

приклад: *Гуде хуртовина, наче баци на весіллі, сміється, жартує, мов джун править перемогу* (Б. Антоненко-Давидович); *За вікном шуміло море, наче дихав під скелями якийсь велетенський зеір* (З. Тулуб); *Скорбота і жалоба по ній стає муrom між ним і нею, мов пливе обтернений пліт* (І. Франко). Отже, спочатку певна ситуація сприймається мовцем такою, якою вона є в об'єктивній дійсності. Потім постає як суб'єктивний образ, свого роду "внутрішнє бачення", "внутрішня фотографія". Компаративний ефект у цьому разі досягається внаслідок порівняння реальної ситуації та її суб'єктивного бачення мовцем. Основою порівняння при цьому виступають ті викликані реальною ситуацією асоціації, що фіксуються у свідомості мовця.

Зміст асоціацій може частково експлікуватись лексико-семантичною організацією ірреально-порівняльних конструкцій. Наприклад: *Дівченятко почервоніло, наче сонце зайнялося на сході* (А. Мацевич) — схід сонця асоціюється з червоним кольором; сема "червоний" присутня також у семантичній структурі лексеми "зайнялося", наявної у підрядній частині. Що стосується конструкції *[По подвір 'ю розтеклись гуси;] гусенята коливають з ноги на ногу, наче вітер моріжком гонить жовті пушанки* (М. Коцюбинський), то семантична структура суб'єктивної лексеми головної частини ("гусенята") містить сему "жовтий колір". Ця ознака експлікується в підрядній частині й характеризує об'єкт (пор.: "жовтих пушинок"). У реченні *Світло з обох вікон полилося на неї, наче світили це два прожектори* (Шевчук) вікна асоціюються з прожекторами на підставі кількісної ознаки, що репрезентується і в головній, і в підрядній частині лексемами "обидва" й "два". У конструкції ж *[Зостався смуток у думках, і сльози на очах заблесли. Немов перлисті краплі звисли Роси рясної на квітках* (Х. Алчевська) подібна ознака змістових компонентів головної та підрядної частини у структурі речення не виражається, однак це не заважає співвіднести окремі лексеми у складі обох предикативних частин. Так, сльози нагадують краплі перлів. Це підтримується подібністю семантичних структур цих лексем, зокрема наявністю в них сем "рідина" (для лексем "сльози" і "краплі"). Проте, як правило, асоціації, що становлять основу суб'єктивного бачення реальної ситуації, у структурі ірреально-порівняльних конструкцій не експлікуються. Пор.: *Там, під вербою, [де Солом 'яна вулиця перехремується з міською магістраллю,] стоять брезентові намети, немов ростуть гриби після дощу* (В. Дрозд).

Таким чином, залежно від способу організації ситуації-образу семантика складнопідрядних речень ірреального порівняння формується двома шляхами:

а) шляхом розкриття ознак реальної ситуації в процесі накладання на неї ситуації ірреальної, де і функціонує один із її учасників;

б) шляхом розкриття ознак реальної ситуації в процесі порівняння її з такою ірреальною ситуацією, яка виступає як абсолютно суб'єктивно-асоціативне бачення її мовцем.

Галина Одинцова

ХАРАКТЕР КАТЕГОРІЇ ОЦІННОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ТЕКСТІ

Усі реалії об'єктивного світу піддаються акту номінації, який полягає в фіксуванні вибраних явищ дійсності посередництвом мовних знаків. В інформаційному тексті ці мовні знаки фіксують нові суспільні погляди, нове суспільне мислення, нові суспільні потреби.

З усіх рівнів мовної системи найбільш чутливим до процесів суспільного буття є лексико-фразеологічний. Безумовно, з плином часу значних змін зазнають фонетика, морфологія і т.д., але в першу чергу будь-які новації, що з'являються в навколишній дійсності, знаходять своє відображення в лексиці. А мовними знаками, що виконують функцію власне найменувань (потіпа ргоргіа), передусім є іменники й агрибутивні словосполучення (АС).

У процесі суспільної комунікації в людини розширюються знання про навколишній світ. Процес пізнання полягає в актуалізації якоїсь ознаки певного об'єкта, а виділення декількох ознак свідчить про глибину проникнення людини в природу даного об'єкта. Мабуть, саме це мав на увазі О. Есперсен, коли писав, що "ми пізнаємо речі тільки через їх якості; сутність кожної речі складається з суми тих якостей, які ми в змозі сприйняти (або зрозуміти) як пов'язані одна з одною" [1]. Тому неабияку роль у мові масової комунікації відіграють АС, які є об'єктом нашої уваги. В інформаційному тексті вони виражають два типи мовних значень: логіко-предметне та інформаційно-оцінне. Ці мовні значення перебувають у прямій залежності від завдань, які покликані виконувати засоби масової ко-

мунікації: з одного боку, це повідомлення, інформація, а з другого — пропаганда, агітація. З огляду на це їх можна поділити на а) АС із власне інформативним значенням та б) АС з інформаційно-оцінним значенням, бо, "крім номінативно-класифікуючої діяльності свідомості, яка обслуговує пізнавальні потреби людини, для неї так же природно реагувати на світ емоційно" [2]. Тому вибір мовних засобів у мові масової комунікації повинен бути розрахований не лише на реципієнтів з інтелектуальним складом мислення, а й на емоційного споживача.

Категорія оцінності була об'єктом дослідження в науковій літературі [3]. Так, стосовно лексики Г.Я.Солганик розуміє оцінність як "частину лексичного значення, здатну виражати оцінку позначуваного словом предмета чи поняття" [4]. За його термінологією, оцінний компонент становить периферію в лексичному значенні слова, а роль ядра, або ж основи, він відводить понятійному, предметному значенню. Периферію творять різні емоційні, експресивні, стилістичні та інші виражальні засоби. У його роботах вся лексика поділяється на позитивно-оцінну, негативно оцінну та модальне оцінну.

О.М.Вольф вважає, що, крім суб'єктивного фактора, який передбачає позитивну чи негативну оцінку, категорію оцінності творить ще й об'єктивний (deskриптивний, ознаковий) компонент, який "орієнтується на власні властивості предметів чи явищ, на основі яких виноситься оцінка" [5]. Тому оцінні властивості є логічним наслідком deskриптивних, які, в свою чергу, базуються на об'єктивних ознаках описуваних предметів та явищ. З огляду на сказане О.М.Вольф виділяє оцінку емоційну та раціональну.

Безперечним є той факт, що в мові масової комунікації оцінність має соціальний характер, тобто відображає ставлення до предметів чи явищ цілих соціальних груп, партій, класів. Тому вибір мовних засобів в інформаційному тексті продиктований передусім їх соціально-оцінними властивостями.

АС є одними із тих мовних одиниць, які здатні передавати оцінне значення. Атрибут же здебільшого виражається прикметником, і тому аналіз його оцінного потенціалу вимагає з'ясування питання про денотативну сутність прикметника. У тому, що прикметник наділений сигніфікативним значенням, немає сумнівів. А в питанні про денотативний характер прикметника в мовознавстві зіткнулися дві полярні точки зору. Одні дослідники вважають, що прикметник належить до предикатних слів, які не вказують на предмети, а лише приписують їм ознаки, і тому позбавлені денотативного значення (О.М.Вольф, М.В.Нікітін та ін). На думку інших, у значенні прикметника, як і будь-якого іншого повнозначного слова, присутні обидва компоненти — денотативний і сигніфікативний (З.О.Харитончик та ін.).

Аналізуючи оцінність прикметників, О.М.Вольф вважає, що вони поєднують оцінне і deskриптивне значення, тобто передбачають як оцінку, так і повідомлення про властивості предметів чи подій. Більшість оцінних слів, на її думку, мають deskриптивні семи, зорієнтовані на денотат. Якщо, наприклад, денотати *успіх* чи *визискування* своїм значенням передбачають оцінне значення атрибутів (*блискучий успіх*, *жорстоке визискування*), то в досліджуваних словосполученнях зустрічаються конструкції, у яких денотат нейтральний в оцінному відношенні, а оцінність цілого словосполучення прямо залежить від оцінного потенціалу атрибута, напр.: *багатотраждальні люди* і *талановиті люди*. Протиставлення оцінного значення наведених словосполучень переконує, що й прикметникам властиве денотативне значення, яке, окрім того, що вказує на ознаку, ще й кваліфікує її. Кваліфікуючи ознаки, атрибут може надавати їм позитивного чи негативного значення, що й зумовило поділ словосполучень на дві лексико-семантичні групи: 1) АС з меліоративним значенням та 2) АС з пейо-ративним значенням.

Атрибутивні словосполучення з **меліоративним** значенням за своїм вираженням можна поділити на декілька різновидів.

1. Оцінним значенням наділений денотат, а атрибут в оцінному відношенні умовно нейтральний (умовно тому, що ціле словосполучення виражає оцінне значення, а це означає, що й атрибут експресивно "заряджений"): *хліборобська слава*, *економічний ефект*, *соціальні здобутки*.

2. Домінуючою оцінною характеристикою наділений атрибут, а денотат умовно нейтральний: *оптимальний варіант*, *першокласне обладнання*, *авторитетне жури*. Велику групу цього розряду утворюють словосполучення, у яких атрибут виражений складним прикметником із компонентом "високий": *висококласні результати*, *високостійкі пломбувальні пасти*, *висококваліфіковані спеціалісти*.

3. Атрибут дублює оцінне значення денотата: *особлива популярність, прекрасний шанс, богатирська слава*.

У наведених словосполученнях позитивна оцінка зосереджена в семантиці компонентів і явно виражена лексичним значенням. Така оцінність носить експліцитний характер. Експліцитним значенням наділені й деякі стилістично марковані афікси: *найкращі спортсмени світу, якнайкращий читачський загал, прекрасні майстри, багатюща літературна скарбниця*. Експліцитно-оцінні словосполучення зберігають своє значення й поза контекстом.

Велика частина АС в інформаційному тексті наділена імпліцитною оцінністю, яка не виражає відкрито свого значення, а лише в найзагальніших рисах передає її. Такі словосполучення своє значення проявляють в умовах контексту, і "характер їх оцінки інтелектуальний" [6]: *офіційні особи, дипломатичні відносини, економічне співробітництво*.

Одним із різновидів інформаційних жанрів є рекламний текст. Вибір мовних засобів у рекламі теж соціально зорієнтований і теж характеризується поєднанням логічного та емоційного начал. Серед атрибутивних словосполучень тут переважають АС з меліоративним значенням. Вживаються вони на означення понять, які наділені соціальним престижем і мають соціальну вартісність: *сучасний дизайн, фірмовий знак, широкий асортимент*. У цих словосполученнях пріоритетом користуються слова, що виражають підвищені соціальні цінності. Образ товару в рекламі (імідж) супроводжується характеристиками, які вказують на його достоїнства, на відмінність від аналогічних, уже існуючих: *програмне забезпечення, підсилювач вищого класу, широкий діапазон функціональних можливостей*. І ще одна особливість АС у рекламному тексті — велика частота компаративних форм: *кращі спеціалісти світу, найкоротші строки поставок, найцікавіші телевізійні програми, найбільша біржа України* і под.

Другу велику групу оцінних словосполучень в інформаційному тексті становлять АС з **пейоративним** значенням, які мають негативне забарвлення. Вони теж утворюють декілька груп, аналогічних словосполученням з меліоративним значенням.

1. Пейоративне значення акумулює в собі денотат, а атрибут в оцінному відношенні умовно нейтральний: *офіційний протест, економічні труднощі, грошові стягнення*.

2. Оцінне значення зосереджене в атрибуті, а денотат не наділений оцінною характеристикою:

кризова ситуація, кримінальна хроніка, катастрофічний стан.

3. Оцінне значення атрибута передбачене семантикою денотата і співзвучне з ним: *збройний конфлікт, бактеріальне забруднення, вогнепальна зброя*.

Наведені групи атрибутивних словосполучень являють собою одиниці з експліцитно вираженою оцінністю. Подібно до АС з меліоративним забарвленням, атрибутивним словосполученням з пейоративним значенням теж властиве імпліцитне вираження оцінної характеристики: *прожитковий мінімум, страйковий комітет, нестабільна політична обстановка*.

Цікавими в плані оцінного ефекту є словосполучення, у яких спостерігається поєднання двох і полярних оцінок: денотат виражає пейоративне значення, а атрибут має меліоративне або навпаки. Її Такі словосполучення творяться за принципом оксюмору: *мирна зброя, лідер опозиції, бойові нагороди* і под. У таких словосполученнях, на наш погляд, меліоративні семи виконують роль сенсibili-загорів оцінки, і ціле словосполучення сприймається з позитивним ефектом.

Оцінна лексика становить частину конотативного значення слова, яке виступає другорядним по відношенню до денотативного. Конотативне значення творять емоційний, експресивний, оцінний та стилістичний компоненти в їх сукупності. Наявність конотативного значення пов'язана з прагматичною функцією слова, яка полягає в здатності виражати своє ставлення до описуваного. Стосовно мови засобів масової комунікації можна твердити, що категорія оцінки тут наділена соціально-прагматичною функцією.

ЛІТЕРАТУРА

1. Есперсен О. Философия грамматики.—М.:Изд-во иностр. л-ры, 1958.—С. 81.
2. Телия В.Н. Типы языковых значений. Связанное значение слова в языке. — М.:Наука, 1981. — С. 203.
3. Баранник Д.Х. Актуальні проблеми дослідження мови масової інформації // Мовознавство. — 1983. — № 6. — С. 13-17; Сербенська О.А. Мова газети і мовотворчість журналіста в аспекті соціально-культурного роз-

- витку суспільства: Автореф. дис. ... д-ра філ. наук. — К., 1992. — 39с.; Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки.—М.:Наука, 1985.—228с. та ін.
4. Солганик Г.Я. Системний аналіз газетної лексики й джерела її формування: Автореф. дис. ... д-ра філ. наук. — М., 1976. — С.28.
 5. Вольф Е.М. Значч. праця. — С. 22.
 6. Сергеев Ю.А. Прагматична функція усталених словосполучень у газетному тексті // Мовознавство. — 1986.—№2.—С. 55.

Світлана Станіславська

СЕМАНТИКА СКЛАДНОЇ НОМІНАТИВНОЇ ОДИНИЦІ В МЕЖАХ ЗАЙМЕННИКОВО-СПІВВІДНОСНОГО РЕЧЕННЯ ПРОСТОРОВОГО ЗНАЧЕННЯ

Теорія номінації¹ є важливою ділянкою сучасних лінгвістичних досліджень, бо має за мету пояснити, як проходить у мові "закріплення понятійних ознак, що відображають особливості предметів" [5, 19]. Важливим питанням теорії номінації є визначення того, ям з мовних одиниць вважаються одиницями номінації і взагалі із яких засобів будуються номінативні ресурси мови. Дня того, щоб бути одиницею номінації, ця одиниця повинна забезпечувати одну вимогу — позначати, служити назвою, здійснювати номінативну функцію, тобто репрезентувати об'єкт засобами мови. Відповідно до сучасних уявлень, такими одиницями є "одиниці будь-якої структурної простоти чи, навпаки, складності, будь-якої протяжності, будь-якого генезису" [6, 38]. Процес найменування вивчався, головним чином, на іменних класах слів, згодом у дослідження номінативних функцій були втягнуті й інші класи слів. З часом у полі зору ономазіології з'явилися і аналітичні найменування різних типів — фразеологічні звороти, зв'язані словосполучення, багатослівні терміни (Никитевич, 1973; Телия, 1981).

Оригінальна концепція номінативного аспекту речення дала змогу визнати, що в теорію номінації входить і розділ синтаксису, який вивчає "способи позначення цілісних подій" [1, 299].

Наявність в арсеналі номінативних засобів, крім лексичних, також синтаксичних одиниць пояснюється певною обмеженістю номінативних можливостей лексичної системи. Лексичні ресурси мови є дещо малочисельними для відображення різноманітних ситуацій дійсності. Певні синтаксичні моделі мають більші номінативні можливості, аніж слово, бо є назвами повнішими і розчленованими. Втім, існують і ситуації, коли мовець відчуває брак засобів у своєму арсеналі. Тоді з'являються перифрази, певні синтаксичні моделі, котрі компенсують відсутність прямих номінантів.

Засобами малого синтаксису є номінативні блоки, що є еквівалентами слова, але за протяжністю більші за нього.

Дериваційний синтаксис розглядає поняття синтаксичної деривації у зв'язку із застосуванням його до синтаксичного рівня мови. синтаксичною деривацією стали називати процеси творення одних синтаксичних одиниць від інших [7] або лише процеси творення речень [2].

Обмеження синтаксичної деривації лише сферою речення не є правомірним, бо словосполучення й мінімальні синтаксичні одиниці залишилися поза увагою при вивченні словотвірних процесів. На необхідність охоплення поняттям синтаксичної похідності всіх трьох синтаксичних одиниць вказує К.П.Городенська [3]. Новим у дериваційному синтаксисі стало й те, що напрям дериваційного акту зворотний щодо напряму такого ж акту в афіксальному словотворі. Дериваційні перетворення речення в словосполучення або словосполучення в мінімальну синтаксичну одиницю теоретично обгрунтовані й досліджені (Вихованець, 1980; Городенська, 1991). Лише в окремих працях знаходимо серед засобів малого синтаксису, крім словосполучення, номінативні блоки, які побудовані за схемою "співвідносне слово + підрядна частина", як наприклад: "Гроші, як і люди, хочуть бути там, де їм краще" (з газети).

Номінативні блоки "співвідносне слово + підрядна частина" належать до синтаксичних сполучень, що виникають як результат зв'язку між компонентами *різної природи*. Зауважимо, що В.А.Белошاپкова серед восьми можливих синтаксичних сполук називає "слово + просте речення", яке існує в царині складнопідрядного речення нерозчленованої структури.

¹ Існує й інша точка зору - Г.О.Золотової, яка інакше визначає напрям похідності синтаксичних одиниць - від мінімальної

синтаксичної одиниці до словосполучення та речення [4, 65-66].