

ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ОКЛИЧНИХ РЕЧЕНЬ У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ГАЗЕТНОМУ МОВЛЕННІ

У статті досліджено стилістичний аспект функціонування окличних речень у сучасному українському газетному мовленні, визначено найтипівіші тенденції реалізації окличної модальності.

Ключові слова: окличні речення, біфункціональні та власне-окличні речення, сегментні та суперсегментні мовні засоби, стилістичне забарвлення, сучасне українське газетне мовлення.

Мова газетної публіцистики покликана, як відомо, впливати на читацьку аудиторію, навіюючи їй ті чи ті ідеї, сприяючи появі не лише емоційної реакції у формі почуття-ставлення, що його переживає читач, а й у формі дій і вчинків. Визначальну роль у цьому процесі відіграє журналіст як творча мовна особистість. Створюючи контекст, він прагне породити емоції, що роблять неабиякий вплив на сприймача. Джерелом породження емоцій нерідко слугують окличні речення.

Цей тип речень комплексно досліджено у русистиці [9] і в україністиці [12]. Проте залишився поза увагою дослідників функціонально-стилістичний аспект окличних структур, уживаних у сучасному українському газетному мовленні, що зумовлює *актуальність* пропонованої статті.

Її *мета* – з'ясувати особливості мовностилістичного оформлення окличних речень на шпальтах сучасних українських газет. Серед основних *завдань*: 1) виявити найтипівіші тенденції реалізації окличності в сучасному українському газетному мовленні; 2) схарактеризувати стилістичну специфіку вживання окличних речень із заміщеними і незаміщеними синтаксичними позиціями у власне-контекстах і заголовкових комплексах; 3) простежити

залежність вибору та комбінування окличних структур від суб'єктивних інтенцій мовця, жанрового різновиду публікації та потреб суспільної комунікації.

Окличні речення як мовні одиниці, що реалізують емотивну функцію мови і виражені за допомогою емпатичної інтонації та спеціальних мовних засобів [11,15], досить активні в сучасному українському газетному мовленні й різноманітні за структурою та емоційно-експресивним забарвленням. Вони можуть мати заміщені й незаміщені синтаксичні позиції. Услід за Г.В. Навчук, конструкції із заміщеними синтаксичними позиціями поділяємо на біфункціональні та власне-окличні речення [11,16].

Біфункціональні речення – це структурні аналоги розповідних, спонукальних, питальних чи бажальних речень. У сучасному українському газетному контексті домінують розповідно-окличні речення, які не лише констатують на певному факті дійсності, а й виражають почуття мовця, передусім журналіста, автора газетної публікації, не змінюючи модального значення і цілеспрямованості висловлення. У такому разі емоційний зміст нашаровується на інтелектуальний, співіснуючи з ним у семантиці речення [9, 6]. Напр.: ***Світло його душевних поривань і безкорисна повсякденна діяльність в ім'я добра між людьми справді поціловані Богом!*** (Вінницька газета, 10.01.2007, с.4); ***На початку жовтня під гомін виборів Київрада виділяла столичну землю!*** (Голос України, 08.11.2007, с.3); ***...Депутати принаймні стільки всього б не заковтнули!*** (Літературна Україна, 22.12.2005, с.3); ***Прийшла справжня пора показати, чи ми великий, чи тільки плаксивий, закоханий в себе народ!*** (Літературна Україна, 10.01.2008, с.3); ***Усього Харків заборгував за газ 480 мільйонів гривень!*** (Урядовий кур'єр, 18.03.2008, с.7); ***Виховна сила нашої пісні просто неймовірна! Вона здатна зробити українцем навіть чужинця...*** (Літературна Україна, 07.02.2008, с.1); ***Зауважуємо ще одну атракцію – справжню зброю!*** (Високий замок, 04.10.2007, с.3).

У дедалі активнішому вживанні розповідно-окличних речень новим є домінування розповідно-окличних речень емоційно-експресивного змісту із додатковими засобами його вираження, якими, на думку дослідників, є сегментні (частки, вигуки, займенниково-прислівні слова, звертання) та суперсегментні (інтонація, повтори, порядок слів у реченні) мовні засоби [9, 6; 12, 48]. Таке мовне оформлення окличних речень публіцистичний стиль запозичив у художнього й послуговується ним як дієвим засобом впливу на людські переживання, що досить вагомо у сфері публіцистики й особливо в найбільш масовому, завжди доступному газетному мовленні. Найтипівішими з-поміж згаданих засобів є частки, які функціонально інтенсивніше підсилюють висловлення, акцентують на емоціях (оцінній кваліфікації, здивуванні, схваленні тощо), виражених іншими мовними засобами, а також формують емотивний компонент у семантиці речення. Напр.: *Переможених не було. Навіть „суперники“ підтримували один одного. А це вже дух козацького братерства!* (Освіта України, 25.01.2008, с.3); *Адже кожному зрозуміло, що здорове працездатне потомство – це ж, окрім усього іншого, і черговий впевнений крок у майбуття!* (Молодь України, 04-10.01.2007, с.22); *Навряд чи тут знайдеш містечко і навіть село, де б із концертами не побував цей дуєт солістів облфілармонії. А що вже пісень переспівали!* (Голос України, 01.04.2006, с.13); *...За територією заповідання Україна перебуває у Євразії на передостанньому місці – після неї йде тільки розтерзаний Афганістан... От тобі й райська земля, зелена, квітуча Україна!* (Культура і життя, 30.05.2007, с.3); *Тож дійсно спасибі півставковим патріотам, які лікують депресивне село!* (Вінниччина, 15.01.2008, с.2).

Як засвідчують сучасні українські газетні контексти, розповідно-окличні речення найуживаніші наприкінці нарисів, репортажів та публіцистичних роздумів, де вони слугують висновковим емоційно-експресивним акордом до викладеного вище, відтворюють позицію автора стосовно ситуації, що склалася, передають його піднесений чи понурий настрій. Читач у такому разі змушений погодитися з автором, переживати чи захоплюватися разом з ним,

тобто стати на активний мисленнєвий бік. Напр.: *Українці, що мріяли про показовий провал „Юди-Мороза“ на дострокових виборах, можуть відкорковувати пляшки із шампанським і наповнювати келихи пінистим напоєм. **Справедливість перемогла!*** (Українська газета, 11-17.10.2007, с.4); *І обов'язково влаштуємо тематичні прогулянки містом: засвоюємо правила дорожнього руху, спостерігаємо за птахами, вивчаємо дерева і квіти, збираємо гербарій з осіннього листя. **Варіантів море!*** (Голос України, 08.11.2007, с.8); *Шкода, що на Батьківщині педагогічного генія немає ні коштів, ні бажання (що більше в дефіциті?) видати автентичне повне зібрання творів Макаренка. **За роки незалежності – жодного тому!*** (Голос України, 15.03.2008, с.11).

Позитивну чи негативну висновковість нерідко підсилюють розмовні словосполучення *що й казати, що вже казати*, сполучники, здебільшого *і*, та сполучниково-займенникові поєднання в ролі приєднувального засобу. Пор.: *Облудність фразеології, до якої вдаються Грабович і К°, виявляє непевність позицій, брак вагомої аргументації, що замінюються роздратуванням і лайкою. **Нерівноцінна заміна, що й казати!*** (Літературна Україна, 23.08.2007, с.3); ***А що вже казати про цілющу силу священного знаку і слова!*** (Літературна Україна, 02.08.2007, с.7); *Тремтить від подиху вітру сухе листя дерев, хиляться до землі обважнілі віти. А на гордовитих дніпровських пагорбах височіють кам'яні споруди стародавньої Печерської лаври. **І стоятимуть вічно!*** (Літературна Україна, 28.02.2008, с.4); *У програмах, які нині розробляються, передбачається житло для молодих, підвищення зарплати медпрацівникам, учителям... **Та не буде кого лікувати і вчити!*** (Вінниччина, 18.03.2008, с.2); *Тож зараз „соколи“ грають фактично не відчуваючи пресу відповідальності. **Зате як інтенсивно грають!*** (Україна молода, 19.02.2008, с.15); *“Червоною ниткою всіх виступів була думка, що справа життя Чорновола ще не завершена: Україну, яку він хотів бачити, ще не збудовано... і нам всім належить багато чого зробити, щоб вона такою стала... **І саме це стане свідченням всенародної любові до великого лідера великої нації!***

(Українське слово, 02-15.01.2008, с.2); *Нині цю пісенну „естафету“ підхоплюють молоді музиканти та співаки. I це викликає захоплення!* (Культура і життя, 01.11.2006, с.5).

Спостережено, що деякі жанри сучасного українського газетного мовлення, як-то нарис, кореспонденція, інтерв'ю, публіцистичний роздум, тяжіють до ланцюгових поєднань розповідно-окличних речень, а нерідко й різних біфункціональних окличних структур, що надає текстам ще більшої гостроти, дієвості, спонукальності, закликає до роздумів, нівелює читацьку байдужість. Пор.: *Унікальна подія! Вперше в Україні 70 пар молодят одночасно зареєстрували свій шлюб на Михайлівській площі! Хто хоча б один раз був на весіллі, може собі уявити масштаби краси та емоцій цієї події!* (Молодь України, 11-15.10.2007, с.13); *А мова наша – це ж скарб! Коштовність! І як шкода, що скарб отой криється хіба що в пам'яті старих людей!* (Сільські вісті, 05.01.2007, с.2); *Болить душа за Україну, за народ многостраждальний, за онуків і дітей наших! Немає достатку, роботи, не можуть навчатися обдаровані діти, бо немає у їхніх батьків грошей, а бездарні багатії за гроші мають дипломи престижних навчальних закладів! Депутати наші усе роблять для олігархів, а для народу ще нічого не зробили! Досить знущань і наруги! Нам не потрібні субсидії, котрі насправді звичайна людина, яка бідує, якраз і не може отримати! Хай не годують нас також „компенсаціями“! Не принижуйте народ і націю і зніміть недоторканність з усіх народних депутатів! Парламент має складатися із Порядних Людей, яким можна довірити свою долю!* (Літературна Україна, 02.08.2007, с.3).

Новою є тенденція до посилення емоціогенності сучасного українського газетного тексту, якої досягають удалим, виваженим поєднанням різнопланових сегментних (часток, вигуків, займенниково-прислівних слів) і суперсегментних (інтонації) мовних засобів у межах окличних конструкцій. Напр.: *Найоптимістичніші фани вірили в найкраще і доводили всім, що чутки лише чутки, а „MUSE“ таки перевидають українців. Думка матеріальна: вони*

таки приїхали!!! Гіп-гіп ура! Нарешті й на нашій вулиці свято! Вперше за свою семирічну кар'єру вони відіграли один-єдиний концерт у Києві! Та ще й який! (Молодь України, 27-28.11.2007, с.8); *Особливо вразив цинізм працівників ФФУ. Вони вирішили провести на своєму сайті опитування серед уболівальників на предмет визначення наставника для нашої націоналки. Тобто, як ми оберемо, так і буде?! Не смішіть!!! Коли це функціонери слухали уболівальників?.. Не буде такого ніколи!* (Молодь України, 27-31.12.2007, с.19).

Деякі суперсегментні мовні засоби, зокрема повтор та порядок слів, в окличних реченнях із сучасного українського газетного мовлення використовують зрідка, напр.: *Український кінематограф не вмер і не вмере!* (Вінницька газета, 05.06.2007, с.3); ... *Слів про кохання сказано мільярди. Слова! Яку важливу роль вони відіграють!* (Молодь України, 18-22.10.2007, с.8); *Любов до своїх, національно рідних великих людей може об'єднувати кожен народ. А що для цього треба? Треба знати їх!* (Літературна Україна, 10.01.2008, с.3); *Живорибним транспортом забезпечуємо!* (Вінниччина, 18.03.2008, с.1); *Часу нема на вагання! Гору ось-ось знищать – вже почали геодезичну зйомку* (Урядовий кур'єр, 18.03.2008, с.8). Згадані засоби властиві окличним реченням, уживаним здебільшого в нарисах, рекламних текстах, репортажах, інтерв'ю, де є потреба акцентувати на чомусь найважливішому, висловити занепокоєння автора, його вболівання за щось і т. ін.

Інверсований порядок слів зрідка простежуємо і в окличних заголовках газетних публікацій, що є реалізацією потреби емоційно виокремити найважливішу лексему, у якій сконденсовано основний зміст чи вказано на головного персонажа розповіді, напр.: *Вчителі столиці до дій в умовах надзвичайних ситуацій – готові!* (Освіта України, 22.01.2008, с.2); *Білі ведмеді на ковзанах існують!* (Голос України, 26.01.2008, с.5); *Благословен, учителю мій будь!* (Освіта України, 15.02.2008, с.4); *Команди „сидіти“ і „апорт“ виконують... вовченята!* (Високий замок, 04.10.2007, с.2).

Мовною особливістю сучасного українського газетного мовлення є перенасичення його розповідно-окличними реченнями в ролі заголовкових комплексів, спричинене бажанням авторів (журналістів) викликати емоції на початковій стадії сприйняття, актуалізувати психологічно помітний і концептуально значущий дескриптор змісту всієї публікації. Такі заголовки виконують передусім рекламну функцію і пов'язану з нею функцію встановлення контакту, суть якої полягає в тому, що перший сигнал від автора до читача, уміщений у заголовкові, викликає зворотний зв'язок і впливає на читача, спонукаючи його декодувати, розшифрувати отриману інформацію [2, 136], а отже, прочитати статтю. Засоби окличності, на нашу думку, володіють сильним енергетичним зарядом, здатним вплинути на потенційного читача, привернути його увагу, зацікавити. Помітно, що в ролі заголовків однаково активно вживають прості двоскладні та односкладні речення. Пор.: ***Стус довіку буде з нами!*** (Культура і життя, 13.02.2008, с.2); ***Прем'єриада може затягтися ще на тиждень!*** (Молодь України, 13-17.12.2007, с.1); ***Від кожного із нас залежить імідж України!*** (Культура і життя, 04.04.2007, с.4); ***Торфобрикетний завод повинен працювати в інтересах України!*** (Голос України, 26.09.2008, с.14); ***Шаргородський район спрацював на 104,3 відсотка!*** (Вінниччина, 30.01.2007, с.1); ***І актори вміють забивати голи!*** (Молодь України, 11-15.10.2007, с.24); ***„Сокіл“ уже четвертий!*** (Голос України, 22.01.2008, с.16); ***„Воля“ – це ще не сваволя!*** (Україна молода, 29.02.2008, с.2); ***Порожня квартира – найвдаліший капітал!*** (Голос України, 08.02.2008, с.8); ***Нема життя серед сміття!*** (Україна молода, 20.02.2008, с.9); ***Встановлено рекорд!*** (Молодь України, 18-19.12.2007, с.6); ***Війська запорозького прибуло!*** (Освіта України, 25.01.2008, с.3); ***Не ріжуть, а лікують!*** (Голос України, 12.02.2008, с.15); ***Дочекалися „євроремонту!“*** (Вінницька газета, 27.03.2008, с.3); ***Дочекалися!*** (Голос України, 22.03.2008, с.1); ***„Азовмаш“ не спинити!*** (Молодь України, 29.11-03.12.2007, с.20).

Як і в радянські часи, сучасна українська газета намагається стати ближче до читача, прагне говорити з ним тепліше, щиріше [14, 120]. Цьому слугують

розповідно-окличні заголовки зі звертаннями, які подібні до інтимної розмови і цією „розмовністю“ створюють увиразнену експресію, напр.: ***Робото, я тебе шукаю!*** (Молодь України, 11-15.10.2007, с.2-3); ***Кого обираєш, те й маєш, електорате!*** (Українське слово, 16-22.01.2008, с.7).

Спонукально-окличні речення обмежені в сучасному українському газетному мовленні, уживані передусім в інтерв'ю, кореспонденціях та рецензіях і слугують єдиній меті – спонуканню, заклику до активної дії. Напр.: ***Наша мова – це запорука самобутності та самозбереження, це найбільший і найдорожчий скарб. Любімо її, вивчаймо, розвиваймо!*** (Літературна Україна, 21.02.2008, с.4); ***Будьмо ж уважними і терплячими, намагаймося зрозуміти одне одного!*** (Вінниччина, 18.03.2008, с.3); ***...Повірмо в себе!*** (Літературна Україна, 14.02.2008, с.3).

Спонукальність загострюється, стає експресивнішою, коли в речення окличного типу вводять звертання, пор.: ***Сподіваюся, що кажу не тільки від імені видавців, учителів та шанувальників книги: політики, на книгу рівняйся!*** (Літературна Україна, 27.09.2007, с.4); ***Люди! Чого ви боїтеся?! Переходьте на українську – вона найкраща!*** (Молодь України, 22-26.11.2007, с.12); ***...Гуртуймося і гартуймося, націє!*** (Літературна Україна, 18.10.2007, с.8).

Іноді в сучасному українському газетному мовленні натрапляємо на ланцюг спонукально-окличних речень у межах однієї публікації, що становлять окремі підзаголовки, деталізовані нижче. Така композиція тексту надає йому директивного характеру, споряджає читача порадами, які за шкалою „затрат і вигод“ вигідні тільки адресатові [19, 105]. Джерелом подібних спонукань виступає мовець, здебільшого інтерв'юер, автор публікації, дописувач з певним фахом чи потрібними знаннями й досвідом у якійсь галузі. Пор. окличні речення-поради, узяті з тексту інтерв'ю „Осіннє самопочуття“, головний член яких виражений дієсловом у формі наказового способу: ***Ходіть пішки!.. Не перегрівайтеся! Після шостої – не їсти! Увімкніть яскраве світло! Достатньо спіть і відпочивайте! Займіться спортом чи танцями!*** (Високий замок, 04.10.2007, с.9). На думку В.Д. Шинкарука, „речення з

формами наказового способу, виражаючи пораду, вказують на доцільність запропонованої дії, яка названа в найближчому чи широкому контексті“ [19, 105]. Подані в одному контексті, інтенсивно виражені й емоційно забарвлені, вони значно активізують зацікавленість читача, спонукають не лише прочитати статтю, а й дотримуватися порад у повсякденному житті.

Емоційне забарвлення окличних речень створюють, по суті, специфічною інтонацією, тобто просодичними засобами, але оскільки інтонують усе речення в цілому, то експресивний ефект пов'язують із синтаксичною одиницею. Саме такі емоційно забарвлені й належно інтонаційно оформлені синтаксичні конструкції порушують стилістичну нейтральність тексту, надають йому ефекту емоційної схвильованості, чим привертають увагу адресата, налаштовуючи його на емоційне сприйняття текстової інформації [7, 92-93].

Тенденція до новизни, оригінальності спричиняє подекуди емоційно виразні газетні контексти, у яких емоційна схвильованість набуває кульмінаційного загострення, як-от: *Величезну роль у прощтовхуванні ідей споживацтва відіграє телебачення, те, що миготить, крутиться, скаче на екранах наших телевізорів, можна звести до набору гасел: **Купуй! Хапай! Вийди за рамки! Тягни! Користуйся! Задовольняйся! Хай інші працюють! Сучасне телебачення взагалі є страшним ворогом освіти, культури і здорового глузду*** (Літературна Україна, 20.09.2007, с.3). Незвична, нестандартна для сучасного українського газетного мовлення градація окличних речень-гасел створює суспільний резонанс, актуалізує болючу проблему українського суспільства, викликає незадоволення, осуд, протидію.

Максимального загострення викладу, динамізму автори публікацій досягають також уживанням спонукально-окличних речень, дієслівність яких „залишається лише в потенції та стає від цього ще енергійнішою“ [3, 76]. Пор.: *Ви хочете стати депутатом, пожити як цивілізована людина, маючи величезні гроші і всі блага? Не вагайтесь – **вперед!*** (Літературна Україна, 27.03.2008, с.3). Зазвичай згадані конструкції розпочинають виклад, інтригуючи читача й закликаючи його до прочитання публікації. Це досить вдалий

журналістський спосіб привернути увагу, миттєво й оригінально зреагувати на навколишній світ.

Дієвості сучасним газетним викладам додають спонукально-окличні заголовки, широке вживання яких пов'язане із загальним стрімким темпом нашого життя. В окличних структурах спонукальної модальності майстерно сконденсовано емоційно-експресивне забарвлення, передано емоційно-чуттєвий стан мовця [10, 301]. Напр.: ***Рятуйте! Гасне „Сузір'я!“*** (Молодь України, 13-17.12.2007, с.4); ***Захистіть національне металовиробництво!*** (Урядовий кур'єр, 18.03.2008, с.9); ***Не бійтеся бути собою!*** (Молодь України, 22-26.11.2007, с.12); ***Не зазіхайте на музику!*** (Літературна Україна, 13.09.2007, с.3); ***Налітай – пошукову базу вибирай!*** (Україна молода, 02.02.2008, с.2); ***Повернімо собі надію!*** (Літературна Україна, 14.02.2008, с.3); ***Зробімо майбутнє яскравим!*** (Молодь України, 11-15.10.2007, с.2); ***Утверджуємо дитиноцентризм! І не тільки...*** (Молодь України, 09-10.10.2007, с.1); ***А спробуймо!*** (Літературна Україна, 11.10.2007, с.3). Дещо рідше, ніж у попередні періоди розвитку газетного мовлення [див. 18, 91-92], журналісти використовують спонукально-окличні речення-заголовки зі звертаннями, що містять у собі заклик чи побажання, напр.: ***Думай, народє!*** (Літературна Україна, 20.09.2007, с.5); ***Знай, депутате, свою кнопку!*** (Україна молода, 08.02.2008, с.4); ***Почуйте нас, люди!*** (Молодь України, 25-29.10.2007, с.1); ***Згинь із мосту, нечиста сило!*** (Україна молода, 02.02.2008, с.2); ***Дзвени, „Дзвіночку!“*** (Літературна Україна, 21.02.2008, с.1); ***Говори, пам'ять!*** (Україна молода, 31.01.2008, с.13). Такі заголовки трапляються здебільшого в кореспонденціях та невеликих дописах, актуалізуючи узагальненого адресата.

Дуже близькі до спонукально-окличних бажально-окличні речення, рідко вживані у власне-контекстах та заголовкових комплексах сучасних українських газет, але стилістично вагомі як засіб підсилення урочистості тексту, відображення авторського захоплення тим, про що він пише, створення атмосфери святковості, радості. Напр.: *Хмельниччани подбали й про іноземців: частину текстів перекладено англійською. Хай і вони закохаються в*

неповторну подільську землю! (Голос України, 08.11.2007, с.20); (заголовок)
Нехай струменить любов! (Молодь України, 18-22.10.2007, с.24).

Спостережено, що лише в мові окремих газет, передусім у газеті Спілки письменників України – „Літературній Україні“, рідше – у газеті „Молодь України“, бажально-окличні речення досить активні у власне-контекстах. Вони завершують дописи, відгуки, рецензії, можуть бути парцельованими, приєднувальними, еліпсованими тощо реченнями. Ще частіше спостерігаємо комплексну репрезентацію згаданих структур, їхнє семантичне й структурне взаємопереплетення, що емоційніше виокремлює зміст, надає йому піднесеності, урочистості, пафосних інтонацій. Пор.: ***Побажаємо авторові, нехай щира молитва української душі приносить читачам його книг, шанувальникам його таланту радість і наснагу, пізнання й духовне очищення, віру і любов!*** (Літературна Україна, 07.02.2008, с.4); ***Нова його збірка „Яросвіт“ свідчить, що автор перебуває у розквіті таланту. І хочеться в ці дні, коли наш земляк відзначає своє 60-річчя, сказати: так тримати, Поете!*** (Літературна Україна, 23.08.2007, с.6); ***Спасибі Дмитру Іванову за „нам'ять чорнозему“ й крилату надію, за його мужнє, вистраждане, чисте і світле слово! Хай увіходить воно до людських сердець. З Богом!*** (Літературна Україна, 07.02.2008, с.6); ***Тож хочеться побажати їм (видавцям – І.З.) снаги, здоров'я і творчого натхнення. Ні пуху, ні пера!*** (Літературна Україна, 20.09.2007, с.6); ***Нині письменник і редактор – у розповні свого небуденного таланту. Ми, літукраїнці, віримо в це! З роси й води, колего!*** (Літературна Україна, 16.08.2007, с.2); ***Боже великий, єдиний, нам Україну храни... “ І храни наших митців, дай їм силу нести свій хрест, тяжкий і солодкий хрест Таланту!*** (Молодь України, 09-10.10.2007, с.5).

Нерідко бажально-окличні речення в тих самих газетах функціонують наприкінці репортажів і оформлені як пряма мова з кількома окличними компонентами, що активізує виклад, напр.: ***Ця техніка, цей вітер настільки органічно поєднуються між собою, що хочеться зупинитися посеред музею та у весь голос сказати: „Хай славиться авіація! Хай славиться Україна!***

Славимо пам'ять тих геніїв, які створили авіацію, та чистого неба тим, хто створює її сьогодні!" (Молодь України, 04-08.10.2007, с.7). Така тенденція до активізації окличних речень у складі конструкцій з прямою мовою є новою в сучасному українському газетному мовленні і поширюється на всі види окличних структур. До того ж, останні нерідко ускладнюються звертаннями, цитатами із звертаннями, іншомовними вкрапленнями мовою оригіналу, повторами, супроводжують графічним дублюванням знаків оклику і т. ін. Пор.: *Багатостраждальні українці, переглянувши шість фільмів благополучної країни, безнадійно констатують: „Нема в житті щастя!“* (Молодь України, 11-15.10.2007, с.7); *Не вражають сварки й бійки політиків, бо вже несла дивуватись, хочеться лише сказати: „Дайте спокій, панове!“* (Молодь України, 09-10.10.2007, с.3); *Тож земельна реформа і продаж землі – це бомба, яка може рознести усе небувалим соціальним вибухом. А нам знову наспівують: „Усе гаразд, маркізо пречудова, усе гаразд, усе гаразд!“* (Вінниччина, 18.03.2008, с.2); *Вода має запах легкої солодкої свіжості. Пробка зроблена у вигляді золотого наперстка. Українські споживачі вигукують: „Bravo, Italia!“* (Молодь України, 25-29.10.2007, с.8); *У „Сеуллянді“ – прекрасний аквапарк, незліченна кількість атракціонів: „Ідеш і захоплюєшся!.. Заходиш у парк: люди, люди, люди!!! І тисячі маленьких дітей бігають, мов мурахи... “* (Молодь України, 06-10.12.2007, с.23).

Функціонально-стилістичне забарвлення окличної питальності реалізується в сучасному українському газетному контексті набагато більшою кількістю синтаксичних конструкцій, які вживають фрагментарно, по одному, або ланцюгово для посилення питальності, окреслення особливої, значної почуттєвості. Пор.: *А яким відкриттям в царині мистецтва є її рушники-набожники – цикл сучасних тканих рушників, виконаних у національних традиціях!* (Культура і життя, 15.11.2006, с.5); *Як потрібен сьогодні досвід тих років, коли в школі панувала атмосфера всебічної державної підтримки освіти, станової рівності учнів, взаємна любов та повага вихователів і вихованців, коли плекалися почуття здорового колективізму, безкорисливої*

дружби та взаємодтримки! (Освіта України, 22.01.2008, с.7); *Скільки політичних казок про світле майбутнє доводилося слухати українським громадянам!* (День, 07.02.2006, с.4); *Яке дивовижне свято – Різдво Христове! Яке загадкове, яскраве, піднесене, веселе, відкрите серцем і душею людей, які до нього готуються і беруть в ньому участь. А спогади дитинства, а легенди, якими воно оповите! А радість, з якою щороку їх згадуєш і прагнеш знову й знову почути та пережити...* (Молодь України, 04-10.01.2007, с.1).

Другою є тенденція до поширення *власне-окличних* речень із заміщеними синтаксичними позиціями, у яких „схема побудови, незалежно від лексичного наповнення, є засобом вираження емоцій“ [12, 103]. З-поміж власне-окличних структур у сучасному українському газетному мовленні домінують риторичні питання як найяскравіші емоційно-експресивні конструкції українського синтаксису та своєрідний стилістичний прийом у публіцистичному стилі. Найуживанішими є власне-риторичні питання, у яких питальна форма виражає експресивно забарвлене повідомлення й оформлена за допомогою питальних часток *хіба, невже, чи*. Напр.: ...*Хіба не є золотим фондом школи імена тисяч і тисяч її випускників, які входили в життя з високо піднятою головою українського громадянина, з почуттям глибоко усвідомленої любові до Отчого Краю, з високим розумінням національної честі й людської гідності!* (Освіта України, 22.01.2008, с.7); *Але хіба державу нині турбують проблеми села?!* (Вінниччина, 18.03.2008, с.2); *Чи жевріє ще десь в Україні допомога, шляхетність, мораль!?* (Молодь України, 25-29.10.2007, с.13). Такі риторично-окличні речення нерідко зазнають ампліфікації або риторична питальність супроводжується висновковим біфункціональним окличним реченням, посилюючи захоплення, роблячи виклад відвертішим, експресивно стверджуючи його. Пор.: *А хіба забути йому Варфоломія Растреллі! Хіба зітруться в пам'яті дні, коли петербурзький зодчий запросив українську колегу допомогти споруджувати церкву на Старокиївській горі!* (Літературна Україна, 28.02.2008, с.4); *Хіба можна забути фінальний двобій між німцями*

та аргентинцями? **Ото були справжні фінали!** (Молодь України, 13-19.07.2006, с.21); *Чи знаєте ви, яке цікаве це містечко? Ні, ви ще не знаєте!..* (Молодь України, 06-10.12.2007, с.18). На думку В.С. Ващенка, подібні риторичні питально-окличні звороти „несуть на собі функції інтонаційним способом зосередити увагу слухача на якихось стилістично виразних центрах мовного контексту, виявити ставлення мовця до зображуваних явищ, зміцнити художню якість мовлення“ [3, 81].

За активністю вживання в сучасному українському газетному мовленні не поступаються їм і риторичні питання, що виражають безпосередню емоційну реакцію мовця [8, 97-102]. Графічне оформлення їх нерідко буває подвійним: знак питання і знак оклику. Пор.: **Якими ж величезними прихованими резервами володіє матінка-природа стосовно внутрішнього алгоритму самоцілення?!** (Молодь України, 04-10.01.2007, с.22); **Хто хоче платити більше?!** (Україна молода, 20.02.2008, с.9); *Наш народ віками збагачував методу виховання особистості, її душевної чистоти... А що ж ми передамо нащадкам?!* (Літературна Україна, 09.08.2007, с.1). Як слушно зауважує Г.В. Навчук, у риторичних питаннях „наявна асиметрія між формою та ілюктивною функцією: основною їх функцією виступає все ж таки інформативна – передавання повідомлення, а притаманна їм афективність виконує роль логічного виділення цієї інформації“ [12, 110].

Останнім часом помітна тенденція до поширення в газетних контекстах живорозмовних елементів. Усно-розмовного характеру окличним реченням надають здебільшого вигуки, вигуківі фразеологізми чи функціонально близькі до них слова, що слугують засобами оформлення розповідно-окличних, спонукально-окличних та питально-окличних нечленованих речень і допомагають виразити різнопланові емоції, зокрема, вимогу – *Нам потрібні порядні і завзяті люди. А політикам ми слова не дамо. Досить! Ми їх слухали 16 років. Тепер хай вони слухають нас* (Молодь України, 25-29.10.2007, с.2); *Та годі про це! Годі!* (Літературна Україна, 07.02.2008, с.4); докір – *Та ба! Не потрібне їм дуже слово!* (Літературна Україна, 18.10.2007, с.8); *До розумної*

толерантності, взаємоповаги, пошуків дотичних і корисних державі варіантів ще **ой** як далеко! (Україна молода, 14.02.2008, с.9); здивування – **Оце так!** *Якісь дивні звичаї у нашому парламенті* (Молодь України, 18-19.12.2007, с.3); *...Разом з розмовами про те, що головним претендентом на посаду головного тренера є Олексій Михайличенко, різко змінилися й пріоритети вболівальників.* **О, ДИВО!** *Вони відразу почали голосувати за пана Михайличенка* (Молодь України, 27-31.12.2007, с.19) (у цьому прикладі визначити семантичну функцію вигука *о!* допомагає слово „диво“, яке в тексті зацентроване ще й великими літерами); **Ото** *природа начудила!* (Україна молода, 31.01.2008, с.9); захоплення – **Боже мій!** *Скільки вже разів збирався відвідати ці дивоглядні місця, та за браком часу все відкладав на потім* (Літературна Україна, 07.02.2008, с.4); незадоволення – **Гай-гай!** *Скільки років збігло відтоді, а віз і нині там* (Літературна Україна, 07.02.2008, с.2); *Скажу так: якби цього гравця придбав один з наших грандів – вважав би це серйозним підсиленням. А тут „Дніпро“!* **Що сказати? Респект!** (Молодь України, 06-10.12.2007, с.19); ствердження – **Пояснили коротко: тут їх не зберігають. Ще б пак!** *Адже таємниці прийняття рішень про видачу у власність дуже цінної землі чиновники тримають за сімома замками* (Сільські вісті, 05.01.2007, с.2); *Степан Ковнір був розчарований. Ще б пак!* *Гомоніли ж люди – нова цариця щиро полюбила народ і країну Олексія Розумовського, з яким таємно обвінчалась у підмосковному селі Петрове* (Літературна Україна, 28.02.2008, с.4); заперечення – *...Як засвідчили 15 незалежних років, Україна не має ані Рузвельтів, ані Рахманінових, або таким в Україні до політики – зась!* (Молодь України, 25-29.10.2007, с.13). Подібні вигуківі окличні речення яскраво ілюструють одну з неодмінних засад усного спілкування – принцип економії мовних засобів, водночас слугуючи маркерами емоційно-оцінної ситуації та суб’єктивно-модального ставлення до неї мовця, що виявляється у відповідній інтонації [12, 75].

Зрідка натрапляємо на повторення вигуків та інших лексем упродовж усієї публікації, що створює ефект іронії, грайливості, легкості сприйняття, а тому й

неодмінно зацікавлює, пор.: **Чи знаєте ви що таке глотологія? Ай-ай! Наука про сміх – ось що таке глотологія. А чи знаєте ви такі найкращі ліки, що їх ви ніколи не зможете придбати в жодній аптеці світу? Ай-ай! Та є такі. Сміх називаються. Чи знаєте ви, що таке, як гласить народна мудрість, половина здоров'я? Ай-ай! Та він же – Добродій Сміх** (Літературна Україна, 20.09.2007, с.8).

Автори газетних публікацій активніше використовують окличні парцеляти, тобто частини простого чи складного речення, утворені внаслідок членування їх на декілька висловлень у зв'язку з певною комунікативною ідеєю, і винесені за межі синтаксичної структури – речення [5, 526]. Явище парцеляції виникає в усно-розмовному мовленні і виявляє тенденцію стати нормою літературної мови, поширюючись у різних її стилях і зберігаючи при цьому розмовну специфіку [13, 68]. Активно вживані окличні парцеляти надають висловленням нових значеннєвих та експресивно-стильових відтінків або ж більшої значеннєвої й емоційної ваги окремим членам цього висловлення. У будь-якому разі з'являється ефект „невимушеного усно-розмовного додаткового повідомлення“ [4, 128]. Напр.: **Ми тільки сподіваємося на те, що справедливо повинно піти на село. Законно!** (Вінниччина, 18.03.2008, с.2); **А що – коли можна силоміць забрати картку в Голови, то чого б не забрати і крісло?! Бо сам він як депутат недоторканий!** (Україна молода, 14.02.2008, с.9).

Помітно, що ліричної наснаженості, емоційного стану душевного напруження автори газетних публікацій досягають зосередженням в одному контексті ряду інтонуваних питально-окличного типу, причому окличні структури здебільшого ситуативно чи контекстуально неповні, еліптичні, тобто із незаміщеними синтаксичними позиціями, які лише зрідка чергуються з окличними побудовами із заміщеними синтаксичними позиціями. Такий активний засіб вираження окличності дає змогу авторові публікації уникнути другорядного в змістовому плані, натомість посиливши вагомість емоційно-експресивного, виразно чуттєвого. Прикладом варіації інтонуваних, які надають висловленню динамізму і водночас пробуджують у читача емоції, попередньо

пропущені крізь призму сприймань, бачень, відчуттів журналіста – свідка побаченого й автора репортажу, може слугувати публікація під назвою „Італійська мода вийшла зі злиднів“, надрукована в газеті „Молодь України“: *У Музеї мистецтв імені Богдана і Варвари Ханенків з'явилося поповнення – манекени у вишуканому вбранні... Звідки ж таке „нашестья“? З Італії!.. Невже висока на зріст Софі Лорен має такі тендітні форми? **Не вірю!** Тихенько заходжу за манекен і уважно роздивляюся всі шви: чи не звужена на „живу нитку“ ця „луската“ сукенка? **Не звужена! Господи, хоча б мізинчиком доторкнутися до краси! Доторкнулася!** І відразу почула зауваження від наглядачки залу. Втекла. Згодом знову підійшла до цього місця – вже до смокінга Пірса Броснана. **Його Джеймс Бонд був неабияк елегантним у цьому смокінгу!** Нитка до нитки – все пошито зразково. Стала поруч з манекеном – помірятися зростом з легендарним шпигуном. Його зрістдесь 180 см, що мене потішило. **Чолов'яга!** (Молодь України, 25-29.10.2007, с.8). Такі стилістично марковані окличні речення спрямовані на зростання емоційного напруження тексту. Вони допомагають авторові оперувати емоціями реципієнта-читача, не заколисують його своєю монотонністю, а тому й виявляють тенденцію до ширшого вживання в сучасному українському газетному мовленні, яке усіяло прагне до новизни, експресії. Щоправда, питально-окличні інтонування мають здебільшого початкові чи прикінцеві функціонально-стилістичні вияви, органічно вплетені у канву тексту і найбільш впливові своїм прийомом „ефекту краю“ [15, 107] – одним із вагомих прийомів впливу на підсвідомість людини. Наприклад: початок тексту: *І ось стою на Майдані посеред химерних „парників“ і безнадійно намагаюся збагнути – куди подівся Київ мого дитинства? **Не жахливий буревій, не руйнівний землетрус, не страшна пожежа чи кривава війна стрімко й безжалісно стирають з поверхні землі ознаки неповторності найчарівнішого і найулюбленішого міста!** Невідпорна логіка дзвінкої монети, химерний політ містобудівної думки, опосередкований своєрідною мудрістю градоначальників, збідненість естетичної уяви невпинно нівелюють,**

уніфікують, нищать оспівану самобутність красеня над Дніпром (Літературна Україна, 30.08.2007, с.8); завершення тексту: **Справді, можна тільки дивуватися, що робить з людством безупинний плин часу! І куди він тільки нас несе?** (Молодь України, 22-28.06.2006, с.19); **Ось вам і африканський птах! То, може, і справді він незабаром стане нашим – волинським?** (Голос України, 01.04.2006, с.11).

У заголовках сучасних українських газет почастишало експресивне вживання окличних речень із незаміщеними синтаксичними позиціями – передусім еліптичних структур, зумовлених потребою економії мовних засобів, посилення емоційності викладу, увиразнення висловленої думки. Цілком слушно зазначав Ш. Баллі, що окличні еліптичні конструкції, власне, і є породженням емоцій [1, 208]. Еліпсацію поширюють лише на дієслова-присудки зі значенням конкретної дії, водночас підсилюючи вагомість емотивного компонента. Звісно, уживання еліптичних конструкцій у сучасному українському газетному тексті – явище не нове, бо ще в 60-70-х роках ХХ ст. не було „жодної газети і жодного газетного жанру, де б вони не траплялися“ [18, 98], проте сьогодні простежуємо повну відмову від активно вживаних в епоху соціалістичного суспільства заголовків-закликів, лозунгів директивної тональності на зразок „П’ятирічний план – за 4 роки!“ [16, 373]. Натомість перевагу надають окличним еліптичним реченням, які у структурі заголовка виконують рекламну функцію та пов’язану з нею функцію встановлення контакту. Досить активно згадані окличні речення функціонують у жанрах спортивного коментарю та репортажу, де вони набувають оцінної семантики, напр.: **На кубку світу – п’яті!** (Освіта України, 08.02.2008, с.1); **„Шахтар“ – у фіналі!** (Голос України, 29.01.2008, с.24). Інші газетні жанри – нариси, інтерв’ю, дописи, кореспонденції, гуморески тощо – також тяжіють до уникнення інформативної і мовної надлишковості, до набуття динамізму, швидкості первинного сприйняття, що й реалізується в їхніх еліптичних заголовках здебільшого простої, зрідка – складної синтаксичної структури. Пор.: **Олена Теліга – на телеекрані!** (Літературна Україна, 06.03.2008, с.4);

Київську Лавру – державі! (Україна молода, 28.02.2008, с.3); **По книжку – до Львова!** (Літературна Україна, 20.09.2007, с.3); **Наші – сильніші!** (Голос України, 26.09.2007, с.10); **Героям – слава, нам – продовження боротьби!** (Українське слово, 06-12.02.2008, с.2); **Президент – „вузам“: не хочете – змусимо!** (Україна молода, 28.02.2008, с.3).

Цілком погоджуємося з думкою А.П. Загнітка, що деякі галузеві газетні дискурси, зокрема політичний, особливо потребують стислих синтаксичних форм вираження інформації, а тому нерідко послуговуються еліптичними реченнями як соціально зумовленим стилетвірним засобом [6, 3]. Цю думку ілюстративно підтверджує мова інформаційно-політичної газети „Україна молода“, у якій спонукально-окличні речення з еліпсованими присудками в ролі заголовків є поширеним явищем, що надає деяким висловленням і газеті загалом підвищеної семантичної ємності, енергійності та експресивності. Напр.: **Енергійніше з енергетикою!** (Україна молода, 02.02.2008, с.4); **Ширше коло!** (Україна молода, 27.02.2008, с.3); **Усі на-гора!** (Україна молода, 05.02.2008, с.2); **Усі на ПДЧ!** (Україна молода, 30.01.2008, с.8); **Гайда з бізнесу!** (Україна молода, 18.01.2008, с.4); **Самогубство, стоп!** (Україна молода, 05.02.2008, с.3); **Активніше, хлопці!** (Україна молода, 09.02.2008, с.3); **Солдати, до бою!** (Україна молода, 05.01.2008, с.11); **Вітю, Петю, до роботи!** (Україна молода, 23.02.2008, с.4). На тлі інформативної документальності, політичної стереотипності такі заголовки примітні розмовністю (пор. розм. „гайда“ і літ. „ідіть“; вигук „стоп“ і дієслово „зупинись“), стислістю (пор. абревіацію „ПДЧ“ і її повне тлумачення „приєднання до плану дій щодо членства в НАТО“), оригінальністю (пор. паронімію „енергійніше“ – „енергетика“), а тому підсвідомо інтригують, спонукають до прочитання статті. До речі, в інших українських газетах не використовують таких структур, що, очевидно, пов'язано з екстралінгвістичними чинниками: традиціями, уподобаннями журналістського корпусу, постійністю читацької аудиторії тощо.

Для деяких спеціалізованих друкованих органів, як-то „Освіта України“, характерні вітальні заголовки, у яких окличні речення, komponуючи

підзаголовок, вирізняються особливою експресією завершеності, урочистості, визнання. Напр.: заголовок *Визнаний науковець, авторитетний організатор* і підзаголовок **Богдан Остафійчук – ювіляр!**; заголовок *Сорок років – у журналістиці* і підзаголовок **Михайлові Сороці – 60!** (Освіта України, 08.02.2008, с.3); заголовок *Вітання людині – науковцю, викладачу, вихователю, успішному фінансисту* і підзаголовок **Олегові Яременку – 55!**; заголовок *Напхнення Вам на довгій літа* і підзаголовок **У Неллі Лисенко – ювілей!** (Освіта України, 18.01.2008, с.7).

Тенденцію до поступового зникнення зі шпальт сучасних українських газет виявляють досить поширені у 60-70 роках ХХ ст. окличні речення із субстантивованим словом *ні*, як-от „*Ні!*“ – *базам смерті; Ні! – колоніалізму* тощо [Попов 1966, с.120]. Натрапляємо лише на поодинокі такі речення в заголовкових комплексах, що, на нашу думку, є відлунням радянських часів у газетах обласного масштабу, напр.: *Самобудам – ні!* (Вінницька газета, 27.03.2008, с.5).

Дедалі поширенішим прийомом побудови заголовків статей, насамперед тих, які відмежовуються від традицій радянської журналістики, стає прийом використання „інтертекстуальних“ [17, 220] елементів: висловів з пісень, анекдотів, цитат з відомих літературних джерел, трансформованих фразеологізмів, перифраз, розмовних елементів, жаргонізмів, сленгізмів тощо. Погоджуємося з авторами монографії „Лінгвістика впливу“ в тому, що „останнім часом засвідчено вибух інтертекстуальності в засобах масової інформації“ [15, 82]. Згадані елементи активно вкраплюються в заголовкові комплекси, набувають окличної модальності й індивідуалізують газетне мовлення, пор.: заголовок **Як тебе не любити, Києве мій!** (Голос України, 08.11.2007, с.8) і рядок з відомої пісні; заголовок „...**Мудрість увійде до серця твого, і буде приємне знання для твоєї душі!**“ (Молодь України, 30-31.10.2007, с.3) і вислів із Біблії, Книги притч Соломонових; заголовок **Журналістика – це вам не іграшки!** (Молодь України, 11-15.10.2007, с.11) і фразеологізм „не іграшки“ у значенні „нелегко, дуже складно, тяжко“.

Трапляються й дещо трансформовані інтертекстуальні окличні вкраплення, які легко впізнати, пор.: заголовок *З„ДР“асьте, я ваша мова!* (Україна молода, 29.01.2008, с.5) і назву відомого кінофільму „Здрастуйте, я ваша тітонька“.

Активно вживані в заголовкових комплексах діалогічні побудови на зразок „питання – стверджувально-оклична відповідь“, „ствердження – риторично-окличне питання“ репрезентують явище впливу розмовного мовлення з його розмовними елементами, жаргонізмами, діалогічним характером вияву, з одного боку, а з іншого – відображають прагнення журналістів окреслити власну почуттєвість, зробити заголовки помітнішими, експресивнішими, напр.: *Хочеш квартиру? Без проблем!* (Вінниччина, 15.03.2008, с.6); *Міліціонер вимагає пам'ятника? Не ставте!* (Молодь України, 04-05.12.2007, с.1); *До Будапешта? – Завертай!* (Україна молода, 07.02.2008, с.3); *Село, а в ньому люди... Що з ними буде?!* (Вінниччина, 18.03.2008, с.2).

Новою і досить поширеною є тенденція до композиційного і водночас функціонально-стилістичного обрамлення газетного тексту, коли заголовок окличного типу „перегукується“ з кінцівкою, що також містить одне чи кілька окличних речень для створення закономірного змістового завершення. Таке „перегукування“ зрідка буває дослівним, частіше – структурно трансформованим, проте абсолютно едентичним за змістом. Пор.: заголовок *Треба діяти!* і завершальні рядки статті: *Треба діяти! Мені було боляче і соромно за нашу українську бездіяльність* (Літературна Україна, 20.09.2007, с.4); заголовок *Захистім своє майбутнє!* і кінцівку: *А тепер у своїй державі хочемо мати можливість добре засвоїти рідну українську культуру, мову, очистити її від суржикового бруду Свирида Голохвастова, Проні Прокопівни, сьогочасної Верки Сердючки та від лихослів'я, яке раніше не було характерним для наших предків. І хай не заважають нам у цьому українофоби та манкурти! Захистім від них своє майбутнє!* (Літературна Україна, 13.09.2007, с.4); заголовок „*Прес-весна на Дніпрових схилах*“ – *на старт!* і завершення публікації: *Приєднуйся! У травні тебе чекають три незабутні дні на „Прес-весні на Дніпрових схилах!“* (Молодь України, 22-26.11.2007, с.11); заголовок

Нехай час сприяє нам! і завершальні рядки статті: *Нехай час сприяє втіленню наших спільних задумів і бажань!* (Молодь України, 04-05.12.2007, с.8); заголовок *Під парасолькою НАТО: надійно й... вигідно!* і кінцівку: *Та й навіщо норвезьким платникам податків утримувати за свій кошт високовитратну армію, якщо їхня країна – член НАТО й перебуває під надійною парасолькою цього мирного й оборонного Північно-Атлантичного блоку?!* (Молодь України, 08-12.11.2007, с.4); заголовок *Жива акація за хатою* і завершальні рядки статті: *...А мені все вчувається і вчувається тихий, щемнопроникливий голос поета з його звернення до отчого краю: „Ти ще жива, акаціє, за батьківською хатою, і ще лелека клацає над кроною крилатою?“ Жива, друже Михайле, жива і завжди житиме за нашими, за батьківськими хатами!* (Літературна Україна, 11.10.2007, с.4). Згаданий композиційний прийом приваблює своєю нестандартністю, впливовістю, виразно окреслює образ автора, його здатність акцентувати на найважливішому, на тому, що змушує замислюватися, співчувати, спонукає до дії.

Подекуди натрапляємо на гумористичні, іронічні „перегукування“ заголовків окличного типу із завершальними рядками публікації, що зменшує інтерактивну дистанцію між автором і реципієнтом, тобто наближає текст до сприймача [15, 73]. Такі „перегукування“ є джерелом задоволення, розслаблення для читача, що так важливо в сучасних умовах інформаційного вибуху, тому їх дедалі активніше обирають журналісти. Пор.: заголовок *Це вам не чхе!* і прикінцеві речення: *Отож, шановне товариство, не паплюжмо імен! А особливо – імен талановитих людей. Це вам не чхе!* (Літературна Україна, 04.10.2007, с.3); заголовок *Та король же голий!* і завершення публікації: *Хоч і як це парадоксально, але не дуже далеко пан Грабович відкотився від пана Бузини. Тільки інший костюмчик напинає. От і потрібно допомогти йому скинути ті маскувальні шати, аби переконатися (й переконати): „Та король же голий!..“* (Літературна Україна, 23.08.2007, с.3).

До інноваційних тенденцій, що стосуються оформлення окличних речень, належить графічне виокремлення літер, комп'ютерне „розрідження“ найвагоміших лексем, подвійне-потрійне використання знаків оклику і питання тощо. У такий спосіб посилюють семантичну та інформаційну значущість певних компонентів реченнєвої структури, актуалізують внутрішню енергетику окличного речення. Напр.: *Минуле навчило нас, українців, терпіти і страждати. Силою терпіння ми перемогли. Ми Є! Українська держава Є!* (Літературна Україна, 23.08.2007, с.3); *Це наша культура. Ми – **УКРАЇНЦІ!*** (Культура і життя, 21.02.2007, с.2); *...У цьому плані (ілюстративного оформлення – І.З.) збірку можна назвати **роз-кіш-но-ю!*** (Літературна Україна, 16.08.2007, с.6); *Пиво на морозі?!! Звичайно, буду!!!* (Україна молода, 23.02.2008, с.14).

Отже, уживання окличних речень на шпальтах сучасних українських газет значною мірою функціонально оновлене й стилістично марковане. Домінують розповідно-окличні речення як емоційно-експресивні структури. Помітне їхнє прикінцеве переважання, нерідко підсилене розмовними синтаксичними засобами, у нарисах та репортажах. Активізувалися додаткові сегментні та суперсегментні мовні засоби оформлення окличності, спрямовані на посилення емоціогенності деяких газетних жанрів – нарисів, інтерв'ю, репортажів та рекламних текстів як таких, що потребують експресивного акцентування на найважливіших моментах. Деякі жанри, зокрема кореспонденції, інтерв'ю, публіцистичні роздуми, тяжіють до ланцюгових поєднань розповідно-окличних та інших біфункціональних речень, що увиразнює зміст, додає йому більшої почуттєвості.

Дещо рідше уживають питально-окличні структури, з-поміж яких особливою активністю вирізняються риторичні питання, оформлені за допомогою питальних часток. Помітна ампліфікація риторично-окличних речень та ланцюгове їх нашарування для посилення питальності.

Спонукально-окличних речень найменше в інтерв'ю, кореспонденціях, рецензіях, проте вони стилістично значущі у плані вираження закличних чи

побажальних інтенцій мовця. Кульмінаційного стилістичного загострення досягають градацією незвичних для сучасного медіа-простору спонукально-окличних речень-гасел. Натомість уживання спонукально-окличних речень у ролі заголовків газетних публікацій як актуалізаторів емоційно-експресивного забарвлення є поширеним явищем у мові сучасної української преси. Так само активно використовують розповідно-окличні речення в ролі заголовкових комплексів з рекламною функцією та функцією впливу, причому однаково активність виявляють прості двоскладні та прості односкладні речення.

Досить рідко в сучасному українському газетному мовленні функціонують бажально-окличні речення, проте їхнє стилістичне забарвлення є вагомим: вони слугують засобом підсилення урочистості тексту, створення атмосфери святковості. Спонукально-окличні речення з дієслівним присудком поступаються перед такими ж бездієслівними реченнями, що додає газетним контекстам динаміки. У мові газет „Літературна Україна“ та „Молодь України“ бажально-окличні речення особливо активні як прикінцеві емоційно-експресивні компоненти дописів, відгуків, рецензій.

Новою є тенденція до поширення в газетних текстах живорозмовних елементів – вигуків, вигуківих фразеологізмів чи функціонально близьких до них слів, що слугують засобами оформлення окличних речень різних типів, стилістично маркують газетне мовлення, забезпечують реалізацію принципу економії мовних засобів.

Почастішало вживання еліптичних окличних речень у ролі заголовків, але колишні заголовки-заклики, заголовки-лозунги директивної тональності замінили інші, що виконують рекламну функцію та функцію встановлення контакту. У жанрах спортивного коментарю та репортажу такі заголовки здебільшого марковані оцінністю. У деяких газетах, зокрема „Україні молодій“, спонукально-окличні речення з еліпсованим присудком дуже поширені, мають розмовний характер та енергетичний потенціал.

Поширеним також є прийом використання в сучасних газетних текстах інтертекстуальних елементів – рядків з пісень, цитат, трансформованих

фразеологізмів, розмовних елементів тощо, які, набуваючи окличної модальності, виразно індивідуалізують газетне мовлення.

Останнім часом помітна тенденція до композиційного обрамлення газетних текстів, коли заголовки окличного чи неокличного типу „перегукується“ з кінцівкою, скомпонованою з одного чи кількох речень окличної модальності, що надає контекстам ефекту стилістичної завершеності. Інноваційними є і деякі прийоми графічного та технічного оформлення окличних речень, спрямовані на виокремлення найважливішого в тексті, на посилення його дієвості та емоційно-експресивної значущості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балли Ш. Французская стилистика. – М.: Изд-во иностр. лит., 1961. – 394 с.
2. Белинская О.Е. Textoобразующая роль заголовка в формировании коммуникативной перспективы художественного текста // „Наукові записки“ Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського: Зб. наук. праць. Серія: Філологія. – Вінниця: ВДПУ імені Михайла Коцюбинського, 1999. – Вип. 1. – С. 135-138.
3. Ващенко В.С. Стилистика речення в українській мові. – Дніпропетровськ, 1968. – 158 с.
4. Вінтонів М.О. Функціонально-граматичні та комунікативні вияви парцельованих та приєднувальних конструкцій // Лінгвістичні студії: Зб. наук. праць. – Донецьк: ДонНУ, 2003. – Вип. 11. – Ч. 1. – С. 124-129.
5. Загнітко А.П. Теоретична граматики української мови: Синтаксис: Монографія. – Донецьк: ДонНУ, 2001. – 662 с.
6. Загнітко А.П. Сучасний політичний газетний дискурс: типологічні вияви й особливості синтаксису // <http://anvsu.org/ua/index/files/Articles/Zahnitko/htm>.

7. Золина О.Е. Синтаксические средства языка и их стилистическая роль в рекламных текстах: Дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01/ Российский университет дружбы народов. – М., 2006. – 182 с.
8. Калинина А.А. Риторический вопрос среди разных типов предложений // Русск. язык в школе. – 1986. – № 1. – С. 97-102.
9. Кильдибекова Т.А. Восклицательные предложения в современном русском языке: Автореф. дис. ...канд. филол. наук. – Уфа, 1969. – 19 с.
10. Кульбабська О., Остафійчук І. Стилiстичнi характеристики заголовка як прагматичного знака журналістського тексту // Актуальні проблеми синтаксису: Матеріали Міжнар. наук. конф. – Чернівці: Рута, 2006. – С. 298-303.
11. Навчук Г.В. Формально-синтаксичні та функціонально-семантичні особливості окличних речень у сучасній українській мові: Автореф. дис. ...канд. філол. наук / Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка. – Кіровоград, 2004. – 20 с.
12. Навчук Г.В. Формально-синтаксичні та функціонально-семантичні особливості окличних речень у сучасній українській мові: Дис. ...канд. філол. наук: 10.02.01 / Кам'янець-Подільський державний університет. – Кам'янець-Подільський, 2004. – 205 с.
13. Плющ Н.П. Парцеляція як засіб експресивного синтаксису // Укр. мова і літ. в школі. – 1981. – № 1. – С. 68-71.
14. Попов А.С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и ее развитие // Развитие синтаксиса современного русского языка. – М.: Наука, 1966. – С. 95-126.
15. Різун В.В., Непийвода Н.Ф., Корнєєв В.М. Лінгвістика впливу: Монографія. – К.: Видавн.-поліграф. центр „Київськ. ун-т“, 2005. – 148 с.
16. Сербенська О.А. Мова газети і мовотворчість журналіста в аспекті соціально-культурного розвитку суспільства: Дис. ...доктора філол. наук: 10.02.01 / Львівський державний університет імені Івана Франка. – Львів, 1991. – 419 с.

17. Сюта Г. Адаптація понять *інтертекстуальність*, *гіпертекст* у науковій парадигмі української лінгвостилістики // Лінгвостилістика: об'єкт – стиль, мета – оцінка: Зб. наук. праць, присвячений 70-річчю від дня народження проф. С.Я. Єрмоленко. – К., 2007. – С. 218-224.
18. Швець А.В. Публицистический стиль современного русского литературного языка (О некоторых особенностях современной газетной речи и тенденциях ее развития). – К.: Изд-во при КГУ изд. объедин. „Вища шк.“, 1979. – 127 с.
19. Шинкарук В.Д. Категорії модусу і диктуму у структурі речення: Монографія. – Чернівці: Рута, 2002. – 272 с.

Inna Zavalniuk

Functional stylistic peculiarities or the use of exclamatory sentences in the modern Ukrainian newspaper language

The stylistic aspect of the function or exclamatory sentences in the modern Ukrainian newspaper language, the most typical tendencies of the use of exclamatory modality are defined in the article.

Key words: exclamatory sentences, doublefunctional and simple exclamatory sentences, segmental and supersegmental language means, stylistic coloring, modern Ukrainian newspaper language.