань як нового різновиду засобів масової комунікації. Ця доступна медійна сфера являє собою синтез преси, радіо, телебачення, що характеризується економією часу, простору й коштів порівняно з іншими мас-медіа. Ще однією перевагою електронних ЗМІ є те, що вони співпрацюють з аудиторією (форуми сайтів, архіви тощо), а отже, щонайвиразніше демонструють сучасний стан мовного середовища.

Водночас мова преси прагне до мобілізації всіх можливих ресурсів для впливу на розум і почуття читачів, максимального зацікавлення реципієнта відбором найекспресивніших мовних

засобів, серед яких помітне місце відводиться одиницям сталого порядку, а саме афоризмам як різновиду фіксованих словесно-художніх форм.

У складі мовознавчої науки місце афористики до сьогодні остаточно не зафіксовано, хоч вона вже чітко виокремлюється з ідіоматики, а її одиниці кваліфікують як елементи суміжних із фразеологією галузей. Одиницею афористичної фразеології вважає афоризм С. Гаврін [1], а А. Григораш – одиницею авторської фразеології [2], В. Калашник розглядає афоризми як певний естетичний знак у межах поетичного фразотворення [4], Н. Шарманова – як елемент пареміології [7; 8; 9]. Такі ж науковці, як М. Федоренко, Л. Сокольська [6], О. Янович [10] та М. Дяченко [3] обґрунтовують окремішність афористики як лінгвістичної галузі.

Питання щодо аналізу афоризмів на матеріалі мережевих видань ще потребує докладного наукового розроблення. Отже, відсутність у сучасній лінгвістиці єдиного погляду на мовний статус афоризмів, їх класифікацій, потреба опису національного афористичного надбаня, що широко використано в електронних засобах масової інформації, обґрунтовують актуальність дослідження.

Джерельною базою наукового дослідження послужили статті, інтерв'ю, новини, репліки, колонки таких найчитабельніших українських Інтернет-видань, як інформаційно-аналітична газета «Українська правда» (далі в тексті УП) та місячник літератури, мистецтва, критики громадського життя «Українська літературна газета» (далі УЛГ) за останні роки.

Метою статті є аналіз національного фонду сучасної української афористики з позиції форми і змісту. Основними завданнями цієї наукової розвідки є : 1) з'ясування семантичної специфіки афористичних одиниць української мови в текстах електронних ЗМІ; 2) виявлення функційного потенціалу цих одиниць як сталих словесно-художніх форм.

Афоризми можна тлумачити як своєрідні мікрокартини, що відображають естетично перетворене суб'єктивне бачення

певного фрагменту дійсності. Ознака інгерентної експресивності, наявність стилістичного забарвлення та образність зумовлює широкі можливості їх використання в ЗМІ, зокрема й у мові Інтернет-видань. Афоризми в цьому сенсі є своєрідним «інструментом» сучасного журналіста.

Тематична зумовленість будь-якої публікації потребує відповідного добору мовних засобів, зокрема й афористичних висловлювань, які сприймаються, на думку професора Ж. Колоїз, «як щось неординарне, позбавлене автоматизму» [5, с. 35]. У межах дібраного фактажу чітко виокремлюємо такі тематичні групи афоризмів: 1) біблійно-моралізаторські; 2) культурно-історичні; 3) етико-філософські; 4) афоризми, що розкривають духовну сутність людини, людські взаємини; 5) суспільно-політичні; 6) етнонаціональні.

Біблійно-моралізаторські афоризми в мові електронних мас-медіа представлені одиницями біблійного походження та моралізаторськими настановами. Провідною ознакою таких афоризмів є значний ступінь узагальненості думки: *Спочатку було Слово, і Слово було в Бога, і Слово було Бог* (УЛГ, 07.08.12); *Убий у собі раба!* (УЛГ, 19.03.12) та ін.

Культурно-історичні одиниці складають значну частину досліджуваного афористичного масиву, що мотивовано ідейно-тематичною специфікою залучених до аналізу Інтернет-видань. Більшість використаних одиниць, узагальнюючи властивості тієї чи тієї сфери життя, являють собою очевидний умовивід, що накладається на життєву закономірність та реальність. У свідомості реципієнта такі афоризми відіграють роль коригувальної естетичної одиниці.

Ця група є строкатою як за внутрішньою формою, так і за зовнішньою реалізацією. Виходячи із цього, можемо виділити кілька різновидів культурно-історичних афоризмів. Найпродуктивнішим є афористичні вислови про роль митця, зокрема письменника, значення його творчості в суспільстві, принципи творчого процесу, що накладаються на національний контекст: *Письменник – це не той, хто пише, а той, кого читають* (УЛГ, 11.02.13); *Природа поезії не любить*

*одноманітності* (УЛГ, 30.01.13); *У нашій історії, особливо українській, часто буває, що людину спершу визнає світ, а вже потім – його рідна батьківщина* (УЛГ, 30.01.13) та ін.

Кількісно меншою виявилася група одиниць, що являють собою афористичне декодування дійсності з метою возвеличення постаті митця (подеколи з конкретизацією), наприклад: *Шлях Юлії Белової у літературу був особливим, як і в кожного письменника, адже такі дороги не повторюються* (УЛГ, 26.07.12). Рідковживаними є одиниці, присвячені осмисленню мистецтва в синхронічному зрізі: *У мистецтві немає прогресу. У мистецтві є рівень духу...* (УЛГ, 10.03.12); *Мистецтво тим-то мистецтво, що підноситься над ремеслом* (УЛГ, 28.12.12). Незначна за обсягом і вживанням група афоризмів, що розкривають значення історії та культури як феноменів дійсності в житті суспільства. Здебільшого такі одиниці зафіксовані в Інтернет-виданні «Українська правда»: *Не знати історії – це означає завжди бути дитиною* (УП, 25.12.12); *Культура – це друге, духовне, народження людини* (УЛГ, 15.01.13) тощо.

Тематичний клас афоризмів етико-філософського змісту не поступається в кількісно-якісному відношенні попередньому, демонструючи актуальність типових роздумів для сучасної людини, напр.: *Гірчить мій хліб, і зневіра – сіль до хліба* (УЛГ, 12.09.12); *Усі шляхи ведуть до пізнання, і це обнадіює* (УЛГ, 22.11.12); *Те, що раніше було аморальним, стало нормою життя* (УЛГ, 28.12.12) та ін. Більшість таких афоризмів за глибиною семантичного наповнення наближаються до максимум та сентенцій, сигналізуючи морально-етичні настанови: *Подолати злочинність неможливо, її тільки можна очолити* (УП, 25.12.12); *Краще засвітити нову свічку, ніж усе життя проклинати пільму* (УП, 13.01.13); *Чужого не побори, а свого не попусти* (УЛГ, 19.03.13).

Найпоширенішим засобом актуалізації універсальності афоризмів у мові Інтернет-видань є вказівний займенник *той*, наприклад: *Перемагає той, хто сильніший, правий той, у кого більше грошей* (УЛГ, 28.12.12); *Обманює себе той, хто вважає, що найбільшим благом є матеріальне добро...* (УП, 28.01.13).

Певна частина афоризмів з аналізованих мережевих видань розкриває циклічність та плинність життя в когнітивно-прагматичному аспекті: *Якби молодість знала, а старість могла* (УП, 25.02.13); *Ті, кого люблять боги, з роками стають молодшими* (УЛГ, 10.03.12); *Як не біжу, а старість доганя* (УЛГ, 19.03.13). З-поміж одиниць цієї тематичної групи продуктивно функціонує в мові електронних ЗМІ афоризм *Все тече, все змінюється*, що декодує категорію «вічності» та семантично доповнює її зміст: *Все змінюється, тільки не людина* (УЛГ, 25.12.12); *...Отож, хоч скільки б минуло століть, вічне залишається вічним* (УЛГ, 25.12.12).

Досить активно збагачується афористичний фонд української мови сталими фразами про духовну сутність людини, людські взаємини. Ця група також кодифікує загальноновизнані поняття та явища об'єктивної дійсності. Афористичні вислови про духовний вимір людини, що контамінуються базовим шаром концепту «душа», «духовність», представлені такими одиницями: *Душа – це вияв істинної суті людини, її моралі, духовної культури. Це світло, до якого прагне праведник...* (УЛГ, 12.02.13).

Аналізовані Інтернет-видання фіксують афоризми про полярні людські взаємини як соціального, так і особистого характеру. Відтворюючи почуття кохання, журналісти послуговуються такими афоризмами: *Ми побудували дім всередині нас – Всесвіт, який людина творить, відчуття одне одного, мислення одними категоріями і в одній площині...* (УЛГ, 31.11.12), *Кохання – це сон, який зникає під час пробудження* (УЛГ, 30.08.12) тощо. Фактичний матеріал демонструє домінування одиниць з негативним забарвленням, відбиваючи у такий спосіб світоглядну позицію більшості людей сучасного суспільства. Наприклад: *В усіх сферах панують вовчі закони* (УЛГ, 25.02.13); *Не заглиблюється серце в серце* (УЛГ, 25.02.13); *Наше внутрішнє злопам'ятство і чвари – це шлях до прірви, до рабства...* (УП, 25.12.12).

Серед афоризмів, що позначають філософські роздуми про людину як особистість, моральні принципи та ідеї її життя,

спостерігаємо такі: *Найкраща інвестиція – це інвестиція в себе* (УП, 19.03.12); *Людина – це те, до чого вона прагне* (УЛГ, 25.02.13); *Читання – одна із схованок від самотності* (УЛГ, 12.12.12). Рідко, але послідовно в мові електронних мас-медіа трапляються афористичні вислови про роль жінки в сучасному суспільстві, як-от: *Ступінь освіти і цивілізації кожного народу можна означити з того, як той народ відноситься до жінки в житті і в пісні* (УЛГ, 16.01.13); *Сьогодні «я-феміністка» може сказати лише інтелектуалка* (УП, 08.03.12) тощо.

Найменш уживаними виявилися афоризми на позначення суспільно-політичного характеру. Вони розкривають кореляцію «держава як феномен влади – нація в цій державі»: *Держава – зло, коли чужі державці* (УЛГ, 19.03.13); *Нація – не цукор і не сіль. Не треба недооцінювати її стійкість і опірність зовнішньому середовищу* (УЛГ, 03.06.12).

Етнонаціональні афористичні вислови, що поодинокі функціонують у мові аналізованих ЗМІ, ґрунтуються на соціолінгвістичній проблематиці. Мовні одиниці цього класу переважно визначають роль мови для національно свідомого громадянина, характеризуючись у цьому разі високо-патетичним патріотичним забарвленням. Напр.: *Отечество ж в собі ґрунтуймо в ріднім слові: Одно воно від пагуби втече, Піддержить націю на предковій основі* (УП, 20.09.12); *Не мова береже самосвідомість, а самосвідомість – мову* (УП, 28.01.13).

Отже, у мові Інтернет-видань функціонують узуальні та індивідуально-авторські образно-художні формули. У вживанні афоризмів у мові електронних ЗМІ простежуємо такі тенденції: 1) динамічність та відтворюваність, орієнтація на постійне семантико-стилістичне збагачування; 2) продуктивність індивідуально-авторських одиниць із семантикою логічного умовиводу, констатації авторського світовідчуття, своєрідної поради та морально-естетичної настанови; 3) нечастотність узуальних афоризмів. Помітною рисою проаналізованих афористичних одиниць є їх структурне трансформування.

Основне призначення афоризмів у мові Інтернет-видань – бути засобом актуалізації уваги реципієнта. Вдало дібрані

афоризми насичують тексти живою енергією, вносять новий відтінок у тлумачення простих, буденних понять, наштовхують на роздуми, пробуджують свідомість до продуктивного сприймання інформації. Однак усебічний, зокрема класифікаційно-функційний, опис національного афористичного надбання є беззаперечною перспективою української лінгвістичної науки.

### Бібліографічні посилання

1. **Гаврин С. Г.** Фразеология современного русского языка / С. Г. Гаврин – Пермь : Высш. шк., 1974. – 269 с.
2. **Григораш А.** Літературні цитати і ремінісценції на газетних шпальтах 90-х рр. / А. Григораш // Урок української. – 2001. – № 2. – С. 18–21.
3. **Дяченко М. Д.** Афористика як жанр регіональної преси (на матеріалі газет «Запорізька правда» і «Комсомолец Запоріжжя» 70–80 рр. ХХ ст.) / М. Д. Дяченко // Держава та регіони. Серія : гуманітарні науки. – Запоріжжя, 2007. – № 4. – С. 103–105.
4. **Калашник В. С.** Людина та образ у світі мови : вибрані статті / В. С. Калашник. – Х. : Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна, 2011. – 368 с.
5. **Колоїз Ж. П.** Порухення фразеологічних норм як один із способів інтенсифікації виразності у мові засобів масової інформації / Ж. П. Колоїз // Мандрівець. – 2004. – № 2. – С. 34–36.
6. **Федоренко Н. Т.** Жанровые и видовые особенности афоризмов / Н. Т. Федоренко, Л. И. Сокольская // Изв. АН СРСР. Серія : Литература и язык. – 1985. – № 3. – С. 243–247.
7. **Шарманова Н. М.** Українська афористика : структурно-семантичний та функціональний аспекти [Електронний ресурс] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / Н. М. Шарманова. – Режим доступу : <http://www.dissertation.com.ua/node/662763>.
8. **Шарманова Н. М.** Диференційні ознаки афоризму як



- одиниці пареміології / Н. М. Шарманова // *Ucrainistica* : Зб. наук. праць. – Кривий Ріг, 2002. – С. 131–135.
9. **Шарманова Н. М.** Інноваційні теоретичні засади сучасної афористики / Н. М. Шарманова // *Лексико-граматичні інновації в сучасних слов'янських мовах : матеріали міжнародної наукової конференції / Дніпропетровськ, 14–15 квітня 2005 р. // Упор. Т. С. Пристайко. – Дніпропетровськ : Пороги, 2005. – С. 455–459.*
10. **Янович Е. И.** Современная русская афористика (семантика, стиль, структура текста и механизмы его порождения) / Е. И. Янович // *История. Филология. – Минск, 2001. – Т. 2. – С.434–440.*