

до фрагменту дійсності. Розподіл оцінки на раціональну і емоційну відбувається, перш за все, у зв'язку з суб'єктом оцінки, оскільки оцінка більше, ніж, яке-небудь інше значення, залежить від суб'єкта-мовця. Стає зрозуміло, що авторське оцінне ставлення до образу персонажа, формує певну модель мовного втілення цього персонажа. Перспективним напрямком подальших досліджень ми вважаємо визначення засобів вираження функціонально-семантичних класів оцінки.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Приходько Г. І. Способи вираження оцінки в сучасній англійській мові [монографія]. – Запоріжжя: Вид-во ЗДУ, 2001. – 361 с.
2. Соловйова Л. Ф. Вираження аксіологічних категорій у сучасній англійській мові (атрибути, предикативи і релятиви оцінки): автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Соловйова Лариса Федорівна ; Харк. нац. ун-т імені В. Н. Каразіна. – Х., 2000. – 19 с.
3. Osten J. *Pride and Prejudice*. – New York: Scribner, 2008. – 475 p.
4. Steel Danielle. *Happy Birthday* / Danielle Steel. – NY: A Dell Book, 2009. – 115 p.
5. Steel Danielle. *Miracle* / Danielle Steel. – NY: A Dell Book, 2006. – 225 p.

*Л. В. Тимошук,  
студентка магістратури,  
Національний університет «Острозька академія»*

## СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ

Стилістика як складова лінгвістики займається вивченням стилів мови. З усіх функціональних стилів, виділених і досліджуваних сучасною лінгвістикою, публіцистичний стиль чітко виокремлюється авторами більшості класифікацій і вважається похідним від риторики. Щоправда, поняття публіцистичного стилю неоднаково трактується різними авторами. Деякі науковці стверджують, що не можна провести чіткої межі між публіцистичним та газетним функціональними стилями, а деякі з них навіть прирівнюють ці два стилі, беручи до уваги їх ідентичні функції та застосування у матеріалах періодичних друкованих видань. Так, І. В. Арнольд ототожнює публіцистичний стиль з газетним [1, с. 90], Ю. М. Скребнев розглядає його як один із різновидів газетного стилю [7, с. 74], І. Г. Гальперин поєднує в це поняття стиль газетних статей, стиль ораторський і стиль есе [2, с. 81]. Науковці виділяють писемний та усний види цього стилю. До першого належить мова есе, газетних та журнальних статей, памфлети та ін., до другого – стиль ораторських промов, лекцій, репортажів, передач на телебаченні та радіо [2, с. 385].

Згідно з класифікацією функціональних стилів, розробленою Л. П. Єфімовим та О. А. Ясінецькою, публіцистичний стиль належить до групи книжних. Публіцистичний стиль у свою чергу має власну структуру підстилів, оскільки виокремлюють ораторський стиль (промови, лекції, доповіді), стиль радіо– та телепередач, стиль есе та журналістських статей [3, с. 20].

Загальна теорія жанрів публіцистичних текстів була закладена ще В. Б. Шкловським, а згодом розроблялася В. В. Учоною, Л. В. Шибаєвою, В. В. Ворошиловим й іншими фахівцями [9, с. 41-50].

М. І. Шлемкевич наводить цілу низку жанрових форм публіцистики та їх особливості, зокрема це – промови та послання, газетну та журнальну статтю, фейлетони, реферати-доповіді, есе, ескізи, розвідки, актуальні праці політично-ідеологічного, критично-естетичного, світоглядного змісту [11, с. 114]. Водночас автор подає певну ієрархічну типологію публіцистики: спочатку розглядається рівень щоденників та тижневиків, потім – журнальні огляди, студії, етюди, есе, і аж тоді твори світоглядової публіцистики, що межують із філософією.

М. О. Титаренко своєю чергою виокремлює художню публіцистику, світоглядну публіцистику та газетну, журнальну, теле-, радіопубліцистику. Як стверджує дослідник, так звана журналістська публіцистика передбачає вузький, професійний спосіб розуміння поняття. Це оперативна публіцистика газет, журналів і телебачення, яка межує із аналітикою (англійською публіцистика перекладається як аналітична журналістика, колумністика). На цьому рівні також розрізняють тематичну типологію публіцистики: культурологічна публіцистика (мистецтвознавча, літературознавча, театральна, архітектурна, музична, кіно-публіцистика), політична (зокрема партійна, ідеологічна), розслідувальна, економічна, медична (практично відсутня в ЗМІ), спортивна. Типологію можна продовжити, зокрема спираючись на історичну епоху, геополітичні та національні ознаки, ідеологічне спрямування, канал передачі, форму вираження тощо [9, с. 47].

Публіцистичний стиль в англійській мові почав оформлюватися приблизно всередині 18 століття [2, с. 385]. Призначення публіцистичного стилю – повідомляючи, переконувати, впливати на маси, формувати в людей правильне ставлення до суспільних проблем, повідомляти інформацію, що має суспільно-політичне значення. Ця функція публіцистичного стилю реалізовується передусім в газетах, журнальних статтях, у передачах по радіо і телебаченню, у виступах на зборах і мітингах, а сам вплив найчастіше завуальовується або поєднується з інформативною функцією (повідомлення, новин) [3, с. 20].

Науковці відводять публіцистиці особливу роль у системі функціональних стилів – задовольняти як інтелектуальні, так й естетичні потреби реципієнта. Як стверджує дослідник М. Д. Кузнец, публіцистичний стиль використовується з метою вплинути на читача чи слухача, переконати його, утім не лише логічністю і правильною структурованістю аргументації, а й емоційним піднесенням сказаного чи написаного [5]. «Для публіцистичних текстів притаманна оцінність, емоційність і сенсаційність», позаяк публіцистичний текст прагне не тільки поставити в центр громадської уваги ту чи іншу проблему, але й усебічно та послідовно розглянути найефективніші засоби для її вирішення. На думку О. М. Мороховського, публіцистичний текст передусім має бути зрозумілим, логічним, переконливим та експресивним [8, с. 257].

Отож, зважаючи на поєднання характеристик логічної аргументації та апелювання до емоцій, І. Г. Гальперин ставить публіцистичний стиль між науковим та художнім. Видатний французький лінгвіст Ш. Баллі ще свого часу писав, що «наукова мова – це мова ідей, а художня мова – мова почуттів». На кшталт до такої дефініції можна додати, що публіцистика – і мова думок, і первісність почуттів. Зазначимо, що з одного боку, висвітлення подій та фактів засобами масової інформації потребує обґрунтованих міркувань і відповідність логічного викладу думки, а з іншого боку, вираження авторського ставлення до

інформаційного приводу зобов'язує до використання емотивних мовних засобів. Зв'язна та логічна синтаксична структура з розширеною системою сполучників і ретельний розподіл на абзаци нагадує наукову прозу. Апелювання до емоцій досягається завдяки застосуванню слів з емотивною семантикою, відповідними конотаціями, використанням образів та інших стилістичних засобів аналогічно до емотивної прози. Таким чином, стилістичні засоби, використані в публіцистичному стилі, не є новими чи автентичними. Окремі елементи, що є суттєвими у белетристиці, як правило, присутні тут лише в поодиноких проявах з метою підтримання встановленого «шифру» [2, с. 389].

Українські науковці Єфімов та Ясінецька виявили, що опубліковані в ЗМІ матеріали та есе висвітлюють різноманітну тематику: політичну, соціальну, економічну, моральну, етичну, філософську, релігійну, освітню, культурну та науково-популярну, відтак вибір мовних та стилістичних засобів тут завжди залежатиме від предмету комунікативно-когнітивного дискурсу публіцистичного тексту. Таким чином, приміром статті, що порушуватимуть гуманітарні питання, завжди відзначатимуться великим числом засобів експресії [3, с. 20].

Використання значної кількості стилістичних засобів на різних рівнях є основною особливістю стилю. Сучасне розуміння публіцистичного стилю передбачає розгляд його характерних рис як приклад синкретизму мовних засобів, поєднання патетичної, урочисто-піднесеної і розмовної лексики [6, с. 19]. Окрім того, публіцистичний стиль характеризується лаконічністю висловів. У деяких варіантах стилю ця риса стає ключовим і невід'ємним мовним засобом водночас, адже, «тексти публіцистичного стилю як основні одиниці комунікації характеризуються саме комунікативно-прагматичною спрямованістю на їхніх реципієнтів», а тому є інформаційно насиченими та мають чітку прагматичну установку [10, с. 18].

На морфологічному рівні стилістика публіцистичного стилю вирізняється частим вживанням безособових форм дієслів, зокрема герундію, дієприслівникових, дієприкметникових та інфінітивних конструкцій, а також неперфектних форм дієслова. Опущення артиклів, дієслів-зв'язок, допоміжних дієслів і займенників особливо примітне у заголовках та інформаційних повідомленнях. Такі свого роду стилістичні засоби сприяють компресії змісту та експресії висловленого. Як результат стислості відбувається економія мовних засобів за рахунок комунікативно менш важливих фрагментів повідомлення.

Як зазначає А. Т. Знаменська, з точки зору синтаксису публіцистичний стиль характеризується риторичними запитаннями та різними питальними конструкціями в ораторстві. Натомість для публіцистичних текстів характерний формат написання заголовків здебільшого за допомогою безособових речень, еліптичних або ж запитальних конструкцій, інфінітивних складнопідрядних речень, атрибутивних груп. Окремі особливості синтаксичної організації тексту публіцистичного стилю полягають у наявності коротких самостійних повідомлень (1-3 висловлення), які складаються з довгих речень із складною структурою; максимальний поділ тексту на абзаци, коли майже кожне речення починається з нового рядка; наявність підзаголовків у всьому тексті для підвищення зацікавленості читачів. В інформаційних повідомленнях та журналістських статтях речення-новина нерідко вміщує один, два або й три предикативних центри [4, с. 151-152]. Основний стилі-

стичний принцип організації мови в публіцистиці – поєднання стандарту та експресії. Відсутність комплексної координації із низкою підрядних речень, а також сполучників забезпечує змістову ефективність та експресивність повідомлення. Прийменникові конструкції вживаються набагато частіше, аніж синонімічні герундійні. Однак у публіцистиці рідко присутні окличні речення, а з метою створення більшої синтаксичної організації та логічного оформлення речення можуть використовуватися артиклі.

Незважаючи на те, що публіцистичний стиль знаходить своє застосування у суспільно-політичній літературі, періодичній пресі (газетах, журналах), політичних виступах, промовах і зборах, науковці останнім часом схильні до розгляду основних рис саме газетно-журнального різновиду публіцистичного стилю, вважаючи його найбільш поширеним. Зокрема до характеристик різновиду зараховують такі лексико-стилістичні особливості як поміркованість у використанні мовних засобів, лаконічність викладу при інформативній насиченості; значний вміст суспільно-політичної лексики і фразеології, екстраполяція лексики інших стилів (особливо терміносистем) для стилістичного ефекту публіцистичних цілей, надмірне використання типових стильових кліше [4, 151-152].

Широкий спектр жанрів публіцистики має різноманітні своєрідні сфери реалізації, саме тому в публіцистичному стилі широко використовується суспільно-політична лексика, політичні гасла й заклики, штампи, урочисті фрази, риторичні запитання, засоби сатири й гумору. Стилістичне використання мовних полісемантичних лексем, ресурсів словотвору (авторські неологізми), емотивної лексики; використання зображувально-виразних засобів мови, зокрема засобів стилістичного синтаксису (вигуки, паралелізм побудови, повтори, інверсія і т.д.) дуже різняться у застосуванні залежно від жанрової приналежності.

Отже, для усіх публіцистичних жанрів характерні компресія інформації та передача певної частини повідомлень імпліцитно. Публіцистика формує громадську думку, організовує читача на здійснення поставлених завдань, звідси постає необхідність забезпечити логізацію та доказовість суджень (цим публіцистика схожа на літературу наукову) і потреба надати такому мовленню громадянського пафосу (художній стиль). Тому публіцистичне слово мусить бути чітким, переконливим і водночас емоційно напруженим або й епічно урочистим, величавим.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка / И. В. Арнольд. – Л.: Просвещение, 1973. – 302 с.
2. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка / И. Р. Гальперин. – М.: Изд-во лит-ры на иностр. языках, 1958. – 459 с.
3. Єфімов Л. П. Стилістика англійської мови і дискурсивний аналіз: [навч.– метод. посіб.] / Л. П. Єфімов, О. А. Ясінецька. – Вінниця: Нова книга, 2004. – 240 с.
4. Знаменская Т. А. Стилистика английского языка. Основы курса: [учебное пособие. Изд. 4-е исп. и доп.] / Т. А. Знаменская. – М.: Кошкнига, 2006. – 224с.
5. Кузнец М. Д. Стилистика английского языка / М. Д. Кузнец, Ю. М. Скребнев. – Л.: Учпедгиз, 1960. – 173 с.
6. Разинкина Н. М. Функциональная стилистика английского языка / Н. М. Розинкина. – М.: Высш. шк., 1989. – 182с.

7. Скрєбнев Ю. М. Основи стилістики англійського язика: [учебн. для ин-в и фак-в ин. яз. – 2-е изд. испр.] / Ю. М. Скрєбнев. – М.: «Изд. Астрель», 2000. – 224с.
8. Стилїстика англїйського язика / [А. Н. Мороховський, О. П. Вороб'єва, Н. И. Лїхошерст, З. В. Тїмошенко]. – К.: Вища школа, 1991. – 272 с.
9. Тїтаренко М. Феномен публїцистики: Проблема дефїнїцій / М. Тїтаренко // Вїсник львівського університету. Серія «Журналїстика». – Львів, 2007. – Вип. 30 – С. 41-50.
10. Худолїй, А. О. Функціональні зміни у мовї американської публїцистики кїнця ХХ– початку ХХІ столїття: монографїя / А. О. Худолїй. – Острог: Видавництво НаУОА, 2006.– 384 с.
11. Шлемкевич М. Новочасна потуга / М. Шлемкевич // Верхи життя і творчостї. – Нью-Йорк; Торонто, 1958. – С. 109-146.

*Н. Р. Яременко,  
студентка VI курсу  
Навчального-наукового інституту іноземної філології,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

## **ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ГЕНДЕРНО МАРКОВАНИХ КОЛЬОРОПОЗНАЧЕНЬ У ПЕРЕДАЧІ ЕМОЦІЙНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ПРОЗІ ТОМАСА ГАРДІ**

Важливу роль у сучасних лїнгвістичних дослідженнях відіграють такі категорії прагматики у застосуванні до тексту, як прагматичний потенціал та прагматичний ефект. Прагматичний потенціал мовленнєвої одиниці значно впливає на її вибір з метою ефективного впливу на адресата. Проте, у художньому мовленні актуалізуються не лише константні види прагматичної інформації, що притаманні одиницям як елементам мовної системи. Прагматичний ефект також можуть мати інші мовні одиниці, які залежать від взаємодії мови з мовним середовищем, будучи результатом креативного мислення письменника. Тобто, прагматичний потенціал одиниці – це як константна прагматична інформація, так і прагматична потенція мовної одиниці, що реалізується автором у ситуативному контексті. Особливий інтерес викликають дослідження прагматичного потенціалу гендерно маркованих кольоропозначень як невід'ємних складових індивідуально-авторської картини світу.

Гендерно марковані кольоропозначення становлять об'єкт багатьох наукових досліджень у галузі когнітивної лїнгвістики екстралїнгвістики, порівняльного мовознавства, етнолїнгвістики, психолїнгвістики, перекладознавства, семасїології (див. праці А.Вежбицької [3], А.В. Кирилїної [4], Б.А. Базими [2], В.А. Москович [5] та ін.). Проте проблема дослідження прагматичної спрямованості гендерно маркованих кольоропозначень у вивченні мовних засобів вираження емоцій на прикладі художніх творів англійських письменників потребує більш детального аналізу.

*Актуальність* даного дослідження зумовлена необхідністю пошуку різних шляхів інтерпретації мовного вираження емоцій за допомогою гендерно маркованих кольоропозначень, які є органічними складовими широкої проблематики антропоцентричності у мові та тексті. Гендерно марковану одиницю мови визначаємо як таку, що фіксує статеву належність референта, а також передає