

НАЗАРЕНКО ОКСАНА МИКОЛАЇВНА

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
доцент кафедри прикладної лінгвістики, кандидат філологічних наук*

ПИСАРЕНКО ЛАРИСА МИХАЙЛІВНА

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
старший викладач кафедри журналістики*

КОМУНІКАТИВНА ІНТЕНЦІЯ ПИТАЛЬНИХ ЗАГОЛОВКІВ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ТЕКСТУ

Питальні заголовки журналістського тексту, зокрема газетного, виконують активну роль, стимулюючи адресата знайти відповідь на поставлене запитання у тексті статті. Адресат має інформаційні прогалини в знаннях і «реалізує інтенцію запити, суть якої полягає у прагненні автора отримати чи уточнити певну інформацію» [1, с. 147].

В сучасному мовознавстві теоретичні підходи до вивчення питальності різняться, але в українській синтаксичній традиції питальне речення уналежнюють до модального типу [2, с. 110], або до комунікативного – як одного з типів комунікативної парадигми речення [3, с. 164]. С. Шабат-Савка пропонує семантико-синтаксичну концепцію модальності, що «ґрунтується на ідеї двобічного змісту речення» та зазначає, що модальність «виявляється і в здатності граматицізованого поняття реальності/ірреальності формувати комунікативний процес та реалізувати подібним чином інтенцію мовця» [1, с. 47]. Багатогранність питальних речень уможлиблює їхню активну роль у вираженні текстової категорії діалогічності та детермінує функціональну різноманітність питальних конструкцій, зокрема вони актуалізують, крім власне питальної, й стилістичну експресивну функцію в газетному тексті. Але «наявність питального речення в заголовковому комплексі не завжди свідчить про діалогічність як реалізацію комунікативної тактики «питання – відповідь» [4, с. 248].

І. Завальнюк наголошує, що «найбільше стилістично навантажені ті питальні речення, які виступають у ролі структурних компонентів початків публікацій та водночас інтригують, передаючи обов'язковому представленню учасника розмови, предмета розповіді, чи лише концентрують увагу на найважливішому» [3, с. 17].

Окремі питальні речення можуть виконувати номінативну функцію, слугуючи заголовком газетного матеріалу і виступаючи без відповіді або інших компонентів. Створення заголовкових комплексів у газетному тексті ґрунтується на прагматичному чиннику: основна функція заголовка – привернення уваги та вплив на реципієнтів. Зважаючи на це цілком логічним є застосування питальних заголовків, які являють собою поодинокі питання, іноді риторичного характеру, але можливі й заголовки з власне питальними реченнями, відповіді на які наявні в основному тексті газетного матеріалу [6, с. 17].

Риторичні питання характеризуються тим, що не потребують відповіді, зважаючи на асиметричність форми і змісту: формально речення має ознаки питального, тобто містить питальні слова, вимогу зняття неозначеності, відповідну інтонацію, а за змістом і цільовою настановою є розповідним. Риторичні питання щось стверджують або заперечують, тому відповідь міститься вже в самому висловленні, напр.: *Пенсійна реформа: чи не перевищать втрати набутків?* (ЧН. 2011. № 11); *Валентинів день – чи є привід для святкування?* (КС. 2010. № 50). Відповідь впливає вже із самого питання, вона імпліцитно наявна в ньому. Вважаємо, що обрана форма питального речення допомагає автору виступати об'єктивним спостерігачем подій, а не нав'язувати читачам свою думку, тому і авторське твердження перетворене на запитання.

Незважаючи на яскраво виражену публіцистичність риторичних питань, використання їх в українському газетному тексті не настільки частотне, як можна було б передбачити. Набагато частіше в заголовкових комплексах можна побачити звичайні власне питальні речення, що потребують пошуку відповіді, напр.: *Система добралася до театрів?* (ЛГ. 2010. № 43); *Війна з пам'яттю?* (ЧН. 2011. № 14); ***Добрий початок – половина справи?*** (П. 2010. 11.11); Такі речення є переважно загальнопитальними, вони не містять питальних займенників та прислівників і потребують не конкретної відповіді, а заперечення або підтвердження поданої інформації. За таких умов подальший текст газетного матеріалу слугує своєрідною розгорнутою відповіддю на поставлене в заголовку питання.

Якщо ж в таких заголовках використовують питальні речення з'ясувального характеру, із питальними словами, вони також тяжіють до узагальненості, питання є максимально широким, напр.: *Як живеся вам, США?* (СК. 2010. № 19) – питання етикетного типу, не передбачає конкретної відповіді; *То де ж справедливість?* (ЧН. 2011. № 10) – питання екзистенційного типу, відкритого характеру, не має конкретної відповіді, а вимагає інтелектуального пошуку реципієнтів; *Як назвали тебе, дитино?* (ЧН. 2011. № 13) – питання нібито вимагає точної, конкретної відповіді, але містить приховану риторичність тощо. Уточнювальне питальне речення може поєднуватися із загальнопитальним, напр.: *Берегти природу?.. А навіщо?* (ВЗ. 2010. № 46) – перший компонент заголовкового комплексу є загальнопитальним реченням, а другий – з'ясувальним, проте узагальненого характеру.

Власне питальні речення, наявні в заголовках, можуть бути і розділовими, напр.: *Повідомляти чи пояснювати? Інформувати чи впливати?* (ВЗ. 2010. № 195); *Домашнє навчання: лазівка чи перспектива?* (ЛГ. 2010. № 30); *Конституційна дилема: міняти чи вдосконалювати?* (Д. 2010. № 114). У розділових питаннях пропонується два можливі варіанти відповіді, серед яких читач повинен обрати правильну, а текст газетного матеріалу допоможе це зробити. Фактично в заголовку вже сформульовано тезу у вигляді розділового судження, що цілком допускається правилами аргументації.

Проте в заголовках українських газетних матеріалів питальні речення все ж таки широко представлені як поодинокі питання без відповіді, що вимагають лише підтвердження або заперечення.

Серед розглянутих заголовкових комплексів домінують двочленні, одним із компонентів яких є питальне речення, що може стояти як у препозиції, так і в постпозиції. Двочленні моделі представлені діалогічними єдностями, в яких компоненти пов'язані як питання і відповідь або як питання і спонукування; квазідіалогічними конструкціями, поєднання компонентів яких є штучним, вони не становлять діалогічних єдностей; заголовкових комплексів із питанням у постпозиції, яке орієнтує читача в подальшому тексті. Одночленна модель лише одна, представлена окремим питальним реченням, яке переважно є загальнопитальним узагальненою семантики.

Список використаної літератури:

1. Шабат-Савка С. Т. Категорія комунікативної інтенції в українській мові: [монографія]. – Чернівці: Букрек, 2014. – 412 с.
2. Загнітко А. П. Теоретична граматики української мови. Синтаксис: [монографія]. – Донецьк: ДонНУ, 2001. – 662 с.
3. Вихованець І.Р. Граматика української мови: Синтаксис: [підручник]. – К.: Либідь, 1993. – 368 с.
4. Назаренко О. М. Діалогічні моделі заголовкових комплексів у газетному тексті / Лінгвокультурні концепти в мовній свідомості і дискурсі: [збірн. наук. праць]. – Одеса: Астропринт, 2011. – С. 247-252.
5. Завальнюк І. Я. Синтаксичні одиниці в мові української преси початку ХХІ ст. : функціональний і прагмалінгвістичний аспекти: [монографія]. – Книга, 2009. – 399 с.
6. Назаренко О. М. Однокомпонентна модель питальних газетних заголовків / Актуальні проблеми прикладної лінгвістики: випуск 1: Збірник наукових праць. – Одеса: видавець Букаєв Вадим Вікторович, 2014. – С. 346-351.

Ключові слова: питальне речення, категорія діалогічності, газетний заголовок.

Ключевые слова: вопросительное предложение, категория диалогичности, газетный заголовок.

Key words: interrogative suggestion, category of dialogism, newspaper title.

ПАХОМОВА ОЛЕНА АНАТОЛІВНА

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
викладач Криворізького юридичного коледжу, кандидат філологічних наук*

БАГАТОКОМПОНЕНТНІ ЮРИДИЧНІ ТЕРМІНИ: СТРУКТУРА І ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Для адекватного розуміння правового життя сучасної України необхідно вивчати усі без винятку явища, які незмінно присутні в усіх сферах даного життя. Одним із таких явищ є мова права, яка забезпечує нормативно-правове регулювання діяльності соціуму.