

7. *Українська мова: Енциклопедія* / ред. кол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Заблук та ін. Київ, 2000. 752 с.

УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *Лі*: Літопис Руський за Іпатіївським списком [видання 1908 року]. Режим доступу: <http://litopys.org.ua/index.html>
2. *ЛЗК*: Луцька замкова книга 1560–1561 рр. / Відп. ред. В. В. Німчук, підгот. до вид. В. М. Мойсієнко, В. В. Поліщук. Луцьк, 2013. 733 с.

Олександр Межов

доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри української мови та лінгводидактики;
Волинський національний університет імені Лесі Українки
mezhov@ukr.net

КОМУНІКАТИВНО-СИНТАКСИЧНА ПАРАДИГМА РЕЧЕНЬ-ЗАГОЛОВКІВ У СУЧАСНИХ МЕДІАТЕКСТАХ

Граматична наука, інтегруючись з іншими науковими галузями, вийшла за обрії суто формального опису морфологічного, словотвірного та синтаксичного рівнів мовної системи. Активний розвиток на рубежі століть новітніх лінгвістичних напрямів сприяв переосмисленню ролі граматичних одиниць і категорій мови, сучасній їх інтерпретації у функційно-семантичному, психо-лінгвістичному, комунікативно-прагматичному, когнітивно-дискурсивному, лінгвомедійному та інших аспектах. Об'єктом синтаксичних студій все частіше стає спрямована у сферу мовлення комунікативна організація речення-висловлення, яку формує ситуативний контекст відповідно до ілокутивної мети адресанта. Залежно від комунікативного наміру мовець може послуговуватися в конкретних актах спілкування розповідними, питальними та спонукальними висловленнями, функційні різновиди яких утворюють комунікативно-синтаксичну парадигму (поняття *комунікативної парадигми речення* увів до наукового обігу І. Р. Вихованець [Вихованець 1993, с. 164], а уточнила — Н. В. Гуйванюк [Гуйванюк 2009, с. 393–400]). Кожному жанрово-стильовому різновидові мовлення притаманні свої специфічні комунікативні парадигми. Найширший спектр різнотипних розповідних, питальних і спонукальних висловлень простежуємо в сучасному медіадискурсі, зокрема й у заголовках до журналістських текстів.

З метою привернення уваги реципієнта до публікації автори експресивізують заголовки за допомогою не лише лексичних засобів (переносних вживань слів, їх повторів, синонімії, антонімії, паронімії, омонімії, сленгізмів, англізмів

тощо), а й виразних синтаксичних конструкцій (еліптичних, номінативних, вокативних, генітивних, інфінітивних, асиндетонних, полісиндетонних та ін.), серед яких різні комунікативні типи висловлень. Вдале авторське поєднання виражальних можливостей лексики й синтаксису створює надзвичайний стилістичний, а відповідно, й перлокутивний ефект, впливаючи на свідомість читачької аудиторії, у якій формується попереднє оцінне уявлення про подану інформацію.

Попри те що чимало публіцистичних заголовків оформлені реченнями розповідної модальності, в останні роки простежуємо тенденцію до активізації різнотипних питальних конструкцій, нерідко в поєднанні з розповідними. У синтаксичній теорії існують різні класифікації питальних висловлень. Загальноприйнятим вважають поділ їх на власне питальні (прямої питальності) та питально-риторичні (непрямої питальності) речення [Дудик 2010, с. 229–231]. Власне питальні, питально-спонукальні, питально-стверджувальні, питально-заперечні, питально-риторичні типи синтаксичних конструкцій виділяє А. П. Загнітко [Загнітко 2011, с. 447]. С. Т. Шабат, зробивши ґрунтовний аналіз питальних речень, запропонувала більш детальний їх поділ за такими трьома критеріями: *комунікативно-функціональним спрямуванням* (власне-питальні, невласне-питальні речення); *формально-синтаксичною організацією* (з питальним компонентом, без питального компонента); *за типом запитання і передбачуваною відповіддю* (загальнопитальні, частковопитальні) [Шабат 2000, с. 5].

Аналіз заголовків сучасних українських інтернет-видань засвідчує найбільшу частотність уживання комунікативних різновидів висловлень питальної парадигми: 1) власне питання-роздуми, що підкреслюють потрібну думку, висловлюють припущення: *Війна, яка нас змінила (?)* (Українська правда, 12.05.2022); *Чи є Бог?* (Високий замок, 13.04.2022); *У чому різниця між українцями та росіянами?* (Високий замок, 02.03.2022); 2) власне питання, які вказують на те, про що буде йтися в газетному тексті: *Що робити, якщо в аптеці немає потрібних ліків?* (Високий замок, 06.04.2022); *Які місця в будинку безпечні для укриття?* (Високий замок, 01.03.2022); 3) риторичні питання, що містять у собі твердження і не вимагають відповіді: *Чому перемога — це тільки початок?* (Високий замок, 16.06.2022); *Чому російська воєнна пропаганда іде услід за кораблем?* (Українська правда, 02.05.2022); 4) речення уточнювальної питальності, які мають у складі частки хіба, невже, чи або тільки питальну інтонацію: *Чи розквітне квітень магнітними бурями?* (Високий замок, 06.04.2022); *Чи вийде у росії імпортозаміщення?* (Високий замок, 12.04.2022); *Рублю тут не місце. Чи може росія витіснити гривню з окупованих територій?* (Українська правда, 05.05.2022); *Lenovo та Xiaomi тихо йдуть з росії. Huawei, Alibaba, Tencent наступні?* (Українська правда, 13.05.2022).

У ролі сучасних газетних заголовків уживають речення з різними питальними словами. Найчастіше це питальні займенники: **хто, що, який, чий**. Наприклад: *Держзрада: хто наступні після Царьова і головне — коли їх посадять?* (Українська правда, 04.05.2022); *Якою буде матеріальна відповідальність держави-агресора?* (Українська правда, 17.05.2022); *Що ви знаєте про українські вишиванки та їхню історію?* (Українська правда, 19.05.2022). Дещо рідше трапляються

займенникові питальні прислівники **як, де, коли**: *Шарія затримали в Іспанії. Коли його передадуть Україні?* (Українська правда, 05.05.2022); *Заблоковані сайти та цензура. Як на тимчасово окупованих територіях отримувати інформацію?* (Українська правда, 05.05.2022); *Як хочуть штрафувати за носіння військової форми?* (Українська правда, 09.05.2022); *Де можна оформити паспорт?* (18.03.2022).

Досить поширеними останнім часом серед синтаксичних конструкцій газетних заголовків є так звані подвійні заголовки, перша частина в яких — розповідне двоскладне або односкладне речення, а друга — це не тільки назва підтеми, а й з'ясувальна, уточнювальна або компенсувальна частина [Гуйванюк 2009, с. 406]. Питальні речення в такого виду побудовах значно рідше використовуються, ніж розповідні, але їх стилістичну вагу підсилюють завдяки виключенню певних компонентів питальної конструкції, і таким чином досягають лаконізму, стислості, чіткого формулювання основної думки публікації. Наприклад: *ЄС скасує всі торговельні обмеження для України. Хто від цього може виграти?* (Українська правда, 02.05.2022); *Економіка проти Третьої світової. Чи зможуть санкції стримати Китай?* (Українська правда, 03.05.2022); *Росія заплатить українцям за війну. Місія (не)здійсненна?* (Українська правда, 09.06.2022); *Уряд затвердив ще три грантові програми для бізнесу. Хто може отримати кошти?* (Голос України, 28.06.2022). Як бачимо, питальна частина не має конкретної інформації, а лише додає заголовку більшої експресивності.

В окрему групу варто виокремити модель «питання-відповідь», яка створює своєрідну ілюзію розмови з читачем, «є виразником авторської модальності, дієвим емоційно-експресивним засобом» [Завальнюк 2009, с. 226]. У таких цілісних діалогічних єдностях відповідь по суті лише знімає певний ступінь неозначеності, але не є прямою відповіддю на поставлене питання: *Тепер лише лапті? Виробники взуття покидають росію* (Високий замок, 10.03.2022); *Невиліковно хворий? Діагнози кремлівського «фюрера»* (Високий замок, 06.04.2022); *«План путіна був самоізолюватися від усього світу? Тоді він його виконав»* – Блінкен (Газета по-українськи, 04.03.2022); *Чи здатний Зеленський стати Черчиллем? Покаже час* (Високий замок, 25.03.2022); *ЗНО не буде? Шкарлет розповів подробиці навчального процесу та атестації у 2022* (Газета по-українськи, 08.03.2022); *Знову бреше? Путін заявив, що не буде відправляти в Україну строковиків і резервістів* (Газета по-українськи, 08.03.2022); *Ви все чули? Дует Pink Floyd і Хливнюка, Ед Ширан у Києві та інші музичні присвяти Україні від закордонних зірок* (Українська правда, 01.05.2022). Основне завдання, яке виконує поєднання «питання-відповідь», повернути увагу читача та зосередити її на найважливіших аспектах думки, яку хотів виразити журналіст.

Як слушно констатує В. В. Бадрак, «нині функціонування засобів масової інформації спрямоване не лише на пізнання й відображення дійсності, а й на її перетворення шляхом впливу на свідомість та підсвідомість суспільства, на спонукування мас до активних дій» [Бадрак 2000, с.3]. Тому заголовок часто набуває категорійних ознак спонукальної модальності, що виявляє емоційно-вольові зв'язки між комунікантами. У більшості випадків журналісти послуговуються

спонукальними реченнями з таких намірів: 1) комунікація (зближення з адресатом), 2) нав'язування адресатові власних ідей, що спонукає його до якоїсь діяльності (розв'язання суспільних і політичних питань, розповсюдження певних ідей, переконань та втілення їх у життя).

У сучасних газетних заголовках із засобів вираження спонукання найчастіше використовують конструкції у формі другої особи множини наказового способу, наприклад: **Подбайте про людей!** (Голос України, 07.07.2022); **У День родини вітайте найрідніших!** (Голос України, 08.07.2022); **Будьте уважними!** (Високий замок, 02.03.2022); **Дитячі видання не відкладайте на потім!** (Голос України, 14.07.2022); **Читайте своє! Будьте разом з нами. Видання на будь-який смак!** (Високий замок, 16.05.2022); **Дитячі видання не відкладайте на потім!** (Голос України, 14.07.2022); **«Танцюйте, мийте підлогу, рубайте дрова! Тілу потрібний рух»** (Високий замок, 04.03.2022). Спостерігаємо також і нагромадження спонукальних речень в одному заголовку: **«Допомагайте одне одному! Підтримуйте одне одного! Підтримуйте оборону! Захищайте державу!»** (Високий замок, 14.03.2022); **«Боріться! Воюйте і допомагайте! Гоніть цих рабів! Гоніть окупантів!»** (Високий замок, 22.03.2022). Такі емоційно забарвлені спонукальні ампліфікаційні ряди надзвичайно підсилюють авторську інтенцію заклику, не залишаючи байдужою читацьку аудиторію.

Натомість конструкції з формою другої особи однини наказового способу, хоч і мають ті самі ознаки, проте у газетних заголовках трапляються набагато рідше, що зумовлено офіційністю стосунків між комунікантами в публіцистичній сфері мовлення. Наприклад: **Обмолотив ячмінь — і мерщій гречку сій!** (Голос України, 07.07.2022); **«Скажи «ні» війні в Україні»** (Високий замок, 25.02.2022). Так само рідко використовують і форму першої особи множини: **Господь посеред нас! Славимо Його всім серцем і всім розумінням своїм!** (Голос України, 27.07.2022); **Не «з'їдаймо» одне одного, а допомагаймо!** (Високий замок, 16.03.2022). Спонукальні речення з частками **хай, нехай** також є маловживаними в газетних текстах: **Хай несе благословення Медовий Спас!** (Голос України, 13.08.2022); **«Відкрийте двері навчальних закладів! Хай вступають усі, хто мріє вчитись»** (Високий замок, 29.03.2022).

Як засвідчують наведені текстові фрагменти, спонукальні речення з окличним емоційним забарвленням набагато вживаніші в ролі заголовків сучасних українських газет, аніж власне спонукальні. Це зумовлено прагненням журналіста якомога активніше вплинути на читача, спонукати до дії.

Спонукальні висловлення можуть функціонувати у структурі безсполучникових складних речень з однорідними та неоднорідними предикативними частинами, напр.: **Блокуйте дороги, валіть дерева, розтягуйте сітки: як цивільним зупиняти ворога. ПОРАДИ СИЛОВИКІВ** (ВолиньPost 26.02.2022); **Україна — не росія: формуйте різницю** (Високий замок, 07.04.2022); **Історія програних росією війн каже: не списуйте з рахунків Україну!** (Українська правда, 02.03.2022). У першому реченні простежуємо однорідну та неоднорідну безсполучниковість (єднально-перелічувальні та пояснювальні відношення між частинами); у другому та третьому — неоднорідну безсполучниковість (із причиновими та

з'ясувально-об'єктними відношеннями між частинами відповідно). Як відомо, перше ґрунтовне монографічне дослідження безсполучникових складних речень в українському мовознавстві здійснив С. І. Дорошенко [Дорошенко 1980].

У сучасній українській публіцистиці не лише спонукальні та питальні висловлення, а й речення розповідної модальності можуть бути окличними. Вони не тільки констатують певний факт, а й виражають емоції адресанта — автора газетної статті; при цьому не змінюється модальне значення й мета повідомлення. Такі окличні речення можуть передавати в публіцистичній мові оцінку різного роду: презирство: *Ще одні вороги України — палії!* (Високий замок 15.03.2022); *росія — це держава-терорист!* (Голос України, 02.08.2022); іронію: *Хочеш перекусити «з потяга» — покажи паспорт!* (Високий замок 23.06.2022); *Здається в оренду бункер!* (Високий замок, 12.03.2022); попередження, застереження: *Обережно, хакерська атака! Зловмисники надсилають небезпечні електронні листи* (Високий замок 26.06.2022); *Обережно: міни! Як і коли можна безпечно повернутися додому* (Українська правда, 13.05.2022); *Стоп, автобус!* (Голос України, 29.07.2022); *Відпрацьовані лампи — на переробку!* (Голос України, 05.08.2022); співчуття: *Ми завжди пам'ятатимемо! — стаття про загиблого Героя України Романа Ратушного* (Голос України, 05.07.2022); захоплення: *Вже — 31050 окупантів!* (Високий замок, 04.06.2022); *Весільні 100 тисяч віддали на армію!* (Високий замок, 07.07.2022); *За індустріальними паками — майбутнє!* (Голос України, 30.06.2022); *Чергова нагорода українок на ЧС — золота!* (Голос України, 28.06.2022); *Збірна України — чемпіон Європи серед кадетів!* (Голос України, 29.06.2022); *Добрі справи не можуть бути непоміченими!* (Високий замок, 12.03.2022); *Байрактар на захисті нашої незалежності!* (Високий замок, 04.03.2022); спонукання до дії: *Україні потрібна сіль, яку видобуватимуть на Львівщині!* (Високий замок 10.04.2022); *Майбутнє будуватимемо на наших перемогах!* (Голос України, 30.07.2022); *Повний бойкот!* (Високий замок 10.03.2022); *Разом до Перемоги!* (Голос України, 24.02.2022); *За свою державу, за свій народ!* (Голос України, 30.06.2022). Як бачимо з наведених прикладів, у газетних заголовках зросла кількість експресивного вживання окличних речень з еліпсацією присудків. Такі конструкції здебільшого виконують функцію реклами та функцію встановлення контакту з реципієнтом.

Отож, комунікативно-синтаксична парадигма заголовкових речень сучасних медіатекстів досить строката, що сприяє експресивізації мовлення та приверненню уваги реципієнтів до авторської інформації. Модальні різновиди висловлень у поєднанні з їх специфічною синтаксичною структурою та лексичними засобами вираження ефективно впливають на свідомість потенційних читачів, спонукаючи їх до прочитання журналістського тексту. У зв'язку з цим комунікативний синтаксис журналістських текстів є одним із перспективних напрямів дослідження в медіалінгвістиці.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Бадрак В. В.* Фактори ефективності впливу друкованих ЗМІ (преси) на електорат : дис. ... кандидата філол. наук: 10.01.08. Київ, 2000. 250 с.

2. *Вихованець І. Р.* Граматика української мови. Синтаксис : підручник. Київ : Либідь, 1993. 368 с.
3. *Гуйванюк Н. В.* Слово — Речення — Текст: Вибрані праці. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2009. 664 с.
4. *Дорошенко С. І.* Складні безсполучникові конструкції в сучасній українській мові. Харків : Вища школа, 1980. 150 с.
5. *Дудик П. С.* Синтаксис української мови: підручник. Київ : ВЦ «Академія», 2010. 384 с.
6. *Завальнюк І. Я.* Синтаксичні одиниці в мові української преси початку ХХІ століття: функціональний і прагматичний аспекти: [монографія]. Вінниця : Нова Книга, 2009. 400 с.
7. *Загнітко А. П.* Теоретична граматики сучасної української мови. Морфологія. Синтаксис. Донецьк : ВКФ «БАО», 2011. 992 с.
8. *Шабат С. Т.* Категорія питальної модальності в сучасній українській мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 ; Прикарпатський державний університет імені Василя Стефаника. Івано-Франківськ, 2000. 20 с.

Олена Олексенко

кандидат філологічних наук, професор,
професор кафедри української мови імені професора Л. А. Лисиченко;
Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди
oleksenkoolena@gmail.com

СТИЛІСТИЧНІ ФУНКЦІЇ ДІЄПРИСЛІВНИКА В РОМАНІ ЛІНИ КОСТЕНКО «БЕРЕСТЕЧКО»

У науковій спадщині професора Сергія Івановича Дорошенка значна увага приділена дослідженню такої морфологічної одиниці, як дієприслівник. Це й окремі статті «До питання про граматичний статус дієприслівника», «Одиничні прислівники і дієприслівникові звороти як елементи образної системи мови» [Дорошенко 2009], і наукова концепція щодо морфологічного статусу дієприслівника та його стильових і стилістичних можливостей, яка покладена в основу дисертаційної роботи його аспірантки Л. К. Лисак [Лисак 2006], і згадки про сутність дієприслівника в інших дослідженнях, присвячених питанням граматики і стилістики.

Неодноразово на кафедрі й у виступах на конференціях велися дискусії щодо поглядів на дієприслівник чи то як форму дієслова, чи то як віддієслівний прислівник, чи то як окрему частину мови. С. І. Дорошенко незрушно стояв на тому, що це окрема частина мови, аргументуючи свою позицію низкою власне дієприкметникових особливостей [Дорошенко 2009]. Хоча ми з ним були по різні сторони наукових «барикад», зокрема щодо наявності категорії стану в дієприслівника [Олексенко 2017; 2019], але дискутували завжди коректно й