в школу, дєтєй учі, там твойо мєсто, єслі такая умная і воспітанная, а нас нє учі — учьониє!... [7: 4], Забирайся геть, без тебе обійдуся [4: 20]), з наказом (Лялічка, ану покажи свої очі [1: 119]), вимогою (І я дам за нього подвійну, подвійну!... ціну, тільки щоб без привида [6: 40]). Заперечні слова-речення можуть виражати категоричність судження (Ні! Тобі байдуже до мене [3: 3]), "заспокоювати" (Ні! Я не зроблю цього ніколи [2: 33]). Для відображення емоційного стану персонажа нерідко використовуються обірвані речення (Я радий... Радий, але... [5: 203]).

Висновки. Мовна поведінка в інтерперсональній конфліктній взаємодії характеризується різноманітністю форм, специфікою норм і правил комунікативної діяльності співрозмовників, тому її комплексний аналіз — необхідність. Кожен аспект вивчення (лінгвістичний, когнітивний, прагматичний) є важливим складником. Дослідникові необхідно мати інформацію про об'єктивні умови життя конфліктантів, які "формують" мовну поведінку особи (загальний аналіз). Кожна сторона має свій "образ" конфліктної ситуації, представляючи її в реалістичному/нереалістичному та позитивному/негативному сприйнятті особами одна однієї (когнітивний аспект). Вивчення сценаріїв акції/реакції та співвіднесеності мовленнєвої й емоційної реакцій опонентів є основою прагматичного аспекту. Доповнюється "картина" конфлікту широкою системою мовних маркерів, які відповідають світоглядній парадигмі кожного конфліктанта. Різноаспектний аналіз мовного матеріалу, зафіксованого у творах українських письменниць, дає змогу нам зробити висновок, що конфліктна інтерперсональна комунікація будується за певними моделями, які відповідають різним ситуаціям конфліктного типу і являють собою відповідні творчі комбінації.

1. Гулакова И. И. Коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения в конфликтной ситуации общения : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / И. И. Гулакова ; Орловский гос. ун-т. — Орел, 2004. — 152 с.

2. Ложкин Г. В. Практическая психология конфликта : учеб. пособие / Г. В. Ложкин, Н. И. Повякель. — К. : МАУП, 2000. — 256 с.

Джерела фактологічного матеріалу

1. Андрухович С. Жінки їхніх чоловіків / Софія Андрухович. — Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2005. — 160 с.

2. Костенко Л. Записки українського самашедшого / Ліна Костенко. — К. : А–БА–БА–ГА–ЛА–МА–ГА, 2011. — 416 с.

3. Малярчук Т. Згори вниз. Книга страхів / Таня Малярчук. — Харків : Фоліо, 2007. — 220 с.

4. Матіос М. Майже ніколи не навпаки / Марія Матіос. — Львів : ЛА "Піраміда", 2007. — 111 с.

5. Пиркало С. Не думай про червоне : Роман не для молодшого шкільного віку / Світлана Пиркало. — [2-ге вид.]. — К. : Факт, 2006. — 360 с.

6. Ряполова М. Звідки беруться янголи / Марія Костянтинівна Ряполова // Український Фантастичний Оглядач. — 2009. — № 1 (1). — С.40–43.

7. Тарасюк Г. Мій третій і останній шлюб / Галина Тарасюк. — Бровари : Відродження, 2007. — 189 с.

УДК 811.161.2'373.72:45

А. М. Варинська, О. С. Алєксєєва

ОСОБЛИВОСТІ ЗМІСТУ В ЗАГОЛОВКАХ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ

Варинська А. М., Алєксєєва О. С. Особливості змісту в заголовках публіцистичних текстів.
Статтю присвячено проблемам репрезентації концептуального змісту публіцистичного тексту в заголовках. Семантико-інформаційні особливості заголовків розкриваються в системі "заголовок — текст — заголовок" на рівні відображення ними концептуальних орієнтирів публіцистичного тексту.
Ключові слова: заголовок, текст, вербальна репрезентація, концепт, мовні формули, фразеологічна одиниця.

Варинская А. М., Алексеева Е. С. Особенности соодержания в заголовках публицистических текстов.
Статья посвящена проблемам репрезентации концептуального содержания публицистического текста в заголовках. Семантико-информационные особенности заголовков рассматриваются в системе "заголовок — текст — заголовок" на уровне отображения ими концептуальных ориентиров публицистического текста.
Ключевые слова: заголовок, текст, вербальная репрезентация, концепт, языковые формулы, фразеологическая единица.

Varinska A. M., Alekseeva E. S. Peculiarities of the contentsin the titles of publicistic texts.
The article is devoted to the problems of representation of conceptual sense of publicistictexsts in the titles.Semanticaly-informational peculiarities of the titles

© Варинська А. М., Алєксєєва О. С., 2013

are shown in the "title-text-title" system on the level of their display of conceptual reference points of the publlicistic text.
Key words: headline, text, verbalrepresentation, concept, linguistic formulas, phraseological unit.

Функціональним різновидом сучасної української літературної мови, що розвивається найбільш динамічно в останнє десятиріччя, науковці вважають публіцистичний стиль. Газетні та журнальні статті впливають на характер цінностей, змінюють настанови, диктують моделі поведінки і сприйняття дійсності, формують міфи та стереотипи. Високий рівень популярності преси змушує журналістів ґрунтовно добирати виражальні засоби мови; спиратись на потенційні можливості слова, його творчу енергію; знаходити нові знакові поняття, апелювати до асоціативно-образного мислення; ретельно продумувати структуру. Зазначене відбувається на фоні різкого зниження регламентованості і стандартизованості публіцистичних текстів.

До домінувальних елементів публіцистичного тексту належать заголовки, які служать початковими сигналами, що і презентують реалії світу, і пропонують ціннісні орієнтири. Маючи особливу смислову наголошеність у просторі тексту, вони подають лейтмотивні теми. Читач сприймає інформацію і сортує її за ступенем важливості та необхідності вже при сприйнятті заголовка.

Дослідження заголовків як комунікативних одиниць у позиції перед текстом викликає безумовний інтерес науковців. Заголовки як показові текстотвірні параметри публіцистичного тексту аналізувались на різних рівнях В. Г. Костомаровим, Ю. М. Карауловим, Н. Г. Михальською, Н. П. Харченко, М. Є. Бахаревим, Л. Ф. Грицюк, А. А. Лютою та ін. Проте мова періодичних видань змінюється безперервно, відкриваючи нові аспекти для дослідження. Також на рівні підтексту заголовки поліфункціональні та здатні забезпечувати прагматичні ефекти різних типів, зокрема, функціонально-стилістичні, семантико-граматичні та комунікативно-прагматичні.Вони містять концептуально значиму інформацію. Тому вивчення проблеми заголовку публіцистичного тексту в сучасній лінгвістичній науці є актуальним. Актуальність дослідження заголовків також зумовлена й такими факторами: 1) зростаючою роллю публіцистичного стилю в суспільстві та частими радикальними змінами; 2) підвищенням прагматичної значимості заголовків у комунікації; 3) недостатнім опрацюванням питання.

Предметом нашого аналізу обрано мовні формули заголовків як виразних показників смислового навантаження публіцистичного тексту.

Об'єктом дослідження є заголовки публікацій суспільно-політичного журналу "Український тиждень" за 2010–2012 рр., що видається як у паперовому, так і електронному варіантах.

Мета нашої розвідки полягає в аналізі мовних засобів увиразнення заголовків суспільно-політичної української періодики, відображенні концептуально значимої інформації тексту.

Стало аксіоматичним твердження, що заголовок є "першим знаком тексту" [7: 90], ключем до змісту публікації, своєрідним сигналом. Він покликаний розкрити зміст тексту, його цільову комунікативну настанову, фіксувати єдину спрямованість ідеї. Заголовок імпліцитно або експліцитно "виражає основний задум, ідею, концепт" [1: 133]. Взаємозв'язок імплікації (як невираженого, але такого, що мається на увазі) та експлікації (як даного, вираженого формально) в заголовках розуміємо як єдність, а не протиставлення, і сприймаємо як концентровану контекстуально зумовлену суть статті. Слід також врахувати, що заголовки "мають експресивне забарвлення, викликають читацький інтерес, привертають увагу" [5: 115]. Широка функціональність заголовка пояснюється тим, що він представляє задані в тексті когнітивні структури і виступає актуалізатором практично всіх текстових категорій: інформативності, модальності, завершеності, зв'язності, проспекції, прагматичності тощо [7: 90–92], а також "репрезентує зміст в різних функціональних планах: лінгвістичному, поетичному, літературознавчому, психологічному та ін." [2: 57].

Досліджуючи заголовки періодики, ми виходили з таких критеріїв: домінуючий характер інформації (фактуальної, концептуальної, підтекстової), інтенсивність образності, структурно-семантичні трансформації, потенційні спроможності слова, асоціативно-смислове навантаження. Зауважимо також, що кожне періодичне видання, кожна стаття в засобах масової інформації мають свій стиль і своє "обличчя", але нас цікавили загальні тенденції у формуванні семантики і структури заголовку. До речі, всі статті видання "Український тиждень", на відміну від інших видань, мають підзаголовки, що робить його цікавішим для дослідження.

У процесі аналізу було виявлено значну кількість заголовків з прямими назвами для репрезентації змісту статті. Ми їх поділили на дві підгрупи. До першої підгрупи уналежнюємо назви, з яких мож-

на визначити провідні концепти тексту. Так, з назви "Чи залишиться свобода слова в Росії після виборів?" виокремлюється концепт "свобода", а назва "Національні проекти України: здебільшого зловживання, прикриті порожніми обіцянками" орієнтована на правовий концепт "зловживання", що підтверджено безпосередньо в тексті статті. Дещо іншого плану друга підгрупа. Заголовки цього плану хоч і прямі, але концептуально не окреслені. "Вибори Путіна: погляд із середини", "Громадське суспільство та його вороги"" та ін. Вони, як правило, зорієнтовані на констатацію фактів про важливі для суспільства відомості у різних сферах життя і відповідають вимогам точності, лаконічності, виразності. Ці вимоги і визначають їхні граматичні, семантичні та синтаксичні особливості, але не ракурс зображення. Так, з назви"Історія німецької перемоги", незважаючи на підзаголовок "Тиждень аналізує об'єктивні причини феномена повоєнного переродження Німеччини", незрозуміло, в якому аспекті буде подано інформацію, які концепти буде використано для опису переродження.

У плані зазначеної проблеми більш цікавими в журналі є усталені словесні комплекси, адже будь-яке цитування чи співвіднесення з готовою формулою несе в собі сильний імпліцитний, а отже, й стилістичний потенціал, який, як правило, посилюється різними контекстуальними перетвореннями семантики і структури висловів і зворотів, що використовуються в тексті.

В журналі "Український тиждень" доволі помітним є використання журналістами сталих мовних формул. Як історичні, так і лінгвістичні корені цих формул різноманітні: це прислів'я, крилаті вислови, фразеологізми. Варто звернути увагу, що практично всі вони трансформовані відповідно до актуалізації інформації та світоглядних орієнтацій і в результаті до концептуального змісту тексту. Основний принцип таких назв — "принцип дальнодії та повернення" (заголовок — текст — заголовок), на підставі якого визначається рівень відбиття концептуальності змісту в заголовку. Наша картотека налічує тільки за останні декілька років понад двісті прикладів контекстуально перетворених стереотипних фраз і висловів у заголовках. Спробуємо проаналізувати та згрупувати їх.

Традиційним видом заголовків є вживання фразеологізмів. Такі заголовки переважно використовуються для контекстного обігрування з метою реалізації як прямого, так і переносного значення: "А візи і нині там","Вилетіли в трубу", "Зворотний бік медалі", "Кінь волу не рівня", "Колесо історії", "М'яко стелять", "Пан або пропав", "Рух

по колу" та ін. Підкреслимо, що в таких заголовках зберігається подвійний семантичний план. Використання в заголовках преси таких фразеологізмів є визнаним ефективним стилістичним прийомом.

Варто звернути увагу також на потенційні можливості фразеологізмів. Л. І. Даниленко зазначає, що "можливості фразеологізмів як одиниць вторинної, найчастіше образної номінації, активно використовуються у мові мас-медіа з метою створення нових виражальних засобів, які на тлі раціонального стандарту і штампів вирізняються новизною і свіжістю" [4:125]. Прикладом набуття нових експресивних відтінків можуть служити такі заголовки: "Азійське яблуко розбрату?", "Батіг і пряник для влади", "Батогом по прянику", "Від прози життя до його драми", "Дволикий орел", "Зі світу по нитці: ось вам і вірус", "Зробити явне тайним", "Карта з рукава", "Карта в руки", "Лабіринти без Мінотаврів", "Мухи окремо — газ окремо", "Роги достатку", "Сізіфів борг", "Там, де Макар телят не пас", "Шукайте чоловіка" та ін. Контекстуальні зміни наведених формул відповідають висунутому В. Г. Костомаровим положенню про те, що мова газети являє собою сполуку стандарту та експресії [6: 93].

Джерелом фразеологічних інновацій у журнальних заголовках є такі перетворення семантики і структури мовних формул, які сприяють їхньому оновленню відповідно до змісту тексту. Стилістичні прийоми оновлення семантики і структури фразеологічних зворотів доволі різноманітні, зокрема, всілякі заміни від одного до декількох компонентів, прийменників, звичного слова або словосполучення їх синонімами, антонімами, паронімами. Підтвердження тому знаходимо й у цікавому пареміологічному матеріалі. Прислів'я та приказки змінюють зміст, але залишають незмінною структуру вислову: "Язик до Москви доведе" ("Язик до Києва доведе"), "Міністрів рахуватимуть восени" ("Курчат восени лічать", російською: "Цыплят по осени считают"), "Ранок мудріший за вечір" ("Ранок покаже", російською: "Утро вечера мудренее"), або навпаки змінюють структуру (використовують її частково), але не змінюють смисл : "Старість без радості" ("Молодість — дурість, старість — не радість"), що дає яскравий лінгвостилістичний ефект.

У фразеологічних деривацийних процесах помітною є тенденція образного обігрування назв літературних творів: "Вовки та ягнята" ("Вовк та ягня"), "Герої свого часу" ("Герой нашего времени"), "Горе від зерна" ("Горе от ума"), "Жертви незабутих предків", "Тіні незабутніх" ("Тіні забутих предків"), "Зачарований Україною" ("За-

чарована Десна"),"Росія у вогні" ("Україна в огні"), "Таємничий острів" ("Таинственный остров"), "Троє в човні, не рахуючи труби" ("Трое в лодке, не считая собаки"),"Уроки французької" ("Уроки французского"), "Фондом і мечем" ("Вогнем і мечем"), "Хто гартував сталь", "Як гартувалися кадри" ("Как закалялась сталь"), "Чорна зрада" ("Чорна рада"). Змінюючи назву з метою "прив'язати" її до конкретної ситуації, автори ускладнюють смисл, створюють семантичні конотації. Показовим також є факт використання творів як українських, так і російських письменників.Такі групи мовних формул дають уявлення про картину культурно-мовного фонду газетних заголовків, що знаходяться в активному вжитку. Вибір готових мовних кліше для основи лінгвостилістичних трансформацій свідчить про це.

Доволі численними серед заголовків є назви кінофільмів з часів порівняно недавньої радянської культурної спадщини та сьогодення: "Аномальне літо 2010" ("Холодное лето 53-го"), "Гість із майбутнього" ("Гостья из будущего"), "Операція "Коаліція" ("Операция "Ы" и другие приключения Шурика"), "Помилки резидента" ("Ошибка резидента"), "Пригоди голландця в Україні","Приборкання Галичини", "Приборкання норовливих" ("Укрощение строптивой"), "Пригоди іноземців у Києві" ("Приключения итальянцев в России"), "Сто днів совка" ("Сто дней после детства"), "Утомлений Сізіф" ("Утомленные солнцем"), "Херсонський гамбіт" ("Турецкий гамбит"), "Чужі тут не ходять" ("Чужие здесь не ходят"). Це добре відомі носіям мови, легко впізнані одиниці "зі стажем", які вживаються переважно у трансформованому вигляді. Значна кількість таких прикладів є підтвердженням впливу телебачення і кіно на всі мовні рівні, що знаходить відбиток у публіцистичній лінгвальній практиці.

Суспільно-політичні, економічні й культурні зміни, що постійно відбуваються в українському суспільстві, сприяли процесу інтенсивного використання лозунгів та крилатих висловів радянських лідерів, газетних, партійних та інших кліше: "Активіст протесту на захист української мови: "Відступати нам нікуди","Верним путьом ідьотє, товаріщі!", "З кожного за потребами" ("От каждого по способностям, каждому по потребностям"), "Молодим тут не місце" ("Молодым везде у нас дорога"), "Партія сказала нада...", "Розум, честь і совість?" ("Ум, честь и совесть нашей эпохи"), "Я русскій би виучілтолько за то...". Однією із стильових ознак таких висловів є зниження стилю, створення негативної конотації. Для більшої вираз-

ності російські слова не перекладаються, а записуються українськими літерами, розмежовуючи різнооб'ємні і різнодистантні контекстеми, що створює їхню додаткову енергонасиченість та іронічний чи навіть саркастичний ефект.

Сучасний соціум відзначає активне використання юридичних понять. Останні декілька років спостерігається репрезентація в соціокультурному просторі як ключових таких понять, про що свідчать їхні мовні маніфестації в заголовках: "А винний хто?", "Бої за правилами: пошук справедливості в судах подорожчав", "Верховенство права чи право верховенства", "Затяжна "війна" з корупцією", "Закон ворогам", "Злочинці в політиці", "Кодекс без честі", "Корупція в законі", "Потреба правової сили", "Реформи і непорядок", "Судова реформа", "Університети корупції" та ін. Усі таки заголовки задають концептуальну систему правових орієнтацій.

Крім розглянутих мовних формул вважаємо за потрібне звернути увагу на утворення нових слів у заголовках: "Азіопа", "Віршокадри", "Газократія", "Дефолтоманія", "Зовнішня недополітика", "Ниркобарони", "Противсіхи", "Рупоризація", "Телегероїн", "Страхотерапія" та ін. Як бачимо, на рівні художнього перетворення слова увиразнюються вербальні репрезентації публіцистичних текстів. Автори демонструють можливості не тільки індивідуальних використань слова, але й можливості їх новоутворень.Образ формується в аспекті створення словоформ у процесі розвитку тих чи інших понять під впливом самого життя. Новоутворення здійснені за продуктивними моделями і мають логічний наголос.

Особливу групу новоутворень можна виділити на підставі графічних засобів запису. Комп'ютерний набір сприяє широкому використанню в заголовках графічних засобів для розкриття внутрішньої форми слова і/або гри слів з метою досягнення певного семантичного і стилістичного ефекту. Наприклад: "АРТилерія цін","ГМОфобія", "МоНСТР", "ПАРадокси", "ПРИВАТна війна", "ТалоноМАТ". Комбінації у таких засобах відкривають нові можливості актуалізації текстової інформації для журналістів.

Розглядаючи авторські неологізми в журнальних заголовках, можна дійти висновку: 1)новоутворення здійснені за продуктивними моделями і мають логічний наголос; 2) незважаючи на те, що індивідуальне словотворення пов'язане з певними загальноприйнятими засобами мовної деривації, неологізм втрачає залежність від мовної норми; 3) в публіцистичному тексті таке слово є частиною цілого і не

може на початковому етапі розглядатись поза контекстом; 4) зв'язок новоутворень із концептуально значимою інформацією тексту відбувається на асоціативному рівні.

Проведений аналіз публіцистичних текстів журналу "Український тиждень" показує, що між текстом і заголовком існують безпосередні й опосередковані зв'язки. Концептуальна значимість тексту зростає при цілісному сприйнятті заголовку і тексту, а семантико-інформаційні особливості назви розкриваються в системі "заголовок — текст — заголовок", де заголовок бере участь в створенні нової, підтекстової інформації. Отже, дослідження особливостей функціонування заголовків як сигналів підтекстової інформації, на нашу думку, є перспективним.

Підбиваючи підсумки, слід відзначити, що в аспекті пошуків успішної вербальної репрезентації актуальної інформації заголовки періодики дають лінгвісту багатий матеріал для дослідження і постійне джерело оновлення засобів увиразнення мови. В заголовках фіксуються активні процеси мовних інновацій. Вони мають колосальні потенційні можливості актуалізовувати практично всі текстові категорії.

Стрімке оновлення заголовків свідчить про те, що газетний штамп зазнав значних змін: зросла його експресивно-оцінна функція, розширились межі історико-культурних джерел. Автори використовують заголовки публіцистичних текстів для свіжого і яскравого вираження понять, як спосіб певного стилістичного забарвлення, показу свого ставлення до інформації.

Таким чином, заголовки публіцистичних текстів, ґрунтуючись на концептах тексту, були і залишаються невичерпним засобом інформаційного впливу як на інтелектуальне сприйняття адресата, так і на його емоції.

1. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. — М. : Наука, 1981. — 140 с.

2. Грицюк Л. Ф. До питання про лінгвістичний статус заголовка / Л. Ф. Грицюк // Мовознавство. — 1989. — № 5. — С. 55–58.

3. Грицюк Л. Ф. Образно-семантичний підхід до класифікації заголовків / Л. Ф. Грицюк // Мовознавство. — 1992. — № 2. — С. 51–56.

4. Даниленко Л. І. Функціонування фразеології в сучасній чеській пресі: традиції і новаторство / Л. І. Даниленко // Ukrayinistika na prahu noveho stoletia tisicileti : sbornik prispevku. — Olomouc : Univerzita Palackehov Olomouci, 2001. — S.125–128.

5. Калякіна О. О. Модифіковані фразеологізми-запозичення в заголовках української преси кінця XX — початку XXI століття / О. О. Калякіна // Вісник Запорізького національного університету : збірник наукових статей. Філологічні науки. — Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2006. — С. 114–120.

6. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики / В. Г. Костомаров. — М. : Изд-воМосковскогоун-та, 1971. — 265 с.

7. Кухаренко В. А. Интерпретация текста : учеб. пособие[для студентов пед. ин-тов по спец. "Иностр. язык"] / В. А. Кухаренко. — [2-е изд., перераб.]. — М. : Просвещение, 1988. — 192 с.

8. Лютая А. А. Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.01 "Русский язык" / А. А. Лютая. — Волгоград, 2008. — 20 с.

УДК 811.162.1'42'276

О. А. Войцева

МОВНИЙ ОБРАЗ ПОЛЬСЬКОГО МОРЯКА В ПОВІСТІ З. БАТКО "ЛАСКАВІ ОКЕАНИ"

Войцева О. А. Мовний образ польського моряка в повісті З. Батко "Ласкаві океани"

Статтю присвячено дослідженню мовних засобів, за допомогою яких Зигмундт Батко у повісті "Ласкаві океани" змоделював образ польського моряка. Встановлено, що мовна особистість моряка формується в процесі фахової діяльності, а категорійний статус цього феномену вербалізується у партитивних, аксіологічних і стереотипних семантичних категоріях.

Ключові слова: лінгвоантропологія, фахово-мовна картина світу, мовний образ світу моряка, польська мова.

Войцева Е. А. Языковой образ польского моряка в повести З. Батко "Ласковые океаны"

Статья посвящена исследованию языковых средств, с помощью которых Зигмундт Батко в повести "Ласковые океаны" смоделировал образ польського моряка. Подчеркнуто, что языковая личность моряка формируется в процессе профессиональной деятельности, а категориальный статус этого феномена вербализуется в партитивных, аксиологических и стереотипных семантических категориях.

Ключевые слова: лингвоантропология, профессионально-языковая картина мира, языковой образ мира моряка, польский язык.

© Войцева О. А., 2013