

О. О. Тищенко, канд. філол. наук, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПИТАЛЬНИХ РЕЧЕНЬ У ЗАГОЛОВКАХ ПУБЛІКАЦІЙ ІНТЕРНЕТ-ВЕРСІЙ ГРЕЦЬКИХ ГАЗЕТ

У статті досліджено функціонування питальних речень у заголовках публікацій інтернет-версій грецьких газет, виявлено характерні особливості їхнього використання. Доведено, що питальні речення характерні для заголовків грецьких газетних публікацій, оскільки вони викликають читача на діалог та спонукають його шукати відповіді у статті.

Ключові слова: питальні речення, газетні публікації, заголовок, власне питальні речення, альтернативні питальні речення, риторичні питальні речення.

Заголовки газетних публікацій нерідко викликають інтерес дослідників, оскільки саме з них починається взаємодія журналіста і читача. Існує велика кількість способів привернути увагу читача до прочитання публікації за допомогою заголовка. У цій статті ми розглянемо особливості використання речень питальної модальності у заголовках інтернет-версій найпопулярніших грецьких газет. **Актуальність** проблеми полягає в тому, що функціонування синтаксичних засобів у заголовках грецьких газетних публікацій є явищем поширеним, але малодослідженим.

Вивченням особливостей заголовків займаються **А. Коваленко, Л. Деркач Л., С. Хатзисаввідіс, Т. Дізелос, Я. Тзаннетаκος.**

Мета статті полягає у визначенні найпоширеніших типів питальних речень, що використовуються у заголовках публікацій інтернет-версій грецьких газет та встановленні їхніх функцій.

Виклад основного матеріалу. М.М. Антонович основною функцією заголовка називає привернення уваги, суть якої полягає в тому, що заголовки містять чітке, стисле повідомлення, яке запалює іскру зацікавленості у потенційного читача [1, с. 103]. На основі проведеного дослідження можна стверджувати, що заголовок має створюватися таким, що впаде в око читача, викличе у нього інтерес, надасть певну інформацію щодо змісту статті, але не назве конкретної інформації, спонукаючи читача

прочитати усю статтю. Для досягнення цієї мети використовуються різні способи: використання художніх засобів (метафор, епітетів та ін.), вживання фразеологічних одиниць, залучення синтаксичних способів привернення уваги читача (еліптичні, питальні, спонукальні речення) тощо.

Згідно з мовознавцем П.С. Дудиком, речення питальної модальності своєрідно виражають "спонування, адресоване особі, від якої вимагають, щоб вона висловилась, повідомила про те, що становить інтерес для самого мовця або його співрозмовника. Суттєвим, навіть визначальним, засобом оформлення питальних речень є питальна інтонація, яка може набувати найрізноманітніших варіацій і якою будь-яке розповідне речення можна перетворити на речення питальне" [3, с. 228]. О.Д. Пономарів визначає питальні речення як "речення, в яких виявляється прагнення мовця вяснити невідоме, або переконатися в чомусь, чи звернути на щось увагу" [4, с. 240].

Досліджуючи питальні речення, що використовуються у заголовках грецьких газетних публікацій, ми взяли за основу твердження П.С. Дудика про те, що "питальні речення здебільшого характеризують не за граматичною будовою, а тільки за функцією, і взяли за основу його класифікацію типів питальних речень:

1) власне питальні речення або речення прямої питальності (прямо питальні речення):

а) з'ясувальні, які мають підтип альтернативних питальних речень;

б) уточнювальні.

Власне питальні речення мають окремий різновид – перепитувальні речення.

2) риторичні питальні речення" [3, с. 229–231].

Наше дослідження було проведено на матеріалі публікацій інтернет-версій грецьких газет *Та Νέα*, *Καθημερινή*, *то Βήμα* за період з 30.03.2015 по 05.04.2015.

Найпоширенішими серед заголовків публікацій інтернет-версій грецьких газет є власне питальні речення, тобто такі, які висловлюють пряме запитання, що вимагають конкретної відповіді від того, кого запитують. Власне питальні речення "конс-

труюються з метою спільного чи індивідуального осягнення знань: запитання одного (першого) співрозмовника передбачає реакцію-відповідь іншого (другого). В такий спосіб утворюється відносна змістова, структурна і функціональна цілісність із двох (і більше) діалогічних реплік" [3, с. 229]. Тому заголовок, який є власне питальним реченням, з одного боку, взаємодіє з читачем, оскільки спонукає його шукати відповідь у публікації, з іншого боку, виникає діалог між заголовком і статтею, оскільки стаття дає відповідь на запитання, що міститься у заголовку. Таким чином, заголовок і стаття являють собою структурну і функціональну цілісність, що взаємодіє з читачем.

Наше дослідження показало, що переважно більшість питальних заголовків становлять питально-з'ясувальні речення, тобто такі, що мають на меті з'ясувати певні факти. Такі речення вводяться питальними займенниками і прислівниковими словами **τι, ποιός, πώς, πού, γιατί, πόσο**: *Τι περιμένει ο κ. Τσίπρας από τη Μόσχα (Καθημερινή 5/4), Τι θα συμβεί αν δεν πληρωθεί η δόση στο ΔΝΤ (Καθημερινή 5/4), Πόση αισιοδοξία ακόμη να αντέξουμε; (Καθημερινή 5/4), Τι απαντά ο Ν. Αναστασιάδης για το Grexit (Καθημερινή 4/4), Αυτό το κόμμα ποιος θα το πάρει; (Καθημερινή 4/4), Τι προτείνει η Μόσχα στην Αθήνα (Καθημερινή 3/4), Πώς θα αποκτούν την ελληνική ιθαγένεια τα παιδιά των μεταναστών (Καθημερινή 5/4), Πότε και σε ποιούς θα καταβληθεί το δώρο του Πάσχα (Καθημερινή 2/4), Τι συνδέει την ΔΗΚΡ-С με την Ελλάδα (Καθημερινή 5/4), Γιατί οι Άγγλοι έμειναν εκτός Κυπέλλων Ευρώπης (Καθημερινή 30/03), Τι φοβάται και σε τι ελπίζει η Lufthansa (Το Βήμα 5/4), Τι απαντούν οι τηλεοπτικοί σταθμοί στον υπουργό Επικρατείας (Τα Νέα 3/4), Πώς απέδρασε η Βίκυ Σταμάτη από το Δρομοκαϊτειο – ελεύθεροι οι σωφρονιστικοί που την φρουρούσαν (Τα Νέα 2/4), Τι ποσοστό πουλά τελικά η κυβέρνηση στο λιμάνι του Πειραιά (Τα Νέα 31/03).*

Згідно з вищезгаданою класифікацією питальних речень П.С. Дудика, "окремим різновидом питально-з'ясувальних речень є перепитувальні речення. Питання в таких структурах передбачає альтернативну відповідь, тобто відповідь, яка допускає одну з двох або кількох можливих" [3, с. 229]. Такі структури використовуються в заголовках інтернет-версій грецьких газет, проте їхня кількість порівняно мала: *Με το Κόμμα ή με τη χώρα;*

(Το Βήμα 1/4), Παγωτό ή Μίκι Μάους (Το Βήμα 30/03), Πως μπήκαμε ή πώς θα βρούμε από το μνημόνιο; (Το Βήμα 1/4).

Πιταλньо-υточнювальних речень, тобто таких, які використовуються, коли необхідне підтвердження або заперечення змісту запитання, теж небагато: *Υπάρχουν παράλληλα σύμπαντα σε περισσότερες διαστάσεις; (Καθημερινή 4/4), Να χειροκροτήσουμε τις επιτυχίες του κ. Τσίπρα; (Καθημερινή 1/4), **Γίνεται Δημοκρατία χωρίς Εθνική Αντιπροσωπεία;** (Το Βήμα 5/4), *Ανθρακας ο θησαυρός της λίστας Λαγκάρντ(;) (Τα Νέα 4/4), Νοείται Αριστερά του Τίποτα; (Τα Νέα 3/4).* На нашу думку, це пов'язано з тим, що порівняно з питально-з'ясувальними заголовками, такі заголовки, з одного боку, є менш провокативними, і відповідно не настільки здатні привернути увагу читача, а, з другого боку, менш конкретними, менш інформативними.*

У досліджених публікаціях відсутні заголовки, виражені перепитувальними реченнями, оскільки заголовок публікації рідко може бути представлений діалогом, що складається з висловлення і перепитувальної конструкції.

У заголовках інтернет-версій грецьких газет присутні питально-риторичні речення, тобто такі, які є прихованим ствердженням або запереченням, і вважаються питальними лише через питальну інтонацію [3, с. 231]. О.Д. Пономарів визначає питально-риторичні речення як такі, що "містять у собі приховане ствердження і не вимагають відповіді" [4, с. 240]. Риторичні запитання виконують роль експресивного засобу і, як відомо, часто використовуються у публіцистичному стилі. Проте, на основі проведеного дослідження, можемо зробити висновок, що риторичні запитання у ролі заголовків грецьких газетних публікацій значно поступаються за кількістю питально-з'ясувальним реченням. Серед проаналізованих заголовків було виявлено всього 4 заголовки, представлені риторичними запитаннями: *Από την αρχαιότητα στον Μεσαίωνα, τον Διαφωτισμό και πίσω; (Καθημερινή 5/4), Μέρες... επανάστασης; (Καθημερινή 2/4), **Αν θέλει η κυβέρνηση να εισπράττει ΦΠΑ** (Το Βήμα 5/4), *Σε κατάσταση πολιορκίας; (Τα Νέα 2/4).* Л.Деркач класифікує риторичні питання у заголовках газетних публікацій на основі очікуваної реакції читачів таким*

чином: запитання-провокація, запитання-припущення, запитання заперечення, запитання-ствердження [2, с. 82–83]. Перші три заголовки досліджених грецьких газетних публікацій становлять запитання-припущення. Вони є назвами публікацій у авторській колонці, зазвичай у грецьких газетах вона називається ΑΠΟΨΕΙΣ або ΓΝΩΜΕΣ (думки, погляди), тобто в ній автор висловлює власну думку, результати своїх власних спостережень та міркувань. На нашу думку, риторичні запитання характерні для авторської колонки, тому що в ній автор ніби запитує себе про певне явище і в статті розмірковує над поставленим запитанням, висловлюючи свої припущення. Четвертий з наведених заголовків міститься на першій сторінці газети як інтернет-версії, так і друкованого видання газети, і є заголовком головної статті. Цей заголовок є заголовком-ствердженням, він є експресивним, метафоричним, чого й вимагає перша сторінка газети.

Характерним явищем для заголовків грецьких газетних публікацій з питальними реченнями є варіативність у використанні знаку питання. Знак питання може ставитися, а може не ставитися. Серед досліджуваних заголовків кількість заголовків без знаку питання наприкінці дещо перевищила кількість заголовків зі знаком питання. Так, у газеті *Καθημερινή* читаємо з приводу однієї і тієї ж теми: ***Τι απαντά ο Ν. Αναστασιάδης για το Grexit (Καθημερινή 4/4), Κι αν το Grexit είναι το πραγματικό σχέδιο; (Καθημερινή 3/4).*** **Заголовки, що починаються питальними словами *τι, πώς, πότε* тощо можуть містити наприкінці знаки питання, а можуть не містити:** *Τι απαντά η ΤτΕ στην καταγγελία για καθυστερήσεις πληρωμών στα έργα του ΕΣΠΑ (Καθημερινή 2/4), Τι συμβαίνει στη ζωή (Τα Νέα 1/4), Πότε θα πάνε στο Μαξίμου (Το Βήμα 2/4), Πότε και πώς θα καταβληθεί στους μισθωτούς (Τα Νέα 30/03).* Цікавим, на нашу думку, виявилось спостереження, що в газеті *Η Καθημερινή* усі заголовки з авторської колонки, що містять питальні речення, мають знак питання, і не містять жодного запитання у рубриці *Εκονομικά*, подібні тенденції виявлено і в газетах *Το Βήμα* і *Τα Νέα*. Проте для з'ясування того, чи є відсутність або наявність знаку питання у заголовках публікацій характерним явищем для певних рубрик грецьких газет, необхідно глибше до-

слідження значно більшої кількості заголовків. Крім того, потрібно взяти до увагу, що подібні тенденції можуть бути пов'язані зі стилем редактора рубрик або газети.

Отже, проаналізований матеріал показав, що заголовки, які містять питальні речення, найчастіше використовувалися в авторській колонці, а також у рубриках Політика, Економіка та Новини Греції. Як уже згадувалося вище, використання питальних речень у заголовках публікацій авторської колонки є логічним, оскільки вони задають тему для міркування. Більшу кількість питальних заголовків у рубриках Політика, Економіка та Новини Греції можна пояснити, з одного боку, загальною великою кількістю статей у цих рубриках, а з іншого боку, важливістю пошуку відповідей на нагальні проблеми суспільства.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, питальні речення характерні для заголовків грецьких газетних публікацій, оскільки вони викликають читача на діалог та спонукають його шукати відповіді у статті. Використання інших синтаксичних засобів, властивих заголовкам грецьких газетних публікацій, а також виявлення інших їхніх тенденцій становлять інтерес для подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонович М. М. Функції газетних заголовків, виражених сполученням типу NNN / М. М. Антонович / Іноземна філологія. – 1992. – № 103. – С. 103–110.
2. Деркач Л. Риторичні функції газетних заголовків / Л. Деркач // Типологія та функції мовних одиниць : наук. журн. / редкол. : Н. М. Костусяк (гол. ред.) та ін.; Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2014. – № 1. – С. 76–85.
3. Дудик П. С. Стилістика української мови : Навч. посібник / П. С. Дудик – К. : ВЧУ "Академія", 2005. – 368 с.
4. Сучасна українська мова: Підручник / О. Д. Пономарів, В. В. Різун, Л. Ю. Шевченко та ін.; за ред. О. Д. Пономарева. – 4-те вид. – К. : Либідь, 2008. – 488 с.
5. *Η Καθημερινή* [Електронний ресурс] : 30/03/15, 31/03/15, 01/04/15, 02/04/15, 03/04/15, 04/04/15/ – Режим доступу до газети: www.kathimerini.gr
6. *Та Νέα* [Електронний ресурс] : 30/03/15, 31/03/15, 01/04/15, 02/04/15, 03/04/15, 04/04/15/ – Режим доступу до газети: www.tanea.gr
7. *Το Βήμα* [Електронний ресурс] : 30/03/15, 31/03/15, 01/04/15, 02/04/15, 03/04/15, 04/04/15/ – Режим доступу до газети: www.tovima.gr

Стаття надійшла до редакції 16.04.15

Е. А. Тищенко, канд. филол. наук, ассист.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Особенности использования вопросительных предложений в заголовках публикаций интернет-версий греческих газет

В статье исследуется функционирование вопросительных предложений в заголовках публикаций интернет-версий греческих газет, определены характерные особенности их использования. Доказано, что вопросительные предложения характерны для заголовков газетных публикаций, поскольку они вызывают читателя на диалог и заставляют его искать ответы в статье.

Ключевые слова: *вопросительные предложения, газетные публикации, заголовки, собственно вопросительные предложения, альтернативные вопросительные предложения, риторические вопросительные предложения.*

О. Tyschenko, PhD in Philol., Assistant Lecturer
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The peculiarities of interrogative sentences in the headlines of Greek newspapers online versions

The article examines the functioning of the interrogative sentences in the headlines of articles of Greek newspaper online versions; the peculiarities of their usage are clarified. The article proves that interrogative sentences are peculiar for newspaper headlines since they inspire a reader for a dialogue and encourage them to look for a response in the article.

Keywords: *interrogative sentences, newspaper article, headline, rhetorical interrogative sentences, alternative interrogative sentences.*

УДК 811.111'322

О. М. Горосян, канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

ПОЛІМОДЕЛЬНІСТЬ СУЧАСНОГО ДІЛОВОГО КОМУНІКАТИВНОГО ПРОЦЕСУ

Проблема моделювання комунікативного процесу залишається актуальною, незважаючи на описи численних моделей, здійснені в сучасній лінгвістичній літературі. Автор ставить за мету проаналізувати типові підходи до зазначеної проблеми. Використовуючи порівняльний, дескриптивний і типологічний методи дослідження, доходить до висновку про полімодельність ділового комунікативного процесу як складного багатогранного явища.

Ключові слова: *ділове спілкування, комунікативний процес, контекст-на модель, моделювання, полімодельність, прагмалінгвістична модель.*