

ПРАГМАТИЧНІ ФУНКЦІЇ ЕПІТЕТА В ТЕКСТАХ ГАЗЕТНО- ЖУРНАЛЬНИХ ЖАНРІВ

Актуальність обраної теми зумовлена зростанням інтересу лінгвістів до дослідження аксіологічних засобів мови в руслі антропоцентричного підходу до розробки мовної картини світу. Незважаючи на велику кількість праць, присвячених тропам, зокрема епітету (О.О.Потебня, О.М.Веселовський, І.Р.Гальперін, Ю.М.Скребнев, О.М.Мороховський, В.А.Кухаренко та ін.), деякі проблеми ще не одержали належного висвітлення та вимагають уточнення. Серед важливих питань, які потребують поглибленого вивчення, слід зазначити роль епітетів у вирішенні проблем філологічної інтерпретації текстів різної жанрової категорії.

Вирішальну роль у формуванні єдності тексту належить задуму його автора. Задум охоплює текст в цілому – від початку до кінця, впливаючи на його структурні властивості. Сміслові зв'язки проникають не тільки в структуру речень, але і з'єднують речення між собою.

Загальноновизнаним є положення про те, що для тексту фактором, який конструює його, виступає не стільки тема, скільки комунікативні завдання, тобто рішення відправника повідомлення або, іншими словами, прагматичний аспект.

Згідно з лінгво-прагматичною концепцією В. Л. Наєра, мовна прагматика являє собою «осередок впливового потенціалу тексту» [8, с.9]. Прагматика тексту нерозривно зв'язана з його адресованістю і з усіма іншими його аспектами, категоріями і типами інформації [1, с.93; 5, с.39; 4, с.55].

Серед усіх видів інформації, що містяться в тексті, особливо важливе значення має змістовно-підтекстова інформація, яка утворюється на стику змістовно-фактуальної та змістовно-концептуальної інформацій. Це – прихована інформація, яку отримує реципієнт завдяки здатності одиниць мови породжувати асоціативні та коннотативні значення [6, с.48; 2, с.33].

За справедливим твердженням М. С. Ретунської, «критерієм наявності у мовній одиниці прагматичного аспекту є експресивний (прагматичний) ефект, який розуміється як реалізація деякої ілюктивної сили, що націлена на емоційний вплив» [12, с. 229]. В

якості прагматично-орієнтованих лексичних одиниць у тексті насамперед виступають аксіологічні прикметники у стилістичній функції епітета [7, с.9; 3, с.19-21].

Прагматичні можливості епітета використовуються по-різному, в залежності від авторського стилю. Розглянемо прагматично-орієнтоване використання епітетів у текстах газетно-журнальних жанрів, зокрема в публіцистиці та репортажі.

Публіцистика розглядає актуальні політичні, економічні, правові та інші проблеми життя суспільства. Газетно-публіцистичний стиль характеризується єдністю своїх функцій – повідомлення (інформативної) і впливу. За справедливим зауваженням В.Г. Костомарова, газетно-публіцистичний текст «зобов'язаний бути на кожному своєму відрізку і впливовим, і інформативним, постійно поєднувати (...) обидві якості» [10, с.92].

Впливовий і пропагандистський характер публіцистики вимагає максимального використання експресивних засобів, у тому числі і епітетів, що виражені аксіологічними прикметниками [9, с.128-129].

На відміну від художньої літератури, де експресивність носить індивідуально-образний характер і має на меті емоційний та естетичний вплив на читача, експресивність публіцистики підпорядковується основній задачі цього стилю – впливу на маси з метою спонукання їх до активних дій, а також формуванню громадської думки. Відмінності в експресії цих двох стилів пов'язані і з різною позамовною сферою – в художній літературі вона продукт ідейно-емоційного осмислення автором, а в публіцистиці вона документальна [11, с.45].

Перед публіцистом стоїть важке завдання – досягти емоційного контакту з читачем, залучити його до участі в даній справі, русі і т.п., переконати його в справедливості своїх аргументів, схилити його на свій бік.

Прикладом цільового використання епітетів у публіцистиці може слугувати стаття “Loitering on the Dark Side” (“Newsweek”, May 3, 1999). Автор статті, Стівен Ліві, гнівно засуджує американську маскультуру (телевізійні програми, кінофільми) за моральне розбещення підростаючого покоління, пробудження в ньому кровожерливих, жорстоких інстинктів. Автор б'є тривогу з приводу різкого підвищення рівня злочинності дітей та підлітків, демонструючи приклад масового вбивства школярів їх товаришами по навчанню в середній школі м. Літлтон, штат Колорадо.

Стаття рясніє описово-оцінними епітетами в основному зі структурами N + PI, N + PII, A + N, Ger. + N, причому в епітетних конфігураціях ядра представлені іменниками абстрактної семантики, що належать до лексичних полів “культура, розваги” та “емоції”: *violence-obsessed culture, tear-jerking entertainment, violent-entertainment complex, killing-machine fantasy, hate-amplifying Web-sites, violence-fixated cultural landscape, dark-side pursuits, home-bred violence, tissue-consuming orgy, short-and-splatter videograms.*

Емотивність таких епітетів активізує емоційне сприйняття і співпереживання читача і забезпечує більш глибоке розуміння змістовно-фактурної інформації.

Одним із різновидів публіцистичного жанру є портрет-характеристика громадського діяча, політика, вченого і т.п. Багатство епітетів в такій характеристиці, їх зіставлення, часто побудоване на антитезі, допомагають створити яскравий образ.

Приклад подібного портрета-характеристики знаходимо в статті “Hope in Bloom” (“Newsweek”, November 19, 2001). Автор статті характеризує Майка Блумберга, нещодавно обраного мером Нью-Йорка, визначаючи характер багато в чому суперечливий, складний, але в кінцевому результаті – позитивний, діяльний, енергійний:

*Bloomberg's personal contradictions are striking. He's **smart**, but **not engrossed** in public-policy issues. **Driven**, but always up for a good party or ski vacation. **Flippant**, but deeply **serious** about the social responsibilities of wealth and privilege. **Ferocious**, but also **compassionate** toward employees who need help. **Plain-spoken**, but given to malapropisms and silly comments that will keep reporters smacking their lips. **Pragmatic**, but **idealistic** about his ability to make a difference. / ... / After Harvard Business School, he spent 15 years at Salomon Brothers, where he was **fiery** and **foulmouthed**, even by the **wild-and-crazy** standards of the trading floor. He wrote with a **brutal** honesty in his 1997 autobiography that he felt "**ambivalent**" when one of his rivals later died in a plane crash. Fired in 1981 after a merger, he walked out with \$ 10 million and a **brilliant** plan for a financial - information service. / ... / To build esprit in his company, Bloomberg created a **unique** corporate culture ... and an insistence on **nose-to-the-grindstone** work.*

Одним з найпоширеніших інформаційних жанрів є репортаж. Даний жанр відрізняється суворою документальністю, об'єктивністю, протокольним відображенням дійсності. Дуже важливим є та обставина, що матеріал репортажу був зібраний журналістом на місці події шляхом особистих спостережень і бесід з очевидцями.

Будучи свідком події, автор репортажу описує його крізь призму свого сприйняття. Журналіст ставить перед собою завдання не тільки наочно зобразити побачене і почуте, викликати у читача “ефект присутності”, але й дати емоційну оцінку подій, що описуються. Ефективним емоційно-експресивним засобом виступають в репортажі аксіологічні епітети.

Як приклад наведемо початок репортажу Майкла Хірша “The Agony and the Aftershock” (“Newsweek”, Jan. 30, 1995), в якому описується жахливий за своєю силою землетрус в м.Кобе (Японія). Емоційний вплив репортажу на читача досягається широким вживанням контрастних епітетів позитивної та негативної оцінки:

*The images were **otherworldly**, eerie and **horrifying**. To those in Kobe las week it must have seemed that, in just 20 Seconds, Japan's **magnificent** postwar rise to economic superpower had been reduced to an illusion. In one terrible convulsion, the people of this **elegant** harbor city in western Japan were somehow cast back to 1945. One moment they were **well dressed, propertied and secure**; the next they were refugees shuffling through **rubble-strewn** streets **fretted** by flame, lugging bundled possessions on their backs, surrounded by the corpses of loved ones and neighbors. (...) The survivors huddled over open fires near the **twisted** derbies they used to call home, scooping up water that pooled in **cracked** streets. In some emergency shelters - most desperately short of food and supplies - **hungry and homeless** survivors received a single rice ball a day. (...).*

*The world wondered: could this be **wealthy, high-tech** Japan, the world's second largest economy - the **ultraorganized** Japan that supposedly prepared for everything?*

Наведені приклади цільового використання епітетів свідчать про необхідність враховувати когнітивні можливості епітета у текстах різної жанрової категорії. Доцільно дослідити недостатньо вивчену роль епітетів у деяких інших функціональних стилях і жанрах, зокрема в науково-популярних текстах, рецензіях, анотаціях, що значно розширило б розуміння епітета як найважливішого експресивного прагматично-скерованого засобу не тільки в художній літературній творчості.

Література

1. Азнаурова Э.С. Прагматика художественного слова. – Ташкент: Фан, 1988. – 122 с.
2. Баженова И.С. Прагматическая функция обозначения эмоций в художественном тексте // Прагматика и логика дискурса. – Ижевск: Изд-во Удмуртского гос. ун-та, 1991. – С. 30-37.
3. Борисова Т.С. Експліцитні мовні засоби реалізації образу стереотипного персонажа в художньому тексті пригодницького твору (на матеріалі англійської мови) // Записки з романо-германської філології ОДУ. – Вип.6.- Одеса: Латстар, 2000. – С.17-28.
4. Водяницька Ю.П. Метафора та лінгвокогнітивні характеристики в аспекті адресованості художнього тексту // Вісник КДЛУ. – Серія “Філологія”. – Вип. 1. – Київ, 1997. – С.54-64.
5. Воробьёва О.П. К вопросу о таксономии адресата художественного текста // Текст и его категориальные признаки. – К.: КГПИИЯ, 1989. – С.39-46.
6. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981. – 138 с.
7. Гладь С.В. Емотивність художнього тексту: семантико-когнітивний аспект: Автореф.дис...канд.філол.наук. – К., 2000. – 19с.
8. Ільченко О.М. Про жанрову варіативність англословної наукової статті // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: Вид-во КДУ ім. Т.Шевченка, 1999. – С. 125-127.
9. Кібенко В.А. Коннотація як засіб вираження оцінки в газетно-публіцистичних текстах // Взаємодія одиниць різних рівнів германських, романських і слов'янських мов. – К.: КДПШМ, 1991. – С.126-131.
10. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе: некоторые особенности языка газетной публицистики. – М.: Изд-во полит. литературы, 1971. – 186 с.
11. Кузнецов В.Г. Функциональные стили современного французского языка. – М.: Высшая школа, 1991. – 160 с.
12. Ретунская М.С. Английская аксиологическая лексика. – Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского ун-та, 1996. – 272 с.