

комунікативну компетентність в учнів, робота над текстом повинна проводитися не епізодично, а систематично, цілеспрямовано, тобто не лише на спеціально відведених уроках, а під час інших тем. При цьому теоретичні відомості варто не просто повторювати, а поглиблювати відповідно до тих мовних явищ, які в цей час розглядаються. Опрацювання елементів лінгвістики тексту під час лексикології та морфології сприяє єдності нерозривних процесів — засвоєння мовних знань, застосування їх у мовленні та забезпечення комунікативної спрямованості навчання.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бондаренко Н. В. Робота з текстом на уроках української мови у 5-7 класах / Н. В. Бондаренко // Бібліотечка «Дивослова». — 2008.— № 5. — 56 с.
2. Варзацька Л. О. Навчання мови та мовлення на основі тексту: Посібник для вчителів / Л. О. Варзацька. — К.: Рад. шк., 1986. — 104 с.
3. Мельничайко В. Я. Лінгвістика тексту в шкільному курсі української мови: Посібник для вчителя / В. Я. Мельничайко. — К: Радянська школа, 1986. — 168 с.
4. Мельничайко В. Я. Творчі роботи на уроках української мови: Посібник для вчителя / В. Я. Мельничайко. — К.: Рад. шк., 1984. — 223 с.
5. Пентиліук М. І. Аналіз тексту на уроках мови / М. І. Пентиліук // Дивослово. — 1999. — №3. — С. 21 — 23.

Капітан Н.

Науковий керівник — проф. Вільчинська Т. П.

МОВНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТАКТИКИ ПОЗИТИВНОГО ОЦІНЮВАННЯ В СУЧАСНІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ

Відомо, що мова є не лише засобом спілкування, а й способом сприймання світу, відображення його у свідомості людини. Оцінний підхід до навколишньої дійсності, її сприйняття через призму визначеної системи норм та цінностей притаманний кожній людині. Оцінка є беззаперечною та важливою складовою картини світу окремих осіб, представників певних соціальних груп та цілих націй, оскільки всі події та факти навколишнього світу сприймаються як позитивні, нейтральні або негативні залежно від встановлених норм, правил та особистих переконань. Під позитивною емоційно-оцінною інформацією розуміють позитивну оцінку та її модифікації (схвалення, ніжне відношення, захоплення) [5, с.247]. Оцінність є обов'язковим елементом емоційності. Оцінювання людиною якогось предмета чи явища нерідко базується на емоційних переживаннях, проте емоційність не завжди є необхідним елементом оцінності: одне і теж слово в різних мовленнєвих ситуаціях може виражати як емоції, так емоції й оцінку водночас. Характер оцінки зосереджений в основі пізнання людиною навколишньої дійсності, оскільки саме оцінка визначає значущість того чи іншого предмета, дії чи ознаки в картині світу певного етносу. На аксіологічній лінійці з позитивного боку зосереджується та характеристика, що розглядається як позитивна.

На лінгвістичному рівні оцінка виражається через мовні одиниці, художньо-виражальні засоби, які виражають позитивне або негативне ставлення мовця до змісту висловленого або предметів дійсності, спрямоване на реалізацію певного комунікативного завдання.

В останні десятиліття проблема тактики позитивного оцінювання через свою актуальність привертає до себе велику увагу науковців. Зокрема, стратегія позитивного оцінювання була предметом розгляду в наукових працях В. Н. Коробової, А. І. Дубської, Н. В. Василенко, Е. А. Федотової, О. М. Коротун. Власне компліментарне оцінювання досліджували такі вчені, як І. Ю. Шкіцька, К. В. Мудрова, З. Ф. Галімова, Н. М. Германова, І. С. Морозова, Н. В. Василенко та ін.

Журналістський текст, матеріалізуючи в знаковій формі результати пізнавальної діяльності, відображає раціональну, а також почуттєву, емоційну сфери людини. Оцінні слова та вирази характеризуються широкою вживаністю в публіцистиці, де відіграють важливу роль. У публіцистичному дискурсі вони вирізняються величезним розмаїттям як у структурному плані, так і в плані семантики. Тактика позитиву має маніпулятивний характер, основою якого є стратегія підвищення значимості співрозмовника, адже компліментарні висловлювання та

інформація у вигляді похвали завжди позитивно впливають на свідомість реципієнта [4, с.123]. Оскільки мова ЗМІ значною мірою впливає на повсякденне мовлення, формує в носіїв певний мовний смак і диктує моду на використання тих чи інших мовних засобів, матеріалом нашого дослідження стало одне з періодичних видань, а саме газета «Високий замок». Перспектива вивчення позитивно маркованої лексики, в тому числі і в публіцистичному тексті, визначається теоретичними та практичними потребами, зумовленими зрослим інтересом науковців до виявлення і опису мовних засобів вираження оцінки.

Мета статті — дослідити мовні засоби вираження тактики позитивного оцінювання, засвідчених лінгвовиражальними засобами, у львівській газеті «Високий замок» (видання за 2012-2014 рр.), з'ясувати, які оцінки реалізуються в публіцистичному (газетному) тексті.

Повноцінне функціонування сучасних засобів масової комунікації в Україні, як і в усьому світі, сьогодні уже неможливе без оцінювання подій політичного, економічного, культурного життя суспільства та належної аргументації цих оцінок. Українська преса перебуває в постійному пошуку різних засобів суб'єктивного увиразнення мовлення. Газети у мовному плані прагнуть наблизитись до читача, зацікавити його. Одним із важливих завдань сучасної преси в цьому плані є організація та подача інформації так, щоб це сприяло позитивному налаштуванню читача, емоційній розрядці реципієнта. Сучасний публіцистичний дискурс демонструє розмаїття авторських оцінок. Сьогодні журналіст має можливість «проповідувати» особисту точку зору, не ховаючись за певний авторитет (партії, соціальної групи, редакції), як це було в радянські часи.

Оцінка в публіцистиці — явище комунікативно різнопланове. Оцінна спрямованість публіцистичних виступів та інформаційних повідомлень вимагає широкого використання всіх стильових можливостей мови, створення нових соціально-оцінних засобів. Функціональний підхід, застосований до опису засобів вираження оцінки в публіцистичному стилі, ґрунтується на врахуванні здатності лексичних, фразеологічних, словотвірних, синтаксичних, стилістичних одиниць розкривати свої потенційні можливості в процесі комунікації.

У статті на матеріалі публікацій в газеті «Високий замок» з'ясуємо, які мовні засоби об'єктивізації тактики позитивного оцінювання є найбільш продуктивними. У контексті порушеної проблеми нашу увагу привертає насамперед аналіз газетних текстів на стилістичному рівні.

Високим позитивним емоційним зарядом характеризуються передусім численні епітети, наприклад: *Проти французьких «козутиків» — бойові українські орли!* [ВЗ, 2013.25.10]; *А могла тоді і виграти — якби юний Андрій Шевченко зі своїм пацанським драйвом, вийшовши віч-на-віч з голкіпером, замість того, щоб влучно пробити «на техніку», не задумав підступно пустити м'яча Бартезу між ноги...* [ВЗ, 2013.25.10]; *Жодна весільна забава не обходиться без запальних танців «під Верку»* [ВЗ, 2013.26.05]; *От-от на екрани вийде перший україномовний містичний фільм «Тіні незабутих предків», де поряд з нововідкритими талантами у фільмі знявся спадкоємець акторської династії Дмитро Ступка* [ВЗ, 2013.26.10]; *Часто люди, які не можуть похвалитися «американськими» зубами, соромляться сміятися щиро* [ВЗ, 2013.30.08].

Засобом вираження авторського оцінного ставлення є також:

– порівняння: *Стоси зошитів та шкільного приладдя тануть, як морозиво на сонці. Для продавців канцтоварів серпень та перша половина вересня найурожайніша пора в році, адже якщо сумки купують, можливо, і не щороку, то зі старими зошитами ніхто в школу не йде* [ВЗ, 2012.30.08]; *Нерідко у дітей молочні зуби були біленькими, мов перлинки, а постійні ростуть жовті* [ВЗ, 2012.30.08];

– риторичні вигукки та питання: *Діти були невимовно щасливими від таких приємних сюрпризів. Та що ви! Хіба вони колись таке бачили?* [ВЗ, 2012.21.04];

– антитеза (протиставлення антагоністичних чи ситуаційно антагоністичних явищ): *Тоді у тайнстві Хрещення ми вмерли і народилися у водах Дніпра* [ВЗ, 2013.18.08];

– апосіопеза (замовчування): *Та це було б правдою, але...* [ВЗ, 2013.22.07];

– еліipsis: *«У листах такі теплі слова — [і тому] їх так приємно перекладати!»* [ВЗ, 2013.14.05];

– градація (підвид — клімакс) — у нашому випадку присутній спад (вітання від

найближчих людей до просто знайомої): *Першою привітала моя молодша сестра, написала, що я була найкращою. Було багато смс з поздоровленнями від друзів, колег по цеху, і мого фан-клубу. Приємно було з рук прем'єр-міністра Криму Анатолія Могильова отримати медаль та звання заслуженого артиста Автономної Республіки Крим. Це перша у моєму житті нагорода державного рівня* [ВЗ, 2013.30.05].

– метафора: *Начинкою її висловлювань були лише приємні вирази, так сказати «посипані медом»* [ВЗ, 2013.11.11].

Усі тропи та фігури в основному базуються на прагненні авторів чітко і зрозуміло передати оцінку та емоції. Позитивна оцінка може передаватися як прямим способом, так і непрямым. У першому випадку — шляхом повідомлення, наприклад, реципієнту інформації про його заслуги, гарні вчинки, позитивні риси характеру, демонстрування зумовленості свого або інших осіб позитивного емоційно-психічного стану чи позитивних змін у житті поведінкою чи присутністю адресата; висловлення переконаності в «хорошості» співрозмовника, спростування сумнівів щодо наявності заслуг і позитивних якостей адресата: *Твої розумні слова переходять з покоління в покоління, додаючи життєвої мудрості* [ВЗ, 2012.11.04].

Непрямо позитивне ставлення до людини чи предмета передається шляхом опису автором свого чи колективного емоційного стану із вказівкою на його спричиненість певним явищем чи особою: *Цілий день юна дівчина просиділа в темряві своїх думок, але врешті з'явився він* [ВЗ, 2012.03.07].

Аналіз засвідчив, що в газетному стилі представлені два види оцінок:

– Відкрита оцінка — це яскраво виражена в публіцистичному тексті авторська позиція, яка підтримується лексичними засобами: *На передвиборчій кампанії Роберта Дуела оцінили негативно, оскільки була нав'язана опозиція молодість — старість. Опонент Білл Клінтон, молодий, енергійний, та відвертий, звичайно, переміг* [ВЗ, 2012.02.04].

– Прихована оцінка — це вмале маніпулювання словом, створення необхідного підтексту, що підсилює ефект впливу тексту та його прагматичну спрямованість на адресата: *І ніхто не знає, що я починав з чудової посади так званого «клінінг-менеджера», яка принесла мені перший досвід і перші гроші, які були найсолодшими і найціннішими для мене* [ВЗ, 2012.02.10]. Засобом творення є евфемізм: клінінг-менеджер — прибиральник.

Проблема категорії оцінки, реалізації тактик позитиву та засобів їх вираження у публіцистичному мовленні вимагає довгого і детального дослідження, тому повною мірою належить до перспективних. Завдання, порушені в статті, потребують дослідження, причому не одного мовознавця, а різних наукових угруповань.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Високий замок. — 2012-2014.
2. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки / Е.М.Вольф. — [изд.3-е, стер.]. — М.: Наука, 2006. — 228 с.
3. Коротун О. О. Семантика оцінки в номінаціях особи / О. О. Коротун // Ономастика і апелятиви: зб. наук. пр. — Донецьк: ДНУ, 2001. — Вип. 14. — 113 с.
4. Федоренко О. Є. Категорія емоційної оцінки в реалізації комунікативних завдань журналіста / Ольга Федоренко // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. — Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2011. — Вип. 34, ч. 1. — С. 242-248.
5. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву: лінгвістичний аспект: [монографія] / Ірина Юрївна Шкіцька; за наук. ред. проф. В.М.Бріцина. — К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. — 440 с.

Коропатницька Н.

Науковий керівник — проф. Вільчинська Т.П.

ЛІНГВОКУЛЬТУРНА ПРИРОДА КОЛЬОРЕМ У МАЛІЙ ПРОЗІ БОРИСА ХАРЧУКА

На зламі тисячоліть активізується новий культурологічний напрямок дослідження мови: мова все активніше розглядається у взаємозв'язку і взаємодії з історією, етногенезом, суспільством, національною психологією, культурою. Лінгвокультурологія, як одна з молодих наук інтегрального типу, синтезувала в собі усі надбання попередніх лінгвістичних напрямів культурологічного спрямування: етнолінгвістики, етнопсихолінгвістики, соціолінгвістики,