

**ТРОПЕІЧНІСТЬ ЯК ЗАСІБ АСИМЕТРІЇ ЗМІСТОВИХ І ВИРАЖАЛЬНИХ  
ХАРАКТЕРИСТИК МОВНИХ ОДИНИЦЬ  
(на матеріалі заголовків сучасних регіональних газет)**

**ЗАВАЛЬНЮК Інна Яківна, доктор філологічних наук, професор,  
декан-директор Інституту філології й журналістики  
Вінницького державного педагогічного університету  
імені Михайла Коцюбинського (м. Вінниця)**

***Анотація.** У статті проаналізовано стилістично марковані заголовкові комплекси сучасних регіональних газет, що постали в мові преси шляхом метафоризації, метонімізації чи епітетизації. Принагідно окреслено чинники впливу на вибір певного типу структурування й семантичного наповнення заголовка тексту як компонента його зв'язності, а також основних засобів посилення емоціогенності газетного тексту.*

*Встановлено, що активне використання на шпальтах сучасних газет Вінниччини заголовків тропеїзованого характеру спричинене актуалізацією тенденції до експресивізації мови української преси. Визначено, що тропеїчність слугує засобом асиметрії плану змісту й плану вираження мовних одиниць, сприяє найменуванню життєвих реалій за принципами зростання комунікативних потужностей слова й економії мовних засобів, гнучкості й різноманітності способів вираження актуалізованого автором змісту.*

*З'ясовано, що метафори в структурі заголовків сучасної регіональної преси використовують для конкретно-чуттєвого, стилістично конотованого висловлення думки, створення в газетному контексті виразного художнього образу. Найтиповішими є перенесення назв неістот на назви неістот, що засвідчує синонімію значень, взаємодію художнього й публіцистичного стилів.*

*Простежено, що метонімічні заголовки, з огляду на свою компресію, згорнутість вираження думки, невимушеність, орозмовлюють газетний контекст і водночас найкраще, завдяки незвичності асиметрії змісту й засобу його вираження, зреалізовують стилістичну функцію впливу на читача.*

*У складі заголовків сучасної регіональної преси виявлено й епітети, що слугують увиразнювачами явищ і предметів, надають їм стилістичних конотацій урочистості, інтимності, ніжності. За допомогою цих тропів журналісти виражають почуття, демонструють власний поетичний світ, оновлюють, відсвіжують газетний виклад, асоціативно-сконцентровано трансформуючи найтривіальнішу думку.*

***Ключові слова:** тропеїчність (тропеїзація), метафора, метонімія, епітет, заголовковий комплекс, сучасна регіональна преса*

Сучасні засоби масової інформації функціонують у так званій «стихії живої мови», що створює сприятливі умови для добору стилістично маркованих мовних одиниць. Таких засобів передусім потребують заголовкові комплекси, які здебільшого не містять у собі розгорнутого, вичерпного повідомлення, а лише вказують на елементи змісту статті, натякають на них, подають загальне орієнтування в змістові публікації [10, с. 125]. Вони покликані пропагувати все краще, агітувати за нове [9, с. 172], а також заохочувати читача до ознайомлення з порушеним у заголовкові питанням, фактом, ситуацією.

Заголовок будь-якої газетної публікації як компонент текстової парадигми виконує різні мовленнєві функції: комунікативну, оскільки він слугує повідомленням про предмет інформації; функцію впливу, бо він «не тільки інформує читача про

зміст предмета мовлення, але й впливає певним чином на читача, викликаючи в нього відповідне соціальне ставлення до змісту повідомлення» [4, с. 84] й експресивну, адже саме заголовок викликає перші позитивні чи негативні емоції у читача. Останнім часом до заголовків усе активніше долучаються стилістично марковані прості та складні конструкції, які й потребують аналізу. Саме цей аспект зумовлює актуальність пропонованої наукової розвідки.

Автори досліджень, присвячених описові мови газетних видань, їхніх заголовкових комплексів, зосереджують увагу на загальному напрямі в розвитку заголовків, дискусійних питаннях функціонування в структурі газетного тексту, окресленні граматичної природи з акцентами на структурному аналізі стилістично нейтральних за змістом простих речень [10; 4; 3; 12; 1; 6 та ін.]. Натомість стилістично марковані заголовки сучасних видань Вінниччини ще не досліджувалися.

**Мета дослідження** – аналіз специфіки процесів тропеїзації мови заголовкових комплексів сучасних регіональних газет. Серед основних завдань: 1) простежити найновіші тенденції у використанні тропеїзованих заголовків на шпальтах сучасної регіональної періодики; 2) з'ясувати стилістичні конотації, спричинені вживанням тропеїзованих речень у ролі заголовків газетних публікацій; 3) проаналізувати специфіку метафоризації, метонімізації чи епітетизації заголовкових комплексів; 4) окреслити чинники впливу на вибір певного типу структурування й семантичного наповнення заголовка тексту як компонента його зв'язності, а також основних засобів посилення емоціогенності газетного тексту.

Матеріалом для дослідження слугувала картотека простих і складних речень (близько 200 одиниць), що зазнали тропеїзації змісту і виконують функції заголовків регіональних газет 2014 р. («Бершадський край», «Вінницька газета», «Вінниччина», «Вісті Тепличчини», «Місто», «Прапор Перемоги», «Слово Придністров'я», «Шаргородщина», «Ямпільські вісті»).

Основними методами дослідження були описовий і метод спостереження, якими послуговувалися для диференціації семантико-стилістичних різновидів синтаксичних одиниць у ролі заголовків, а також метод функціонального аналізу – для визначення стилістичного навантаження заголовкових комплексів і їхніх структурних компонентів.

У процесі дослідження виявлено, що для мови сучасних українських газет, також і регіональних, та їхніх заголовкових комплексів характерні нові тенденції: 1) зміни в системі стандарт-експресія (експресія переважає); 2) посилення діалогічності (відбувається перегрупування жанрів; на передній план виходять діалогічні й інформативно-аналітичні жанри); 3) посилення особистісної думки, що найчіткіше відображається у жанрі статті; 4) стилістична «багатогранність»; 5) інтертекстуальність; 6) інтимізація викладу; 7) розширення експресивно-емоційних й образних засобів. Домінантною є тенденція до експресивізації газетної мови, що спричиняє потребу в пошукові образних засобів для структурування й змістового наповнення їхніх заголовків. З цих міркувань журналісти нерідко вдаються до розширення чи звуження змістового обсягу слів, що призводить до виникнення в них переносно-образних значень і підсилення експресивних властивостей.

У ролі заголовків газетних статей сьогодні активно вживаються різнотипні синтаксичні структури, які дедалі частіше за рахунок метафоризації чи метонімізації набувають ознак образності, переносності, чим створюють стилістичний ефект неповторності, небуденності, новаторства. Передусім у мові сучасної регіональної преси, зокрема в заголовках, дедалі частіше використовують метафоричні

конструкції, що привертає увагу найвибагливішого читача, спонукає до прочитання статті.

Метафора як вид тропа, специфікою якого є вживання слів та виразів у переносному значенні, є найпродуктивнішим способом збагачення художньої і публіцистичної мови. Як слушно зазначає Л. І. Мацько, метафори слугують цінним джерелом виникнення нових значень. Цей троп «немовби заперечує належність об'єкта до того класу предметів, у який він насправді входить, і переносить його в інший клас, до якого він на раціональній основі не може бути віднесений, але автор бере на себе сміливість віднести його туди, тому що помітив якісь, часом йому тільки одному відомі, спільні риси або переніс певну рису іншого об'єкта на аналізований» [8, с. 329].

Як засвідчує обстежений матеріал, у мові сучасних регіональних газет найактивніше використовують заголовки з чотирма видами перенесень, що спричинено потребою застосувати найвиразнішу метафору в «момент вирішення проблемної ситуації, коли формуються нові образи і смисли» [7, с. 1], зокрема:

а) метафори, що виникають на основі перенесення назв істот на назви істот (осіб), напр.: Самотній лелека посеред раю (Вінниччина, 07.05.2014, с. 8); Орлята грозових літ (Вінниччина, 28.02.2014, с. 13);

б) перенесення назв неістот на назви неістот, напр.: Проліски надії (Слово Придністров'я, 01.04.2014, с. 1); «Медальний дощ» у Ладжині (Вінниччина, 23.04.2014, с. 14); Трояндова площа на честь Небесної Сотні (Вінниччина, 04.04.2014, с. 10); Життя обірвалося у тридцять три (Прапор Перемоги, 06.06.2014, с. 2); Місто святкових вогнів (Вінницька газета, 04.01.2014, с. 16); Зоряний випуск ліцею (Вінниччина, 06.06.2014, с. 8); Творчі райдуги Жанни Дмитренко (Вінниччина, 17.01.2014, с. 8); Захмарні ціни на цибулю і прийнятні – на гречку (Вінниччина, 29.01.2014, с. 11); Золоте перо Віктора Зеленюка (Вінниччина, 31.01.2014, с. 9); Над снігами маминої сивини (Вінниччина, 14.05.2014, с. 12); Життєві мелодії Дмитра Джоли (Вінницька газета, 14.01.2014, с. 2);

в) перенесення назв істот на неістот, напр.: Плакало небо над Бершаддю (Бершадський край, 01.08.2014, с. 2); Біда постукала у двері (Прапор Перемоги, 11.11.2014, с. 2); Хмуряться хмари над Ямполем (Ямпільські вісті, 20.06.2014, с. 2);

г) перенесення ознак речей неживих до істот, напр.: Крилаті рушники Віри Роїк (Вінницька газета, 07.02.2014, с. 16); Таємниці «живої» води (Вісті Тепличчини, 27.03.2014, с. 8); Умілі руки, посидючість і залізні нерви – складові ювелірного характеру (Вінниччина, 31.01.2014, с. 8); Він був сонячним хлопцем (Прапор Перемоги, 25.03.2014, с. 2); Божі сльози багато вміють (Вінниччина, 25.04.2014, с. 14). Такі метафоризовані заголовки більшою мірою виконують стилістичну функцію впливу на читача, рекламну функцію, аніж інформативну, що зумовлено оновленими тенденціями до експресивізації, стилістичної багатогранності, інтимізації тощо в розвитку мови сучасної української преси.

Нерідко метафоричні заголовкові комплекси набувають історичного змісту, колориту, орнаментуючи публіцистичний текст, забезпечуючи успішність його впливу на специфічне коло адресатів: Імперський сказ шовіністів. Хто украв Русь? (Вінницька газета, 20.05.2014, с. 4); Він був предтечею нашої Незалежності (Прапор Перемоги, 06.06.2014, с. 2); Трагедія української бездержавності (Прапор Перемоги, 29.04.2014, с. 3); Історичні паралелі через 95 років (Вінниччина, 05.02.2014, с. 15).

Як уже йшлося, досить спорадично в заголовкових комплексах застосовують персоніфікацію як засіб поетичного олюднення навколишнього світу шляхом уподібнення неживих предметів чи явищ природи людським якостям, пор.: Що

болить у вінницької медицини? (Вінницька газета, 07.03.2014, с. 4); Моржі збираються зустріти Новий рік в ополонці (Вінницька газета, 01.01.2014, с. 10); Івана Купала веселкою грало на Вишенському озері у Вінниці (Вінниччина, 09.07.2014, с. 1).

Отже, метафори в структурі заголовків сучасних регіональних газет – потужний лінгвоментальний інструмент пізнання й оцінювання навколишнього світу. Їхнє використання спричинене здебільшого інтенціями авторів, які прагнуть точно, конкретно і водночас чуттєво, емоційно-експресивно висловити думку, окреслити об'єкт найменування у будь-якому стилістичному аспекті (від урочисто-піднесеного до увиразнено-побутового), створити в публіцистичному контексті виразний художній образ.

Характерною для заголовків сучасних газет Вінниччини є також метонімія – троп, в основі якого – процес заміни однієї назви іншою на ґрунті значеннєвої суміжності. Метонімічні заголовки слугують здебільшого засобом орозмовлення публіцистичного контексту, адже є компресованими, згорнутими, невимушеними номінаціями життєвих реалій. Такі структури справляють враження мовлення «навпростець» [8, с. 335] і досить швидко орієнтують читача у виборі публікації, зацікавлюючи незвичністю асиметрії змісту й засобу його вираження. Пор.: Вінниця готова підтримати навколишні села (Місто, 10.09.2014, с. 3); У День Європи місто розцвіло вишиванками (Вінницька газета, 20.05.2014, с. 1); На таких хлопцях тримається Україна (Вінниччина, 11.06.2014, с. 1); За ним плакало все село (Прапор Перемоги, 22.08.2014, с. 3); Про що шумить молокозавод? (Прапор Перемоги, 18.07.2014, с. 3); Ринок підтримує українських бійців (Прапор Перемоги, 03.10.2014, с. 3); Допомога однієї вулиці (Прапор Перемоги, 19.08.2014, с. 1). Як бачимо, завдяки назві однієї реалії дають назву іншій, що перебуває з цією реалією в асоціативних відношеннях за семантичною суміжністю [11, с. 140], пор.: Село загрузло у смітті (Вінниччина, 04.06.2014, с. 3), де лексему «село» вжито на позначення « мешканців села». Оскільки тропи метонімічного типу досить тісно пов'язані з прямою семантикою слова, їхні виражальні стилістичні властивості значно скромніші за ті, які дає метафора, проте і за допомогою метонімії можна створити яскравий, виразний художній образ, напр.: Постав не лише Майдан. Повстала вся Україна (Вінниччина, 21.02.2014, с. 1); Вінниця протестує (Вінницька газета, 28.01.2014, с. 1).

Дещо рідше автори газетних публікацій використовують синекдоху – різновид метонімії, один із досить оригінальних прийомів увиразнення мови газетного тексту. Як відомо, цей троп передбачає подання цілого через назву його частини, загального – через часткове вираження, що дає змогу журналістам динамізувати виклад, сфокусувати на найважливішому слові в змістовому наповненні, заінтригувати читача, пор.: Останній сніп (Слово Придністров'я, 15.08.2014, с. 1); Прозвітували до копійки (Прапор Перемоги, 24.06.2014, с. 1); Першу сходинку до професії подолано (Прапор Перемоги, 04.07.2014, с. 4); Їхня краплинка в океані добра (Шаргородщина, 26.12.2014, с. 4); Краплина ніжності (Вінницька газета, 17.01.2014, с. 7). І метонімія, і її різновид – синекдоха, стилістично експресивні мовні засоби, що постали в межах стильових норм завдяки функції заміщення назв на ґрунті суміжності.

Газетні заголовкові комплекси нерідко вміщують й епітетні сполуки, здебільшого метафоризовані, що свідчить про системну взаємодію художнього й публіцистичного стилів, про віддзеркалення фольклорного струменя творчості українського народу. Саме за допомогою художньо-образного означення, що увиразнює характерну ознаку предмета, особи, явища чи іншої життєвої реалії, оновлюють газетний

виклад, асоціативно-сконцентовано трансформують думку. Найтипівішими у структурі заголовків регіональних видань є сьогодні кольористичні епітети, які віддзеркалюють споконвічну сутність душі українства, напр.: **Барвисте** свято щасливих сімей (Вінниччина, 04.06.2014, с. 8); **Яскравий** символ нашого життя (Прапор Перемоги, 18.04.2014, с. 2); **Багряний** прапор Перемоги (Вінниччина, 09.05.2014, с. 8). Кольорові гами зазвичай абстрактні, що дає змогу читачеві побачити їхню образність, а інколи й метафоричність. У публіцистичному тексті колір рідко збігається з об'єктивною кольоровою ознакою спектра. Частіше колір «живе» в кольористичному образі, що формується не лише значенням кольору, а й іншими лексемами тропеїчних функцій, використання яких залежить від мети статті, суб'єктивних уподобань журналіста, від індивідуального осмислення кольорів [8, с. 344]. Колір може відображати також відтінок предмета, асоціювати з предметом (рослиною), що дозволяє зіставити його з реалією об'єктивної дійсності й зацікавити у такий спосіб читача, пор.: **«Барвінкове** кружало» об'єднує Україну (Вінниччина, 02.05.2014, с. 1).

У заголовках вінницької преси також активні внутрішньопсихологічні епітети, що передають відчуття автора, особисті чи суспільні, пережиті ним, що переплітаються з настроями природи або суголосно, або контрастно [8, с. 347]. На думку М. Грушевського, «форма, в котрій сі ліричні настрої, значно артистичніша, точніша і музикальніша» [5, с. 261]. З-поміж внутрішньочуттєвих епітетів дещо рідше використовують одоративні, які характеризують предмет на дотик та смак, й активніше – емотивні епітети, за допомогою яких автор публікації виражає не тільки власні почуття, а й намагається передати свій поетичний світ у почуттєвому сприйнятті інших. Пор. заголовки з одоративними епітетами: Наш родовід з **міцного** коріння... (Вінниччина, 17.01.2014, с. 10); **Солодкий** проект Наталі Ковальчук (Вінниччина, 02.05.2014, с. 4); У ТОВ «Міжлісся» в розпалі **солодкі** жнива (Вінниччина, 18.06.2014, с. 1) і заголовки з емотивними епітетами: Молодість віддана **чужій** землі (Вісті Тепличчини, 10.04.2014, с. 4); Джерела **духовних** криниць багато літ живлять творчість народних колективів у Чернятині й Токарівці, а ще їх зміцнює дружба і спільна справа митців (Вінниччина, 16.05.2014, с. 8); **Незабутня** Тарзанія (Вінницька газета, 17.01.2014, с. 7); **Святкові** новонароджені (Вінницька газета, 10.01.2014, с. 1); У **цікавому** становищі не забувайте про себе (Вінниччина, 09.04.2014, с. 11); **Славний** ювілей асоціації пенсіонерів «Поділля» (Вінниччина, 02.05.2014, с. 8); **Веселі** вечорниці (Вісті Тепличчини, 13.03.2014, с. 5); **Невмируще** Тарасове слово (Прапор Перемоги, 21.02.2014, с. 2). Наявність емотивних епітетів у заголовках створює самодостатню мистецьку якість, коли всі окремо взяті слова ніби відомі, але на їхній сполучуваності виникає свіжий образ.

У регіональному газетному контексті епітети нерідко набувають метафоричності, указуючи на місце проживання особи (**Подільський** соловей (Вінницька газета, 07.03.2014, с. 10), на швидкість перебігу тієї чи тієї події (**Блискавична** революція в Шаргороді (Вінниччина, 26.02.2014, с. 6) тощо.

До заголовкових комплексів останнім часом дедалі частіше потрапляють метафоризовані епітети з розширеною мотиваційною основою свого побутування: «термін – епітет», «іншомовне поняття – епітет». Пор.: **Космічна** доба Інституту (Вінниччина, 06.06.2014, с. 8); **Запрограмована** Вінниця (Вінницька газета, 04.02.2014, с. 12); **Енергоефективні** малюки (Вінницька газета, 17.01.2014, с. 16); **«Педагогічні** вечорниці – це нові ідеї та рецепти, – переконала директор школи Ірина Сівірінська з Федорівки Шаргородського району (Вінниччина, 10.01.2014, с. 16).

Спостережено, що найпоширенішим способом вираження епітетів – структурних компонентів заголовків – є прикметники, які виконують комунікативну й художньо-естетичну функції, напр.: **Колискова** пісня **Вінницького** краю (Вінниччина, 18.04.2014, с. 9); **Гендерний** портрет Вінниці (Вінницька газета, 04.01.2014, с. 7); **Квітухий** рушник Києву від учнів ЗОШ №1 (Прапор Перемоги, 03.06.2014, с. 3); **Вишивана** Україна (Прапор Перемоги, 05.08.2014, с. 1).

Отже, тенденція до експресивізації мови сучасних газет Вінниччини зумовила активне використання на їхніх шпальтах нових заголовків – тропеїзованого характеру, передовсім тих, що зазнали метафоризації, метонімізації й епітетизації. Тропеїчність виявляє себе як засіб асиметрії плану змісту й плану вираження мовних одиниць, оскільки життєві реалії номінуються за принципами зростання комунікативних потужностей слова й економії мовних засобів, гнучкості й різноманітності способів вираження актуалізованого автором змісту.

Метафори в структурі заголовків сучасної регіональної преси використовують задля конкретно-чуттєвого, стилістично конотованого висловлення думки, створення в газетному контексті виразного художнього образу. Найтиповішими є перенесення назв неістот на назви істот, що засвідчує синонімію значень, взаємодію художнього й публіцистичного стилів.

Метонімічні заголовки, з огляду на свою компресію, згорнутість вираження думки, невимушеність, орозмовлюють газетний контекст і водночас найкраще, завдяки незвичності асиметрії змісту й засобу його вираження, зреалізують стилістичну функцію впливу на найвибагливішого читача.

Епітети у складі газетних заголовків є увиразнювачами явищ і предметів, надаючи їм стилістичних конотацій урочистості, інтимності, ніжності. За допомогою цих тропів автори регіональних газетних публікацій виражають почуття, демонструють власний поетичний світ, оновлюють, відсвіжують газетний виклад, асоціативно-сконцентровано трансформуючи найтривіальнішу думку.

Перспективу подальших наукових студій вбачаємо у дослідженні стилістично маркованих заголовкових комплексів газет всеукраїнського рівня, констатації та аналізі інших тропів і фігур, уживаних для досягнення емоційно-експресивного стилістичного ефекту в сучасному газетно-публіцистичному дискурсі.

### Список літератури

1. Бакало А. Заголовок друкованого ЗМІ: рекламний слоган / А. Бакало // Друкарство. – 2006. – № 5. – С. 36–39.
2. Белинская О. Е. Текстобразующая роль заголовка в формировании коммуникативной перспективы художественного текста / О. Е. Белинская // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія: зб. наук. праць. – Вінниця: ВДПУ імені Михайла Коцюбинського, 1999. – Вип. 1. – С. 135–138.
3. Блисковский З. Д. Заголовок / З. Д. Блисковский // Газетные жанры. – М.: Наука, 1971. – С. 166–182.
4. Вомперский В. П. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка / В. П. Вомперский // Искусство публицистики (проблемы теории и мастерства). – Алма-Ата, 1966. – С. 84–96.
5. Грушевський М. Поезія Олеся / Михайло Грушевський // Українське слово. Хрестоматія української літератури та літературної критики ХХ ст. – К.: Рось, 1994. – С. 61.
6. Завальнюк І.Я. Синтаксичні одиниці в мові української преси початку ХХІ ст.: функціональний і прагмалінгвістичний аспекти: [монографія] / І.Я. Завальнюк. – Вінниця: Нова Книга, 2009. – 400 с.

7. Кравець Л. В. Динаміка концептуальної метафори в мові української поезії ХХ ст. [Текст] : автореф. дис. ...д-ра. філол. наук: 10.02.01 / Л. В. Кравець. – Інститут української мови. – К., 2012. – 36 с.
8. Мацько Л. І. Стилістика української мови: підруч. [для студ. філол. спец. вищих навч. заклад.] / Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько. – К. : Вища шк., 2003. – 462 с.
9. Мова сучасної масово-політичної інформації. – К.: Наук. думка, 1979. – 251 с.
10. Попов А. С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и ее развитие / А. С. Попов // Развитие синтаксиса современного русского языка. – М.: Наука, 1966. – С. 95–126.
11. Сучасна українська літературна мова. Стилістика / [заг. ред. І. К. Білодіда]. – К. : Наук. думка, 1973. – 588 с.
12. Тимошик М. С. Особливості редакторської підготовки окремих складових тексту: заголовки, цитати / М. С. Тимошик // Друкарство. – 2005. – № 2. – С. 42–48.

### References

1. Bakalo A. Zaholovok drukovanoho ZMI: reklamnyi slohan / A. Bakalo // Drukarstvo. – 2006. – № 5. – С. 36–39.
2. Belynskaia O. E. Tekstoobrazuiushchaia rol zaholovka v formirovaniu kommunikativnoi perspektivy khudozhestvennogo teksta / O. E. Belynskaia // Naukovi zapysky Vinnytskoho derzhavnogo pedahohichnogo universytetu imeni Mykhaila Kotsiubynskoho. Serii: Filolohiia: zb. nauk. prats. – Vinnytsia: VDPU imeni Mykhaila Kotsiubynskoho, 1999. – Vyp. 1. – С. 135–138.
3. Blyskovskiy Z. D. Zaholovok / Z. D. Blyskovskiy // Hazetnye zhanry. – M. : Nauka, 1971. – С. 166–182.
4. Vomperskiy V. P. K yzucheniyu syntaksycheskoi struktury hazetnogo zaholovka / V. P. Vomperskiy // Yskusstvo publiystsytiky (problemy teoryy y masterstva). – Alma-Ata, 1966. – С. 84–96.
5. Hrushevskiy M. Poeziia Olesia / Mykhailo Hrushevskiy // Ukrainske slovo. Khrestomatiia ukrainskoi literatury ta literaturnoi krytyky KhKh st. – K. : Ros, 1994. – С. 61.
6. Zavalniuk I. Ia. Syntaksychni odyntytsi v movi ukrainskoi presy pochatku KhKh st.: funktsionalnyi i prahmalinhvistychnyi aspekty : [monohrafiia] / I. Ia. Zavalniuk. – Vinnytsia : Nova Knyha, 2009. – 400 s.
7. Kravets L. V. Dynamika kontseptualnoi metafory v movi ukrainskoi poezii KhKh st. [Текст] : avtoref. dys. ...д-ра. filol. nauk: 10.02.01 / L. V. Kravets. – Instytut ukrainskoi movy. – K., 2012. – 36 s.
8. Matsko L. I. Stylistyka ukrainskoi movy: pidruch. [dlia stud. filol. spets. vyshchikh navch. zaklad.] / L. I. Matsko, O. M. Sydorenko, O. M. Matsko. – K. : Vyshcha shk., 2003. – 462 s.
9. Mova suchasnoi masovo-politychnoi informatsii. – K.: Nauk. dumka, 1979. – 251 s.
10. Popov A. S. Syntaksycheskaia struktura sovremennykh hazetnykh zahlavii y ee razvytye / A. S. Popov // Razvytye syntaksysa sovremennoho russkoho yazyka. – M.: Nauka, 1966. – С. 95–126.
11. Suchasna ukrainska literaturna mova. Stylistyka / [zah. red. I. K. Bilodida]. – K. : Nauk. dumka, 1973. – 588 s.
12. Tymoshyk M. S. Osoblyvosti redaktorskoii pidhotovky okremykh skladovykh tekstu: zaholovky, tsytaty / M. S. Tymoshyk // Drukarstvo. – 2005. – № 2. – С. 42–48.

**Аннотація.** В статті проаналізовані стилістически маркіровані заголовочні комплекси сучасних регіональних газет, які з'явилися в мові преси шляхом метафоризації, метонімізації або епітетизації. Попутно обозначені фактори впливу на вибір типу структурування і семантичного

наполнения заголовка текста как компонента его связности, а также основных средств усиления эмоциогенности газетного текста.

Установлено, что активное использование на страницах современных винницких газет заголовков тропеизованного характера вызвано актуализацией тенденции к экспрессивизации языка украинской прессы. Определено, что тропеичность служит средством асимметрии плана содержания и плана выражения языковых единиц, способствует наименованию жизненных реалий по принципу роста коммуникативных мощностей слова и экономии языковых средств, гибкости и разнообразия способов выражения актуализированного автором содержания.

Выяснено, что метафоры в структуре заголовков современной региональной прессы используют для конкретно-чувственного, стилистически конотированного выражения мнения, создания в газетном контексте выразительного художественного образа. Наиболее типичными являются переносы названий неодушевленных на названия неодушевленных, что свидетельствует о синонимии значений, взаимодействии художественного и публицистического стилей.

Прослежено, что метонимические заголовки, в силу своей компрессии, свернутости выражения мысли, непринужденности, придают газетному контексту разговорных интонаций и одновременно лучше, благодаря необычности асимметрии содержания и средств его выражения, реализуют стилистическую функцию воздействия на читателя.

В составе заголовков современной региональной прессы обнаружены и эпитеты, которые подчеркивают специфику явлений и предметов, придают им стилистических коннотаций торжества, интимности, нежности. С помощью этих тропов журналисты выражают чувства, демонстрируют свой поэтический мир, обновляют, освежают газетный текст, ассоциативно-сконцентрировано трансформируя тривиальную мысль.

**Ключевые слова:** тропеичность (тропеизация), метафора, метонимия, эпитет, заголовочный комплекс, современная региональная пресса

**Abstract. Introduction.** Modern mass media operates in the so-called “element of a living language” and it creates favorable conditions for the selection of stylistically marked linguistic units. First of all, such means are important for the heading complexes which indicate the elements of the content of the article, hint at them, give the general notion of the content of the publication, and these means mainly don't contain expanded, comprehensive message. The authors of the studies, devoted to the description of the language of newspapers, focus on the general approach to the headings' development, the debatable questions of the functioning in the structure of the newspaper text and the description of the grammatical nature with the accents on the structural analysis of the stylistically neutral simple sentences. Meanwhile, stylistically marked simple and complex constructions, which require analysis, are increasingly getting connected to the headings. This is the aspect that determines the relevance of the suggested scientific research.

**Purpose** of the article is the analysis of the specificity of the tropes' use in the heading complexes of the modern regional newspapers, the manifestation of stylistic connotations, caused by the use of the sentences with tropes and the study of the latest trends in the use of the stylistically marked headings on the pages of the modern regional periodicals.

**Results.** It is typical for the language of the modern regional press to have new trends, among which the dominant trend is the expressiveness of the newspaper language, and it causes the need to find figurative means for the structurization and fleshing out the content of their headings.

According to the language of the modern Vinnytsia newspapers, the most popular are headings with the personification, and it shows the synonymy of meanings and the interaction between the belles-lettres and publicistic styles, e.g.: The snowdrops of hope (Slovo



*Prydnistrovya*, 01.04.2014, p. 1); *Over the snow of the mother's gray hair* (*Vinnychyna*, 14.05.2014, p. 12); *The Rose square in honor of the Heavenly Hundred* (*Vinnychyna*, 04.04.2014, p. 10); *Starry graduates of the lyceum* (*Vinnychyna*, 06.06.2014, p.8).

The metonymy – the trope which substitutes a word referring to an attribute for the thing that is meant – is also frequently used in the headings of the modern Vinnytsia newspapers. Metonymical headings mainly serve as the means of creating colloquial colouring in the publicistic discourse, because they are compressive, abridged and unconstrained nominations of the reality of life, and in such a way they attract the reader's attention. E.g.: *Vinnitsa is ready to support the surrounding villages* (*Misto*, 10.09.2014, p. 3); *In Europe Day the city flourished with embroidered shirts* (*Vinnytsia newspaper*, 20.05.2014, p. 1); *These fellows keep Ukraine* (*Vinnychyna*, 11.06.2014, p. 1).

With the help of the figurative words – epithets, which emphasize the characteristic feature of an object, person or phenomenon, the journalists of the modern regional periodicals update newspaper summary and transform their views in the associative way. Nowadays, it is typical for the structure of the headings in the Vinnytsia region to have the picturesque epithets that reflect the primordial essence of the Ukrainians' spirit, e.g.: *The **colourful** festival of happy families* (*Vinnychyna*, 04.06.2014, p. 8); *The **bright** symbol of our life* (*Prapor Peremogy*, 18.04.2014, p. 2); *The **crimson** flag of Victory* (*Vinnychyna*, 09.05.2014, p. 8).

Among internally psychological epithets the ones that characterize the object to the touch and taste are used less (*Our family is made of **strong** roots...* (*Vinnychyna*, 17.01.2014, p. 10); *The **sweet** project of Natalie Kovalchuk* (*Vinnychyna*, 02.05.2014, p. 4), and the emotive epithets with which the journalists express not only their own feelings, but also the spiritual poetic world and the sensual perception in others are used more often (*The youth is given to a **strange** land* (*Visti Teplychyny*, 10.04.2014, p. 4); *The **unforgettable** Tarzania* (*Vinnytsia newspaper*, 17.01.2014, p. 7); *The **glorious** anniversary of the pensioners' association "Podillya"* (*Vinnychyna*, 02.05.2014, p. 8).

**Originality.** The new illustrative material, selected from the modern regional newspapers, was introduced to the scientific circulation for the first time. On the grounds of the research it was established that the active use of headings with tropes on the pages of the modern Vinnytsia newspapers was caused by the actualization of the expressiveness. It was determined that tropes serve as the means of asymmetry of the plane of content and the plane of expression of the linguistic units, that they help to name the reality of life on the basis of the growth of the communicative capacities of the word and the economy of language means.

**Conclusion.** In course of the research it was determined that the metaphors in the title structure of the modern regional newspapers are powerful linguistic means of the cognition and evaluation of the world. Their use is caused mainly by the intentions of authors to express their opinions accurately, concretely and, at the same time, sensually and emotionally, to delineate the object of the nomination in any stylistic aspect and to create an expressive artistic image in the journalistic context.

It is traced that the metonymical headings, seeing their compression and laconism, give vivacious intonations to the newspaper summary and simultaneously affect the most demanding reader due to the asymmetry of the content and the means of its expression.

In the structure of the titles of the modern regional press the epithets which make phenomena and objects more expressive, give them the stylistic connotations of the solemnity, intimacy and delicacy are figured out. With the help of such tropes journalists express feelings, demonstrate their own poetic world and update the newspaper summary.

The prospect of the further research is to describe stylistically marked heading complexes of the newspapers of the All-Ukrainian level and to analyse the other tropes and figures which are used to achieve the expressive stylistic effect in the modern publicistic context.

**Keywords:** tropes, metaphor, metonymy, epithet, heading complex, modern regional press.