

Отримано: 20 листопада 2024 р.

Прорецензовано: 1 грудня 2024 р.

Прийнято до друку: 10 грудня 2024 р.

e-mail: yuliia.maslova@oa.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5568-8282>

DOI: 10.25264/2519-2558-2024-24(92)-50-53

Маслова Ю. П. Функційно-стилістичні й комунікативні особливості українськомовного газетного тексту воєнного періоду. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2024. Вип. 23(91). С. 50–53.

УДК: 808:659.3 (477)

Маслова Юлія Петрівна,

кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційно-документних комунікацій,
Національний університет «Острозька академія»

ФУНКЦІЙНО-СТИЛІСТИЧНІ Й КОМУНІКАТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОМОВНОГО ГАЗЕТНОГО ТЕКСТУ ВОЄННОГО ПЕРІОДУ

Статтю присвячено дослідженню функційно-стилістичних особливостей українськомовного газетного тексту воєнного періоду. Наголошено, що газетному тексту в медіадискурсі властива сукупність лінгвальних і екстралінгвальних чинників, чітко виражена прагматична спрямованість і зорієнтованість за своїм задумом від комуніканта на реципієнта. Проаналізовано та доведено, що сучасний газетний текст є функційно неоднорідним, він поєднує елементи художнього, наукового, публіцистичного, офіційно-ділового та розмовного стилів із домінуванням публіцистичної лексики. Газетна комунікація періоду повномасштабного російського вторгнення на територію незалежної України є вагомим елементом медіаландшафту та не лише забезпечує передавання інформації, а й формує громадську думку та створює ефективну платформу для діалогу й обміну ідеями. Синергія експресії і стандарту стає домінуючим стилістичним прийомом журналістських висловлювань, адже прагнення до переконання читачів вимагає все нових і нових лінгвістичних засобів креативу, щоб досягнути персуазивного ефекту. Мова засобів масової комунікації воєнного періоду багатоголоса, образна, експресивна й афористична. Лексика війни має яскраво виражене емоційно-експресивне забарвлення, містить і відповідну професійну термінологію, і розмовні, просторічні та навіть жаргонні елементи. Синтаксис газетних текстів теж має свої характеристики, пов'язані з активним уживанням емоційних й експресивно забарвлених конструкцій: окличних і питальних речень, риторичних питань, вигуків, звертань і повторів. Адже неочікуване й жорстоке вторгнення російської федерації збурило народ України й усю світову спільноту. Газетний дискурс відіграє суттєву роль у сприйнятті й розумінні воєнних подій і формуванні певної лінгвополітичної культури суспільства.

Ключові слова: газетний текст, комунікант, респондент, функційно-стилістичні особливості, публіцистичний стиль.

Yulia Maslova,

PHD in Philology, Senior teacher Department of documentation and information activities,
National University of Ostroh Academy

FUNCTIONAL, STYLISTIC AND COMMUNICATIVE FEATURES OF THE UKRAINIAN NEWSPAPER TEXT OF THE WAR PERIOD

The article is devoted to the study of functional and stylistic features of the Ukrainian newspaper text of the war period. It is emphasized that the newspaper text in the media discourse is characterized by a number of lingual and extralingual factors, a clearly expressed pragmatic orientation and a focus on the communicator and the recipient. It is analysed and demonstrated that a modern newspaper text is functionally heterogeneous, combining elements of fiction, popular science, journalistic, official and colloquial styles, with the dominance of the journalistic style. Newspaper communication during the period of full-scale Russian invasion of the territory of independent Ukraine is an important element of the media landscape, not only providing information, but also shaping public opinion and creating an effective platform for dialogue and exchange of ideas. Therefore, the synergy of expression and standard becomes the dominant stylistic technique for organizing journalists' statements, as the desire to persuade readers requires more and more linguistic creativity to achieve a persuasive effect. The language of the mass media during the war is characterized by polyphony, imagery, expressiveness, and aphorism; the vocabulary of war has a strong emotional and expressive colouring, including both relevant professional terminology and colloquial and vernacular words. The syntax of newspaper texts also has its own peculiarities, associated with the active use of emotional and expressive constructions: exclamatory and interrogative sentences, rhetorical questions, exclamations, appeals, and repetitions. After all, the unexpected and brutal invasion of the Russian Federation has outraged the Ukrainian people and the entire world community. Newspaper discourse plays an important role in the perception and understanding of military events and in the formation of a certain linguopolitical culture of society.

Keywords: newspaper text, communicator, respondent, functional and stylistic features, journalistic style.

Актуальність дослідження. Мова засобів масової комунікації неодноразово поставала предметом зацікавлення науковців переважно в межах функційної стилістики. Міжстильова взаємодія в масмедіа призвела до ускладнення структури газетного тексту, проте синергія засобів у різних стилях має єдину мету – уплинути на читача. Отже, газетний українськомовний текст воєнного періоду поєднує риси і публіцистичного, і наукового, і розмовного, і офіційно-ділового стилів залежно від екстралінгвальних умов комунікації. Мова газет періоду суспільних трансформацій і перепитів має функції інформування, атракції та персуазивного ефекту задля поширення ідей боротьби, патріотизму й жаги до перемоги. Тому дослідження сучасного газетного дискурсу воєнного періоду через призму синкретизму різних стилів, включно з публіцистичним, що зрепрезентовано певною функційно-стильовою єдністю, убачаємо актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Лінгвостилістичному дослідженню газетного дискурсу присвячено праці А. Загнітка, О. Назаренко, В. Різуна, К. Серажим, Ю. Маслової, С. Лазаренко, І. Колегасвої, Л. Пришляк, Л. Тишакової, О. Хорошун, М. Навальної, І. Завальнюк та ін. Однак особливості сучасного українськомовного газетного тексту воєнного періоду у функційно-стилістичному та комунікативному аспектах й досі залишаються поза увагою вчених.

Об'єктом нашої наукової розвідки стали тексти сучасної української періодики: «Урядовий кур'єр», «Голос України», щотижнева газета «33-й канал», «Gazeta.ua.» та ін.

Мета дослідження – осмислити особливості сучасного українськомовного газетного тексту воєнного періоду у функційно-стилістичному та комунікативному аспектах.

Виклад основного матеріалу. Спрямованість газетного тексту на *атракцію, інформування, акцентуацію, персуазивність і маніпулювання* свідчить про наявність у ньому панівних ознак публіцистичного стилю, у якому актуалізована функція впливу з властивими йому елементами наукового, художнього та розмовного стилів. Екстралінгвальними ознаками публіцистичного стилю в текстах газет є інтерактивний взаємозв'язок комуніканта з реципієнтом, співвідношення стандарту й експресії. Прагматичність публіцистичного стилю репрезентує така його характерна риса, як «орієнтація на усне мовлення, елементи якого не лише виступають у ролі експресем, а й стають одним із прийомів зацікавлення читача, слухача, глядача» (Пономарів, 2000: 13).

Досить слушно зауважує О. Попкова, що «сучасний газетний дискурс, посівши домінуючу позицію в сучасному суспільстві, активно відображає, збагачує та стимулює процеси поповнення словникового складу української мови» (Попкова, 2020). Тому варто звернути увагу на газетну комунікацію, адже – це особливий процес передавання інформації, думок, поглядів та ідей, що становить свідоме, організоване та планомірне застосування інструментів впливу на соціум, спрямоване на досягнення конкретної мети. Газетна комунікація є вагомим елементом медіаландшафту та забезпечує передавання інформації, формування громадської думки, омовлення воєнного буття та створення платформи для діалогу й обміну ідеями. Вона відіграє суттєву роль у сприйнятті й розумінні воєнних подій і формуванні певної лінгвополітичної культури суспільства.

Тексти газет містять уніфіковані повторювані елементи: *заголовок, підзаголовок, вступ, основну частину статті, цитати, висновки, світлини та підписи до них*. Окремі складники мають персуазивний вплив (*цитата, світлина, заголовок*), емоційність (*цитата, світлина, заголовок, вступ, висновки*) та сенсаційність висловлювання (*заголовок*). Зокрема, «саме заголовки різнобічно відображають і зміст, і стиль статті, і визначають адресата, і слугують певним компасом, який орієнтує читача в шаленому потоці інформації» (Маслова, 2022: 33). Тому заголовок газетної статті має унікальну рису – керувати увагою читача. Як зауважує В. Іванов, «газетний заголовок має впливати на читача, і тому в його основі завжди лежать відповідність змістові, ясність, точність, яскравість, виразність» (Іванов, 2000: 109–110). Усі ці ознаки спрямовані на *інформування, атракцію та оцінювання* і поєднані спільним наміром комуніканта – привернути увагу до свого творчого доробку. Газетний текст у медіадискурсі має сукупність лінгвальних і екстралінгвальних чинників, чітко виражену прагматичну спрямованість і зорієнтованість за своїм задумом від комуніканта на реципієнта. З огляду на це, характерною рисою газетного тексту визначаємо прагматичну спрямованість його складників та емотивну й експресивну забарвленість окремих компонентів (*заголовків і підзаголовків, цитат, висновків, світлин та підписів до них*).

Варто виокремити чинники, які прискорюють персуазивність і перлокутивний ефект, спрямований від комуніканта на респондента в газетному дискурсі, – це: **декодування (розуміння)**, тобто здатність респондента зрозуміти головну ідею комуніканта, закладену в **комунікаті (повідомленні)**; **сугестивність** (вразливість людини до позитивних / негативних впливів), сприятливі асоціації, які викликає декодований текст статті у свідомості респондента. Комунікант здійснює комунікативно-персуазивний вплив на читача, застосовуючи комунікативну стратегію, зокрема спонукальну, що втілює комунікативний намір спонукати до прочитання газети й реалізується в семи вимірах – *адресованість, атракція, інформування, аргументування, позиціонування, маніпуляція й оцінка*, утілення яких відбувається завдяки залученню різноманітних тактик і комунікативних прийомів.

Для того, аби краще зрозуміти структуру газетної комунікації воєнного періоду, її елементів, як відбувається рух взаємодії та які існують зовнішні чинники впливу, спробуємо осмислити та схарактеризувати складники, які подаємо нижче.

Основні структурні складники газетної комунікації воєнного періоду:

1. Редактори – відповідають за редагування та корегування матеріалів, зокрема статей, репортажів, інтерв'ю тощо. Також керують структурою газетного випуску й ухвалюють рішення про розміщення матеріалів.

2. Респонденти (читачі) – це активні учасники газетної комунікації, які сприймають, аналізують, реагують на інформацію, уміщену в газетних матеріалах. Читачі можуть коментувати статті, висловлювати свої думки, ставити запитання та взаємодіяти з журналістами та іншими читачами.

3. Комуніканти (журналісти) – це посередники між подіями та читачами. Вони збирають, обробляють та подають інформацію в газетних матеріалах. Журналісти обирають тему, стилістичні особливості газетного тексту, підходи до експлікації інформації та взаємодії зі своєю цільовою аудиторією.

4. Комуніканти (дизайнери та верстальники) – відповідають за оформлення газетного макету, логотипу, розміщення тексту, світлин і різних видів візуалізації, створення заголовків, підзаголовків та інших елементів дизайну.

5. Комуніканти (фотографи) – створюють події світлин, які супроводжують новини, замітки або статті в газеті. Фотографи можуть бути очевидцями військових подій, робити ілюстрації для матеріалів.

6. Усі вищезазначені складники взаємопов'язані, адже газетна комунікація передбачає взаємодію між різними учасниками – журналістами, читачами, редакційними колективами, військовими експертами та іншими. Активна взаємодія відбувається через публікації, коментарі, листи читачів, дискусії на форумах, у соціальних мережах та через інші комунікаційні канали, які пропонує газетне видання. Далі настає персуазивний ефект.

7. Персуазивний ефект. Газетний текст як комунікат (повідомлення) впливає на респондента (читача, суспільство, політику, громадську думку), щоби сформувати патріотичні ідеї, сприяти усвідомленню трагічності подій, викликати зміни в соціумі, жагу до боротьби за свою свободу й незалежність через вербальні й невербальні ресурси.

8. Комунікаційний фон – це сприятливе середовище, у якому відбувається обмін повідомленнями. Він містить різноманітні елементи, що впливають на сприйняття та розуміння комунікації. Охоплює такі чинники: фізичне середовище, культурний, соціальний, політичний і психологічний контексти та їхню взаємодію в процесі комунікації.

Газетний текст має свої особливості, які відрізняють його від інших видів текстів. Основні характеристики газетного тексту такі:

1. Інформативність й атрактивність. У газетному тексті подано інформацію про воєнні події, факти, різні думки та погляди щодо цього.

2. Точність. Газетний текст зазвичай конкретний і точний. У ньому подано деталі (числові дані, графіки, статистику), щоби читач міг отримати повну та достовірну інформацію.

3. Лаконічність. Газетний текст часто невеликий за обсягом. Журналісти намагаються передати інформацію, зберігаючи при цьому зрозумілість.

4. Використання заголовків і підрозділів. Газетний текст зазвичай містить заголовки та підрозділи, що допомагають читачеві швидко «просканувати» його і знайти потрібну інформацію.

5. Акцентуація. Газетний текст використовує різні засоби акцентуації, як-от, *виділення слів, курсив, лапки або великі літери*, щоби привернути увагу до важливих аспектів або наголосити на ключових словах.

Автор повідомлення може досягнути акцентуації за допомогою різних стилістичних засобів на кшталт:

1. Виділення. Певні елементи тексту можуть бути виділені за допомогою графічних засобів, як-от, написання великими літерами, жирним шрифтом, курсивом або підкресленням. Це допомагає зробити виділені елементи більш помітними. *«Виховай сина патріотом, козаком!»* (Урядовий кур'єр. – 20.04.2022) – у статті йдеться про загиблого воїна під час оборони Маріуполя, заступника командира окремого загону спеціального призначення «Азов» Національної гвардії України.

2. Колір. Використання різних кольорів або кольорових підкреслень може слугувати для акцентуації на певних елементах у тексті. Наприклад, червоний колір використовують, щоби позначити важливу інформацію або заголовок. *«Коли закінчиться війна? Щоб ми не страждали провальним самітом НАТО»* (Щотижнева газета «33-й канал». – 19.07.2023) – йдеться про те, чи Байден має шанс стати президентом США ще на один термін, якщо війна в Україні триватиме до фіналу його виборів?



Рис. 1. Невербальний і вербальний компоненти (Щотижнева газета «33-й канал». – 19.07.2023)

3. Лапки або лапки в лапках. Уживання лапок або лапок у лапках надає словам або окремим фразам певного акценту. Їх можуть використовувати для іронії, сарказму, висміювання, особливо у воєнний час. *«Звідки в так звану лнр прибув ешелон для підсилення пошматованих кацапських військ, не повідомляють. Але якщо могилізована банда – це добровольці із владивостока, то про труни для них турбуватися не потрібно: тамтешнім “захисникам росії” це вдома видали чорні пакети як додаток до обмундирування. Вийшов такий собі набір “Збери себе сам”»* (Урядовий кур'єр. – 16.04.2022); *«Кислобздій»* – таким було застаріле прізвисько росіян. Це слово вживалося серед українців у просторіччі. Застосовувалося у презирливому контексті. Складається із двох частин. Значення “кислий” – натяк на щі – російську національну страву з посіченої квашеної капусти. “Бздіти” – випускати гази» (Gazeta.ua. – 15.06.2018).

4. Уточнення. Акцентуація можуть застосовувати, щоби уточнити щось у тексті. Наприклад, використання дужок, двокрапки або тире вказує на додаткову інформацію або пояснення, що створює емоційний персуазивний ефект щодо негативного образу ворога. *«Саме після цієї кривавої бійні і пристало до росіян прізвисько «кацап» – це слово походить від татарського «кассап», що означає живодер, м'ясник, лютий чоловік. Недарма кажуть: «Бог створив цапа, а чорт – кацапа»* (Вісник+К – 16.04.2022).

5. Повторення. Повторення певних слів або фраз може також слугувати для акцентуації. Його використовують, щоби підкреслити ідеї, створити ефект ритму або привернути увагу до певних понять.

Автор за допомогою акцентуації створює ієрархію в тексті та демонструє, що певні елементи важливі або потребують особливої уваги. Це допомагає зрозуміти намір комуніканта, щоби передати емоції, підкреслити ключові аспекти та забезпечити більш ефективне сприйняття тексту.

Сукупно всі ці характеристики відображають вагомі риси газетного тексту, які сприяють його ефективності та привабливості для читачів і впливають на те, як інформацію кодують комуніканти й декодують реципієнти. Такі функційно-стилістичні особливості надають газетному тексту комунікативної ефективності для спілкування зі своєю аудиторією, забезпечуючи передавання інформації швидко, точно та зрозуміло.

Вербальні й невербальні ресурси газетного дискурсу утворюють креолізований текст, цілісність якого полягає в семантичній взаємодії вербального й іконічного складників у тематично-асоціативному взаємозв'язку. Зокрема, логотип газетного видання, включно з усіма невербальними знаками в ньому, можна тлумачити як гібридний вид символу, який формує певний бренд довіри та якості, тому постає знаком-індексом. Кольори в газетних текстах воєнного періоду теж набувають властивостей індексних знаків, адже завдяки їм комуніканти інтенсифікують емоційну реакцію реципієнта, що сприяє утворенню й закріпленню асоціацій. Світлини з місця воєнних подій містять метафоричні, символічні й індексні образи, що репрезентують асоціативні зв'язки з темою війни, викликають сплеск емоцій і збурення. Такі світлини – це іконічні знаки, що підсилюють інформативну функцію вербального компонента творчого доробку автора. Візуальні ресурси, взаємодіючи з вербальними, стають багатофункційними сугестивними засобами впливу на респондента.

Висновки. Загалом, газетний текст визначають такі його характеристики: *експресія, лаконічність, інформативність, атрактивність, точність, оцінність й акцентуація*. Текстові складники газетного дискурсу демонструють лінгвальні ознаки публіцистичного стилю: 1) повідомлення фактів задля переконання читача; 2) апеляція до раціонального й ірраціонального свідомості людини через логічну й емоційну аргументацію, щоби спонукати до дії; 3) структурованість; 4) активізація емотивно-експресивної лексики; 5) активне використання стилістичних прийомів; 6) експлікація воєнної термінології, неологізмів, сленгізмів, жаргонізмів.

Сучасний газетний текст функційно неоднорідний, він поєднує елементи художнього, наукового, публіцистичного, офіційно-ділового та розмовного стилів із домінуванням публіцистичної лексики. Українське суспільство нині переживає і процес цифрової трансформації медіа. З поширенням інтернету та соціальних мереж читачка аудиторія використовує і традиційні, і цифрові медіа, щоб отримати релевантну інформацію. Ступінь довіри до різних медіа залежить від конкретного видання чи мережевого порталу, тому важливо працювати над репутацією, аби мати високу довіру з-поміж своїх читачів, об'єктивність викладу думок і позитивний імідж.

Література:

1. Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети. Київ, 2000. 164 с.
2. Маслова Ю. П. Елоквенція концептів *чоловік* і *жінка* в газетних заголовках українськомовних видань сучасного десятиліття. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2022. Вип. 16 (84). С. 33–38.
3. Маслова Ю. П. Проблема трактування дискурсу в сучасній лінгвістиці. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологічна»*. 2012. Вип. 31. С. 67–70.
4. Навальна М. Динаміка лексики української періодики початку ХХІ ст. : монографія. Київ : ВД Дмитра Бурого, 2011. 328 с.
5. Павлик Н. Лінгвостильові параметри україномовного газетного дискурсу. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. 2016. Вип. X. С. 96–101.
6. Пономарів О. Д. Стилістика сучасної української мови : підруч. для студ. гуманіт. спец. вищ. закл. освіти. Вид. 3-тє, переробл. і допов. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2000. 246 с.
7. Попкова О. А. Сучасний газетний дискурс як сфера об'єктивації складних слів. *Мова*. 2020. № 33 URL : <http://mova.onu.edu.ua/article/view/206541>.

References:

1. Ivanov, V. F. (2000). *Tekhnika oformlennya hazety* [Newspaper design technique]. Kyiv [in Ukrainian].
2. Maslova, Yu. P. (2012). Problema traktuvannya dyskursu v suchasnyy linhvistytsi [The problem of discourse interpretation in modern linguistics]. *Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu "Ostroz'ka akademiya": seriya "Filolohichna"* [Scientific notes of the National University "Ostroh Academy": series "Philology"], 31, 67–70 [in Ukrainian].
3. Maslova, Yu. P. (2022). Elokventsiiia kontseptiv *cholivik* i *zhinka* v hazetnykh zaholovkakh ukrainskomovnykh vydan suchasnoho desiatylittia [The eloquence of the concepts *man* and *woman* in the newspaper headlines of Ukrainian-language publications of modern decade]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia": seriia «Filolohiia»* [Scientific notes of the National University "Ostroh Academy": series "Philology"]. Ostroh: Vyd-vo NaUOA, 16 (84), 33–38 [in Ukrainian].
4. Naval'na, M. (2011). *Dynamika leksykonu ukraiyins'koyi periodyky pochatku XXI st.* [Dynamics of the lexicon of Ukrainian periodicals of the beginning of the 21st century]. Kyiv: VD Dmytra Buraho [in Ukrainian].
5. Pavlyk, N. (2016). Linhvostyl'ovi parametry ukraiyinomovnoho hazetnoho dyskursu [Linguistic and stylistic parameters of Ukrainian-language newspaper discourse]. *Naukovi zapysky Berdyans'koho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu* [Scientific notes of Berdyansk State Pedagogical University], X, 96–101 [in Ukrainian].
6. Ponomariv, O. D. (2000). *Stylistyka suchasnoyi ukraiyins'koyi movy* [Stylistics of the modern Ukrainian language]. Ternopil': Navchal'na knyha – Bohdan [in Ukrainian].
7. Popkova, O. A. (2000). Suchasnyy hazetnyy dyskurs yak sfera ob'yektivatsiyi skladnykh sliv [Modern newspaper discourse as a sphere of objectification of complex words]. *Mova* [Language], 33, URL: <http://mova.onu.edu.ua/article/view/206541> [in Ukrainian].