

Кубрякова Е.С. О разных подходах к изучению СМИ. Язык массовой информации как объект междисциплинарного исследования. – М., 2001; 6. Сенько Е.В. Коннотативно-прагматическая динамика лексических единиц. Коммуникативно-прагматическая семантика. – Волгоград, 2000; 7. Тулдава Ю. Проблемы и методы квантитативного исследования лексики. – Москва, 1987; 8. Частотний словник сучасної української художньої прози. – К., 1981; 9. Частотний словник сучасної української публіцистики. – К., 1994; 10. Частотний словник українського публіцистичного стилю. – К., 2004; 11. Daneš F. *aj*. Český jazyk na přelomu tisíciletí. – Praha, 1997; 12. Čermák F., Křen, M. (eds.). *Frekvenční slovník češtiny*. – Praha, 2004; 13. Havránek B., *aj*. *Slovník spisovného jazyka českého*. – Praha, 1971; 14. *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*. – Praha, 2005.

Ма Яньфей (Пекин, Китай)

**Реалізація імпресивної функції негативної конотації
в суспільно-політичному дискурсі
(на матеріалі електронних версій українських газет)**

У статті розглядається імпресивність негативної конотації та способи її втілення в текстах публіцистичного стилю.

Ключові слова: конотація, імпресивність, дискурс, пресупозиція.

В статье рассматривается импресивность отрицательной коннотации и способы её воплощения в текстах публицистического стиля.

Ключевые слова: коннотация, импресивность, дискурс, пресуппозиция.

The article deals with the impressiveness of negative connotation and the ways of its incarnation in the texts of journalistic style.

Key words: connotation, impressiveness, discourse, presupposition.

Останні десять років українська прагмалінгвістика як комплексна наука, що включає досягнення філософії мови, психології, теорії комунікацій, соціолінгвістики, дуже активно розвивається. Серед досягнень української науки слід відзначити насамперед праці львівських дослідників Ф. С. Бацевича та Т. А. Космеди [1; 2; 4; 5], які заклали теоретичний фундамент для подальших досліджень більш практичного спрямування.

Політичний плюралізм сучасної України, давні традиції політичної демократії, свобода слова і гострі дискусії у громадському житті дають багатий і цікавий матеріал для досліджень соціально-політичного дискурсу. Одним із напрямків прагмалінгвістики є вивчення умов успішності, які виявляються у межах різних мовленнєвих жанрів. Ф.С. Бацевич відзначає, що дискурс «містить аспекти спілкування, пов'язані із загальним умінням людини будувати дискурси різних типів із використанням різних каналів комунікації, із застосуванням потрібних регістрових, тональнісних його характеристик, умінням використовувати закони, принципи, максими і постулати спілкування

та інші важливі чинники дискурсоутворення» [1, 248]. Далі слідує висновок: «Невміння або небажання дотримуватись умов успішної побудови дискурсів різного типу стає причиною різноманітних комунікативних невдач, помилок, девіацій» [1, 248]. Саме для того, щоб інтенції мовця були досягнуті і дискурс був успішним, варто досліджувати і класифікувати засоби і прийоми, що призводять до удач, однак можуть породжувати також і помилки.

Мета даного дослідження подвійна: з одного боку, віднайти в газетних текстах форми вираження негативної лексичної конотації з імпресивною функцією для того, щоб носії іншої мовної культури могли легко її ідентифікувати, а з другого – відстежити, які ж із цих форм виявляються найбільш успішними в жанрі суспільно-політичного дискурсу. Результати дослідження можна застосувати в галузі міжкультурної комунікації та з практичною метою побудови успішного дискурсу в заявленому жанрі.

Роботу виконано на матеріалі електронних версій українських газет «Україна молода», «День», «Газета по-українськи».

Новизна роботи полягає в розгляді українського матеріалу з позицій носія іншої мовної культури. Такий відсторонений погляд можуть застосувати також і українські дослідники з метою досягнення успішності в побудові суспільно-політичного мас-медійного дискурсу. Саме в такому ракурсі тема є актуальною.

Імпресивна функція конотації, особливо негативної, не може здійснюватися окремо від експресивної, оскільки одна із основних інтенцій газетного дискурсу – вплинути на адресата. Успішність реалізації такої інтенції залежатиме від застосування мовцем різних комунікативних стратегій.

Розглянемо це на прикладі такої комунікативної ситуації: журналістові у грубій формі перешкоджають виконувати свої професійні обов'язки, що викликає в нього відповідну емоційну реакцію. Однак журналіст не лише і насамперед не приватна особа, яка має право на власні переживання, а ще й професіонал, який повинен твердо і врівноважено переконати суспільство в тому, що в його особі було зневажено також і демократичні здобутки сучасного суспільства. Порівняємо два фрагменти на задану тему:

1) За минулі два тижні *президентські «сек'юріті»* двічі *відзначилися утисками* працівників ЗМІ під час виконання ними професійних обов'язків (Україна молода, 27 квітня 2011).

2) Думаю, що і справді існують журналісти-холуї, які ретельно виконують брудні замовлення своїх господарів. Та коли про це *заявляє* така одіозна *постать*, як *акордеоніст і за сумісництвом народний депутат* Ян Табачник, то це звучить трохи кумедно. Нагадаю, що під час телевізійної програми, яку він веде на одному з каналів, *цей добродій* заявив, що 85 відсотків журналістів холуї (Газета по-українськи, 17 квітня 2011).

Перший текст із позицій прагмалінгвістики видається нам набагато успішнішим. У ньому, звісно, присутня зрозуміла читачеві образа, що виявляється у вживанні чужоземного запозичення «сек'юріті» замість українського «охоронець». Цілком логічно, що в даному контексті прозора

внутрішня форма українського слова була б повністю знівельована. Однак тут дуже влучно використано з негативною контекстуальною конотацією слово «відзначилися». В результаті одержуємо такий собі ситуативний оксюморон: охоронці, покликані до високопрофесійних дій, а часом і до героїчних вчинків, спромоглися лише до невинуватих грубощів стосовно журналістів. Ситуацію висвітлено лаконічно, об'єктивно і без зайвих емоцій, хоча особисті переживання мовця помітні, цілком зрозумілі і виправдані. Читач повністю на боці автора. Тому подальші розлогі коментарі журналіста вже видаються надлишковими, не додаючи нової, об'єктивної і виваженої інформації: «Справді, пояснень таких дій «бодігардів» Януковича може бути два. Перше – просто *печерне хамство*» (Україна молода, 27 квітня 2011), – і т. д.

У другому тексті імпресивну функцію виконують одразу декілька висловлювань: «*заявляє така одіозна постать*», «*акордеоніст і за сумісництвом народний депутат*», «*цей добродій*». Негативної конотації тут одразу нагнітається набагато більше: спершу про людину сказано як про неживий предмет (пор. народне: «Воно там ще про щось говорить»), таку ж саму зневагу передає вказівний займенник: *цей добродій*, а слово *добродій* у контексті набуває антонімічного значення. Причина такого нагнітання стає зрозумілою лише наприкінці: згаданий добродій першим брутально, безпідставно і огульно образив журналістів. Саме такий порядок висвітлення подій призводить до комунікативної помилки: автор спершу видається тенденційним і необ'єктивним, не помічаючи, що в особі Яна Табачника він також не зовсім аргументовано образив усіх акордеоністів, оскільки сама по собі згадана професія є цілком поважною.

Представникам іншої культури завжди складно орієнтуватися у пресупозиціях, створених прецедентними текстами. Як про пресупозицію зазначив Колшанський. «...найбільш поширене розуміння пресупозиції як суми знань (фонових) комуніканта, здатного однозначно сприймати зміст висловлення. Що стосується пресупозиції, побудованої на екстралінгвістичній основі, на знанні ситуації, то вона є найбільш доступною для всіх комунікантів» [3, 88].

Однак такі пресупозиції завжди будуть вирашними з погляду прагматики, оскільки збувають у компетентного адресата цілу гаму асоціацій, а відтак – емоційних переживань. Розглянемо як приклад такий текст: «Рік тому в першій українській столиці стався *розмін суверенітету на газову знижку*, що дуже швидко обернулася *«тишком»*» (День, 27 квітня 2011).

Одразу стає зрозуміло, що йдеться про малоцивілізовані ринкові відносини, які можна характеризувати антитезою «не ринок, а базар». Відчувається, що автор переживає емоції ошуканого на такому базарі: гнів, образу, однак до того ж і незадоволення власними прорахунками, а не лише зовнішніми чинниками. Тільки мовцеві із фоновими знаннями про відому усім українцям народну казку з мотивом нерівнозначного обміну, який

закінчився «пшиком» («зміняв шило на швайку»), може бути зрозуміла ще й авторська самоіронія, відчуття власної відповідальності: знали, чим все може закінчитися, однак все одно дали себе ошукати.

Подібні алюзії на прецедентні тексти одразу переводять дискурс на вищий інтелектуальний рівень і створюють ефект співпраці учасників дискурсу, взаємоповаги і взаєморозуміння. Такий дискурс буде успішним лише в разі орієнтації мовця на особу і ментальність адресата.

Дуже часто для того, щоб володіти ситуацією, варто поставитись до неї з гумором, що можна спостерігати в такому тексті: «Перерахувавши всі можливі *митні «пряники»* для України, Глазьев почав *забивати ними клин* між нами і Європою» (День, 27 квітня 2011). Автор насамперед апелює до відомого в російській мовній культурі вислову «і кнудом, і пряником», створюючи із російського політика образ такого собі дресирувальника на гастролях. Однак оскільки сам автор вже звільнився від відомого українцям в минулому «комплексу меншовартості», то й не відчуває обурення чи образи такою ситуацією. Далі вимальовується така кумедна картина забивання клина між Україною і Європою російськими пряниками, що сама лишень ця спроба видається абсурдною.

Подібне гумористичне ставлення до ситуації простежується також в такому тексті: «Акцію «Нашої України» вирішили зіпсувати представники Партії регіонів. Юні «регіонали» оточили *стратегічний периметр* біля парасетів, тоді як «НУ» гуртувалася трохи далі від проїжджої частини, ближче до дніпровського схилу. Між двома таборами стояли посилені наряди міліції та металеві щити. Але це було зайвим. «Синя» *публіка* поводитися дуже пасивно і здебільшого ховалася в затінку дерев. Коли нардеп-«регіонал» Валерій Бондик вийшов на сцену, то, здалося, говорив сам із собою. Дехто із *рекрутованих підлітків* просто слухав музику в навушниках...» (Україна молода, 28 квітня 2011). Застосування військових термінів «стратегічний периметр», «рекрутований» в сполученні з «підлітками» створює ефект марних зусиль, витрачених з абсолютно нікчемною метою. Оцінна функція згаданих висловлювань тут виявляється лише контекстуально. Вже звичне в українському політичному дискурсі найменування основних політичних сил за кольорами викликає алюзії до українського фразеологізму «синій як пуп» і змушує нагадати образ прихильників відомої партії як таких, що зловживають алкоголем і наркотиками: епітет «синьо-білий» був би тут нейтральним. Слово «публіка» викликає асоціації із глядацьким залом і підсилює враження пасивності учасників політичного протистояння.

Отже, в результаті дослідження можна зробити такі висновки:

1. Імпресивна функція негативної конотації в суспільно-політичному газетному дискурсі ніколи не буває і не може бути основною, саме виходячи із специфіки даного дискурсу.

2. Негативна конотація в жодному разі не повинна бути надлишковою

при виборі комунікативної стратегії побудови успішного суспільно-політичного дискурсу. Саме в газетних мовленнєвих жанрах надлишковість негативної конотації призводить до невдач і девіацій.

3. Негативна конотація із імпресивною функцією обов'язково повинна бути вмотивованою інтенціонально.

4. Для побудови успішного дискурсу негативна конотація має бути врівноважена позитивною, або ж розріджена іронією (самоіронією) та гумором.

5. В розробці комунікативних стратегій суспільно-політичного дискурсу негативна конотація може бути врівноважена алюзіями на відомі прецедентні тексти. Тоді з емоційного рівня негативна конотація переходить на рівень інтелектуальний.

В аналізованих текстах спостерігається переважання негативної конотації. Загалом це закономірно: негативні емоції сильніше переживаються і краще запам'ятовуються. Однак у подальших дослідженнях варто звернутися саме до пошуку і аналізу засобів позитивної лексичної конотації.

ЛІТЕРАТУРА:

1. *Бацевич Ф.С.* Нариси з лінгвістичної прагматики: Монографія. – Львів: ПАІС, 2010. – 336 с.; 2. *Бацевич Ф.С.* Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К., 2004. – 344 с.; 3. *Коліанський Г.В.* Контекстная семантика. – М., 2007. – 152 с.; 4. *Космеда Т.А.* Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики: формування і розвиток категорії оцінки. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. – 350 с.; 5. *Космеда Т.А.* Комунікативна компетенція Івана Франка: міжкультурні, інтерперсональні, риторичні виміри. – Львів: ПАІС, 2006. – 328 с.; 6. *Маслова А.Ю.* Введение в прагмалінгвистику: учеб. пособие. – 3-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 152 с.

Марченко Н.В. (Київ, Україна)

Свята у травні у звичаях слов'янських народів як відбиток праслов'янської міфології

У статті розглядаються стародавні обрядові звичаї слов'янських народів в останньому місяці весни. Сюжети таких народних забав мають давнє праслов'янське коріння, спільне для усіх слов'янських народів, а також мають схожі сюжетні лінії у святкуваннях інших народів Європи. З розвитком різноманітних суспільних явищ на європейському просторі такі народні звичаї були адаптовані до християнських свят і, здебільшого, набули характеру землеробської та сімейної тематики упродовж свого часу побутування у звичаях народу.

Ключові слова: міфонім, етимон, концепція, обрядове дійство, язичницький, християнський, фольклор, хоровод, веснянка, гайвка.

В статье рассматриваются ритуальные обычаи славянских народов, которые обыкновенно праздновались в последний месяц весны. Сюжеты народного веселья отражают древнюю историю, общую для праславянского мира, а также