

ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ СТИЛЬ. КОНФЕСІЙНИЙ СТИЛЬ

Лекція 6



ПЛАН

- Сфера реалізації, головні ознаки й мовні засоби публіцистичного стилю.
- Криза публіцистичного стилю в радянські часи. Зміни в мові преси початку ХХІ століття.
- Неологізми в мові ЗМІ.
- Становлення конфесійного стилю нової української літературної мови.
- Сфера вживання, призначення, ознаки, мовні засоби конфесійного стилю.



СФЕРА ВИКОРИСТАННЯ

Громадсько-політична,
суспільно-виробнича,
культурно-освітня
діяльність



ПРИЗНАЧЕННЯ

Розв'язання актуальних суспільно-політичних проблем; активний вплив на читача (слухача), спонукання його до діяльності, до необхідності зайняти певну громадську позицію, змінити погляди чи сформувати нові.



ГОЛОВНІ ОЗНАКИ

- спрямованість на новизну,
- динамічність,
- доступність мови і формулювань,
- стислий виклад,
- поєднання логічності доказів і полемічності викладу,
- наявність яскравих засобів позитивного чи негативного авторського тлумачення, яке має здебільшого тенденційний характер



ОСНОВНІ МОВНІ ЗАСОБИ

- суспільно-політична та соціально-економічна термінологія, ~~заклики, гасла~~,
- багатозначна образна лексика, емоційно-оцінні слова (*побратим, соратник, прибічник, посіпака*),
- експресивні сталі словосполучення, або мовні кліше, (*агенти впливу, корупційний скандал, масштабні зловживання, олігархічна система*),
- трансформації фразеологізмів,
- інтернаціональні слова, неологізми, аббревіатури,
- евфемізми (*північно-східний сусід*),
- конструкції, що передають чуже мовлення.



Мова різних рубрик журналу чи газети має свої особливості.

Стислість й інформативність викладу зумовлена тим, що будь-яке видання обмежене певною кількістю сторінок.

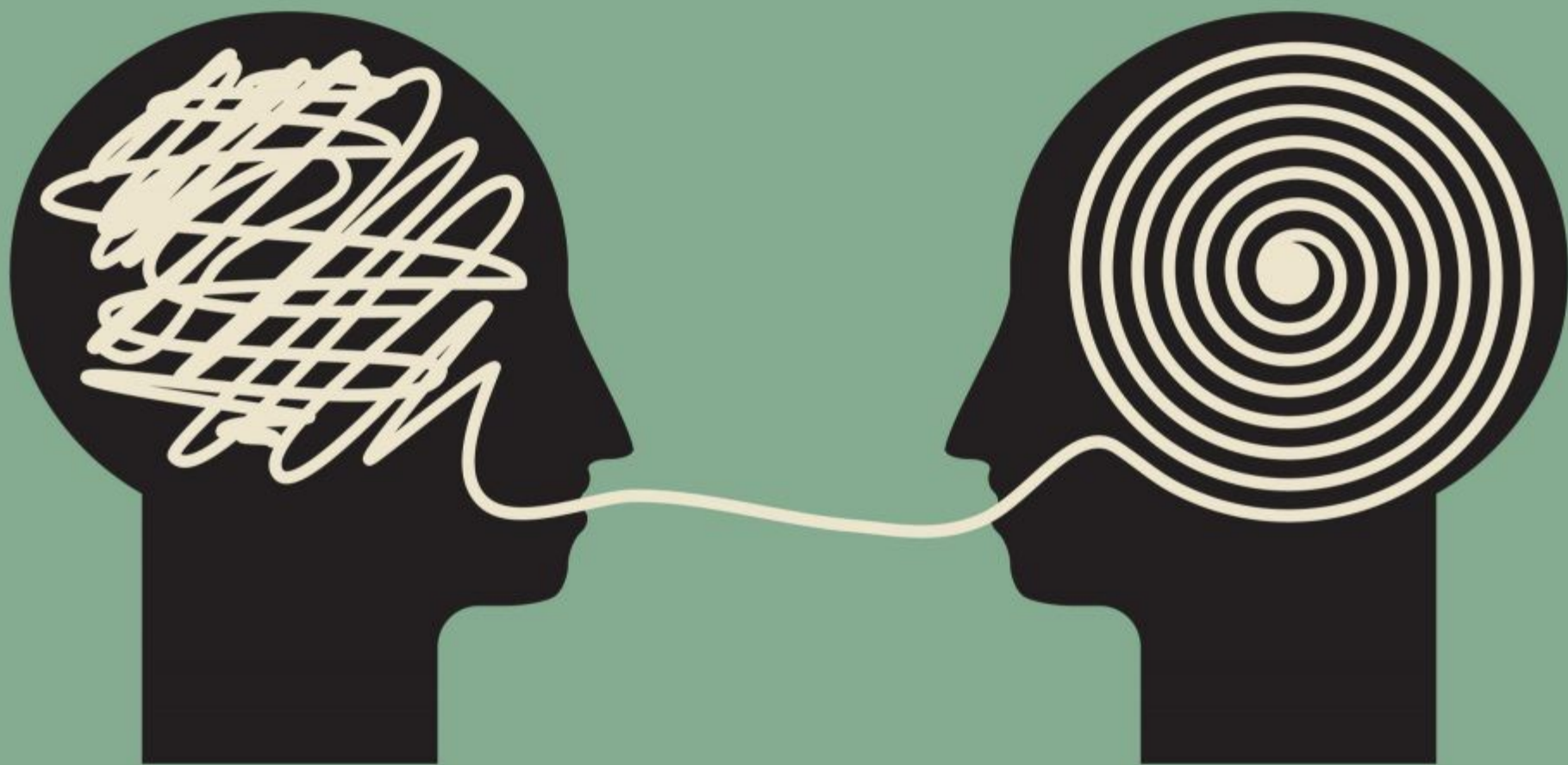
Повторювана тематика, потреба компактності викладу й брак часу в журналістів на ретельну обробку матеріалу зумовлюють вживання кліше, загальновідомих штамів.



СТЕРЕОТИПНІ ВИСЛОВЛЮВАННЯ (КЛІШЕ)

- *Міжнародний діалог, глобальні проблеми, молода держава, політична еліта, гуманітарна сфера, розбудова країни, політичні сили, бюджетні діри.*
- **Автоматично викликають певні асоціації у свідомості читачів, ментальні образи певних стереотипних ситуацій, отже, передають великий обсяг інформації.**
- **Не потребують жодних мисленнєвих зусиль; ті концептуальні зв'язки і ланцюги, які вони викликають, уже міцно вбудовані у нашої свідомості, легко впізнавані й ведуть до однозначних висновків. Наше мислення, мова, дії значною мірою стереотипні, й керування нашим мисленням і поведінкою відбувається саме через активування вже наявних стереотипів або за допомогою створення нових, переважно на мовному рівні.**





У публіцистичних жанрах використовують образні засоби, спільні з художньою мовою. Водночас, стосуючись конкретної інформації, наукових фактів публіцистичний стиль не уникає термінів, книжних словосполучень, іншомовних слів, які, крім інформативно-пізнавальної, виконують також емоційно-експресивну функцію.



ПІДСТИЛІ

Стиль ЗМІ

Художньо-публіцистичний

Науково-публіцистичний



Основна сфера використання сучасного публіцистичного стилю – засоби масової інформації.

У мові преси, телебачення стильова вага публіцистичності різна (пор. мову фейлетону і спортивної хроніки, дискусію за круглим столом і літературно-критичну статтю із суб'єктивними авторськими оцінками).

Жанри: передова стаття, репортаж, замітка, інтерв'ю, нарис, фейлетон, памфлет.



Як і інші функціональні стилі, публіцистичний змінюється під впливом позамовних чинників. Ба більше, він реагує на суспільні зміни значно активніше, ніж інші стилі, бо спрямований на розв'язання суспільно-політичних проблем. Згадані трансформації не завжди є позитивними, засвідчують розвиток. Іноколи настає криза стилю. У радянські часи можемо констатувати таку кризу публіцистичного стилю, зокрема одноманітність, обмеженість лексики, надмірність кліше, одноманітність оцінок.



Тематика і зміст мови української преси початку ХХІ ст. зазнали істотних змін через вплив кількох чинників.

1. У світі відбувається активний перерозподіл пріоритетів унаслідок не тільки міжнародного співробітництва, інформаційного взаємовпливу, а й міжнародних війн, агресії, тиску, маніпулювання тощо.

2. Кожна політична подія в Україні чи за її межами блискавично породжує процеси медіасприйняття, медіааналізу та медіарезонансу й, відповідно, медіатексту.

3. Політика глобалізації в електронну епоху зумовила потребу в новій мові для масового спілкування, яка б оперувала новою термінологією, експресивними конструкціями тощо.



Нині тексти вражають мовною, стильовою, змістовою та ідеологічною строкатістю. Свобода мислення і вибору мовних засобів, відмова від старих стереотипів спричинили новий стиль висловлення.

Змінився тип автора, який постає творчою особистістю, індивідуальністю, виступає від власного імені. Мовна особистість журналіста набуває ознак стилетвірного центру.

Змінився образ читача. Він активніше впливає на автора.



ЗМІНИ В СИСТЕМІ ГАЗЕТНИХ ЖАНРІВ

- Загалом їх поділяють на три групи: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні.
- Сьогодні склад груп поповнився новими видами жанрів, як-от: інформаційна група – політичний допис, фактологічний репортаж; аналітична група – політичний коментар, полемічна стаття, викривальний памфлет; огляд – політичний, літературний, спортивний тощо.
- У газетах з'являються жанри, раніше їм не властиві (історичний календар, рейтинг, поради, гороскопи, тести, рецепти тощо).
- Деякі газетні жанри зникають. Передусім майже зникла передова стаття в тому форматі, в якому вона побутувала на шпальтах партійної преси в радянські часи, тобто була директивною, риторичною, лозунговою, дидактичною.



Один із найпопулярніших газетних жанрів радянських часів — **фейлетон** — майже не трапляється на шпальтах сучасних газет. Журналісти намагаються сатирично-іронічні «нотки» увести до багатьох жанрів. Такі ознаки фейлетону, як іронія, необмежений стильовий контраст поширились на всі типи текстів.

Фейлетон як жанр зникає з газетних шпальт, а все видання стає «фейлетоном».



З газетних шпальт зникли назви жанрів, їх заступила проблематика, або тематичні домінанти.

Напр., у газеті «Голос України» бачимо такі тематичні рубрики: *Політика, Новини, День, Сім'я, Суспільство, реклама та оголошення, Спорт*. У газеті «Дзеркало тижня» рубрики поділені на підрубрики, напр: *Влада* має підрубрики *За кордоном, Право*.

З'являється новий жанровий різновид – реклама.



НЕОЛОГІЗМИ У МОВІ ЗМІ



ЧИННИКИ ЗБІЛЬШЕННЯ ЧИСЕЛЬНОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ

- 1) вихід ЗМІ з-під цензури, їх ідеологічна нерегламентованість, розкутість;
- 2) вільний пошук журналістами нових експресивних засобів вираження на тлі стандарту та кліше;
- 3) із проголошенням Української державності посилення уваги авторів до питомих джерел української національної мови.



Найактивніше в мові ЗМІ з'являються неологізми-аббревіатури: *нардеп, АТО, атошник, НАБУ* (Національне антикорупційне бюро України), *єврооптимісти*; складні лексичні утворення: *довгобуд, кримнаш, старшобратство*; прості афіксальні деривати, що заступають громіздкі сполуки: *бюджетник, мінімізувати, доларизація, мафізація*; деякі безафіксні новотвори: *негатив, ексклюзив*; відантропонімічні утворення: *тітушки, філаретівець, горбачовізм*.



УПЛИВ РОЗМОВНОЇ МОВИ

- Це нові слова, взяті із народної мови без змін або створені під розмовний стиль, напр.: *беркутята, соросята*.
- На жаль, у підстилі ЗМІ помітна негативна тенденція до смакування грубими розмовними словами й жаргонізмами, російськими покручами: *хрущоби, заказуха, мокруха, кришувати*.



ЗАПОЗИЧЕННЯ

Мова ЗМІ насичена запозиченнями, що через неї потрапляють до інших стилів, напр.: *саміт, реаніmobіль, папомобіль, селфі.*

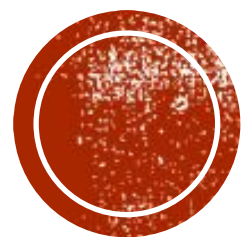
На жаль, у практиці ЗМІ помітне зловживання запозиченнями, напр.: *дайджест* замість *огляд*, *амбасадор* замість *посол*.



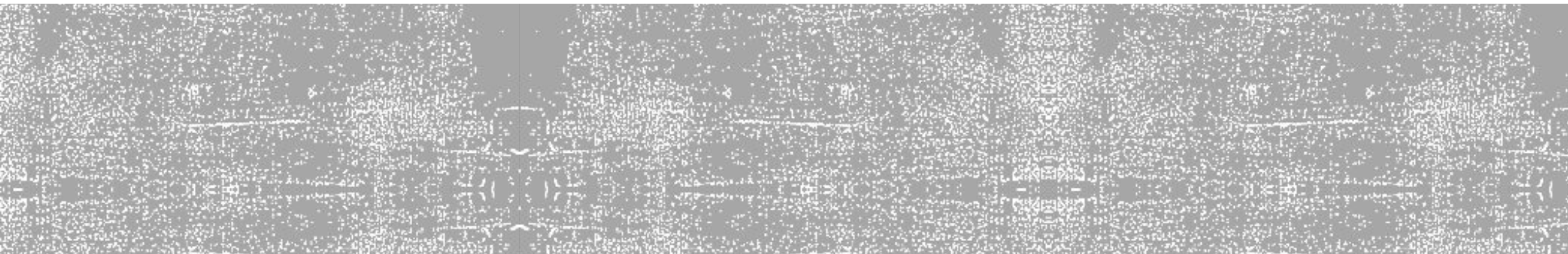
АКТУАЛІЗАЦІЯ ПИТОМОЇ ЛЕКСИКИ

З-поміж однозначно позитивних явищ, притаманних мові ЗМІ, можна назвати актуалізацію, «реабілітацію» питомих українських слів, пошук українських відповідників замість кальок з російської, напр.: *тло* замість *фон*, *маляр* замість *художник*, *книгозбірня* – *бібліотека*.





КОНФЕСІЙНИЙ СТИЛЬ



Конфесійний стиль (від лат. confessio – визнання) – стильовий різновид української мови, який обслуговує релігійні потреби суспільства. Це стиль перекладної культової (Біблія, житія, апокрифи тощо) й оригінальної (проповіді, послання, тлумачення Святого Письма, молитви, складені священнослужителями української церкви) літератури. (Л.Шевченко, енциклопедія «Українська мова»)



Від початку введення християнства на Русі (988) і до 15 ст. єдиною, панівною конфесійною мовою у східних слов'ян була церковнослов'янська. Упродовж багатьох років за нею закріпився статус апостольської мови. Церковнослов'янська мова сприймається як сакральна, культова. Притаманні їй риси – архаїчність, стандартність (консервативність), урочистість – зберігають особливе ставлення до неї.



Українські переклади канонічних текстів збереглися лише від 15 ст. У серед. 16 ст. укр. мовою вже перекладено Новий Завіт (Пересопницьке Євангеліє, 1556–61) та його списки, Євангеліє Негалевського (1581) тощо, друковано проповіді, ораторські й теологічні твори, духовна поезія, релігійні пісні. Отже, у 16–17 ст. у староукраїнській мові функціонував такий її різновид, як конфесійний стиль.



Функціональний конфесійний стиль, але вже як різновид нової української мови (в основі своїй загальнонародній) відроджується в ХІХ ст.

В. Німчук виокремлює такі періоди розвитку конфесійного стилю (нової укр. літ. мови):

1) від 20-х рр. ХVІІІ ст. до 20-х рр. ХХ ст. (у цей час офіційне православ'я нічого не зробило для розвитку української мови (й для конфесійного стилю зокрема);

2) 1919 – 30-ті рр. ХХ ст. (1919 рік знаменується початком введення живої української мови у релігійну сферу життя – відбулася перша Служба Божа українською мовою; діяльність УНР).



Живу українську літературну мову на рівень конфесійної підняла Українська автокефальна православна церква, яка в 1919 році відправила першу Службу Божу українською мовою. Ця конфесія і стала власне рушієм у створенні конфесійного стилю української мови і започаткувала тенденцію максимальної орієнтації на внутрішньомовні (власне українські) ресурси.



В 30-ті—на поч. 40-х рр. українську мову в церкві використовують в Західній Україні. Про це добре дбав митрополит Андрей Шептицький. Після остаточного нищення (в середині 40-х рр.) української церкви занепадає, природно, й особливий різновид літературної мови — конфесійний стиль. Аж до кінця 80-х—початку 90-х років він функціонує поза межами України — там, де українські емігранти організовуються в релігійні громади.



Реабілітація української церкви стимулювала відродження конфесійного стилю в природному (хоча й деформованому) україномовному середовищі. Одночасно відкрився шлях для припливу релігійної літератури з-за кордону.

Позаяк конфесійний стиль у материковій українській мові останніх десятиліть взагалі не існував, то він перебуває під впливом конфесійного стилю мови діаспори. Найпомітніший наслідок цього — варіювання у фонетичному і граматичному оформленні слів, у самому їх доборі: *катедральний* — *кафедральний*, *Методій* — *Мефодій*, *свобідний* — *вільний*, *ісповідники* — *сповідальники*, *чільник* — *глава*, *освідомив* — *повідомив*, *на вершку* — *на вершині*, *віра на що* — *віра у що*.



СФЕРА ПОШИРЕННЯ

Культові установи: церкви,
монастирі, теологічні навчальні
заклади, молитовні будинки,
релігійні громади



ГОЛОВНЕ ПРИЗНАЧЕННЯ

Обслуговувати релігійні потреби людини, зберігати і продовжувати культові ритуали, об'єднувати вірних



ГОЛОВНІ ОЗНАКИ

- урочистість і піднесеність,
- благозвуччя,
- символізм,
- стійкість (стандартність) стилізованої норми.



ОСНОВНІ МОВНІ ЗАСОБИ

- конфесійна лексика (*Ісус, Різдво, Великдень, Трійця, піст, причастя*),
- старослов'янізми (*сотворити, уповати, блаженний, воздаяніє*),
- складні слова: *Богочоловік, благовіст, богослужіння, водохрещення, головопреклоніння, дароносниця, колінопреклоніння, Місяцеслов, Молитвослов, рукопокладення, священнодія, хлібопреломлення, чудотворець, триєдиний*
- характерна фразеологія (*Тайна вечеря, Святий Дух, судний день*),
- непрямий порядок слів: *Не може родить добре дерево плоду лихого, ані дерево зле плодів добрих родити* (Євангеліє від св. Матвія 6.7).
Інверсія є нормою виразів: *Матір Божа, Син Божий, Різдво Христове, Господь Всемогутній, Агнець літургійний, Хрещення Господнє, Хліб Святий, Служба Божа, Піст Великий, Стрітення Господнє.*



ПІДСТИЛІ

ЛЮБОВ МАЦЬКО

- 1) власне конфесійний,
- 2) конфесійно-популярний,
- 3) конфесійно-навчальний,
- 4) конфесійно-обрядовий,
- 5) конфесійно-публіцистичний.



ПІДСТИЛІ

НАДІЯ БАБИЧ

- 1) мова канонічної богослужбової літератури,
- 2) мова тлумачної богослужбової літератури,
- 3) мова популярної (пізнавальної) богослужбової літератури,
- 4) мова проповідей,
- 5) мова текстів богослужбового піснеспіву,
- 6) мова богослужбово-методичних (катехітичних, не катехізичних!) текстів,
- 7) розмовне діалогічне мовлення священика з вірним, який сповідається,
- 8) богословсько-публіцистична літературна мова.



ПІДСТИЛІ

ОЛЕКСАНДР МИРОНЧУК

- 1) Священного Писання, або Біблійний;
- 2) літургичний, або богослужбовий;
- 3) патрологічний, або святоотцівський;
- 4) агіографічний, або житійний; 5) проповідницький, або ораторський; 6) науково-богословський;
- 7) церковно-правовий;
- 8) публіцистичний; 9) канцелярський; 10) катехізичний, або навчально-релігійний; 11) паломницький;
- 12) полемічний; 13) художньо-релігійний;
- 14) епістолярний; 15) зовнішньо-церковний, або міжрелігійний; 16) уснорозмовний.



І створив Бог людину не для того, щоб вона
пожила на цьому світі двадцять, чи тридцять,
чи сімдесят, чи навіть сто років. Не для цього
створив Бог людину! А для вічного життя (з

проповіді Святійшого Патріарха Філарета, виголошеної після Божественної Літургії у Введенському
храмі смт. Брюховичі під час Першосвятительського візиту до Львівської єпархії в межах святкування
1025-ліття Хрещення Київської Руси-України 15 вересня 2013 року) .

