

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

Філологічний факультет
Кафедра сучасної української мови

**ЛІНГВОДИДАКТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ГАЗЕТНОГО ДИСКУРСУ
(НА МАТЕРІАЛІ ТИЖНЕВИКА «СЛОВО ПРОСВІТИ»)**

Кваліфікаційна робота
Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконала:

здобувачка другого рівня вищої
освіти,
601 групи спеціальності 014.01
Середня освіта, ОПП Українська мова
та література
Григорійчук Діана Василівна

Науковий керівник:

доктор філологічних наук,
професор Шабат-Савка С. Т.

Рецензент: _____

*До захисту допущено
на засіданні кафедри
протокол № 6 від 21 листопада 2023 р.*

Завідувач кафедри _____ Світлана ШАБАТ-САВКА

Чернівці – 2023

АНОТАЦІЯ

Григорійчук Д. В. Лінгводидактичні засади вивчення газетного дискурсу (на матеріалі тижневика «Слово Просвіти»).

У кваліфікаційній роботі проаналізовано лінгвопрагматичні та дидактичні параметри газетного дискурсу (на матеріалі тижневика «Слово Просвіти»), визначено специфічні ознаки газети як основного жанру публіцистичного стилю; окреслено сугестивну функцію газетного дискурсу; з'ясовано особливості його комунікативно-інтенційного обширу. У контексті газети «Слово Просвіти» схарактеризовано функційну роль заголовків, проаналізовано питальні висловлення як маркери активізації уваги адресата мовлення; досліджено спонукальні конструкції в аспекті вираження інтенцій заклику, наказу, заборони тощо.

На основі зібраного фактичного матеріалу представлено методичну розробку позакласного заходу на тему: «Журналістська майстерність: вивчення газетно-публіцистичного стилю», запропоновано можливості його використання на уроках української мови в закладах загальної середньої освіти, зокрема при вивченні ознак публіцистичного стилю у 9 класі.

Ключові слова: публіцистичний стиль, газетний дискурс, жанр, заголовок, питальне висловлення, спонукальні конструкції, лінгводидактика, позакласна робота, «Слово Просвіти».

ABSTRACT

Hryhoriichuk D. Linguistic principles of studying newspaper discourse based (on the material of the weekly «Slovo Prosvity»).

In the qualifying paper, the linguo-pragmatic and didactic parameters of the newspaper discourse were analyzed (based on the material of the weekly «Slovo Prosvity»), the specific features of the newspaper as the main genre of the journalistic style were determined; the suggestive function of newspaper discourse is outlined; the peculiarities of its communicative and intentional scope are clarified. In the context of the newspaper «Slovo Prosvity» the functional role of headlines is characterized, interrogative statements are analyzed as markers of activation of the addressee's attention; persuasive constructions were investigated in the aspect of expressing the intentions of a call, order, prohibition, etc.

Based on the collected factual material, the methodical development of an extracurricular activity on the topic: «Journalistic skill: study of newspaper journalistic style» is presented, the possibilities of its use in Ukrainian language classes in general secondary education institutions, in particular when studying the features of journalistic style in the 9th grade, are proposed.

Key words: journalistic style, newspaper discourse, genre, headline, interrogative statement, persuasive constructions, linguistic didactics, extracurricular work, Slovo Prosvity».

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ГАЗЕТНОГО ДИСКУРСУ В УКРАЇНСЬКІЙ ЛІНГВІСТИЦІ.....	11
1.1. Газетний дискурс як сфера публіцистичного стилю української мови	11
1.2. Газетний дискурс у жанровій диференціації публіцистики.....	20
1.3. Сугестивність як присутня характеристика газетного дискурсу.....	30
Висновки до першого розділу.....	38
РОЗДІЛ 2. ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ПАРАМЕТРИ ГАЗЕТНОГО ДИСКУРСУ В АСПЕКТІ ТИЖНЕВИКА «СЛОВО ПРОСВІТИ»	40
2.1. Функційне навантаження заголовків у газетному дискурсі	40
2.2. Комунікативне спрямування спонукальних конструкцій у тижневику «Слово Просвіти».....	46
2.3. Лінгвопрагматика вираження питальних висловлень газетного дискурсу ...	52
Висновки до другого розділу	59
РОЗДІЛ 3. РОЛЬ ПОЗАКЛАСНИХ ЗАХОДІВ У КОНТЕКСТІ ВИВЧЕННЯ ГАЗЕТНО-ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ В ЗЗСО.....	61
3.1 Місце позакласної роботи в процесі вивчення газетно-публіцистичного стилю в ЗЗСО.....	61
3.2. Позакласний захід на тему «Журналістська майстерність: вивчення газетно- публіцистичного стилю»	68
Висновки до третього розділу.....	80
ВИСНОВКИ.....	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	95

ВСТУП

Актуальність роботи полягає в загальній спрямованості сучасних лінгвістичних досліджень на аналіз тексту як комунікативної системи, у помітному зростанні інтересу до вивчення мови засобів масової комунікації, зокрема газет і журналів. Інформаційний текст виконує не тільки традиційну функцію передавання інформації, але і сугестивну функцію, тобто через вдало організовану систему синтаксичних засобів газети можуть здійснювати вплив на сприйняття і розуміння інформації адресантом. Головна функція газетного дискурсу – залучення людей до виконання якогось важливого завдання: державотворення; спільна діяльність конкретної справи; пропагування певних інтересів.

Тижневик «Слово Просвіти» має багату історію та є одним із провідних видань України, яке орієнтоване на розширення кругозору читачів та підвищення їхньої інформаційної грамотності.

Газетний дискурс різнобічно досліджували науковці багатьох галузей. Лінгвісти здебільшого надавали перевагу дослідженню мови та окремим мовним явищам (М. Жовтобрюх, О. Сербенська), зниженій та емоційно оцінній лексиці (Б. Коваленко, Л. Ставицька); структурі (А. Мамалига), функціонально-стилістичним особливостям газети (Л. Мацько, Ю. Арешенков).

Роль, яку періодична преса відіграє в суспільному житті, визначає її значення для розвитку літературної мови. М. Жовтобрюх вважає, що «преса є одним із найважливіших знарядь пропаганди політичних ідей, формування і вираження громадської думки, поширення наукових та інших фахових знань, різноманітної інформації про події внутрішнього і зовнішнього життя країни, одним із найдійовіших засобів ідеологічного впливу на широкі маси» [26, с. 3].

Масово-інформаційний дискурс – це інституційний тип дискурсу, що виконує важливі для сучасного суспільства функції: інформує, розважає і впливає на масову аудиторію. Вивчення функцій тих або тих синтаксичних конструкцій дає змогу визначити інтенції автора у статті, репортажі, замітці тощо. Наприклад, питальні речення створюють стилістичний ефект у газетах. Як

зауважує С. Шабат-Савка, «використання питальних висловлень у публіцистиці зумовлене їхньою стилістичною функцією, валентнісними можливостями слугувати засобом активізації та зосередження уваги співрозмовника на тому чи тому факті, на якійсь події» [82, с. 216].

На сьогодні в лінгвістиці відсутня загальноприйнята класифікаційна модель текстів, тому є значна кількість класифікацій за різними параметрами та критеріями. Існує різне витлумачення самого терміна «текст» у лінгвістиці. Тексти в лінгвістиці можуть бути класифіковані за такими параметрами:

- 1) за формою: усні, писемні, друковані;
- 2) за адресацією: адресатні та безадресатні;
- 3) за комунікативним спрямуванням: орієнтовані на прогрес;
- 4) за характером: домінувальні (клішовані), звичайні (частково регламентовані) і незалежні;
- 5) за функційністю: дескриптивні (інформувальні), наративні (розповідні), експланаторні (роз'яснювальні), аргументативні й інструктивні [63, с. 716].

Мова газетного стилю збігається із книжковою в певних аспектах, оскільки вона становить цілісну, ретельно розроблену та організовану інформацію. У ній експлікуються як стандартні елементи, так і мовні засоби вираження. Стандарт визначає вимоги до структури, підготовки матеріалів, тематики і т.д. Експресивність полягає в здатності впливати на адресата з метою формування конкретної думки. Для досягнення цього ефекту автори використовують різні мовні засоби на всіх рівнях мови. «Експресивність тісно пов'язана з емоційністю та з оцінністю. Останню можна визначити як притаманну газеті тенденцію давати реаліям свою назву, свою оцінку, тобто переведення реальних щоденних подій у шкалу людських цінностей. Усе це має кінцевою метою вплив на адресата» [32, с. 2].

У педагогічній практиці вивчення газетного дискурсу відіграє важливу роль у формуванні комунікативної компетенції учнів, що охоплює здатність учнів адекватно спілкуватися в різних комунікативних ситуаціях, вміння

аналізувати та інтерпретувати текст, критично мислити та висловлювати свої думки.

Зокрема, виховна робота з української мови, що відбувається поза класними заняттями, належить до обов'язкових складників навчально-виховного процесу в школі. Ця діяльність відбувається паралельно з уроками та призначена для розширення, поглиблення і вдосконалення знань учнів, отриманих під час класних занять, а також для стимулювання активності та пізнавальної ініціативи учнів.

Видатний український педагог В. Сухомлинський зробив важливий внесок у розвиток теорії та практики виховання учнівської молоді поза межами класної кімнати. Він стверджував, що можливості для всебічного розвитку школярів у позакласний час є широкими, а потенціал дітей виявляється у багатьох аспектах. Головне – це вміти розпізнавати та розвивати їхні таланти, дотримуючись відповідних педагогічних методик. «У кожного учня є задатки якихось здібностей. Ці задатки, як порох, і щоб їх запалити, потрібна іскра» [75].

Такий підхід підтверджує необхідність вивчення газетного дискурсу, зокрема і тижневика «Слово Просвіти», в освітньому процесі. Це дає змогу сформувати різноманітні навички мовленнєвої діяльності, отримати інформаційну та мовленнєву грамотність учнів та сприяти розвитку їхньої комунікативної компетентності.

Попри численні праці провідних дослідників та лінгвістів, питання лінгводидактичних засад вивчення газетного дискурсу (на матеріалі тижневика «Слово Просвіти») залишається актуальним і сьогодні.

Мета роботи – проаналізувати лінгвопрагматичні та дидактичні параметри газетного дискурсу (на матеріалі тижневика «Слово Просвіти»).

Завдання дослідження:

- 1) визначити специфіку газетного дискурсу як об'єкта дослідження;
- 2) порівняти газетний жанр з іншими жанрами публіцистики;
- 3) окреслити комунікативні методи впливу у газетному дискурсі;

- 4) схарактеризувати загальний тематичний обшир тижневика «Слово Просвіти»;
- 5) дослідити мовні засоби вираження газетного дискурсу в тижневику «Слово Просвіти»;
- 6) проаналізувати питальні та спонукальні висловлення, виокремити їхнє комунікативно-інтенційне спрямування;
- 7) установити роль заголовків як засобів комунікативного впливу на читача в газетному дискурсі;
- 8) представити методичну розробку позакласного заходу на щодо вивчення газетно-публіцистичного стилю в ЗЗСО.

Об'єкт дослідження – мовостиль культурологічно-просвітницького тижневика «Слово Просвіти».

Предмет дослідження становлять комунікативні типи висловлень, що формують газетний дискурс та визначають його лінгводидактичні параметри в ЗЗСО.

Джерельною базою дослідження є картотека, сформована на матеріалі культурологічного тижневика «Слово Просвіти», який публікує актуальні матеріали на мовну тематику, ексклюзивні інтерв'ю та історичні розвідки.

Методи дослідження, які використано для розв'язання завдань:

- 1) описовий метод – для створення узагальненої моделі предмета дослідження з урахуванням специфіки його зображення;
- 2) лінгвостилістичний аналіз використано для інтерпретації змісту заголовків;
- 3) лінгвокомунікативний аналіз дав змогу висвітлити семантичну оригінальність досліджуваних речень;
- 4) методом суцільної вибірки сформовано ілюстративну базу дослідження для встановлення використання мовних конструкцій.
- 5) метод проєктування застосовано для розробки позакласного заходу з використанням тижневика «Слово Просвіти», з метою вивчення газетного

дискурсу в навчальному процесі, що дозволяє оцінити ефективність такого підходу в практиці.

Теоретичне значення роботи полягає у розширенні досліджень у галузі дискурсології, зокрема газетно-публіцистичного дискурсу та особливостей функціонування його жанрів. Положення, викладені у науковій праці, сприяють удосконаленню лінгвістичних підходів до аналізу мовних одиниць, розглядаючи їх як конструкції, що здатні реалізувати комунікативні інтенції та увиразнювати специфіку мовлення мовця.

Результати дослідження можуть бути корисними для педагогів, учителів, студентів, які вивчають методику викладання української мови. Рекомендації щодо використання газетного дискурсу в ЗЗСО дозволяють розвинути навички мовленнєвої діяльності та сформувати в учнів інформаційну та мовленнєву грамотність, для їхньої подальшої успішної соціалізації.

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає у можливості використання зібраного матеріалу в освітньому процесі для розвитку мовленнєвої компетенції учнів під час уроків української мови, фактичний матеріал послугує матеріалом дослідження мови газетно-публіцистичного дискурсу.

Наукова новизна полягає в тому, що на матеріалі, зібраному із культурологічного тижневика «Слово Просвіти», поглиблено та систематизовано особливості реалізації газетного дискурсу в навчальному процесі в контексті лінгводидактики, запропоновано проєкт позакласного заходу з використанням цього матеріалу. Такий підхід дозволяє детально схарактеризувати проблему вивчення газетного дискурсу в навчальному процесі на основі конкретного матеріалу та запропонувати практичні рекомендації для використання в ЗЗСО.

Апробацію результатів роботи здійснено на щорічних студентських наукових конференціях. Тези доповідей розміщено в матеріалах конференцій:

Григорійчук Д. Неповні еліптичні конструкції як засоби вираження інтенцій заклику в газетному дискурсі. *Матеріали студентської наукової*

конференції Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Філологічний факультет. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2021. С. 73 – 74.

Григорійчук Д. Питальне речення як компонент газетного дискурсу. *Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Філологічний факультет. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2022. С. 59 – 60.*

Григорійчук Д. Тексти газетно-публіцистичного стилю в позакласній роботі з української мови в ЗЗСО. *Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Філологічний факультет. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2023. С. 69 – 70.*

Структура роботи містить анотації українською та англійською мовами, вступ, три розділи та висновки, список використаної літератури, список використаних джерел.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ГАЗЕТНОГО ДИСКУРСУ В УКРАЇНСЬКІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

1.1. Газетний дискурс як сфера публіцистичного стилю української мови

«Дискурс – це єдність процесу мовної діяльності і її результату, тобто тексту. Текст – статичний об’єкт, що виникає в ході усної чи писемної мовної діяльності» [4, с. 4].

Термін «дискурс» означає форму комунікації, яка охоплює мовлення, текстові висловлення або будь-який тип мовленнєвої практики, що відбувається в рамках певної соціокультурної, політичної чи іншої контекстуальної ситуації. Дискурс є способом конструювання та передавання змісту, може бути вжитий як письмовий (текстовий) дискурс або усний (мовленнєвий) дискурс.

Друковані мас-медіа постійно віддзеркалюють усе, що відбувається у світі, фіксують і передають інформацію читачеві, висвітлюють сучасний стан подій, громадську позицію, часові проміжки за допомогою мовної парадигми, що доводить авторські пошуки у творенні слів. Значна частина таких авторських звернень спонукає до активізації способів словотвору шляхом композиції, аббревіації, зрощення слів у газетному дискурсі.

«Мова періодичної преси з погляду її стильових ознак неоднорідна. Це зумовлюється неоднаковістю суспільного призначення, функцій і змісту періодики. Найпоширенішим різновидом періодичної преси є газета, мову якої звичайно кваліфікують як належну до публіцистичного стилю» [26, с. 266].

Газетний дискурс – це динамічне когнітивно-комунікативне явище, процес і результат мовленнєвої комунікації в друкованих ЗМІ. Газетний дискурс є важливою частиною масово-комунікативного простору як соціальної прагматично-інтерактивної системи [37, с. 1 – 2]. В умовах масової комунікації газетні тексти слугують продуктом дискурсивної діяльності, що сприяє обміну соціально-актуальною інформацією.

За останні роки слово «дискурс» стало найпоширенішим поняттям, що трапляється в багатьох лінгвістичних виданнях. У той же час дискурс продовжують уважати одним з найскладніших понять сучасних структурно-семіотичних досліджень, якому властиве різноманіття підходів та трактувань.

Газетний дискурс має свої характерні особливості та властивості, зокрема:

- 1) інформаційність: газети залишають за мету повідомляти читачів про актуальні події, новини та інші цікаві та корисні факти;
- 2) об'єктивність та суб'єктивність: представляють об'єктивну інформацію, однак у деяких жанрах, таких як редакційні коментарі чи статті-аналізи – може бути присутня певна ступінь суб'єктивності;
- 3) структурованість: має структурований формат із заголовками, підрозділами, абзацами та іншими елементами, які допомагають читачам організувати та сприймати інформацію;
- 4) актуальність: відображають найостанніші події та тенденції;
- 5) стиль: залежить від жанру та цільової аудиторії, він може бути офіційним, неформальним, науковим тощо.

Газетний дискурс зазвичай використовують у газетах та онлайн-виданнях для створення новин, коментарів, рецензій, інтерв'ю, статей тощо. Його головна мета – надавати читачам актуальну інформацію, допомагати зрозуміти і проаналізувати події та явища в суспільстві відповідно до умов сучасності.

«Варто зазначити, що за критерієм форми дискурсу виділяємо усний та письмовий типи дискурсу, за видом мовлення – монологічний або діалогічний, за адресатним критерієм – інституційний і персональний (буттєвий) типи дискурсу. За умов різних загальних настанов, комунікативних принципів реалізуються аргументативний (переговори, обмін думками), конфліктний (лайка, сварка, бійка, тощо) та гармонійний (унісон) типи дискурсу» [85, с. 233 – 237].

В інституційному дискурсі виділяють такі підтипи, «як науковий, масово-інформаційний (телевізійний, газетний), політичний, релігійний, педагогічний,

медичний, військовий, юридичний, дипломатичний, діловий, рекламний, спортивний та ін».

Класифікація дискурсів Г. Почепцова є найповнішою. Він виокремлює «теле- і радіодискурси, газетний, театральний, кінодискурс, літературний дискурс, дискурс у сфері публік рілейшнз (ПР), рекламний дискурс, політичний, релігійний (фідеїстичний) дискурси» [57, с. 112 – 113].

Публіцистичний стиль української мови – один із жанрів художньої літератури та мовлення, який використовують для передавання інформації, висловлення думок, аналізу подій та впливу на громадську думку. Стиль характеризують публіцистичними засобами виразності літературної мови з наданням певного повідомлення читачеві загалом. У сучасному мовному просторі – це відокремлений континуум літературної мови, який активно поширює суспільнополітичну, наукову та культурну інформацію. Він відіграє важливу роль у встановленні та регулюванні літературної норми відповідно до внутрішніх законів мови та потреб суспільства.

Ключовим аспектом у розвитку мови газети є розширення її лексичного резерву шляхом використання синонімів та емоційно забарвлених висловів, а також включення фразеологізмів, які М. Гладкий розглядає як значущі елементи, «які функціонують як важливі архітектурні деталі», що «прикрашають і водночас завершують текстову композицію», ці вирази мають корінь у «природному ґрунті нашої народної мови», але водночас проймалися новаторськими елементами завдяки пошукам і трансформаціям. «На основі національної фразеології можна творити нову фразеологію, даючи нове забарвлення теперішньої доби, надаючи духу сучасності», – зауважує М. Гладкий [17, с. 15].

Синтаксис має особливий вплив на мову публіцистики, оскільки відображає правильну структуру словосполучень, речень та всього тексту. «Слово живе в реченні, тільки в тісній зв'язку, з іншими словами воно має повне своє значення; тільки в живому сполученні з іншими елементами речення воно перестає бути вирваною з одної суспільної будівлі цеглиною й стає фрагментом витонченої й складної людської думки» [17, с. 15].

У мові газети особливу вагу має емоційний виклад матеріалу, використання повторів та активне використання розмовних конструкцій. Ці визначальні особливості виступають на передньому плані при аналізі мови сучасної преси. М. Гладкий, розглядаючи аспекти лексики, морфології та синтаксичної організації публіцистичного тексту, розпочинає структурно-рівневий аналіз стилю. Постійними рисами стилю є такі характеристики: уведення суспільно-політичної лексики, розширення мови словесно-художніми засобами, лаконічність викладу, наративний підхід до тем, що вимагають використання інфінітивів, а також повторення однотипних структур речення та інші. Можливість впливу на загальну свідомість суспільства реалізується через ідеологічно визначене використання мови. Це застосування як позитивно, так і негативно забарвлених мовних засобів. Позитивно забарвлені вислови формують основні поняття публіцистичного стилю, зокрема «Україна» (незалежна, самостійна, соборна, суверенна, демократична, переможна, європейська, вільна, нова). Їх семантика розкривається у конкретних контекстах, наприклад: *«Всередині країни всі політичні сили, – незалежно від того, при владі вони чи в опозиції, – повинні бути партнерами в розбудові незалежної, європейської, демократичної держави»* (2, № 6, с. 8). Використання патріотизму з виразними означеннями-синонімами відзначає позитивне сприйняття поняття слова «Україна», що створює враження величезності або масштабності.

Текст у газеті можна розглядати як результат творчого мовленнєвого процесу, що набуває своєї завершеності та виявляється у формі газетної статті. Газетна стаття не є просто випадковим накопиченням різноманітних мовних елементів, вона становить собою впорядковану систему, в якій всі компоненти взаємодіють та взаємозумовлюють один одного. А. Загнітко розглядає текст як унікальну знакову структуру з цілісністю, завершеністю та прагматичним спрямуванням. На його думку, текст не є лише набором взаємопов'язаних елементів чи послідовністю речень за смислом, але є функціональною цілісністю, спрямованою на досягнення конкретних комунікативних завдань, обумовлених соціальними потребами [29, с. 12].

Сучасне дослідження та розуміння газетного тексту не можливі без врахування комунікативної ситуації, тобто дискурсу як сукупності мовних дій, що пов'язані з розумінням, осмисленням та відтворенням мовної реальності. Орієнтація на дискурс передбачає розгляд мови в контексті її функціонування в реальних ситуаціях. А отже, газетні тексти, які аналізуємо, варто розглядати у взаємодії з позамовними чинниками (прагматичними, соціокультурними та іншими).

До основних особливостей публіцистичного стилю української мови належать:

- 1) емоційність та експресивність: висловлення авторських думок, коментарів, аналізу подій, а тому він може бути емоційним та експресивним;
- 2) звертання до аудиторії: публіцистичний стиль прагне залучити аудиторію та змусити її замислитися над певними питаннями. Часто звертання до читача або пряма апеляція до громадськості;
- 3) сполучення фактів та аргументація: важливим елементом публіцистичного стилю є підтримка своїх твердих фактів, аргументів, статистики та інших доказів;
- 4) глибокий аналіз: глибокий аналіз подій, суспільних процесів, причин і наслідків, які всі читачі розуміють суть певної проблеми;
- 5) інформаційна цінність: містить важливу та актуальну інформацію, що описує суспільні події, політику, культуру, економіку тощо.

Публіцистичний стиль впливає на громадську думку, формування свідомості та світогляду читачів. Він здатен стимулювати дискусії, розвивати аналітичне мислення та сприяти глибокому розумінню подій і явищ у суспільстві.

Варто зауважити, що газетний дискурс – це важлива сфера публіцистичного стилю української мови. Публіцистика як стиль охоплює текстові матеріали, призначені для інформації, аналізу та коментування різних суспільних явищ, подій, проблем.

Для визначення газетного дискурсу як сфери публіцистики необхідно з'ясувати особливості класифікації різних видів дискурсу, адже питання типології дискурсів найменше розроблене на сьогодні.

Тип дискурсу за сферою спілкування, як зазначає О. Селіванова, є «комплексом мовних ознак, особливостями статусу комунікантів, їхньої інтеракції, специфікою інтенційно-стратегічної та інтерпретаційної програм адресанта й адресата, ситуативно-контекстуальних параметрів» [61, с. 86].

За соціолінгвістичною моделлю типології дискурсів, запропонованих В. Карасиком, розглядаємо газетний дискурс як різновид масово-інформаційного інституційного дискурсу, центром якого є спілкування журналіста і читача.

До категорій газетного дискурсу варто зарахувати:

- когнітивні категорії (інтенційність, інформативність);
- комунікативні (адресованість, ситуативність);
- метадискурсивні (комунікативні дії та ролі, жанрово-стилістичні особливості).

У дискурсі переважає комунікативна інтенція передавання смислів (концептів, категорій), а не звичайне донесення інформації. Адресованість є прагматичною ознакою комунікації, а ситуативність передбачає співвіднесеність мовлення з невербальними умовами ситуації спілкування. Зазначені метадискурсивні категорії охоплюють засоби оформлення газетного дискурсу як загального процесу.

Основною ознакою газетного дискурсу є інформативність. У газетному дискурсі висвітлюють факти, новини, аналіз подій та явищ, інтерв'ю, коментарі та іншу актуальну інформацію. Цей стиль мовлення має на меті інформувати читачів про різноманітні аспекти суспільного життя та діяльності, що відбуваються в країні та світі.

Варто виділити поєднання експресії та стандарту серед основних рис газетного дискурсу. Адже мовні засоби публіцистичного стилю дають

можливість поєднати експресивний вираз з дотриманням стандартних норм мови.

Експресія в газетному дискурсі допоможе підкреслити позицію автора, зробить текст більш емоційним, приверне увагу читачів. Використання аргументів, стилістичних фігур, риторичних прийомів може допомогти акцентувати увагу на важливих аспектах теми або зробити більший вплив на громадську думку. Дотримання правописних, граматичних та синтаксичних правил забезпечує коректність та професіоналізм мовлення, що особливо важливо для довіри до видавця [32].

Отже, поєднання експресії та стандарту в газетному дискурсі дає змогу досягти балансу між виразністю, емоційністю та точністю передачі інформації. Це допоможе привернути увагу читачів, зрозуміти зміст тексту та сприяти ефективному сприйняттю інформації.

Тижневик – це періодичне видання, яке виходить один раз на тиждень і містить новини, статті, аналітику та інші матеріали з різних сфер життя – політики, економіки, культури, науки, спорту тощо. Тижневики пропонують більш глибокий аналіз подій та явищ, ніж щоденні газети, які потребують більше часу на збір і обробку інформації.

«Слово Просвіти» – культурологічний просвітницький тижневик Всеукраїнського товариства «Просвіта» імені Тараса Шевченка.



Малюнок 1.

Всеукраїнське товариство «Просвіта» було засноване для просвітницької діяльності, збереження та популяризації української культури, мови, історії та національних традицій.

Тижневик «Слово Просвіти» присвячений різним темам, які стосуються української культури та історії. Його завдання – поширення знань серед читачів,

сприяння формуванню національної свідомості, підтримка національної ідентичності, а також висвітлення культурних досягнень та подій, які стосуються життя українського суспільства.

Перший випуск газети «Слово Просвіти» побачив світ у місті Житомирі в 1993 році. Головним редактором цього видання був голова місцевої «Просвіти» Анатолій Федорович Журавський. Пізніше, з другого номера 1995 року, газету «Слово Просвіти» почали видавати в Києві. Вона стала центральним друкованим органом Всеукраїнського товариства «Просвіта» ім. Тараса Шевченка.

Любов Голота очолила редакцію, а Анатолій Журавський став членом редакційної колегії. Згадані автори відіграють важливу роль у просвітницькій діяльності, підтримці української мови та ін.

Тижневик «Слово Просвіти» є культурологічним просвітницьким виданням, яке ставить за мету висвітлювати різноманітні проблеми, пов'язані з духовністю та культурою. Його сторінки присвячені підтримці державності української мови, сприянню її зміцненню та розвитку.

Крім того, тижневик «Слово Просвіти» виконує важливу функцію сприяння розвитку національно-демократичних тенденцій у сучасному українському суспільстві. Він підтримує і спонукає до діалогу, толерантності та розуміння між різними верствами суспільства, сприяючи таким чином побудові сильної та єдиної нації. Його мета полягає в тому, щоб розповісти читачам правдиві факти про минуле, допомогти зрозуміти і відчувати деякі історичні події, які мають велике значення для національної пам'яті та ідентичності.

Висвітлюючи ці теми, тижневик має на меті просвітити та надати інформацію для розширення світогляду своїх читачів, сприяючи розумінню важливості культурної спадщини та історії України для сучасного суспільства.

Постійні рубрики газети: «Події, факти, коментарі», «Просвіта», «Наша книга», «Мова єдина», «Українці у світі», «Культура», «Мистецтво», «Гаряча тема», «Суспільство», «Український шлях», «Читацьке віче», «Шевченкіана», «Геноцид», «Духовний простір», «Абетка відомих імен», «Молода країна»,

«Музика», «Погляд», «Освіта», «Свята і традиції», «Творчий портрет», «Цікаво знати», «Очевидець і літописець», «Малі міста України» та ін.

Серед постійних авторів тижневика – відомі в Україні політичні та громадські діячі, письменники, культурологи, діячі мистецтв. Зокрема, в різні роки авторами газети були: Павло Мовчан, Іван Заєць, Іван Драч, Володимир Яворівський, Микола Жулинський, Дмитро Степовик, Іван Ющук, Олександр Пономарів, Юрій Гнаткевич, Андрій Чебикін, Ірина Фаріон, Юрій Ілленко та ін.

На шпальтах тижневика – актуальні публікації на мовну тематику, унікальні історичні розвідки, ексклюзивні інтерв'ю, безкомпромісні журналістські розслідування гострих ситуацій, широко висвітлюється молодіжна музика і концертна діяльність провідних митців України, виграє всіма барвами художня палітра майстрів пензля. Наклад тижневика на початку ХХІ століття сягав 25 000 примірників.

Постійні читачі – члени «Просвіти», українська інтелігенція, а саме: сільські вчителі, лікарі, бібліотекарі, працівники вищої школи, письменники.

Важливо розуміти, що газетний дискурс має суттєвий аналітичний та інтерпретаційний складник. Редактори та журналісти газети активно впливають на те, як подається інформація, вибір тем, зміст статей, а також стиль публікацій. Це робить дискурс важливим інструментом формування громадської думки та впливу на суспільство. Основною характеристикою газетного дискурсу є його інформативність та швидкість передачі інформації.

Газетний текст вимагає взаємодії обох сторін: читач повинен мати певні загальні знання, а газета повинна використовувати легкі та доступні способи для передачі інформації, забезпечуючи зрозумілі сценарії [32, с. 25]. Це створює потребу в ефективному, компактному та привабливому способі передачі основної інформації.

Завдяки газетам дізнаємося про актуальні події національного та світового масштабу практично в реальному часі. Зважаючи на це, журналісти повинні дотримуватися високих стандартів об'єктивності та точності, оскільки неправильно або спотворено подана інформація може призвести до спотворення

суспільної думки та створення негативних наслідків. Також газетний дискурс може бути емоційно забарвленим та підкреслювати авторську позицію. Аналітичні статті, коментарі та редакційні сторінки допомагають журналістам висловлювати свою думку, впливати на громадську думку та закликати до дії. Водночас важливо, щоб такі матеріали були підкріплені обґрунтуваннями та фактами.

Отже, газетний дискурс є одним із основних сфер публіцистичного стилю української мови. Він виконує важливі функції в суспільстві, спрямовані на інформування громадськості про актуальні події, проблеми, питання культури, політики, економіки та інші сфери життя.

1.2. Газетний дискурс у жанровій диференціації публіцистики

Публіцистика – це жанр журналістських творів, які мають на меті представлення фактів та аналіз суспільних літературних явищ, ідеологій, подій, тенденцій, а також висловлюють авторську думку, містять оцінку різноманітних тем. Цей жанр має на меті інформувати читачів, впливати на громадську думку та спонукати до обговорення різних проблем.

Газетний дискурс – це особливий жанр публіцистики, який використовують у газетах, журналах, тощо. Він має свої характерні особливості, через які можна передавати новини, аналіз суспільних явищ, коментарі, рецензії, інтерв'ю та іншу інформацію коротко та лаконічно, забезпечуючи одночасно об'єктивність та широкий охоплювальний контекст [33].

У розвитку українського мовознавства висвітлено декілька напрямків аналізу газетного тексту:

1. Історичний підхід, спрямований на вивчення еволюції мови української преси, що розглядається в роботах таких вчених, як М. Жовтобрюх, В. Жугай, Ю. Шевельов.

2. Стилистичний підхід, що фокусується на аналізі відповідності мови газетного тексту нормам літературної мови та розгляді засобів і методів її вираження. До представників цього напрямку належать Д. Баранник,

С. Єрмоленко, В. Ільченко, Б. Коваленко, А. Коваль, Г. Колесник, М. Пилинський, О. Пономарів, Г. Шаповалова та ін.

3. Структурний аналіз, заснований на визначенні особливостей синтаксичної організації газетного тексту. Серед представників цього напрямку – М. Гладкий, А. Мамалига, В. Різун, М. Феллер та ін.

4. Прагматичний підхід, що спрямований на вивчення взаємодії газетного тексту з автором і читачем, включаючи використання мови як інструменту впливу і маніпулювання свідомістю суспільства. До науковців які досліджують прагматику газетного дискурсу належать: В. Бадрак, В. Власенко, Л. Городенко, О. Дмитрук, Б. Потятиник, М. Лозинський, М. Яцимірська та ін.

5. Соціокультурний підхід, що досліджує газетний текст у контексті розвитку суспільства у культурному вимірі. О. Сербенська та інші науковці працюють у цьому напрямі.

Концептуальні дослідження газетної мови пов'язують передовсім з іменем М. Жовтобрюха. Його праці «Мова української преси (до середини 90-х років XIX ст.)» (1963), «Мова української періодичної преси (кінець XIX – початок XX ст.)» (1970) присвячені дослідженню ролі газети в історії української літературної мови, у становленні її орфографічних, синтаксичних, морфологічних, фонетичних, лексичних особливостей, у формуванні спеціальної термінології.

Газетний дискурс – головний інструмент журналістики для забезпечення благополучного, об'єктивного та актуального інформування громадськості. Він впливає на формування громадської думки та підтримку дискусії про різні аспекти життя суспільства.

Публіцистичний стиль відрізняється від наукового і художнього більшою сучасністю, оперативністю, інформаційною місткістю. Він має свої специфічні жанри, в яких реалізуються ці ознаки.

Публіцистичний текст «дискурсивний» за своєю природою, оскільки він передбачає інтерактивність з реальною дійсністю, автором, адресатом, інтертекстом. Це зумовлює семантичний динамізм, упередженість, рухливість і

суб'єктивованість семантичного навантаження лексики публіцистичного дискурсу.

При пошуках істини та смислу у публіцистичному дискурсі також важливими стають аспекти буття, які переважно стосуються сфери інтуїтивного пізнання і ґрунтуються на глибоких шарах свідомості, поряд із її ірраціональними (чуттєвими) компонентами, спроможними сприймати неявно виражені, нечіткі, розмиті аспекти динамічної реальності. Цей дискурс відзначається універсальними рисами в аспекті структурно-семантичної організації та прагматичної інтенції (комунікативного завдання), йому притаманна наявність універсальних дискурсивних категорій та принципів організації.

Автор, якщо бажає обґрунтувати свою позицію або повідомити про щось, використовує різні лінгвістичні засоби. Він ретельно вибирає мовні засоби для висловлення своїх думок, використовує не лише слова зі свого словника та розглядає їх лексичне значення, але також звертає увагу на граматичні правила та елементи невербального спілкування (такі як жести, міміка, інтонація), які можуть підсилити його повідомлення. Отже, слова можуть бути використані в конкретному публіцистичному контексті. Для нього особливо важливий семантичний потенціал лексичних одиниць, який визначається не лише їхнім місцем у мовній системі, глибинними когнітивними категоріями. Контекст, у якому відбувається комунікація, також впливає на вибір мовних засобів.

Визначений семантичний потенціал лексичних одиниць – це сукупність можливих значень, які мають слова, і він залежить не лише від того, чим слово є у мові, а також від глибинних когнітивних категорій, таких як уявлення, асоціації, смислові відтінки тощо [24].

Отже, публіцистичний дискурс – це комунікативна діяльність, яка об'єднує вербальні (словесні), невербальні (несловесні), та екстралінгвістичні (зовнішні, контекстуальні) чинники з метою спілкування та впливу на громадську думку.

Мова сучасних газет визначається своєю динамічністю, відкритістю та гнучкістю, що створює демократичний характер через ряд змін у внутрішньому

мовленні, зокрема, розмиття чітких стилістичних меж, поширення норм розмовного стилю, демократизація мови, лібералізація мовної норми, активне використання іншомовних слів та ін.

У публіцистичному дискурсі широко використовують слова з яскраво вираженим ідеологічним змістом. Такі лексичні одиниці можна назвати суспільно-політичними термінами. Семантичній структурі таких термінів характерна динамічність, суб'єктивність семантики та чутливість до політичних переконань особи, яка використовує ці терміни. Значення газетних термінів може бути спірним та провокувати різні інтерпретації через вплив різних факторів.

Особливості газетної термінології полягають у схильності до абстрактних понять, тобто значення може розглядатися неоднозначно. У публіцистичному дискурсі, за допомогою цієї спеціальної суспільно-політичної лексики, автори здатні впливати на думку та переконання аудиторії, активно використовуючи мовні засоби для досягнення своїх комунікативних цілей [68, с. 392].

Публіцистичний текст вважаємо за доцільне вивчати в дискурсній парадигмі медіалінгвістики, спираючись на визначення Ф. Бацевича: «дискурс – це тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різну форму вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежних від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів» [6, с. 84].

Екстраполяція такого потрактування дискурсу на політичний уможливорює врахування екстралінгвістичних чинників зі сфери публічного життя, зокрема ЗМІ, і лінгвістичних ознак масмедійного дискурсу через вивчення його інституціональності та інформативної сутності. Масмедійний дискурс характеризують високим ступенем актуалізації прецедентних подій, що мають

вплив як на національний, так і на міжнародний простір через залучення новітніх засобів і способів поширення інформації.

Правильну і влучну, на нашу думку, характеристику змінам, які притаманні сучасним мас-медіа, дає Д. Деркач, зазначаючи «йдеться не тільки про абсолютні новації, але і про переформатування вже типових для цієї сфери екстра- й інтралінгвальних чинників, що, зважаючи на природу та типи масової комунікації, буде завжди давати різний результат. У такому разі складно, а іноді й неможливо говорити про константність жанрів мас-медіа, швидше – про типізованість їх мовних, структурних, функціональних домінантів, мотивованих завданнями та реаліями комунікативної ситуації» [21, с. 41].

«Відкритість інформаційних кордонів зумовлює уніфікований характер мови мас-медійних текстів, а отже, і їх загальнодоступність, загальнозрозумілість» [22, с. 98].

А. Дедушкіна стверджує, що це насамперед відображено на експресивному рівні структурування та мовного оформлення матеріалу, з огляду на прагматичну функцію медіасфери. Отже, результатом змін є характерна для медіапростору варіативність текстів інформаційного, аналітичного або художньо-публіцистичного жанрів.

Варто зазначити, що серед основних особливостей сучасних засобів масової комунікації, вирізняємо їхню дифузність та неконстантність. У межах культурологічного аналізу публіцистичний текст традиційно витлумачують як засіб зберігання, передавання та трансформування культурних і національних цінностей. Іншими словами, у межах культурологічного аналізу публіцистичний текст розглядають як явище культури, що функціонує в певному соціально-культурному і політичному просторі. Належність медіатексту до культурного простору нації уможливорює потрактування публіцистичного тексту як окремого жанрового варіанту медіатексту, який відбиває важливі події у житті країни, можна вважати за модель політичного і соціо-культурного вимірів об'єктивного світу.

У наукових студіях останніх десятиліть публіцистичний текст вивчають у змістових категоріях, які відображають характер і обсяг інформації та її достовірність, зважаючи на неоднозначність інтерпретації при наявності в тексті нових смислів [25, с. 33 – 34].

Отже, газетний дискурс – це специфічний жанр публіцистики, який застосовують в газетах та інших періодичних виданнях для представлення новин, аналізу суспільних явищ, коментарів, рецензій, інтерв'ю та іншої інформації. Автори через дискурс можуть ефективно комунікувати з аудиторією та впливати на неї. Передусім газетний дискурс відрізняється своєю лаконічністю.

Газетний дискурс один із жанрів публіцистики, який є специфічним для газет і журналів. Його особливість у тому, що інформацію подають коротко, стисло і лаконічно, з використанням обмеженого простору.

Газета – основний засіб масової комунікації для розповіді про поточні події, новини, коментарі, аналіз та інші аспекти, що стосуються актуальних тем.

Необхідно також урахувати ключові цілі газетного тексту. Згідно з А. Загнітком, п'ять основних та взаємопов'язаних завдань газетного тексту охоплюють:

- 1) інформаційне завдання, спрямоване на представлення читачам подій, які відбуваються як всередині країни, так і за її межами;
- 2) аналітичне завдання, що базується на детальному аналізі та коментуванні описуваної події;
- 3) регулятивне завдання, пов'язане з необхідністю комунікатора направляти сприйняття читача певної події або явища об'єктивної дійсності;
- 4) оцінне завдання, яке включає оцінку поданої в газеті інформації;
- 5) прогнозувальне завдання, мета якого полягає в тому, щоб спонукати читача до роздумів щодо проекції отриманої інформації на очікувану дійсність [29, с. 16].

У контексті інших жанрів публіцистики газетний дискурс може виявити різні функції і використовуватися для різних цілей:

- 1) новина: важливо швидко та точно передавати актуальну інформацію про певну подію. Вона має бути об'єктивною, подавати лише факти;
- 2) коментар: давати коментарі журналістам або експертам щодо актуальних питань. Такі коментарі можуть публікувати оцінки, думки, аналізи та погляди на події;
- 3) аналітична стаття: використання для написання аналітичних статей, де автори глибоко аналізують певну проблему чи подію. У таких положеннях часто використовують аргументи та докази, щоб підтвердити своє підтвердження;
- 4) інтерв'ю: публікування інтерв'ю зі відомими особистостями, експертами або людьми, які мають важливий досвід або погляди на певну тему. Важливо зберегти точність та вірність висловлювання співрозмовників;
- 5) рецензії та огляди: використання для рецензування фільмів, книг, мистецьких подій тощо. У цьому випадку автор надає своє особисте бачення і враження про твір або подію;
- 6) реклама і просування: газетний дискурс можна використовувати для реклами продуктів, послуг, подій, політичних проблем тощо [32, с. 109 – 110].

Погоджуємось із думкою М. Жовтобрюха, що «великої ваги набирає питання мовного оформлення матеріалу, що публікується в газетах і журналах, його стилістичної довершеності і зрозумілості читачам, яким призначається друкований орган» [26, с. 3]. Загалом газетний дискурс є універсальним інструментом публіцистики, який можна використовувати для різних жанрів та стилів написання залежно від цілей і специфіки медіа.

Серед усіх газетних жанрів передовиці приділялось найбільше уваги в партійних документах, де передова стаття кваліфікувалась як «керівний, спрямовувальний виступ газети».

«Передовиця... повинна накреслювати основну лінію поведінки. Передовиця... не розмірковування, а політична вказівка, директива» [35, с. 19 – 23]. Значна увага цьому жанру приділялась і в мовознавчій літературі.

«Провідна роль передової статті на газетній шпальті визначалася тією обставиною, що «вона являє собою найважливіший у політичному, ідеологічному або в економічному відношенні виступ газети, в якому порушуються кардинальні проблеми суспільного життя. Цим, власне, і зумовлюється чільне місце передової в системі газетних жанрів. А з нього випливає важливість розгляду мови і стилю передових статей, тобто існуючої практики їх мовнотилістичного оформлення, важливість виявлення стилістичної природи мовних закономірностей та особливостей» [68, с. 121].

Зачин, що розпочинає статтю та готує адресата, зацікавлює, до отримання певної інформації; повинен бути стислим і лаконічним, адже всі подробиці відкриваються після нього.

В основній частині розвиваються і конкретизуються відомості, намічені в заголовку і зачині. Залежно від жанру статті основна частина може складатися з одного або декількох абзаців, тут сконцентрована найважливіша частина текстової інформації.

Кінцівка підсумовує зміст всієї статті, у короткій формі виражає головну думку. Тож залежно від жанру, може бути висловлено остаточне ставлення журналіста до описуваної ним проблеми або події. Автор тексту може закінчити статтю риторичним питанням для заклику до мисленнєвого процесу.

Відповідно до програми в ЗЗСО передбачено вивчення основних жанрів публіцистичного стилю: нарису, замітки, репортажу, інтерв'ю, статті, кореспонденції, рецензії; презентації, реклами тощо.

Нарис – літературний жанр, який представляє собою художньо-публіцистичний твір невеликого обсягу. Це літературний жанр, де автор може вільно висловлювати свої думки, емоції, спостерігати за враженням з приводу певних явищ, подій, пейзажів, людей, ситуацій чи ідей. Нарис має суб'єктивний характер і не претендує на повноту аналізу як, наприклад, у наукових статтях.

Замітки – це невеликі текстові записи або короткі літературні твори, в яких автор фіксує свої спостереження, думки, ідеї, враження чи події. Академічний тлумачний словник української мови тлумачить замітку як

невелику статтю, повідомлення в газеті, журналі, збірнику. Замітку вважають провідним жанром журналістики, яка задовольняє потребу аудиторії у швидкому поданні найважливішої інформації. Основна вимога до заміток – висока інформаційна місткість тексту, досягається точністю фактажу, стислістю й чіткістю викладу думок. Цей жанр часто має суб'єктивний характер, подібний до нарису, проте замітки можуть бути ще більш короткими та відображати повсюдні роздуми чи інформацію з першої руки.

Репортаж – це жанр журналістики, який передає події або факти з першого джерела з наданням інформації читачам про актуальні події або ситуацію явища. Репортажі постійно описують реальні події та стосуються актуальних тем, які мають інтерес для аудиторії. Складним є розмежування понять образу автора й авторського «я».

Інтерв'ю – це форма журналістської роботи, в якій журналіст зустрічається з інтерв'юованим, ставить питання та отримує відповіді, щоб зібрати інформацію або отримати коментарі з першого джерела. Інтерв'ю може бути опубліковане в газетах, журналах, телевізійних програмах, радіо або в Інтернеті. Воно грає важливу роль у журналістській роботі, допомагаючи просувати інформацію, розкривати точки зору різних людей та глибше розуміти певні теми.

У різних дослідженнях можуть порівнювати газетний дискурс з іншими жанрами публіцистики: статті, есе, коментарі, аналітичні матеріали та інші, для виявлення спільних рис, відмінностей та впливу різних стилів на сприйняття читачами. Проте саме дослідження газетного дискурсу може допомогти зрозуміти, як медіа впливають на формування публічної думки, які підходи до інформаційного представлення ефективні та як можна покращити якість журналістських матеріалів. Особливо важливо вивчати вплив газетного дискурсу в умовах інформаційного простору та розвитку нових медіа-технологій.

Сучасна система лінгвістичних дисциплін перебуває на стадії інтенсивних змін. Відображаються зміни в різних аспектах і змісті досліджень, пов'язаних з різними галузями мовознавства.

Нова проблематика, яка представлена у сфері мовленнєвої діяльності, також привертає увагу до інших наук: соціології, психології та логіки, при цьому зберігаючи свою методологічну специфіку. Усі ці зміни результат змін у загальній орієнтації мовознавства, які почалися на початку 70-х років XX століття. Їх можна схарактеризувати як перехід від вивчення мови як формальної системи, відокремленої від умов її використання, до розгляду мови як повної комунікативної взаємодії, яка створюється в соціальному контексті [59, с. 50].

Серед різних підтипів публіцистичного дискурсу особливо цікавий газетний дискурс, у ньому відображено роботу з іншими підтипами, а саме: телевізійний, радіо, звуковий, журнальний та інші, де активно використані зображення, анімація тощо. Газетний дискурс має характерні особливості. Його основна форма – друковане видання, і читач свідомо обирає цей тип медіа для отримання інформації. Важливим у газетному дискурсі аналітичний підхід до змісту. Це означає, що матеріали в газетах часто не обмежують простим описом подій, а глибоко аналізують та розкривають різні аспекти теми. Також газетний дискурс характеризується регулярністю надходження інформації. Газети часто виходять із певною періодичністю, наприклад, щоденно або щотижнево, що дозволяє читачам бути в курсі актуальних подій і тем.

Газетний дискурс – засіб масової комунікації, де акцент робиться на написаному слові й аналітичному підході до представлення інформації. Це створює унікальну можливість для читачів бути інформованими про події у світі. Також є важливим складником публіцистики, який має свої особливості в контексті інших жанрів публіцистики. Яка охоплює широкий спектр жанрів: це статті, коментарі, рецензії, інтерв'ю, колонки, аналітичні матеріали та ін.

1.3. Сугестивність як посутня характеристика газетного дискурсу

Сугестивність газетного дискурсу – це стиль та мовні засоби, які використовують у газетних статтях із зверненням до читачів, з метою передати їм певну думку, переконатися або навіть маніпулювати їхніми поглядами та переконаннями.

Термін «сугестія» має різні визначення: навіювання, маніпуляція, гіпноз та вплив. Важливо розглядати «сугестію» як форму навіювання, яка виникає внаслідок гіпнозу різної глибини, що використовують для зміни поведінки людини [38, с. 160].

Сьогодні сугестію широко застосовує у різних контекстах: у рекламі, медицині, політиці, повсякденному житті та інших сферах. Дискурс у різних формах впливає на людину, і сучасні дослідники активно вивчають засоби впливу, які використовують в різних типах дискурсу. Навіювання відіграє суттєву роль у формуванні колективної поведінки. Загалом сугестію часто пов'язують з іншими методами впливу – соціальним тиском або гіпнозом.

Сугестивність – це властивість або здатність впливати на свідомість, психіку людини через підказку, ідеї або сигнали.

У газетному дискурсі сугестивність може бути втілена в заголовках, фотографіях, використанні певних прикладів, джерел, емоційних звернень та інших мовних прийомах, які впливають на читача. Сугестивність може виявлятися в газетному дискурсі через інтенції заклику та спонування. Як зауважує С. Шабат-Савка, інтенція заклику виражає «звернення адресанта до певної групи людей, щоб залучити їх до виконання якогось важливого завдання, зокрема, державотворення; розгорнути спільну діяльність для виконання конкретної справи; пропагувати важливість національних інтересів, цінність та велич людського життя» [82, с. 180].

Варто навести сугестивні приклади на позначення виконання спільної діяльності для конкретної мети у газетному дискурсі: *«Збираймо воєдино усю свою родину...»*, *«Оранто, рятуй Софію»* (1, №2, с. 1), *«Такі акти мало виголосити – такі акти треба вчинити»* (1, № 4, с. 2), *«Коли об'єднаємось, нас*

почують» (1, № 4, с. 3), *«Діяти спільно!»* (1, № 18, с. 2), *«Українці! Йдемо у партизани, негайно і всі!»* (3, № 15, с. 8). Такі висловлення передбачають, що в результаті виконання спільної дії буде спільний результат. У газеті «Слово Просвіти» такі конструкції часто містять заклик до виконання дії, власне, український народ та усіх небайдужих до збереження нації. Ці вислови мають на меті надати читачу мотив та підкреслити важливість дії або певних ідей.

У газетному дискурсі стиль та мовні засоби використовують для того, щоб передати інформацію читачам, привернути їх увагу, переконатися, розважити або посилити емоції.

Доцільно перерахувати основні стилістичні прийоми та мовні засоби, що їх використовують у газетному дискурсі.

Заголовки – ключові елементи, які привертають увагу читачів і дають коротку інформацію про зміст статті. Вони можуть бути прямими, провокаційними, іронічними або емоційними, як-от: *«Єдинородність» як духовна несвобода* (6, № 5, с.4), *«Який він – типовий європеєць?»* (6, № 1, с. 6), *«Український «Щедрик»: для Нас і для Світу»* (6, № 1, с. 8), *«Дякуємо нашим авторам, читачам, передплатникам, просвітянам, які жертовно підтримують тижневик «Слово Просвіти», ділячись з нами своїми коштами. Багато з них роблять це постійно. Доземний Вам уклін!»* (6, № 1, с. 16) та інші.

Варто навести приклади з тижневика «Слово Просвіти» зі статті *«Ословленого світу таїна»* (Б. Дячишин «Слово Просвіти», 2022). Текст статті містить емоційні апеляції, які впливають на читача та спонукають до роздумів і внутрішнього переосмислення. Напр.: *«Кожна річ – жива і розумна істота»* – звернення до духовних аспектів людського світу та незбагненності єства, сприяючи формуванню почуття загадковості та духовної глибини. *«Незбагненне – воно й очевидне, зачаровує нас загадковістю, довершеністю, простотою. В малому побачити велике!»* – ствердження про пристрась до мистецтва та слова, яке може вразити, зацікавити та вплинути на почуття читача. *«Щаслива людина, яка володіє мистецтвом застосування слова, здатна почути його, розмислює над його таїною: ...слово – то мова»* – підкреслення важливості

творчості та праці, яка приносить радість та задоволення, що спонукає до активності й позитивних переживань.

Ці апеляції сприяють формуванню емоційного тла тексту та надають його глибину та емоційну насиченість.

Уведення в текст цитати та інтерв'ю може підтримати аргументи автора, надати більшої автентичності та ілюстративності матеріалу. Газетні статті традиційно пишуть загальноприйнятою мовою для більшої зрозумілості читачам.

Наприклад, у статті «Пісні та доля Івана Миколайчука» (2022) фіксуємо використання цитат і фрагментів співбесіди, що розкривають деякі аспекти творчого життя та особистого досвіду Івана Миколайчука. Ось кілька цитат та інтерв'ю, які можна виділити: *«Я нас вівці, аж раптом почув грузинську пісню «Суліко» з колгоспного репродуктора», «Єдиною, хто залишився з Іваном і в горі, і в радості, в часі тріумфів та болісних невдач, була кохана Марічка»* – розкриває важливість коханої особи в житті та творчості Івана Миколайчука.

Іван Миколайчук поділяє свою історію вибору професії та тим, як народна музика увійшла в його життя та кар'єру: *«Музику до своїх фільмів Іван добирав сам. Українська народна пісня була складовою його творчості, тож і звучала у фільмах як невід'ємна частина внутрішнього світу особистості»*. Цитата показує наскільки важливою була українська народна музика для Івана Миколайчука та його творчості.

Ці цитати та фрагменти інтерв'ю допомагають краще оцінити вплив музики та особистого досвіду Івана Миколайчука на його творчу кар'єру та життя.

Використання парадоксів та контрастів допоможе створити цікавий та захопливий текст, який мотивує до роздумів.

У статті «Святою справою окрилені» (В. Грабовський, 2022), контраст відображення природи та душі поета, текст описує як завдяки природі розуміємо мистецтво та історію, віддзеркалюючи внутрішній світ поета: *«Адже саме Природа навчає нас пізнавати віхи мистецтва й історії»*, контраст між

зовнішнім і внутрішнім світом підкреслює глибокий зв'язок між природою та творчістю.

У тексті описано талановитих молодих письменників, але також показано, що їм потрібно працювати над мовою та вдосконалювати свої твори: *«Не покривимо душею, якщо вирізнімо серед них молодих та ранніх Вікторію Бучинську з вельми цікавою новелою «Чужий» і Настусю Кричковську з Оксаною Гарнюк, хоча й цим талантам, а ще, либонь, Юрієві Харченку, як і Дарині Янчук, потрібно значно сумлінніше працювати над мовою непересічних за сюжетом творів..»*, що відображає контраст між талантом і бажанням покращити свої навички.

Автор обговорює глибокі теми мистецтва та традицій, але також звертає увагу на те, що певні таланти повинні працювати над власним стилем та вдосконаленням творчості: *«А в опублікованій посмертно повісті він зачарував не лишень прихильників «письма Мачківського», а навіть байдужих до нашої літератури чужоземних людей. От що таке справжній талант!»,* це створює парадокс між глибинною задумом та процесом досягнення цієї глибини.

Ці парадокси та контрасти сприяють збагаченню та поглибленню розуміння теми та концепцій, які описуються в тексті.

Отже, сприйняття та розуміння, яке виникає в адресата, залежить від того, як адресат використовує «чутливий інструмент». Різні засоби: фонографічні елементи, словникові одиниці, морфологічні категорії, синтаксичні структури використовують у взаємодії як засіб впливу. У дослідженні ідентифіковані різні рівні маніпуляцій мовленням: фонографічний, лексичний та граматичний [42].

Стильові та мовні засоби в газетному дискурсі можуть значно відрізнятися залежно від типу газети, жанру статті та цільової аудиторії.

Проаналізовано, що газетний дискурс відіграє важливу роль у суспільстві, адже впливає на формування громадської думки, поширення інформації, може давати негативні емоційні реакції, може впливати на поведінку людей та процеси прийняття рішень.

Доцільно визначити провідні аспекти впливу газетного дискурсу:

1) засоби масової інформації, зокрема газети, є одним із основних джерел новин і інформації для багатьох людей. Вони допомагають формувати світогляд та уявлення про події в країні та світі, напр.: *«Вставай, народе!»* (3, № 15, с. 5), *«Кримську світлицю» – в Крим!»* (3, № 2, с. 7);

2) газети впливають на думку громадськості, пропонуючи різні погляди, аналіз подій чи проблеми. Редакційні статті, коментарі та аналітичні матеріали можуть стимулювати обговорення важливих питань і впливати на думку адресата щодо певних тем;

3) можуть формувати політичну атмосферу та процес прийняття політичних рішень, підтримувати або критикувати політичних діячів, висувати певні погляди та програми, що сприяє створенню політичного настрою, напр.: *«Закликаю всіх патріотично налаштованих претендентів на цю посаду відмовитися від своїх претензій на користь найрейтинговішого кандидата Петра Порошенка, бо свої нечисленні відсотки ви будете відбирати саме в нього, а не в прихильників федералізації»* Олександр Пономарів (3, № 19, с. 5), *«Російська провокація чи європейська змова?»* (4, № 7, с. 3);

4) газети посилюють різні емоції у своїх читачів. Новини про успіхи, перемоги та позитивні зміни можуть підвищити настрій суспільства, тоді як кризові події та негативні новини можуть викликати тривогу, занепокоєння та страх, напр.: *«Українці! Йдемо у партизани, негайно і всі!»* (3, № 15, с. 8), *«Дай нам, Боже, вернутися в настрій воскресаючої України»* (1, № 4, с. 5);

5) газетний дискурс діє на утримання або зміну культурних стереотипів серед різних груп людей, що впливає на їх поведінку та сприйняття в суспільстві, напр. *«Що ти зробив для української держави?»* (1, № 5, с. 2), *«Назад, у жандармську країну?»* (2, № 3, с. 1);

6) засоби масової інформації можуть вплинути на економічний стан країни, зокрема публікаціям економічної інформації, рекламі та інтерв'ю з експертами [32, с. 84].

Необхідно зазначити, що газетний дискурс неоднозначний і залежить від багатьох факторів: журналістська етика, власні інтереси, політичні настанови

видання, вплив соціокультурного середовища. Критичне ставлення до інформації та здатність аналізувати різні джерела дають змогу розуміти і формувати власні погляди на навколишній світ.

Газетний дискурс виконує декілька важливих ролей у суспільстві, які впливають на формування громадської думки, поширення інформації та становлення культурного та політичного контексту. Газети поширюють актуальні події, факти, аналізи та коментарі на різні теми – від політики та економіки до культури та науки. Це все дає змогу громадянам бути освіченими та знаходити спільні теми для обговорення і прийняття рішень.

Газети відіграють важливу роль у контролі за діями влади, розкриваючи корупцію, недоліки та незаконні дії. Журналістські розслідування можуть допомогти збалансувати владні структури та сприяти демократичному розвитку суспільства.

Публікації формують громадську свідомість, звертають увагу на соціальні потреби та виклики сучасності, вони стимулюють обговорення ідей та пропонують рішення для покращення якості життя.

Масово-інформаційний дискурс, до якого входить газетний, виконує важливі для суспільства функції: інформує, розважає і впливає на масову аудиторію; має свої характерні ознаки, норми, стереотипи, новизну. Цьому типу дискурсу притаманні такі характерні ознаки:

- 1) деперсоналізована форма спілкування учасників;
- 2) їхня темпоральна та локальна віддаленість;
- 3) хронотоп, що виявляється у систематичному залученні аудиторії у будь-який час і в будь-якому місці;
- 4) ціль, яка полягає у відображенні явищ, подій, ситуацій реального світу за допомогою засобів масової комунікації;
- 5) функції безперервного оперативного інформування та впливу;
- 6) розгалужена система текстів, різноманітна тематична рубрикація якої відображає базові цінності та основні сфери соціального життя [36, с. 41].

Газетний дискурс може впливати на формування ідентичності окремих громад та націй, а також сприяти збереженню і підтримці соціокультурних цінностей та традицій.

Отож газетний дискурс потужний інструмент, який може вплинути на багато сфер життя суспільства, тому важливо бути критичним читачем та здатним аналізувати інформацію, що надходить від засобів масової інформації [35].

В умовах сучасності журналістська праця все частіше стає саме монологічною формою спілкування. Відповідно до цього встановлено, що така форма комунікації має більшу сугестивну вагу, оскільки не має на своєму шляху перешкод у вигляді мовлення опонента і таким чином впливає на підсвідомість людини з більшою інтенсивністю. Можна говорити, про часткове «зомбіювання» адресата. Коли сугестивний вплив поєднують з правильно дібраним словом та правильно дібраними мовними засобами, то сила впливу різко зростає.

Якщо в момент мовлення адресант припускається неточностей, то тоді адресат ніби пробуджується від закладеної попередньої інформації. В цьому і полягає процес впливу на підсвідомість реципієнта. Пояснюється зазначене явище тим, що людина починає розмірковувати, аналізувати матеріал. У її свідомості починає відновлюватися пам'ять про певні факти, проблеми, події, які стосуються питання, яке обговорюється.

Адресат починає сприймати інформацію розумом, а сугестивна комунікативна стратегія спрямована на почуття. З цього приводу дослідники з проблем критичного оцінювання масової інформації зазначають: «Якщо сприйняття розумом передбачає аналітичне ставлення до будь-якої інформації...то сприйняття емоціями здійснюється на рівні «подобається – не подобається» [49, с. 50].

Комунікативні стратегії засобів масової комунікації, їхні тематичні й змістові пріоритети визначаються загальносуспільним рівнем культури, «оскільки якісний рівень журналістики завжди залежить від якості суспільства, в якому вона функціонує» [22, с. 108].

З огляду на це, варто виділити три основні чинники, які існують у суспільстві, на які посилаються представники ЗМК, будуючи власні комунікативні стратегії:

- 1) соціальна нерівність – знаходить вираження в низькому, часом злидарському рівні життя більшої частини населення, у першу чергу молоді; у розподілі суспільства на заможних та бідних; безробіття, інфляція, корупція тощо;
- 2) морально-етичний чинник – загальний низький моральний рівень значної частини суспільства, бездуховності, відчуження особистості;
- 3) несприятливі умови життя й виховання в родині, проблеми оволодіння знаннями й пов'язані з цим невдачі в навчанні, невміння будувати взаємини з оточенням, різні психофізичні відхилення у стані здоров'я, як правило, ведуть до кризи духу, втрати сенсу існування.

Саме на реципієнтів з такого середовища вплинути набагато легше, ніж на людей обізнаних та освічених. Відповідно до цього, сучасні засоби масової інформації будують та розвивають свої комунікативні стратегії, орієнтуючись на проблеми і потреби сучасного суспільства, більшу перевагу надаючи емоційному сприйняттю адресатом інформації, ніж розумовому.

Комунікативні стратегії журналістської комунікації сьогодні не є спонтанним явищем. Їхні стратегічні елементи завжди є чітко продумані, суб'єктивні, але здійснюють величезний сугестивний вплив на адресата, якщо побудовані за потребами свого часу та орієнтовані на почуття адресата [22].

Отже, сугестивність газетного дискурсу є важливою характеристикою сучасного журналістського контенту, який має великий вплив на сприйняття інформації читачами. Газети та онлайн-видання часто стають платформою для формування думок та поглядів суспільства. Використання різних методів сугестивності впливає на емоційний стан та формування поглядів.

Один із основних засобів сугестивності – створення певного настрою або акцентування уваги на певних аспектах подій. Використання емоційно забарвлених слів, заголовків, апеляцій до особистих переживань та страхів – усе

це підсилює емоційний вплив на аудиторію. Сугестивність може виявляється через використання ілюстративних матеріалів (фотографії або відео, які створюють зображення певних ситуацій та переконливо передають їх емоційну насиченість).

Важливо бути критичним споживачем інформації та здатним аналізувати газетний дискурс, розрізняти об'єктивні факти від суб'єктивних та емоційно забарвлених висловлювань. Збалансований підхід до сприйняття новин допоможе зрозуміти суть подій та уникнути неконтрольованого впливу на свої переконання та думки.

Висновки до першого розділу

Газетний дискурс – різновид публіцистичного стилю української мови, який має значний вплив на формування суспільної думки, інформаційне середовище та комунікаційні процеси в сучасному суспільстві. Однією з важливих особливостей газетного дискурсу є його доступність для широкої аудиторії. Газети можуть розширюватися паперовими виданнями, а також через онлайн-платформи, які дозволяють забезпечити доступ до інформації практично будь-якому користувачеві. Відіграють важливу роль у забезпеченні публічної інформації та громадянського розвитку суспільства. Українська мова в газетному дискурсі – засіб спілкування та інформування масової аудиторії, формування національної ідентичності.

Газетний дискурс є специфічним жанром публіцистики, який має своєрідні особливості та характеристики, що впливають на його значення та роль у суспільстві: по-перше, є одним з основних засобів масової комунікації та інформаційної взаємодії; по-друге, має великий потенціал впливу на читачів; по-третє, дозволяє висловлювати різноманітні позиції та думки. У контексті інших жанрів публіцистики становить собою важливу та непередбачувану сферу інформаційної комунікації, взаємодіє з різними жанрами та стилями публіцистики, що посилює його значення та вплив на суспільство.

Сугестивність газетного дискурсу є одним з аспектів, що впливає на сприйняття читачів інформації. Сугестивність газетного дискурсу може бути як позитивною, так і негативною. Якщо вона використовує для збагачення інформації та заохочення критичного мислення, то газетний дискурс може допомогти читачам усвідомити складні проблеми та різноманітні погляди. Однак негативна сугестивність може призвести до маніпуляції думками, отримання неправдивої інформації та створення неправдивої дійсності.

Отже, газета – це конкретний продукт, фізичний об'єкт, тоді як газетний дискурс – це абстрактне поняття, що охоплює сукупність мовних засобів, які використовують у газетах для взаємодії з адресатом. В обшир газетного дискурсу входять не тільки текстові матеріали, а й графічні елементи, рубрики, заголовки, ілюстрації тощо.

РОЗДІЛ 2.

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ПАРАМЕТРИ ГАЗЕТНОГО ДИСКУРСУ В АСПЕКТІ ТИЖНЕВИКА «СЛОВО ПРОСВІТИ»

2.1. Функційне навантаження заголовків у газетному дискурсі

Тижневик «Слово Просвіти» має власні рубрики, теми та стиль оформлення заголовків. Заголовки в газетному дискурсі обов'язково мають за мету привернути увагу читача, передати головну думку статті або стимулювати інтерес до подальшого читання.

Культурологічний просвітницький тижневик «Слово Просвіти» є популярним виданням серед української інтелігенції. Це єдине в Україні видання, яке підтримує українську національну ідею, пропагуючи приклади діяльності громадської організації «Просвіта» та її 150-річну історію. «Просвіту» називають матір'ю українських громадських організацій через великий внесок у становлення національно-патріотичних об'єднань у минулому та сьогоденні.

Тижневик активно займається проблемами духовності та культури, підтримує українську мову та засуджує тоталітарні режими, відкриваючи перед читачами сторінки української історії, які були замовчувані. Він зосереджує увагу на репресіях та голодоморах, які стали наслідком тоталітарної системи.

Заголовки в тижневику «Слово Просвіти» відрізняються від заголовків у літературних творах, адже не лише слугують назвою матеріалу, а й зацікавлюють, орієнтують, інформують, інтригують.

Заголовки «Слово Просвіти» перечитують 90% тих, хто побачив це видання. Людина автоматично помічає слова, написані великим шрифтом чи виконані кольором (так зазвичай відокремлюють заголовки на сторінках газет та журналів). Якщо ж такі лексеми не викликають зацікавленості в адресата, то матеріал зазвичай лишається поза увагою, хоча, можливо, він увиразнює про цікаві, корисні, пізнавальні речі.

У новинній онлайн-стрічці тижневику «Слово Просвіти» читачі не бачать ні обсягу матеріалу публікації, ні фотоілюстрацій. Вони орієнтуються лише за

назвами текстів. Невдало дібраний заголовок може прямо впливати на кількість переглядів й прочитання новини, зменшувати її клікбейт, що негативно відбивається на загальному рейтингу того чи того медіа. Наприклад: *«Його фатально нам бракуватиме»* (4, № 16 – 17, с. 6), *«Інтелігенти патріоти та «інтелігенти» прислужники за національно кастрованої влади: хто кого?»* (4, № 32, с. 2) одразу постає питання кого саме? Чи хто кого?, що спонукає до дії відкрити та прочитати статтю; можливий варіант також коли одразу зі змісту розуміємо, про що буде йтися далі: *«Олексій ПАЛАМАРЕНКО: «Жодного разу не пожалкував, що обрав професію актора»»* (4, № 32, с. 14).

Заголовковий комплекс значною мірою визначає ефективність і дієвість матеріалів у газеті. Він є важливим компонентом тижневика та чи не найголовнішим фокусом у новинній стрічці.

Медіаназва – не лише засіб експресивізації, смислової актуалізації, певної стилістичної орнаментации журналістського тексту, а й комунікативно-прагматичний складник висловлення [31, с. 88].

Призначення газетного заголовка тижневика «Слово Просвіти» полягає в тому, щоб зацікавити читача; стисло й виразно донести до нього головну ідею публікації (повідомити основний зміст); привернути увагу до газетного матеріалу (тобто спонукати прочитати надруковане під заголовком).

Представимо властивості заголовків:

- максимальна інформованість;
- об'єктивне зображення тематичного змісту тексту;
- самобутність й оригінальність;
- публіцистична гострота й експресивність, виразність почуттів, думок;
- структурна завершеність та інтонаційна виразність;
- точність термінів [32, с. 122].

Однією з найважливіших функцій засобів масової комунікації – маніпулювання увагою та свідомістю потенційної аудиторії. Відповідно до цього головне завдання, яке ставить перед собою журналіст, – змусити адресата

звернути увагу на важливий аспект досліджуваної проблеми. Дієвий при цьому саме заголовок як перший крок спілкування автора й реципієнта. Він орієнтує читача на відповідну інформацію, адресатну суб'єктивну настанову, комунікативну інтенцію.

Ефективність назви журналістського матеріалу прямо залежить від уміння автора дібрати влучний, місткий і лаконічний заголовок, який «працюватиме» на читача, керуватиме його увагою. Наприклад, *«Слава Героям!»* (1, № 7, с. 1), *«Наслідуючи Христа»* (2, № 9, с. 13), *«Уклін тобі, Тарасе!»* (5, № 12, с. 16) – зробить цей елемент цікавим та в міру інтригувальним, точно передасть зміст і допоможе зорієнтуватися в порушуваних проблемах; таке передавання інформації, використовуючи мінімум мовного матеріалу, – справа нелегка, а тому потребує якнайбільше зусиль, таланту, знань і досвіду.

Учені, які досліджують аудиторію газет, стверджують, що заголовки слугують ключовим елементом, який привертає увагу читачів до сторінок видань та їхніх статей. Його оформлення має бути структурованим, чітким і водночас привабливим, а зміст виражений відповідним чином. Як зауважує відомий німецький журналіст М. Галлер, з 100 користувачів сторінки 90 спочатку розглядають зображення та їх підписи, від 40 до 70 читають заголовки, від 20 до 60 звертають увагу на підзаголовки, від 15 до 60 починають читати текст, і тільки до 50 читають його до кінця [19, с. 70 – 73].

Ефективний заголовок газети повинен впливати на читача, і для досягнення цього він завжди базується на відповідності змісту, ясності, точності, насиченості і виразності. За висловленням дослідників, найкращими заголовками в газетах можна вважати ті, що мають такі характеристики: об'єктивне відтворення тематики тексту; унікальність та оригінальність; максимальна інформативність; виражена гострота та емоційність, яка виражає почуття та думки; точність використання термінів; завершеність структури та виразність інтонаційного висловлення. «Отже, гарний заголовок у газеті – це концентроване відображення головної ідеї твору, головної думки автора, але відображення максимально стисле, лаконічне, чітке, конкретне» [32, с. 110].

У сучасних умовах, щоб завоювати серце вимогливого адресата, видавці прагнуть на сторінках преси подати максимум інформації, чого не можна зробити за умови функціювання великих заголовків. Зважаючи на це, ключова функція медіааназви – дати уявлення про суть тексту за умови ощадного використання мовних ресурсів. Для цього журналісти перебувають у постійному пошуку оригінальних виражальних засобів, адже новизна завжди привертає увагу, зацікавлює, створює певний настрій.

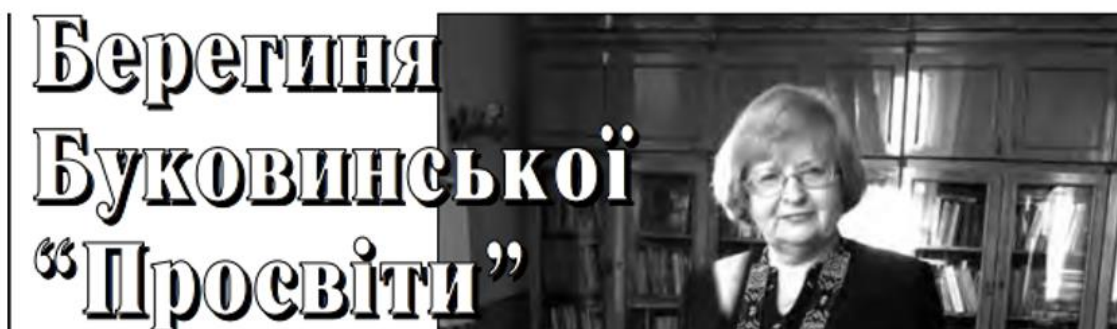
А. Калиниченко стверджує, що функція заголовка полягає в маркуванні тексту, тобто конституюванні його як певного товару. Тому кожна журналістська назва має кілька одночасних значень, серед яких особливо важливими є:

- те, що заголовок пов'язаний з конкретним змістом тексту, якому він передує;
- вказує на те, що надалі буде літературна «річ» (яка насправді є товаром), іншими словами, заголовок завжди має подвійну функцію: «оголошення й вказування» [34].

Заголовки виконують й експресивно-оцінну функцію. Навіть коли читач перейшов до ознайомлення з текстом, заголовок залишається в полі зору його уваги. Тоді можна говорити про інтегративну функцію. Заголовок спрощує сприйняття тексту, відіграє велику роль в організації мовних засобів. Окремо Є. Лазарева говорить про таку важливу функцію заголовка, як привернення уваги читачів або атрактивну. На ринку інформації, де постійно існує конкуренція, використання цього важливого чинника можна розглядати як маркетинговий хід видання.

На думку Є. Лазаревої, заголовки насамперед виділяють матеріали на шпальті та відокремлюють їх один від одного. У такому контексті варто говорити про графічно-видільну функцію. Ця функція єдина, реалізована немовними засобами: за допомогою шрифтових виділень, використання кольору, графічних засобів (ліній, малюнків) та інших. Утім, після першого ознайомлення з газетою, коли читач вже виділив певні заголовки, він обов'язково звернеться і до мовного оформлення. Наприклад виділення різним шрифтом, кольором, розміром тощо:

“Щоб заворушилися серця” До 80-річчя від дня народження поета Івана Низового



Різдво на хуторі Казка

одна, легкова, так. Лис, певно, мишкував
на полі, до снігу, то порабіє лавочу парку



АКТИ
В
ЧТОБЬ

Малюнок 2.

(«Слово Просвіти», 2022)

Назви матеріалів тижневика «Слово Просвіти» допомагають аудиторії не лише зрозуміти, про що розповідають у тексті, а й чому це варто прочитати; вони слугують своєрідним закликem ознайомитися зі змістом повідомлень. Цього часто досягають за допомогою використання низки мовних засобів.

Зауважимо, що заголовок у тижневику «Слово Просвіти», на відміну від назв радіо- й телепередач, часто виконує комунікативну функцію, – він коротко інформує адресата про зміст матеріалу, значення, характер і важливість висвітлених подій. Уявлення про тему, обговорювану в тексті, у заголовку, як правило, звужується до уявлення про окремий аспект цієї теми, тобто до проблеми. Інакше кажучи, мало, наприклад, дати читачеві зрозуміти, що текст присвячено політиці (це дуже широка сфера суспільної діяльності), потрібно ще й підказати, що мовиться, скажімо, про соціальну політику, про підвищення добробуту населення.

Типологію заголовків за змістовим наповненням репрезентує В. Здоровага:

1) інформаційний – містить додаткову інформацію, пояснення: *«Іван Брик і Юліян Дзерович – останні голови Матірної «Просвіти»»* (4, № 6, с. 4), *«Розмова з лауреатом ордена Княгині Ольги III ступеня Христиною Буришинською»* (4, № 6, с. 11);

2) спонукально-наказовий – спонукає чи закликає до певної дії: *«Борітеся – поборите!»* Тарас Шевченко (2, № 28, с. 7), *«Будьмо гідними своєї мови...»* (4, № 13, с. 15), *«Шануймо рідну мову!»* (3, № 13, с. 15);

3) проблемний – ставить перед певною проблемою, наприклад вибору: *«Народ чи чернь»* (4, № 10, с. 10), чи інформує про певну проблему *«Я б'ю у дзвін тривоги...»* (4, № 10, с. 11);

4) констатувально-описовий – засвідчує про певну подію, описуючи її: *«...Усі гидують тим царством та народом російським...»* (4, № 10, с. 12);

5) рекламно-інтригувальний – звертає на себе увагу своєю таємничістю чи закликом до дії: *«А ви грали в цурки-палки?»* (1, № 12, с. 16), *«Або – добре. Або нічого?..»* (1, № 4, с. 13) [31].

На думку М. Жовтобрюха, «синтаксична чіткість, конкретність формулювання заголовків здебільшого добре відбиває тему, характер матеріалу статей, їх зміст та ідейне спрямування, а також зумовлювалася їх жанровою специфікою» [26, с. 139].

Заголовки тижневика можуть підкреслити актуальність та значущість культурних питань, які обговорюються у статті, а також наголошують на роль культури у формуванні національної свідомості.

Просування мови та державності – ця функція заголовків полягає у підтримці державності української мови, зокрема, *«Хто ми на світі без рідного слова?»* (4, № 39, с.2), *«Навчимо владу любити Україну»* (1, № 12, с. 9), *«Юрій Мушкетик: Україна над прірвою? Тож захищаймося, українці! Стіймо твердо на своїй землі, не даймо зіпхнути себе до прірви!»* (1, № 27, с. 2), а також сторінки історії, які були замовчувані, що допомагають укріпити національну свідомість: Юрій Луценко: *«Ми покінчили з УРСР і сьогодні потребуємо нового дому»* (2, № 14, с. 5). Заголовки можуть підсилити інтерес до матеріалів про репресії та

голодомори, що допомагають розкрити слід тоталітарної системи та сприяють формуванню критичного ставлення до історії, напр.: *«Перший голодомор в Україні організований комуністичним режимом Росії у 1921 –1923 р.»* (5, № 38, с. 4).

Отже, функційні навантаження заголовків у тижневику «Слово Просвіти» показують його основну ціль та спрямованість. Тижневик підтримує українську національну ідею. Ця функція заголовків перетворюється у звернення уваги читачів до тематики, пов'язаної з національними цінностями та історією «Просвіти» як громадської організації.

2.2. Комунікативне спрямування спонукальних конструкцій у тижневику «Слово Просвіти»

Газетний дискурс виформовують різні види речень у контексті їхньої мети: розповідні, питальні та спонукальні. М. Жовтобрюх зауважує: «У мові періодики, особливо в її публіцистичному жанрі, частіше, ніж в інших стильових різновидах, використовувалися спонукальні речення» [26, с. 121].

Спонукальні конструкції в реченнях демонструють за допомогою закликів, пропозицій, наказів або прохань. Зазвичай для створення таких конструкцій використовують дієслова у певному способі, іноді з використанням модальних дієслів або інших специфічних форм в цілому.

М. Скаб розглядає спонукальність в межах адресованого волевиявлення: «У спонукальних висловленнях, основним прагматичним завданням яких є саме вольовий вплив на співрозмовника (адресата мовлення), адресованість – необхідний компонент, який становить значну частину специфічної спонукальної модальності, тісно переплітаючись з її другим складником – волевиявленням суб'єкта-адресанта мовлення» [70, с. 36].

Слушна думка С. Шабат-Савки: «У комунікативній ситуації волевиявлення значно активізується людський фактор – мотив та воля адресанта, його вольовий імпульс, прагнення змінити, активізувати, вплинути на діяльність

співрозмовника, щоб переконати його у важливості та корисності для нього виконання пропонованої дії» [82, с.154].

Важливе місце серед засобів вираження прямого спонування належить висловленням, у яких позицію присудка займають форми 2-ї особи однини та множини наказового способу, напр.: *«Мріє, не зрадь...»* (2, № 7, с. 9), гасло *«Не вір, не бійся, не проси»* (4, № 16, с. 5). Ці форми мають прагматичну заданість, тобто призначені для цілеспрямованого примусу. Вони є найбільш спеціалізованими засобами вираження спонукальної семантики і регулярно функціонують у мовленні. Часто для спонукальних інтенцій використовують дієслова 1-ої особи множини у таких конструкціях: *«Не будьмо «партачами життя»»* (11, № 30, с. 5), *«Прийдіть, будемо жити задля наших дітей»* (5, № 6, с. 10), *«Звертаймося до першоджерела нашої совісті»* (2, № 22, с. 14), *«Шануймося!»* (2, № 14, с. 3).

С. Шабат-Савка зауважує «Комунікативна інтенція спонування відображає різне за інтенсивністю та синтаксичною організацією волевиявлення мовця: з одного боку, наказ як одну з категоричних форм спонування, що спрямована на негайне виконання якоїсь дії з боку співрозмовника, а з іншого – ввічливе прохання, пропозицію, пораду, комунікативні акти, які певною мірою є бажаними для суб'єкта мовлення, проте реалізація їх залежить від волі адресата» [82, с. 110].

У взаємодії між особами на співвідношенні адресанта і адресата висловлення, що мають на увазі комунікативні наміри, представляють собою парадигму **інтенції наказу**, адресат зобов'язаний виконати дію, оскільки адресант має вищий соціальний статус, що дає йому право вимагати від адресата такого підпорядкування, це свідчить про повну залежність та субординацію останнього. Конструкції з формами наказового способу здатні передавати різні функції спонукальності. В ситуаціях, коли виникає необхідність чітко конкретизувати різновид волевиявлення, вдаються до перформативних засобів його вираження. *«Звучіть, маестро!»* (1, № 25, с. 8), *«Подаруйте книжку!»* (5, № 8, с. 5), *«Автора!!!»* (5, № 15, с. 14), *«Лист читача до друку!»* (1, № 23, с. 1),

«Шануймо рідну мову!» (5, № 13, с. 15). Іntenції **вимоги**: адресат висловлює вимогу чи пропозицію в рішучій формі, накладаючи на отримувача обов'язок чи зобов'язання виконати конкретні дії. Це тлумачення інтенцій вимоги робить їх схожими на наказ. Як зауважує С. Шабат-Савка «на відміну від інтенції наказу, що не припускають заперечення з боку адресата спонукання, ситуація, коли мовець вимагає чогось від співрозмовника, часто потребує коментування вимоги мовцем, мотивації його дій або певної поведінки» [81, с.159]. Наприклад: «Розкажи мені сон» (3, № 3, с. 14), «Слід бути оптимістами!» (1, № 5, с. 14), «Тож нумо, машина часу чекає на вас!» (1, № 5, с. 15), «Говоріть українською» (5, № 7, с. 6), «Повчимося у чехів та євреїв!» (1, № 7, с. 6).

Іntenції **заборони**: містять вказівки на виконання, заборону робити щось, відмову у дозволі чи припинення дії, що триває в момент висловлювання: «Не спіть!» (1, № 28, с. 5), «Не кажи нікому ні про кого, а кажи про себе» (2, № 5, с. 12), «НЕ продавати честь і гідність!» (5, № 30, с. 5). Мовець має намір зацікавити адресата висловленням, щоб передати певний факт, дію або думку, а також виразити аксіоматичність і категоричність свого судження: «Не біймось бути гідними...» (1, № 24, с. 12), «Не полишати спілкування з книгами» (5, № 24, с. 12), «Ми не повинні зламатися» (1, № 30, с. 5), «Ми не маємо морального права забувати таке» (1, № 20, с. 7).

Іntenції **дозволу**: до спонукальних висловлень відносяться конструкції, у яких мовець просить співрозмовника дозволу на виконання певної дії. Ці висловлення часто є власне-етикетними і містять перформативне дієслово «дозволити», яке еквівалентне дії чи вчинку, напр.: «Ставайте, дівочки, під віночки!», «Увійди, увійди, меншая сестрице!», «Красуйся, подруженько, у віночку, мов сонечко в небі»; «Увійди, увійди, менший братику!» народна пісня (1, № 8, с. 14); сугестивні інтенції, що виражають поради, рекомендації: «Не забувай нашу рідну Україну» Тарас Шевченко (с. 7, № 12), «Навчимо владу любити Україну» (1, № 12, с. 9).

Стиль спілкування мовця зі слухачем у тій чи тій комунікативній ситуації виразно індивідуалізований і значною мірою залежить від того, які стосунки між

ними. Це може бути пов'язано з соціальним статусом комунікантів і вимог дотримання певних правил соціальної субординації. Крім того, існує соціальний складник, що визначає реєстр комунікації (офіційний, нейтральний, неофіційний). Значну роль відіграє і ступінь психологічної близькості між комунікантами [6, с.83].

Розглянемо взаємозв'язок між семантичними функціями граматичних форм та намірами мовця. Проаналізуємо, яке саме висловлення мовець хоче виразити, використовуючи конкретну форму, і як це пов'язано з комунікативними цілями мовленнєво-мисленнєвої діяльності та здатністю передати зміст у взаємодії з контекстом. Суттєвість смислової інформації у синтаксичній конструкції фактично визначається інтенцією, тобто тим, що мовець має на увазі під час спілкування.

У тижневику «Слово Просвіти» спостерігаємо тенденцію до спонукальних інтенцій, зокрема: **заклику до створення держави**, що виражають через закличні конструкції. Ці конструкції призначені спонукати адресата до певних дій, пов'язаних із формуванням держави, що охоплює різні аспекти: культурні, політичні, релігійні та інші чинники, напр.: *«Юрій Мушкетик: Україна над прірвою? Тож захищаймося, українці! Стіймо твердо на своїй землі, не даймо зіпхнути себе до прірви!»* (1, № 27, с. 2), *«Ми маємо бути не народом України, а українським народом»* (2, № 4, с. 12); **пропагування національних інтересів**, культурних і моральних цінностей українського народу, зокрема: *«Єднаймося! Єдність – перемога! Слава Україні!»* (2, № 4, с. 5), *«Обережно, українофобія!»* (4, № 7, с. 5); інтенції заклику на позначення **виконання спільної діяльності**, напр.: *«Збираймо воєдино усю свою родину...»* (1, № 1, с. 3), *«Такі акти мало виголосити – такі акти треба вчинити»* (1, № 4, с. 2), *«Будьмо разом, будьмо завжди – на Коні!»* (2, № 1, с. 1); **цінність життя людини** можна виразити у формі екзистенційних висловлень, які стверджують наявність і природу існування, пов'язаного з намірами автора привернути увагу, вплинути на емоційний стан чи оцінку інформації або думок адресата. Наприклад: *«Від темряви до світла...»* (2, № 3, с. 4), *«Розкажи мені сон»* (3, № 3, с. 14), *«Слід*

бути оптимістами!» (1, № 5, с. 14), «Тож нумо, машина часу чекає на вас!» (1, № 11, с. 15), «За бідного студента «Замовте слівце»» (1, № 8, с. 3), «Ми повинні вимагати до себе позитиву» (4, № 15, с. 15); серед спонукальних інтенцій національного зорієнтування виділяємо і **релігійні мотиви**, зокрема: «Слава у вишніх Богу і на землі мир!» (1, № 1, с. 2), «Уклонімося Петру Багатостраждальному» (1, № 2, с. 10), «Дай нам, Боже, вернутися в настрій воскресаючої України» (1, № 4, с. 5).

У тижневику «Слово Просвіти» знаходимо доволі багато закликів привертання уваги людей до вивчення української мови та мови взагалі, включаючи розуміння мови як фізичного процесу. Ми можемо привести такі приклади: «Говорити сьогодні» (1, № 11, с. 1), «Говориш українською? Так!» (2, № 13, с. 9), «Будьмо гідними своєї мови...» (1, № 13, с. 15), «До джерел рідного слова» (2, № 8, с. 15), «Знаєш мову? Отримай премію!» (2, № 19, с. 8), «Не полишати спілкування з книгами. Адже книга завжди була і є джерелом нашої духовності. А Слово було, є і лишається Богом» (1, № 19, с. 15).

У спонукальні висловлення з формами наказового способу можуть входити частки, прислівники, а також вставні сполучення слів для пом'якшення чи підсилення спонукування або надання йому якихось інших додаткових відтінків, наприклад фамільярності. Часто ці лексико-семантичні засоби відіграють суттєву допоміжну роль у вираженні функцій спонукальності, допомагають розмежувати в мовленні різні прагматичні значення поліпрагматичних мовних одиниць.

Контекстуальними показниками функції пропозиції у спонукальних висловленнях може виступати частка **ось** або сполучення слів **знаєш що** (знаєте що), коли вони поєднуються з дієсловом, яке виражає спонукування. Ці елементи контексту виконують у спонукальному висловленні декілька функцій: акцентують увагу адресата на дії, вираженій імперативом, пом'якшують спонукування і служать для адресата свого роду сигналом того, що йому буде зараз висловлено саме пропозицію, а не якийсь інший різновид спонукування [51]. Напр.:

«Приєднуємось і підтримуємо» (4, № 13, с.4), «Не біймось бути гідними...» (1, № 24, с. 12),

Інтенція заклику вербалізується у формі неповних еліптичних речень. На думку А. Загнітка, існують такі неповні речення, у яких «уява про пропущений член речення безпосередньо встановлюється із власного змісту та будови, насамперед зі значення та форми синтаксично залежного слова» [30, с. 308]. Такі речення мають особливу семантику та виражену емоційність через використання синтаксичних конструкцій з пропущеним присудком, напр.:

- з еліпсисом присудка, що вказує на дієслово руху або переміщення в просторі: «Кобзар у кожна сім'ю» (3, № 10, с. 8); «Від темряви до світла...» (2, № 3, с. 4,); «...Сонячною смугою через століття» (3, № 9, с. 8);
- з еліпсисом присудка або головного члена односкладного речення зі значенням побажання, наказу, прохання: «До джерел!» (3, № 20, с. 11); «Дорогу!» (3, № 2, с. 5); «У гості до Маланки...» (1, № 4, с. 12);
- з еліпсисом присудка, що має значення буття: «Любов у слові» (1, № 2, с. 3); мовлення: «Най слова мої будуть, що свячені ножі...» (2, № 19, с. 15), «Не можу мовчати, коли...» (1, № 2, с. 2,).

Високого рівня емоційності в газетному дискурсі досягають за допомогою еліптичних конструкцій, які виражені формами синтаксично залежних від головного члену речення, такими як, наприклад, поширювачі об'єктного типу: «Автора!!!» (2, № 15, с. 14); «Дорогу!» (3, № 2, с. 5). А також у тижневику «Слово Просвіти» функціують еліптичні конструкції з еліпсом предикативного компонента *можна, треба, необхідно*, за умови наявності інфінітива: «Довіряти життю...» (1, № 4, с. 15); «Врятувати і зберегти» (2, № 13, с. 2). За допомогою цих конструкцій автор інтенції акцентує увагу на важливості виконання якоїсь дії, чітко, лаконічно і зрозуміло зосереджує увагу на певній інформації.

Отже, спонукальні конструкції використовують у мові для того, щоб звернути увагу читачів або слухачів і вплинути на їхню поведінку, переконатися або побудити до певних дій, активізації громадськості, підтримки деяких ідей чи цінностей, мобілізації на певні дії, пропаганди тощо. Їх можуть використовувати

в редакційних статтях, оголошеннях, рекламних матеріалах та інших типах контенту. Аналіз спонукальних конструкцій у тижневику «Слово Просвіти» може забезпечити краще розуміння позиції та цілеспрямованості цього видання, а також способів, якими воно впливає на свою аудиторію.

2.3. Лінгвопрагматика вираження питальних висловлень газетного дискурсу

Питальні речення – це речення, що містять запитання і вимагають відповіді. Їх використовують для отримання інформації або створення діалогу. Ці конструкції використовують у розмовах, листуванні, доповідях і багатьох інших ситуаціях для активного залучення співрозмовника та обміну інформацією.

Передусім варто зазначити, що мовні засоби вираження питального речення містять різноманітні лексичні та синтаксичні елементи, які надають йому питального характеру.

Дослідження функцій різних синтаксичних конструкцій розширює їхні можливості у вираженні намірів автора в різних жанрах, таких як статті, репортажі, замітки тощо. Зокрема, використання питальних речень створює стилістичний ефект в газетах. Як зауважує С. Шабат-Савка, «використання питальних висловлень у публіцистиці зумовлене їхньою стилістичною функцією, валентнісними можливостями слугувати засобом активізації та зосередження уваги співрозмовника на тому чи тому факті, на якійсь події» [24, с. 216]. Пор.: «Що ви думаєте про Україну?» (3, № 17, с. 7); «Російська провокація чи європейська змова?» (4, № 7, с. 3), «Наука в університетах: що далі?» (4, № 12, с. 2).

Розглянемо деякі з найпоширеніших мовних засобів, які допомагають створювати питальні речення. Серед них виділяємо:

1. *Питальні речення з предметним компонентом.*

Їх виражають питальні займенники: **хто?** – вказує на особу або групу осіб, про які йдеться. Наприклад, «Хто був запрошений до участі в проєкті?» (6,

№ 12, с. 4), «А судді хто?» (3, № 24, с. 2), «Хто ми на світі без рідного слова?» (4, № 39, с. 2), «Хто хоче «угорського міра?»» (4, № 49, с. 5). Серед питальних конструкцій є й питальні речення, в яких питальність репрезентується маркером **що**, який конкретизує загальне значення, предметності: «Що?.. є? Є воля? є маніфест?» (4, № 7, с. 13), «І що ж це воно?» (4, № 19, с. 11), «Що побажаєте своїм українським читачам?» (4, № 5, с. 9), «Що нового прочитаємо в цьому виданні?» (5, № 29, с. 13).

Конструкції, виражені непрямыми відмінками займенника, здебільшого виконують функцію об'єктного поширювача, тобто додатка. Наприклад, у родовому відмінку репрезентовано запит про об'єкт дії: над ким дія: «Кого охороняє Міністерство охорони здоров'я?» (4, № 24, с. 16), у давальному відмінку про об'єкт, якому спрямована дія: «Геть літературу із ЗНО – і кому полегшає?» (4, № 43, с. 3), «Чого прагне путінська пропаганда?» (5, № 29, с. 2), «Кому медаль «за обрусение...»?» (5, № 49, с. 6).

2. Питальні конструкції з означальним компонентом.

Висловлення, у яких використовується атрибутивний компонент, такий як «**який**», «**котрий**», «**чий**», виконують роль запитань, спрямованих на визначення ознак, якостей або властивостей предмета. Ці конструкції передають різноманітні характеристики та кількісні аспекти, що виокремлюють семантику посесивності. Наприклад, питальний компонент «**який**» (яка, яке, які) виражає запитання, спрямоване на розкриття ознак предмета. Структура цих висловлень вказує на повну необізнаність мовця стосовно атрибутивних характеристик предмета, напр.: «Які очікуються наслідки?» (4, № 1, с. 1), «Якою була Ваша остання з ним зустріч?» (4, № 37, с. 14), «Приклад?» (4, № 10, с. 8), «Який ми гріх вчинили проти духа?» (6, № 31, с. 7), «По кому б'ють дзвони?» (6, № 6, с. 8).

3. Речення з обставинним компонентом.

У газетному дискурсі **як?** – містить запит про спосіб, метод, процес або характеристику. Напр.: «Яким чином було створено музичне аранжування?» (3, № 21, с. 14), «Як живеш ти, річенько?» (4, № 26, с. 16), «Як стати зіркою?» (4, № 7, с. 14), «Як Вам працювалося у цьому театрі?» (4, № 1 – 2, с. 15); питальні

речення з компонентом **коли**, з метою дізнатися точний час, напр.: *«Так нема?.. Нема?.. Коли ж воно буде?!»* (4, № 7, с. 13), *«Коли воскресне українська душа?»* (1, № 4, с. 10). Питальний компонент **чому** майже не використовують для з'ясування предметності, здебільшого він виражає причину: *«Чому замість національної солідарності толеруєте міжусобну ворожнечу?»* (4, № 37, с. 2), *«Чому історія України – це історія поразок? Де ж наші перемоги?»* (2, № 8, с. 2). А також трапляються запити мети дії, яку актуалізують маркери **навіщо, нащо**: *«Навіщо ти живеш?»* (4, № 49, с. 14), *«Навіщо нам вивчати біографії історичних осіб, які програли боротьбу?»* (5, № 8, с. 2), що несуть часто певний філософський зміст. Ознаки кількості у питаннях визначаються за допомогою квантитативних компонентів, таких як **скільки**. Ці структури в питаннях характеризуються вираженням кількості і можуть стосуватися, наприклад, запитань про кількість осіб: *«Скільки в Україні, за висловом Костянтина Паустовського, дикунів? І що з ними робити?!»* (4, № 12, с. 3), *««Петре, скільки даси на Республіканську партію?» Ящик рішуче махнув рукою: «Ніскільки, Іване!»»* (4, № 8, с. 11), *««В скринях потужних за трема замками...», або Скільки років українській прозі?»* (4, № 24, с. 10).

Риторичні питальні речення в заголовках функціонують із метою розкриття емоційно-оцінного значення, за їхньою допомогою автор підкреслює власну думку, висловлює припущення, обурення тощо. М. Жовтобрюх зауважує, що «питальні речення... в публіцистиці виступають переважно не в прямій своїй функції, а як риторичне запитання, застосовуване автором з певним експресивним навантаженням серед інших стилістичних засобів для досягнення поставленої мети» [26, с. 122].

Візуально такі заголовки нагадують питання, вони вможливають висловити в лояльній формі різні думки. Риторичні питання-заголовки численні в авторських колонках, де автор умовно запитує себе про важливі здебільшого суспільні явища. А у статті журналіст розмірковує над поставленим запитанням та висловлює свої припущення. Питальні речення у своїй структурі мають намір отримати відповідь, вони виражають **спонукання до відповіді**: *«Що побажаєте*

своїм українським читачам» (4, № 5, с. 9); **риторичне запитання:** «Слово про кінець часів Або чи людство було попереджено про нинішню біду?» (4, № 20, с. 10), «Щастя лише мить?» (5, № 45, с. 15), «Геть літературу із ЗНО – і кому полегшає?» (4, № 43, с. 3), «Війна – жахливе сновидіння?» (4, № 1 – 2, с. 15). У поезії адресація виступає у вигляді специфічних виразів, оскільки питальні речення не спрямовані на виконання своєї основної комунікативної мети, яка полягає у запиті інформації, розкритті або уточненні, напр.: «А як же ми, співці краси земної? Чи голоси у нас не заслабі?» (4, № 12 – 13, с. 1), «Яка різниця – хто куди пішов?» (4, № 12 – 13, с. 1), «На всіх концертах – Винник і Полякова. А де молоді артисти?» (4, № 37, с. 14). У виразах, спрямованих до конкретних осіб, можна виділити ті, які вказують на осіб, що перебувають у тісних відносинах з ліричним героєм. напр.: «Чуєш, батьку? Чую, синку!..» (4, № 12 – 13, с. 1), «Як живеш ти, річенько?» (4, № 26, с. 16), «І що зору? Який засію лан?» (4, № 12 – 13, с. 1) – такі конструкції зустрічаємо здебільшого у літературних творах. Використання заперечних слів чи конструкцій у риторичних конструкціях може перетворювати їх на питальні. Наприклад: «Ти не побачив?» (4, № 7, с. 8), «Чи не забув ти ключі?» (4, № 14, с. 15). Питальні конструкції, відповідь на які може бути або ствердна або заперечна: «Скажіть мені: ви готові?» (4, № 8, с. 1), «Чи потрібні Україні високоосвічені вчителі і якісні підручники?» (4, № 16, с. 2), «Чи стане Волинь туристичною Меккою?» (4, № 30, с. 13), «Чи буде в Києві Будинок музики?» (4, № 39, с. 13), «Чи усвідомлюємо значущість Григорія Сковороди в його 300-ліття?» (5, № 51 – 52, с. 10).

Питальні висловлення відрізняються особливою питальною інтонацією та логічно-модальними відтінками, що залежать від лексичного виразу запитання, контексту та конкретних умов розмови. Логічний предикат реалізує те, яка саме інформація цікавить мовця в даному запитанні та яку він бажає отримати.

На думку С. Шабат-Савки, «Мовна форма вираження категорії питальності репрезентує якісну характеристику інформаційної лакуни в знаннях суб'єкта комунікації – його прагнення з'ясувати чи уточнити інформацію, підтвердити чи

заперечити якийсь факт дійсності, що й дає змогу нам визначити два типові вияви інтенцій запиту:

- з'ясувальна інтенція-запит;
- уточнювальна інтенція-запит» [82, с 105].

У деяких мовах є спеціальні частки, які надають реченню питального значення. Українська мова має частки «чи» та «ж», які використовують для створення питальних висловлень. Це запитальні маркери, що вказують на пошукову інформацію, виражають цікавість та невизначеність. Ось запитальні частки з тексту статті А. Хрищук «Колядка для сопілки з оркестром» (2022): *«Чи була мистецька складова дійства складною?»* – запитання, що поставили до режисера виставки з метою отримати відповідь щодо складності у створеному музичному виступі. *«Чи є музично-колективна партитура розважальною?»* – запитання, що поставили до Уляни Горбачевської, щоб з'ясувати її думку про характер музичної партитури та її ставлення до неї. *«Чи є мета культурних кураторів поєднувати зусилля для мистецького колообігу?»* – запитання, спрямоване до Лесі Воронюк, щоб з'ясувати ціль та завдання культурних кураторів у контексті мистецького колообігу. Компонент **чи?** – також вказує на запит інформації або можливість вибору між двома альтернативами. Наприклад, *«Чи можете поєднати традиційні буковинські колядки?»* (6, № 1 – 2, с. 6), *«Чи усвідомлюємо значущість Григорія Сковороди в його 300-ліття?»* (5, № 51 – 52 , с. 10).

У газетному заголовку тижневика «Слово Просвіти» зосереджено домінантну функцію тексту, мета якої – надати чітке уявлення про зміст повідомлення та звернути на нього увагу; весь контекст та основну інформацію у лаконічній та компактній формі.

Науковець М. Собко наголошує, що газетний заголовок має впливати на читача, і тому в його основі завжди лежать відповідність змісту, ясність, точність, яскравість, виразність.

Варто зазначити, що медіа-назви як «специфічний смисловий і психосоціолінгвістичний вузол – ядро ідеї публікації» [15, с. 58], як «зона підвищеної уваги читача» – предмет усебічного дослідження мовознавців.

Основними напрямками вивчення заголовка є:

- аналіз засобів заголовкової акцентуації;
- з'ясування функцій заголовків;
- дослідження зав'язків заголовка з іншими компонентами тексту;
- вивчення заголовка як текстового знаку;
- аналіз категорії зв'язності в аспекті реалізації зав'язків між текстом

та його заголовком [32].

Для того, щоб привернути увагу читача сучасні видання, зокрема і тижневик «Слово Просвіти» шукає такі мовні засоби, які б надавали експресивності та потужності заголовку як стрижневому конструкту медійного повідомлення, максимально конденсуючи основну думку та спонукаючи читача до ознайомлення із запропонованою інформацією. Знаковими у цьому аспекті, на нашу думку, інтоновані речення.

Одним із лінгвопрагматичних засобів у тижневику «Слово Просвіти» – це використання в ролі заголовка питальних речень, а значення питальності полягає в прагненні автора до встановлення реальності чи нереальності загального змісту.

Безпосередня адресація питальних речень-заголовків спонукає використовувати їх як експресивний засіб активізації уваги читачів, встановлення контакту з ними. «Запитання завжди передає позицію активного комуніканта, воно спрямоване на додання картині світу цілісності, тому що належить до невизначених для суб'єкта мовлення фрагментів світу» [39].

Питання стає вимогою підтвердження або заперечення основного змісту речення, всього тексту або уточнення, увиразнення окремих компонентів висловлення [57]. Наприклад, 90 % питальних заголовків у тижневику «Слово Просвіти» – питально-з'ясувальні речення, їхня мета полягає у з'ясуванні певних фактів: *«З якими ідеологічними стереотипами слід попрощатися?»* (4, № 6, с. 4);

«Свобода в рабстві чи самостійна державність?» (4, № 6, с. 2); «Провокація чи короткозорість?» (4, № 6, с. 3).

Питальна структура вищенаведених заголовків не лише експресивно навантажена, а й мотивує читача замислитися над змістом статті. Мовними індикаторами питальних речень слугують питальні займенники чи прислівники, які визначають напрям інформації статті.

Особливістю комплексу наукового критичного дискурсу, пов'язаного з питаннями, є те, що автор відповідає на свої запитання, хоча зазвичай вони формулюються від імені читача. Зокрема, у науковому висловлюванні можна відзначити приклади, коли відповідь та саме питання розглядаються як дві окремі частини.

У досліджуваних питальних висловленнях виявлено такі види конструкцій за змістом: питальні конструкції з великою кількістю потенційних варіантів відповіді: «Що побажаєте своїм?», «Чому замість національної солідарності толеруєте міжусобну ворожнечу?» (4, № 37, с. 2); питальні конструкції, що позбавлені смислу без відповіді: «Як Вам працювалося у цьому театрі?» (4, № 1–2, с. 15), «З ідеологічними стереотипами слід попрощатися?» (4, № 7, с. 8); питальні конструкції, що у змісті питання містять конкретику, у такому разі адресат точно очікує певну інформацію, наприклад, число: «Петре, скільки даси на Республіканську партію?» (4, № 8, с. 11), «Скільки в Україні, за висловом Костянтина Паустовського, дикунів? І що з ними робити?!» (4, № 12, с. 3).

Питальні ампліфіковані конструкції, в яких головним джерелом емоційно-експресивних засобів мови є розмовне (спонтанне) мовлення, найяскравіше мають, з одного боку, народно-розмовну основу, а з іншого, – становлять оригінальні, мовно-художні прийоми. Відомо, що не всі питальні висловлення вимагають відповіді, але всі спонукають до роздумів, тому, якщо навіть мовлення монологічне, з його допомогою встановлюється певний контакт між автором та читачем. Наприклад, «Що скажеш!?. Тут?.. (Собі)» (4, № 6, с. 9), «– У що вірите? – В Україну. Україна – понад усе» (4, № 6, с. 11), «Апофеоз блазнів чи анатомія покори?!» (4, № 43, с. 14), «Українська російська мова? – Ні,

наступ на державну українську!» (5, № 14–15, с. 1), *«Чи бувають ідеальні шторми?»* (5, № 23, с. 15).

Отже, синтаксичні та функційні особливості питальних висловлень тижневика «Слово Просвіти» транслюють розмаїття граматичних процесів у нинішньому публіцистичному стилі. Виділену емоційну інтонацію виявляють в експресивності, емоційній насиченості, лаконічності заголовків, які викликають і утримують увагу вимогливого читача. Такі назви сприяють активізації його читацької активності.

Використання питальних речень допомагає досягти ефекту безпосереднього спілкування з читачем, посилює діалогічність газетного тексту, спонукає читача шукати відповідь у статті. Функційно-синтаксичний потенціал заголовків тижневика «Слово Просвіти» потребує подальшого вивчення інтонованих речень.

Висновки до другого розділу

Функційне навантаження заголовків у газетному дискурсі тижневика «Слово Просвіти» є елементом журналістської практики, де вони виконують свою ключову функцію, впливають на сприйняття матеріалу читачами. Головна мета заголовка у газетному дискурсі полягає в тому, щоб зацікавити читача, привернути його увагу та спонукати до бажання прочитати весь текст. Заголовок повинен чітко висловлювати основну ідею чи ключовий аспект статті, а також викликати цікавість у читачів.

Спонукальні конструкції в тижневику «Слово Просвіти» виконують важливу роль, яка виявляється у впливі на читачів і стимулюванні до певних дій чи реакцій. Використання таких конструкцій дає змогу журналістам та редакторам досягти різноманітних цілей і забезпечити ефективне поширення інформації. Журналісти намагаються їх підтримувати або протистояти певним ідеям, діям чи рішенням, спонукаючи читачів до прийняття певних поглядів чи дій. Важливо зазначити, що їхнє використання повинно бути обережним,

оскільки занадто активний тон може бути спрямований на об'єктивність та достовірність інформації. Заголовки та розділи, що відповідають спонукальній конструкції, повинні бути спрямовані на стимулювання аудиторії до реакції, не порушуючи журналістських принципів та етичних стандартів.

Мовні засоби вираження питального речення в газетному дискурсі тижневика «Слово Просвіти» слугують для досягнення комунікативної мети та впливу на читачів. Завдяки таким засобам журналісти забезпечують ефективне поширення інформації, зацікавлюють та мотивують аудиторію. Вони дають можливість для роздумів, рефлексії та самоаналізу. Коли читачі стикаються з питаннями, вони стають більш зацікавленими в темі, мають особистий стимул розібратися у проблемі, що порушується в матеріалі.

Отже, мова газет – це складна система, що становить відносну єдність, об'єднує різноманітні засоби мовного вислову за їхніми стилістичними ознаками. Використання спонукальних конструкцій та питальних висловлень – важливий інструмент для впливу на читачів та стимулювання їхньої реакції. Ці конструкції допомагають досягти різноманітних журналістських цілей, підтримку, протидію певним ідеям, діям чи рішенням.

РОЗДІЛ 3.

РОЛЬ ПОЗАКЛАСНИХ ЗАХОДІВ У КОНТЕКСТІ ВИВЧЕННЯ ГАЗЕТНО-ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ В ЗЗСО

3.1 Місце позакласної роботи в процесі вивчення газетно- публіцистичного стилю в ЗЗСО

Позакласні заходи – це заняття, події або заходи, які відбуваються поза звичайними уроками в школі або навчальними програмами. Ці заходи можуть бути організовані для всього класу, окремих груп учнів або індивідуальних учнів, і їх мета – розширення знань, навичок та досвіду учнів поза межами навчання у формальних умовах.

Позакласна робота з української мови – це додаткова діяльність або заходи, що організовуються поза стандартними уроками для збагачення знань, розвитку навичок та підвищення інтересу до української мови та літератури. Ця діяльність спрямована на підтримку та розвиток мовних вмінь учнів, підвищення грамотності та вивчення різноманітних аспектів української мови [24, с. 152].

«Проте одночасно позакласна робота з мови має і свої специфічні принципи, а саме: врахування віку й ступеня підготовленості учнів до занять, взаємозв'язок позакласної роботи і класних занять, добровільність, наявність інтересу до вивчення мови, вибірковість, що виявляється у відсутності єдиної програми для позакласної роботи й дозволяє вчителю самому планувати її, виходячи з умов роботи школи, вікового складу учнів, їхньої зацікавленості, а також залежно від програмового матеріалу, що вивчається» [51, с. 401].

О. Вишневський вказує, що учителям, організовуючи позакласну роботу, відкриваються значні можливості щодо вибору змісту, форми, організації та послідовності її підготовки, оскільки ця діяльність не обмежена навчальним планом чи часовими рамками. Для учнів позакласна навчальна діяльність відкриває можливість отримати нові знання, виконувати певні завдання, які вимагають саморегуляції та наполегливості, демонструвати свою активність перед іншими, оцінювати свою власну роботу, а також взаємодіяти з різними

засобами та стикатися з різноманітними соціальними відносинами, включаючи взаємодію з природою [15, с. 56–58].

І. Колесник позакласною роботою вважає «таку діяльність, яка за своїм змістом виходить за межі обов'язкових навчальних програм здійснюється у вільний від навчання час організується на началах добровільності самодіяльності і самоврядування учнів» [40, с. 11].

Залежно від кількості учнів, які беруть участь у позакласній діяльності, в педагогіці вирізняють: масові (колективні), групові (гурткові) та індивідуальні форми роботи.

Позакласна робота з української мови може охоплювати такі заходи:

- 1) літературні читання: організація заходів, під час яких учні мають змогу читати та аналізувати літературні твори українських письменників;
- 2) конкурси та олімпіади: участь у змаганнях та олімпіадах з української мови, що сприяють поглибленню знань та виробленню навичок учнів;
- 3) тематичні вечори: проведення заходів, присвячених творчості українських письменників, поетів, літературних свят, що сприяють популяризації літератури;
- 4) грамотність та стилістика: робота над виправленням граматичних помилок, навчання стилістичним прийомам та побудові текстів;
- 5) диктанти та орфографічні вправи: виконання диктантів та вправа на правильну орфографічну та пунктуацію;
- 6) мовні ігри та конкурси: використання різноманітних мовних ігор та конкурсів, які допомагають весело та ефективно розвивати мову [75].

Позакласна робота з української мови допомагає учням поглибити знання, відчувати більший інтерес та емоційний зв'язок з українською мовою та культурою, розвивати мовну та літературну компетенцію, а також стимулює творчість та самовираження.

В. Сухомлинський глибоко вірив у широкі можливості для всебічного розвитку школярів під час позакласних годин. Він вважав, що правильна

організація вільного часу учнів має бути чіткою і містити систему позакласної виховної діяльності. Педагогічне забезпечення цієї системи та структури виховної діяльності в позашкільному середовищі було для нього ключовим. Вчений підкреслював, що виховна робота вимагає від педагога значних зусиль «це важка робота для серця і нервів, це буквально щоденне і щогодинне витрачання великих душевних сил» [75, с. 149].

Позакласні заходи можуть бути дуже різноманітними, залежно від конкретних цілей та можливостей школи або навчального закладу.

Основні види позакласних заходів:

1. Екскурсії: відвідування музеїв, галерей, підприємств, історичних місць, наукових центрів тощо.
2. Спортивні заходи: турніри, змагання, спортивні ігри, фізичні вправи та заняття.
3. Культурні заходи: театральні вистави, концерти, літературне читання, творчі майстерні.
4. Наукові дослідження: вивчення природи, наукових проблем, експерименти, дослідження.
5. Соціальні заходи: волонтерство, благодійність, співпраця з громадськими організаціями [39].

Позакласні засоби в загальноосвітніх навчальних закладах (ЗЗСО) – це педагогічні засоби та матеріали, які застосовуються в позакласних заходах із планом навчання, розвитку, виховання та розваг учнів. Ці засоби можуть допомогти збагачувати навчальний процес, розширювати знання та підвищувати інтереси учнів до різних аспектів навчання.

Позакласні засоби можуть бути наступними:

1. Презентації: використання слайдів, мультимедійних матеріалів, відео, звукових записів для пояснення та закінчення навчального матеріалу.
2. Мультимедіа та відеоуроки: використання комп'ютерів, планшетів, проєкторів, електронних дошок для відтворення навчальних матеріалів у візуальній або аудіоформі.

3. Інтерактивні ігри та завдання: використання комп'ютерних програм, онлайн-ігор, завдань для підвищення мотивації активності та учнів.

4. Експериментальні комплекти та демонстраційні матеріали: використання спеціальних наборів для проведення експериментів або демонстрації певних явищ.

5. Картинки, зміни, моделі: використання графічних матеріалів, які допомагають визначити складний матеріал або предмет вивчення.

6. Зовнішні гості та екскурсії: запрошення гостей з практичного життя або проведення екскурсій до підприємств, музеїв, лабораторій тощо для збагачення знань учнів.

7. Інтерактивні методи та тренінги: застосування різноманітних групових вправ, дискусій, ситуативних завдань, які сприяють активному залученню учнів до процесу навчання.

Використання позакласних засобів дозволяє зробити навчання цікавим та ефективним, а також розвивати різнобічні навички учнів, такі як комунікація, критичне мислення, проблемне вирішення тощо.

Позакласні заходи в контексті вивчення газетно-публіцистичного стилю в загальноосвітніх навчальних закладах (ЗЗСО) відіграють важливу роль у розвитку навичок мовлення, письма та медіа-освіти учнів.

Газетно-публіцистичний стиль – це особливий жанр мовлення, який використовують у газетах, журналах, інтернет-публікаціях, редакційних матеріалах, коментарях тощо. Вивчення цього стилю в школі має кілька переваг, а роль позакласних заходів може доповнити та збагатити процес навчання.

Позакласні заходи, зокрема літературне читання, творчі майстерні, публічні виступи або конкурси, допомагають учням висловлювати свої думки, враження та ідеї відкрито і зрозуміло. Вони залишаються більш впевненими у своєму висловлюванні та засвоюють основи структури публіцистичного тексту.

Такі заходи можуть передбачати роботу з реальними газетними статтями, аналіз і рецензування публіцистичних текстів, обговорення навколо актуальних тем. Це дасть змогу учням розуміти специфіку жанру, особливості мовлення та

стилю в публіцистичних матеріалах. Формування критичного мислення: залучення учнів до дискусій, дебатів або створення власних публіцистичних матеріалів розвивати їх критичне мислення, аргументаційні навички та здатність аналізувати різні точки зору [46].

Організація позакласних заходів, присвячених медіа-освіті, може допомогти учням розуміти роль мас-медіа, їх вплив на суспільство, розвивати медіаграмотність та здатність критично ставитися до інформації.

Залучення учнів до позакласних заходів, присвячених актуальним суспільним темам, допоможе формувати свідоме громадянство, розуміння важливості медіа в контексті демократичного суспільства. У контексті поєднання стандартів газетного стилю та вираження експресивності важливе місце серед українських ЗМІ відіграє культурологічний тижневик «Слово Просвіти». Тижневик акцентує увагу на культурних та духовних питаннях, підтримує державність української мови. У ньому зображено сторінки української історії, розкрито приховані факти тоталітарної системи, зокрема, репресії та голодомори. Тижневик сприяє розвитку національно-демократичних тенденцій у сучасному українському суспільстві та публікує актуальні матеріали про мову, ексклюзивні інтерв'ю та унікальні історичні розвідки.

Позакласні заходи доповнюють і підсилюють процес навчання газетно-публіцистичного стилю в ЗЗСО, забезпечуючи залучення учнів до активної та практичної роботи з цим стилем мовлення.

За словами П. Дудика, у публіцистичному стилі широко використовують суспільно-політичну, економічну, юридичну, культурно-освітню лексику, у певних межах філософську, технічну, сільськогосподарську тощо. Добір кожної із груп лексики визначається тематикою публіцистичного висловлювання. Наприклад, газетний жанр подекуди характеризує пишномовність вислову, навіть патетичність, піднесеність, запал, ентузіазм, схвилюваність. Журналісти в багатьох мовленнєвих ситуаціях уникають буденних, емоційно нейтральних слів і словосполучень, вдаючись до лексем, які виражають почуття, експресію. Простежується помірковане використання слів іншомовного походження.

Залежно від жанрової належності газетного і публіцистичного тексту використовують слова та словосполучення в тропеїчному, переважно метафоричному, значенні, чим вагомо посилюють образність написаного [24, с. 368].

Відповідно до програми, очікувані результати навчально-пізнавальної діяльності учнів полягають у здійсненні аналізу, зокрема й промов письменників, політиків, учених. За словами авторів навчального посібника з риторики Л. Мацько, О. Мацько, історія наукової та навчальної риторики показує, що основними методами досягнення ораторської майстерності є спостереження за живим звучанням майстерних промов, вивчення досвіду великих ораторів минулого, критичний аналіз зразків писаних текстів промов, наслідування окремих елементів і структури та композиції промов, побудова власних текстів виступів за зразками класичних промов. Для того, щоб промовці-початківці, керуючись загальними правилами та схемами складання промов, могли побудувати не штучні, а природні, щирі та глибоко змістовні виступи, можна запропонувати їм риторичний композиційний аналіз реальної промови [45, с. 94].

Риторичний аналіз промов можна уявити як розкодування усного чи писемного тексту, тобто рух від результату, вираження, від досягнення мети до вихідних основ. Під час аналізу ніби «проходять» текст поетапно, відповідно від процесу його створення до результатів виголошення. Проте реально в процесі аналізу використовують в основному дані диспозиції та елокуції, особливо коли аналізують не живий, що звучить, текст, а вже записаний. Тому можна виокремити два види риторичного аналізу: композиційний та елокутивний, який є дуже близьким до стилістичного [45].

Газетно-публіцистичний стиль – особливий жанр мовлення, який використовують у газетах, журналах, інтернет-публікаціях, редакційних матеріалах, коментарях тощо. Вивчення цього стилю в школі має кілька переваг, а роль позакласних заходів може доповнити та збагатити процес навчання.

Отже, позакласні заходи у контексті вивчення газетно-публіцистичного стилю в загальноосвітніх закладах середньої освіти можна представити у таких

формах: участь у шкільних газетах, журналах, блогах або у створених шкільних радіо; у свою чергу вони допомагають учням покращити мовленнєві навички, адже мають можливість навчитися створювати і редагувати текст, слідуючи газетно-публіцистичним та стилістичним нормам.

Вивчення газетно-публіцистичного стилю на позакласних заходах допомагає учням розвивати критичне мислення, аналізувати інформацію, розрізняти факти від думок, оцінювати різні погляди та докази, а найголовніше зацікавленість до вивчення української мови. І. Кочан віддавав велике значення пізнавальному інтересові у навчанні. Він вважав, що лише завдяки зацікавленості учень «горітиме бажанням навчатися, не лякаючись ніяких труднощів, аби опанувати науку... мало того, що він не уникатиме праці, він навіть шукатиме її і не лякатиметься напруження і зусиль. Він поставить собі за мету не щось посереднє, а найвище, постійно намагатиметься чогось навчитися, коли відчуватиме, що йому чогось бракує, та постійно шукатиме, у кого йому навчитися, в усьому змагаючись із своїми товаришами» [42, с. 134]. А взаємодія з газетно-публіцистичного стилю на позакласних заходах дасть змогу учням розвивати свій творчий потенціал. Вони можуть висловлювати свої думки, ідеї, досліджувати актуальні теми, що спонукатиме до глибокого вивчення предмету.

Позакласні заходи, пов'язані з газетно-публіцистичним стилем, створюють можливості для активної взаємодії учнів один з одним, вчителями та громадськістю. Вони розвивають вміння працювати в команді, розвивають свої комунікативні навички та здатність розуміти вплив на собі інших поглядів, розвине в учнів відчуття відповідальності за свої слова і дії. Учні стають більш свідомими щодо інформації, яку поширюють, і розуміють важливість точності та об'єктивності в інформаційному просторі. Підготовка до майбутніх професій: учні, які мають досвід роботи з газетно-публіцистичним стилем на позакласних заходах, можуть знайти власну професію в журналістиці, медіа, публічних відносинах або в громадському секторі.

Принцип результативного компонента викладання мови визначений на основі лінгводидактичних закономірностей, що враховують єдність мети, змісту,

методів і форм навчання у цьому компоненті навчання мови. Цей принцип має «важливе значення для досягнення поставленої мети – міцності, осмисленості, дійовості знань, умінь і навичок з мови та мовлення. Вимоги, що випливають з нього, передбачають оптимальний вибір і поєднання методів, засобів і форм навчання; а також вміння структурування уроків різних типів, які забезпечать досягнення бажаних результатів» [55, с. 135].

Отже, позакласні заходи сприяють розвитку мовних, комунікативних, творчих та критичних навичок учнів у контексті вивчення газетно-публіцистичного стилю в загальноосвітніх закладах середньої освіти. Ці заходи сприяють формуванню компетентних, відповідальних та критично мислячих громадян, готових ефективно спілкуватися та впливати на навколишній світ.

3.2. Позакласний захід на тему «Журналістська майстерність: вивчення газетно-публіцистичного стилю»

Позакласне заняття для учнів 9 класу з вивчення газетно-публіцистичного стилю може бути цікавим і пізнавальним, спрямованим на розвиток їх мовленнєвих, аналітичних, творчих навичок та отримання нового досвіду.

Тема: «Журналістська майстерність: вивчення газетно-публіцистичного стилю»

Мета та завдання:

1. Ознайомити учнів з основними рисами газетно-публіцистичного стилю.
2. Розвивати навички написання статей із застосуванням газетно-публіцистичного стилю.
3. Сприяти розвитку критичного мислення та аналітичних здібностей учнів.

Вид заняття: позакласний захід.

Обладнання: підручник, дидактичний матеріал, інформаційно-комунікативні технології.

Хід заняття:

I. Вступна частина (10-15 хвилин):

Привітання учнів та коротке пояснення мети заняття.

Вітаємо вас на заході, присвяченому журналістській майстерності та вивченню газетно-публіцистичного стилю. Сьогодні ми поринемо у світ слова та інформації, де кожне слово, кожна фраза – це крок у розвиток нашого власного мистецтва висловлення.

Епіграф до заняття:

Журналіст – людина, яка має талант
щодня заповнювати порожнечу. (Дж. Вест)

Долучайтесь до навчання з ентузіазмом та відкритістю, оскільки отримана інформація, стане кроком на шляху до професійного розвитку та творчого зростання.

Бажаю вам натхнення, успіхів та найкращих досягнень у подорожі журналістським світом!

На цьому заході плануємо створити дружню атмосферу, де ви зможете поділитися своїм досвідом і відчувати себе справжніми журналістами. Щоб одразу поринути у світ журналістики, уявіть, що ви відомі українські мовознавці і у вас беруть інтерв'ю.

Учні діляться своїми знаннями про газетно-публіцистичний стиль (задання питань учням).

Інтерв'ю. Поділіться своїми роздумами щодо таких питань:

- Що ви вже знаєте про газетно-публіцистичний стиль та його особливості?
- Які журнали, газети чи інтернет-видання вам найбільше подобаються та чому?
- Яка тема вам особливо цікава для подальшого вивчення в рамках газетно-публіцистичного стилю?

- Як ви гадаєте, які навички журналіста є результативними для успішної роботи в цій галузі?
- Яка головна ідея або повідомлення передається через публіцистичний жанр?
- Які засоби впливу використовувалися в публіцистичних матеріалах, щоб спонукати до дії або змін у світі?

Будь ласка, обговорюйте ці питання та готуйте свої думки для відповіді.

II. Теоретична частина (5-10 хвилин):

Сьогодні дослідження газет національно-патріотичного характеру досить важливе тому, що вони здійснюють безпосередній вплив на читача своїм правдивим словом, закликають, виховують, скеровують і коригують поведінку. Потужну роль у цьому аспекті виконує культурологічний тижневик «Слово Просвіти», що слугує джерельною базою нашого дослідження.

«Слово Просвіти» – культурологічний просвітницький тижневик Всеукраїнського товариства «Просвіта» ім. Тараса Шевченка.

Щотижневик зосереджений на висвітленні питань культури та духовності, у ньому публікують матеріали, що сприяють закріпленню державності української мови. Він відкриває сторінки української історії, які були замовчані тоталітарною системою. Також активно сприяє розвитку національно-демократичних тенденцій у сучасному українському суспільстві.

Пояснення основних характеристик газетно-публіцистичного стилю: об'єктивність, актуальність, стилістика, інформативність тощо.

На цьому заході ми спеціально заглибимося у вивчення газетно-публіцистичного стилю, висвітливши його основні характеристики та важливі аспекти.

Зверніть увагу на кілька ключових аспектів цього стилю:

Об'єктивність: газетно-публіцистичний стиль базується на об'єктивному поданні фактів та подій. Журналісти намагаються утриматися від власних оцінок та емоцій, дотримуючись об'єктивного підходу до предмета або явища.

Актуальність: відображає найсвіжіші та найбільш актуальні події. Журналісти прагнуть надати читачам свіжу та важливу інформацію, яка відповідає сучасним подіям та проблемам.

Стилістика: для газетно-публіцистичного стилю характерні лаконічність, чіткість та зрозумілість висловлювання. Це дозволяє читачеві швидко оцінити основне, не втрачаючи часу.

Інформативність: надання максимальної кількості інформації в максимально обмеженому обсязі. Журналісти прагнуть донести до читача якнайбільше фактів та думок, використовуючи лаконічні конструкції.

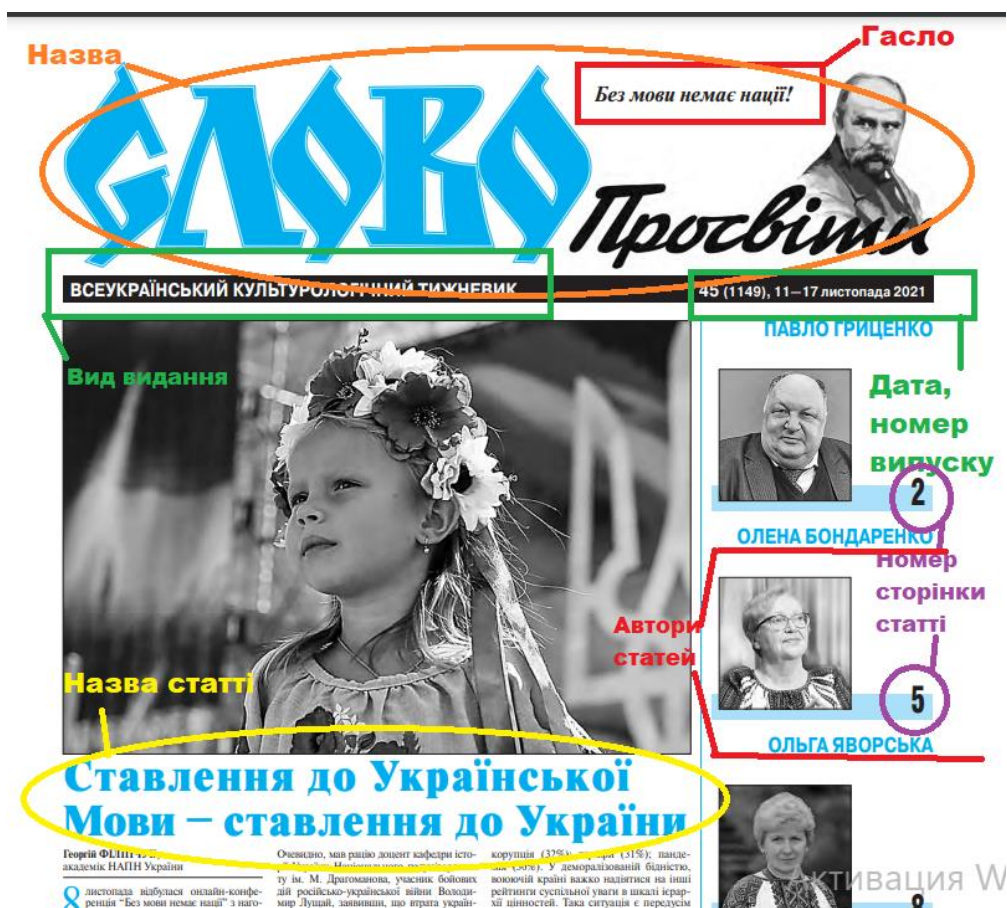
Публічна спрямованість: адресований громадськості та відображає загальну думку чи ставлення до конкретної проблеми, яке можна вплинути на суспільство.

Це лише декілька ключових аспектів газетно-публіцистичного стилю, які ми глибше розглянемо на нашому заході. Будемо разом вивчати цей особливий стиль та вдосконалювати навички журналістів.

III. Практична частина (40 хвилин). Виконання завдань:

Завдання 1. Досліджуємо будову газети.

1. **Назва газети:** назва конкретної газети, наприклад «Слово Просвіти».
2. **Гасло газети:** короткий слоган або фраза, що визначає основні цінності газети.
3. **Автори газети:** різні журналісти та редактори, які пишуть для газети.
4. **Дата видання:** дата, коли газета була опублікована або виходить у світ.
5. **Номер випуску:** конкретний номер газетного випуску.
6. **Назва статті:** заголовок конкретної статті.



Малюнок 2.

Питання до учнів:

- Яка назва газети?
- Коли було опубліковано це видання?
- Знайдіть гасло. Які ідеї воно підкреслює або до чого закликає?
- Який це вид газетного видання?
- Знайдіть і прочитайте назву передової статті. Як ви її розумієте?

Завдання 2. Розгадаймо ребуси.

1. Новина.

rebus1.com / ua



2. Стаття.

rebus1.com / ua



3. Автор.

rebus1.com / ua



4. Журнал.

rebus1.com / ua

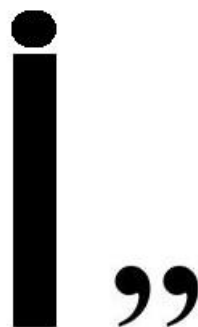


5. Сторінка.

rebus1.com / ua



4 = Р



Джерело створення ребусів: URL:<http://rebus1.com/ua>

Проблемне питання: у якому стилі мовлення засобів масової інформації транслуються ці слова найчастіше? (У публіцистичному стилі)

Завдання 3. Відредагувати газетну статтю (розділові знаки пропущено).

А на ранок коли усі поснідали у вікно постукали, і до хати зайшло семеро дужих дядьків, вбраних, як козаки, з шаблями при боці.

– Христос рождається!

– Славимо Його!

– Люди добрі ми прийшли по нашого ангелика. Він хотів подивитися, як святкують Рождество Христове. Вибачайте за клопіт. Відпустили ми його, бо дуже просився. Але нам без нього – ніяк.

– Сідайте люди добрі поснідайте.

– Се можна, згодився старший поміж ними.

– Я – Стрілець, се мої товариші – Підзирайло, Скорохід, Обпивайло, Об'їдайло, Слухайло і Дровоніс. Отаке от товариство. («Слово Просвіти», Галина Пагутяк, 2022.)

(Відредаговано:

:

А на ранок, коли усі поснідали, у вікно постукали, і до хати зайшло семеро дужих дядьків, вбраних, як козаки, з шаблями при боці. – Христос рождається! – Славимо Його! – Люди добрі, ми прийшли по нашого ангелика. Він хотів подивитися, як святкують Рождество Христове. Вибачайте за клопіт. Відпустили ми його, бо дуже просився. Але нам без нього – ніяк. – Сідайте, люди добрі, поснідайте. – Се можна, – згодився старший поміж ними. – Я – Стрілець, се мої товариші – Підзирайло, Скорохід, Обпивайло, Об'їдайло, Слухайло і Дровоніс. Отаке от товариство.)

Отже, відредагувавши газетну статтю, учні узагальнили знання про публіцистичний та художній стиль, повторили вивчене про пряму мову, діалог, цитату, підрядні речення та ін.)

Завдання 4. Скласти відповідності між заголовком статті та уривком із неї (Учні отримують картки зі завданням).

Заголовки:

1. «Спрощення процедури атестації чи все таки визнання дипломів «ДНР» і «ЛНР»?».
2. «Як мову українську упокорювали...».
3. «Роман ГРИНЬКІВ: «Бандура – це справжній оркестр, лише в мініатюрі»».
4. «ПРОТИАНГЛІЗМ від Ірини ФАРІОН».

Уривки:

1. Від імені багатотисячних колективів студентів, викладачів і співробітників переміщених закладів вищої освіти закликаємо вас підтримати нас у нашій боротьбі за збереження цілісності України й не допустити державної зради у вітчизняній освітній галузі. («Слово Просвіти», Колективи викладачів і студентів переміщених закладів вищої освіти).
2. Українське слово набирало сили на пергаментах Нестора Літописця, відточувалося у творах Григорія Сковороди, Івана Котляревського. Ми завдячуємо Тарасові Шевченку, Лесі Українці, Іванові Франкові та багатьом іншим сподвижникам, які оберігали і зберегли українську народну мову («Слово Просвіти», Петро Швець).
3. Саме з його легкої руки Бах вперше зазвучав на бандурі. С. Баштан був у цій справі першовідкривачем. Взяв поліфонічну творчість Баха, спробував її описати, зробити методичні розробки, щоб вона звучала стильно і на бандурі («Слово Просвіти», Едуард Овчаренко).
4. Англiзм *тренд* належить до найпоширеніших і зрозумілих для загалу запозичених слів з використанням у текстах різного стилю та тематики, серед яких, звісно, й освітній дискурс («Слово Просвіти»).

Завдання 5. Робота в групах.

Створення шкільної стінгазети на тему: «Вплив соціальної мережі на молодь».

Учасники поділено на групи (3-4 особи в групі).

Кожна група отримує тему для статті з актуальних подій або проблем суспільства. За певний період часу, учні повинні підготувати коротку статтю в газетно-публіцистичному стилі на задану тему (за допомогою друкованих та електронних джерел інформації). Після лідер групи представляє статтю перед класом.

Пропоновані теми:

1. **«Соціальні мережі: плюси та мінуси»:** у цій статті учень може дослідити переваги та недоліки використання соціальних мереж для молоді, розглядаючи вплив на комунікацію, навчання, інформаційний споживання тощо.
2. **«Залежність від соціальних мереж: як з нею боротися?»:** учень може розглянути проблему залежності від соціальних мереж серед молоді та надати поради щодо управління часом та зменшення впливу.
3. **«Фейк-ньюз та дезінформація в соціальних мережах»:** учень може вивчити проблему поширення фейкових новин та дезінформації через соціальні мережі та обговорити способи виявлення та запобігання цьому.
4. **«Соціальні мережі як інструмент самовираження»:** у цій статті можна розглянути, як молодь використовує соціальні мережі для самовираження та творчості, а також подати приклади успішних проєктів та ініціатив.
5. **«Освіта та навчання в епоху соціальних мереж»:** учень може дослідити, як соціальні мережі впливають на навчання та як вони можуть бути використані для покращення освітнього процесу.
6. **«Кібербулінг та соціальні мережі»:** у цій статті можна розглянути проблему кібербулінгу та впливу соціальних мереж на безпеку та благополуччя молоді.

Кроки для проведення завдання:

Підготовка теми: розподіл учнів на групи та призначення кожній групі теми для статті.

Дослідження: кожна група збирає інформацію з друкованих та електронних джерел про вплив соціальних мереж на молодь. Це може бути

статистика, експертні думки, історія успіху чи негативний вплив, аналіз відомих інцидентів і т.д.

Підготовка статті: складання короткої статті в газетно-публіцистичному стилі на основі зібраної інформації. Важливо, щоб стаття мала вступ, основну частину з аргументами, та висновок.

Представлення перед класом: кожна група представляє свою статтю перед класом, намагаючись залучити увагу аудиторії, використовуючи відомості та факти, які вони зібрали.

Обговорення: після кожного виступу відбувається обговорення, учні можуть висловлювати свої думки, коментувати презентації та задавати запитання. Статті учні пишуть на окремих аркушах, а потім вклеюють на шкільній стінгазеті.

IV. Обговорення та висновки (15 хвилин):

Після презентації групи учасників заняття обговорюють особливості кожної статті та стилістичні аспекти, які були використані.

Питання для обговорення:

1. Які основні риси газетно-публіцистичного стилю були застосовані в кожній статті?
2. Яка інформація була найбільш цікавою та переконливою?

Після вивчення та практичного використання газетно-публіцистичного стилю на нашому занятті ми виділили кілька важливих аспектів:

1) важливість об'єктивності та актуальності: газетно-публіцистичний стиль передбачає об'єктивне й актуальне висвітлення подій. Журналісти мають намір відображати об'єктивну картину світу без відчуття власної позиції, а також акцентувати увагу на свіжих подіях та темах, які цікаві для аудиторії;

2) значення стилістики та лаконічності: забезпечує використання чіткого та лаконічного мовлення. Важливо вміти вибрати слова, щоб максимально точно виразити свою думку та передати інформацію в доступній формі;

3) висока інформативність: надання максимальної кількості інформації в мінімальному обсязі. Кожне слово та фраза повинні нести значущість та важливість для читача;

4) залучення громадськості до обговорення: журналісти можуть створити платформу для обговорення актуальних проблем та подій, залучаючи громадськість до діалогу. Це сприяє формуванню загальної думки та активної участі громадян у суспільних процесах;

5) висновок: газетно-публіцистичний стиль відіграє ключову роль у сучасній журналістиці, надаючи можливість ефективно комунікувати та впливати на громадську думку. Його правильне використання дозволяє створювати високоякісні та інформативні матеріали, що є кроком у розвитку кожного майбутнього журналіста.

V. Підсумок (5 хвилин):

Оцінка й обрання найкращої статті: після всіх презентацій провести голосування чи групову дискусію для обрання найкращої статті, враховуючи якість дослідження, стиль публікації та впливовість теми.

Це заняття допоможе учням навчитися створювати публіцистичні тексти та вивчати газетно-публіцистичний стиль шляхом практичної роботи. Також це може стимулювати їхні навички дослідження та публічного виступу.

– *Сьогодні ми завершили наше заняття, присвячене вивченню газетно-публіцистичного стилю. Ми разом пройшли його важливі аспекти, зважаючи на певні особливості, та зрозуміли, що це стане цінним інструментом у нашій журналістській майстерності.*

Газетно-публіцистичний стиль відіграє надзвичайно важливу роль у сучасному інформаційному світі. Він дозволяє нам бути об'єктивними та актуальними у передачі інформації, а також дає можливість створювати якісні, зрозумілі та інформативні матеріали для аудиторії.

Газетно-публіцистичний стиль є необхідним для створення документів, які впливають на громадську думку та формують свідомість суспільства. Він дозволяє нам аналізувати та оцінювати події об'єктивно, а збагачує

мовленнєвий багаж, надаючи також нам можливість виразити свою думку чітко та лаконічно.

Наостанок, проаналізуємо наш епіграф до заняття «Журналіст – людина, яка має талант щодня заповнювати порожнечу» (Дж. Вест), як ви розумієте ці слова? (Можна вважати, що автор вказує на те, що робота журналіста полягає в здатності відзначати, розкривати та аналізувати події, навіть ті, які можуть здаватися беззмистовними на перший погляд.

Вислів «щодня заповнювати порожнечу» можна розглядати як вміння журналіста звертати увагу на те, що в інших може залишатися непоміченим чи недооціненим. Це також може вказувати на те, що вміння знаходити і розкривати історії вздовж шляхів та в кутках життя є справжнім мистецтвом, яке вимагає таланту та уважності.

Отже, ці слова можна розуміти як заохочення бачити цінність та сенс у різних аспектах життя, а також вміння журналіста долати «порожнечу» і робити це регулярно, не втрачаючи чутливості до подій навколо).

– *Нехай знання, які ви сьогодні здобули, будуть вам основою для подальшого розвитку в галузі журналістики та допоможуть вам стати успішними професіоналами. Бажаю успіхів у вашій навчальній та майбутній діяльності!*

Запрошення учнів брати участь у школах майбутніх журналістських проєктів.

VI. Домашнє завдання:

Написати коротку рефлексивну статтю «Рецензію» про свій досвід участі у занятті та власне бачення газетно-публіцистичного стилю. Це заняття допоможе учням не тільки краще зрозуміти газетно-публіцистичний стиль, а й розвине їх критичне мислення, аналітичні навички та вміння висловлювати свої думки у формі листа.

Цей день був наповнений відкриттями, натхненням та новими знаннями. Ми віримо, що кожен із вас відчув себе справжнім журналістом, який здатний

аналізувати, висловлювати власну точку зору та ділитися своїми історіями з громадськістю.

Пам'ятайте про важливість об'єктивності, глибокого аналізу та творчого підходу у вашій професійній діяльності.

Дякуємо кожному з вас за активну участь, цікаві запитання та захопливі дискусії. Бажаємо вам багато натхнення та успіхів у подальшому вивченні та розвитку журналістської майстерності.

VII. Завершення уроку.

Отже, сподіваємося, що такий позакласний захід зможуть використати у своїй педагогічній діяльності не тільки вчителі української мови та літератури, а й педагоги-організатори, діяльність яких спрямована на діяльність виховання молодого покоління у патріотичному дусі.

Висновки до третього розділу

Вивчення газетно-публіцистичного стилю один з аспектів навчання в загальноосвітніх школах, а позакласні відіграють значну роль у підвищенні ефективності цього процесу. Позакласні заходи, пов'язані з газетно-публіцистичним стилем, заохочують учнів до активного навчання і вивчення української мови та літератури, сприяють розвитку креативності та критичного мислення учнів, надають можливість практикуватися в написанні статей, рецензій, інтерв'ю та інших текстах, які вимагають цього стилю. У підготовці і створенні газетно-публіцистичних матеріалів учні можуть навчитися працювати в команді, ділитися ідеями, обговорювати важливі теми, навчитися аргументувати свою думку, правильно структурувати текст та впливати на свою аудиторію.

Позакласний захід на тему «Журналістська майстерність: вивчення газетно-публіцистичного стилю» — корисний інструмент для розвитку учнівських навичок у написанні текстів у цьому стилі. Учасники заходу мали можливість ознайомитися з основами журналістики та газетно-публіцистичного стилю, їх особливостями та вимогами. Практичні вправи та завдання дозволили

учням отримати навички писати в газетно-публіцистичному стилі, навчитися структурувати текст, формулювати заголовки, використовувати ефективні стилістичні прийоми для привертання уваги читачів, аналізувати інформацію, оцінювати її достовірність та переконливість. Учні мали змогу висловити свої думки, почуття та ідеї через написання текстів різних жанрів журналістики, зокрема статті, інтерв'ю, рецензії тощо. Захід сприяв формуванню учнівської медіаграмотності – здатності ефективно використовувати різноманітні медіа-ресурси, критично сприймати інформацію з різних джерел, розрізняти факти від думок.

Отже, позакласний захід має багато переваг і може бути важливим для навчання та розвитку учнів у сфері журналістики і медіа. Він сприяє виробленню ключових навичок, найважливіших для сучасного інформаційного суспільства і створює стимули для подальшої самореалізації та професійного зростання учнів.

ВИСНОВКИ

Газетний дискурс доступний для широкої аудиторії. Газети можуть поширювати паперовими виданнями, а також через онлайн-платформи, що дозволяють забезпечити доступ до інформації практично будь-якому користувачеві. Дискурс відіграє суттєву роль у поширенні публічної інформації та розвитку громадянського суспільства. Українська мова у газетах використовується як засіб спілкування та інформування широкої аудиторії, а також сприяє утриманню національної ідентичності. Редактори та журналісти відіграють важливу роль у збереженні та розвитку української мови, встановлюють мовні стандарти та норми для газетного простору. Газети є важливим елементом публіцистичного стилю української мови, що впливає на суспільні процеси, формує громадську думку та забезпечує доступ до актуальної інформації.

Газети – джерело новин, аналітики, коментарів, що дозволяє їм забезпечити доступ до актуальних подій та фактів національного та міжнародного рівнів. Це робить газетний дискурс не тільки засобом інформування, але й інструментом формування громадської думки та свідомості. Газетний дискурс має великий потенціал впливу на читачів.

Сугестивність газетного дискурсу аспект, що впливає на сприйняття та сприйнятливність читачів до інформації. Газетні статті, репортажі, коментарі та інші матеріали можуть містити елементи, які намагаються переконати або нав'язати певні погляди, думки або дії. Природа газетного дискурсу як жанру публіцистики спрямована на передачу інформації та аналіз подій, але журналісти, редактори та автори різних матеріалів можуть використовувати прийоми та мовні засоби, щоб суттєво вплинути на читачів. Сугестивність газетного дискурсу може бути як позитивною, так і негативною. Використання у газетному дискурсі для збагачення інформації та заохочення критичного мислення, допоможе читачам усвідомити складні проблеми та різноманітні погляди. Однак негативна сугестивність може призвести до маніпуляції думками, отримання неправдивої інформації та спотворення дійсності.

У тижневику «Слово Просвіти» основною функцією заголовка є привернення уваги читача і виклик бажання дізнатися більше про статтю або новину. Вони повинні максимально ефективно передавати ключові елементи інформації; структурувати контент. Заголовки допомагають читачам швидше орієнтуватися в газеті та знаходити тематично цікаві статті. Вони служать як навігаційні покажчики і допомагають читачам зосередитися на певних темах; вираження стилю і тону: вибір слів і тон заголовка може впливати на сприйняття новини, стиль публікації може бути формальним, інформативним, або ж, навпаки, здатним зацікавити та збудити емоції.

Комунікативна інтенція – це одна з важливих категорійних величин синтаксису. Тут виразно представлено план змісту (спонукати, запитати, побажати, емоційно відреагувати на щось) та план синтаксичної репрезентації. Інтенція – це осмислений намір мовця, який зумовлює комунікативні стратегії, мету мовлення та способи його здійснення. Використання синтаксичних конструкцій відображає певний рівень лінгвокреативних можливостей та комунікативної компетентності адресантів. Широкий спектр інтенцій виявляється в контексті жанрової диференціації та комунікативних реєстрів мовлення. Завдяки живому, доступному та емоційно забарвленому стилю подання інформації газети можуть створити певний настрій чи враження у своїй аудиторії.

Досліджено спонукальні та питальні речення. Особливість спонукальних речень полягає у тому, що засобом реалізації слугують спонукальні висловлення з присудком наказового способу. Інтенція спонукання може відображати різні за інтенсивністю та синтаксичною організацією волевиявлення мовця, наприклад, наказ як одну з категоричних форм спонукання, що спрямована на негайне виконання якоїсь дії з боку співрозмовника, чи як – ввічливе прохання, пораду, пропозицію. Спонукальні конструкції в тижневику «Слово Просвіти» – потужний інструмент для впливу на аудиторію та досягнення певних цілей комунікації.

Питальні речення виражають потребу мовця одержати конкретну інформацію, спонукати до мовлення, формальними показниками якої є питальні слова. Запитальні заголовки або лінії в статтях створюють інтригу і викликають бажання отримати відповіді. Це може спонукати людей читати статтю, навіть якщо вона здається не такою цікавою на перший погляд.

Вивчення газетно-публіцистичного стилю представлено в загальноосвітніх школах, позакласні заходи можуть відіграти значну роль у підвищенні ефективності цього процесу. Вони можуть допомогти учням збагатити свої знання про газетно-публіцистичний стиль, надати можливість практикуватися в написанні різних видів текстів, які вимагають цього стилю. Такі заходи можуть також сприяти розвитку креативності та критичного мислення учнів.

Участь у позакласних заходах, пов'язаних із створенням матеріалів у газетно-публіцистичному стилі, дасть учням можливість покращити свої комунікативні навички, навчитися аргументувати свою думку, правильно структурувати текст та впливати на аудиторію. При підготовці і створенні газетно-публіцистичних матеріалів учні можуть навчитися працювати в команді, ділитися ідеями, обговорювати важливі теми. Це сприяє формуванню в їх соціальним вмінням, які будуть корисними в їх подальшому житті.

Позакласні заходи, пов'язані з газетно-публіцистичним стилем, можуть допомогти учням залучитися до громадського життя школи та внести свій внесок у підтримку інформаційної активності шкільного середовища.

Позакласний захід на тему «Журналістська майстерність: вивчення газетно-публіцистичного стилю» корисний та плідний інструмент для розвитку учнівських навичок у написанні текстів у цьому стилі. Учасники заходу мали можливість ознайомитися з основами журналістики та газетно-публіцистичного стилю, їх особливостями та вимогами. Це допомогло розширити їхні знання про медіа та процес створення інформаційних матеріалів. Практичні вправи та завдання на заході дозволили учням активно писати в газетно-публіцистичному стилі. Вони навчилися структурувати текст, формулювати заголовки, використовувати ефективні стилістичні прийоми для привертання уваги читачів.

Під час обговорення актуальних тем і взаємного обґрунтування своїх поглядів учасники заходу навчилися аналізувати інформацію, оцінювати її достовірність та переконливість. Учні мали змогу висловити свої думки, почуття та ідеї через написання текстів різних жанрів журналістики, таких як статті, інтерв'ю, рецензії тощо. Захід сприяв формуванню учнівської медіаграмотності, здатності ефективно використовувати різноманітні медіа-ресурси, критично сприймати інформацію з різних джерел, розрізняти факти від думок.

Отже, позакласний захід сприяє виробленню важливих навичок для сучасного інформаційного суспільства, створює стимули для подальшої самореалізації та професійного зростання учнів.

Перспективу наукового дослідження формує подальше вивчення комунікативно-прагматичного потенціалу газетного дискурсу в аспекті експресивності, інтенційності та сугестивності, водночас ширше використання публіцистики в закладах загальної середньої освіти для формування національно свідомих громадян України. Організація додаткових позакласних заходів сприятиме розвитку пізнавального інтересу учнів, спрямованого на поглиблення знань з української мови та історії України загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Азарова Л. Є. Складні слова в українській мові : структура, семантика, концепція «золотої» пропорції : монографія. Вінниця : Універсум-Вінниця, 2010. 222 с.
2. Антонюк Н. Цвіт папороті Параски Хоми. *Слово Просвіти*. Всеукраїнський культурологічний тижневик. 2010. № 27. 6–14 лип. С. 16.
3. Баган М. Заперечення у заголовків сучасних ЗМІ. *Культура слова*. 2012. № 77. С. 153 – 157.
4. Бахтін М. М. Висловлювання як одиниця мовленнєвого спілкування./ *Слово. Знак. Дискурс. Антологія Світової літературно-критичної думки ХХ ст.* / за ред. М. Зубрицької. – 2-е вид., доповн. – Львів: Літопис, 2011. – С. 406 – 415.
5. Бацевич Ф. С. Лінгвістична генологія : проблеми і перспективи. Львів: ПАІС, 2015. 264 с.
6. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Академія, 2004. 342 с.
7. Беднарчик Р. М. Газетний текст у медіалінгвістичному дискурсі. *Студентські наукові записки*. Серія «Філологічна». Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія». Вип. 4, 2011. С. 9–13.
8. Безугла Л. Р., Романченко І. О. Лінгвопрагматика дискримінації у публіцистичному дискурсі: монографія. Харків: ФОП Лисенко І. Б., 2013.
9. Бондарчук Н. І. Засади трансформації системи публіцистичних жанрів. *Науковий вісник Чернівецького університету*: зб. наук. пр. Германська філологія. 2014. Вип. 690-691. С. 71 – 74.
10. Брухаль Я. Б. Комунікативний підхід до вивчення публіцистичного дискурсу. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя*. Серія «Філологічні науки». 2014. – Кн. 2. С. 23 – 28.
11. Букет Є. Українські скаути ХХІ століття. *Слово Просвіти*. – 2013. – 22–28 січня. С. 23 – 24.

12. Василенко М. К. Проблеми жанрової ідентифікації аналітичної статті. *Образ*. Вип. 15, 2014. С. 73 – 80.
13. Вихованець І. Р. Граматика української мови. Синтаксис : підручник. Київ: Либідь, 1993. 368 с.
14. Граматика сучасної української літературної мови. Морфологія [автори: І. Р. Вихованець, К. Г. Городенська, А. П. Загнітко, С. О. Соколова; за ред. К. Г. Городенської]. К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2017. 752 с.
15. Вишневський О. І. Теоретичні основи сучасної української педагогіки. Посібник для студентів вищих навчальних закладів. Дрогобич: Коло, 2006. 326 с.
16. Гладкий М. Мова нашої преси. *Червона преса*. 1927. № 3/4. С. 26 – 30.
17. Гладкий М. Синтаксис нашої газетної мови. *Червона преса*. 1927. № 8/9. С. 59 – 63; № 10. С. 41 – 45.
18. Городиловська Г. Проблема стилів в українському мовознавстві. URL : http://old.journ.lnu.edu.ua/movazmi/body/visnyk23/Statti_Horodylovska.htm
19. Гусак О. О. Заголовок як інструмент збільшення відвідуваності сайту інтернет-ЗМІ. *Держава та регіони*. Серія : Соціальні комунікації. 2013. № 2(14). С. 70–73.
20. Дацишин Х. Мовні маніпуляції в заголовках інтернет-версії телевізійних новин (на прикладі інтернет-сторінки програми «ТСН»). *Теле- та радіожурналістика*. 2014. Вип. 13. С. 204 – 209.
21. Деркач Д. В. Мас-медійний жанр ток-шоу: природа, функції, аспектологія дослідницького пошуку. Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика. Київ, 2013. Вип. 26. С. 41 – 47.
22. Дедушкіна А. В. Проблеми ефективності заголовків новин в інтернет-ЗМІ. *Обрії друкарства*. 2014. № 1(3). С. 234 – 242.
23. Діденко М. О. Політичний виступ як тип тексту (на матеріалі виступів німецьких політичних діячів кінця 20 століття) : дис. канд. філол. наук : спец. 10.02.04. Одеса, 2021. 214 с.

24. Дудик П. С. Стилїстика української мови : навчальний посібник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2015. 368 с.
25. Єрмоленко С. Я. Публіцистичний стиль. *Українська мова* : енциклопедія, 3-тє вид., зі змінами і допов. / голова ред. кол. В. М. Русанівський. Київ : Українська енциклопедія ім. М.П. Бажана, 2017. С. 562.
26. Жовтобрюх М. А. Мова української періодичної преси (кінець XIX – поч. XX ст.). К.: Наукова думка, 1970. 304 с.
27. Жулавська О. О. Актуалізація концепту тероризм у британському газетному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.04. Харків, 2011. 20 с.
28. Заболотська О. О. Типологія комунікативних інтенцій. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: «Лінгвістика». 2015. № 22. С. 172 – 179.
29. Загнітко А. П. Сучасний політичний газетний дискурс: риторика і синтаксис. *Донецький вісник Наукового товариства ім. Т. Шевченка*. Донецьк: Східний видавн. дім, 2007. Т. 16. С. 5 – 19.
30. Загнітко А. П. Теоретична граматика сучасної української мови. Морфологія. Синтаксис. Донецьк: БАО, 2011. 992 с.
31. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості. Львів: ПАІС, 2004. 268 с.
32. Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети: навчальний посібник. Київ: Знання, 2020. 222 с.
33. Іванова І. Б. Дискурс, текст, стиль: модель лінгвістичного дослідження реклами. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. Серія: Філологічні науки. 2015. Вип. 5. С. 33 – 40.
34. Калиниченко А. Заголовок як важливий інструмент привернення уваги до новини в онлайн-ЗМІ. *Science Online: International Electronic Scientific Journal*. 2018. № 12. URL: <https://nauka-online.com/ua/publications/sotsialnye-kommunikatsii/2018/12/zagolovok-kak-vazhnyj-instrument-privlecheniya-vnimaniya-knovosti-v-onlajn-smi/>.

35. Калиновська О. В. Лексико-семантичний аналіз газетно-публіцистичного дискурсу 70-х рр. *Наукові записки НаУКМА: Філологічні науки*. - 2016. - Т. 20. С. 19-23.
36. Каранська М. І. Синтаксис сучасної української літературної мови. Київ: 2017.
37. Карпенко Ю. В. Газетний дискурс як тип масово-інформаційного дискурсу. *Studia Linguistica*, 2018. Vol. 12: 38-49. URL : http://studialinguistica.knu.ua/wpcontent/uploads/2018/11/Studia_Linguistica_12-min.pdf
38. Категорія «сугестія» та її супідрядні поняття. *Філологічні студії*. Вип.10. К.: ВПЦ «Київський університет», 2007. С.160 – 164.
39. Ковалевська А. В. Метамоделі лінгвістичної сугестивності політичних рекламних слоганів: автореф. дис. канд. філол. наук : 10.02.01. Одеса, 2011. 24 с.
40. Колесник І.Г. Позакласна робота старшокласників. К.: Знання, 1967. 48 с.
41. Кондратенко Н. В. Питальні речення в українському поетичному мовленні : автореф. дис. канд. філол. наук : 10.02.01. Одеса, 2011. 16 с.
42. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту : навч. посіб. Київ: Знання, 2018. 423 с.
43. Крейг Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. Київ: Києво-Могилянська академія, 2007. 324 с.
44. Курило О. Й., Розман І. І. Вербальні та невербальні аспекти культури спілкування. *Молодий вчений* : науковий журнал. Херсон: Гельветика, 2017. № 4.3. С. 114 – 118.
45. Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика : навчальний посібник. Вид. 2-ге. Київ: Вища школа, 2006. 311 с.
46. Мацько Л.І., Сидоренко О. М., Мацько О.М. Стилїстика української мови. Київ: Вища школа, 2003. 462 с.

47. Мельничайко В. Я. Лінгвістичний аналіз художнього тексту: завдання і методи. Теорія і практика лінгвістичного аналізу художнього тексту. Тернопіль: Лілея, 1997. С. 25 – 59.
48. Методика викладання української мови в середній школі / ред. І. С. Олійник. Київ : Вища школа, 1989. 437 с.
49. Найдьонова Л. А. Психологічні механізми медіа освіти дітей різного віку. Особистість у єдиному освітньому просторі: збірник наукових тез, 1. Запоріжжя, 2012. С. 135 – 139.
50. Нарушевич-Васильєва О.В. Категорія спонукальності у прагматистичному аспекті : автореф. дис. канд. філол. наук : 10.02.01. Одеса, 2012. 20 с.
51. Нелюба А. М. Явища економії в словотвірній номінації української мови. Харків, 2017. 302 с.
52. Омельчук С. А. Сучасна українська лінгводидактика : норми в термінології і мовна практика фахівців : монографія. Київ: ВД «Києво-Могилянська академія», 2019. 356 с.
53. Остапенко Н. М., Симоненко Т. В., Руденко В. М. Технологія сучасного уроку рідної мови: навч. посіб. К.: ВЦ «Академія», 2016. 248 с.
54. Пентилюк М. І. Актуальні проблеми сучасної лінгводидактики : збірник статей. К.: Ленвіт, 2011. 256 с.
55. Плиско К. Принципи, методи і форми навчання української мови (теоретичний аспект) : навч. посіб. Х. Основа, 1995. 240 с.
56. Попович А. С. Методика навчання української мови в старших класах : навчально-методичний посібник для студентів. Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2014. 95 с.
57. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ: «Київський університет», 1999, 308 с.
58. Програма для профільного навчання учнів загальноосвітніх навчальних закладів. Українська мова. 10 – 11 класи. Філологічний напрям, профіль – українська філологія. Профільний рівень. Л.І. Мацько, О.М. Семеног

та ін. К.: Грамота, (затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 23.10.2017 №1407).

59. Проценко О. В. До проблеми вивчення функціональних стилів у вищій школі. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2013. Вип. 6. с. 269–274.

60. Русова С. Нова школа соціального виховання. Український освітній журнал. 1994. № 1. С. 19.

61. Селіванова, О. О. Основи теорії мовної комунікації : підручник. Черкаси: Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.

62. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава: Довкілля, 2018. 712 с.

63. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля. Київ, 2016. 716 с.

64. Семеног О. М., Дятленко Т. І., Білясник М. Д., Волницька В. В. Українська мова: підручник для 5 класу закладів загальної середньої освіти. Тернопіль: Астон, 2022. 336 с.

65. Семеног О. М. Українська лінгводидактика: навч. посіб. Суми: Видавництво СумДПУ ім. А.С.Макаренка, 2018. 224 с.

66. Семеног О. М., Ячменик М. М. Мовно-методична підготовка майбутнього вчителя-словесника до використання засобів медіаосвіти: монографія. Суми: Видавництво Сум ДПУ імені А. С. Макаренка, 2019. 211 с.

67. Семенюк І. С. Функціональні особливості сучасної газетної публіцистики. *Культура народу Причорномор'я*. 2012. С. 235.

68. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище : методологія, архітектоніка, варіативність : (на матеріалах сучасної газетної публіцистики) : монографія / за ред. В. Різуна. Київ, 2012. 392 с.

69. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний жанрово-лінгвістичний аспекти: на матеріалі політичного різновиду українського масово-

інформаційного дискурсу): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук. Київ. 2003. 32 с.

70. Скаб М. С. Граматика апеляції в українській мові. Чернівці: Місто, 2002. 272 с.

71. Словник-довідник з української лінгводидактики: навч. посіб. / за ред. М. І. Пентиліук. К.: Ленвіт, 2015. 320 с.

72. Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства : матеріали Всеукраїнської наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників та студентів факультету іноземної філології та соціальних комунікацій. Суми, 19-20 квітня 2013 р. / Відп. за вип. В. В. Опанасюк. Суми. 2013. С. 85 – 86.

73. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації) : монографія. 2-ге вид., перероб. Київ: Пугач, 2005. 388 с.

74. Стратегічні напрями розвитку сучасної української лінгводидактики : монографія / за ред. Е. Палихати, О. Петришиної. Тернопіль: Підручники і посібники, 2021. 352 с.

75. Сухомлинський В. О. Вибрані твори. У 5-ти томах. К.: 1976, т.2.

76. Сучасна українська мова : підручник. О. Д. Пономарів, В. В. Різун та ін. / за ред. О. Д. Пономарева, 4-те вид. Київ: Либідь, 2018. 488 с.

77. Терещенко Л. Я. Мовна особистість брехуна: на перехресті когінції та комунікації. *Наукові записки національного університету «Острозька академія»*. Серія: Філологічна. Острог, 2010. Вип. 16. С. 295 – 303.

78. Українська мова 10 клас. Профільний рівень, українська філологія: навчально-методичний посібник / Л. І. Мацько, О. М. Семеног, Н. Б. Голуб, Ю. О. Романенко, О. М. Мацько / за ред. Л. І. Мацько. – К.: Дивослово, 2020. 520 с.

79. Христіанінова Р. О., Загороднова В. Ф., Глазова С. М. та ін. Мовні одиниці у газетному дискурсі початку ХХІ століття : колективна монографія. Мелітополь: Видавничий будинок Мелітопольської міської друкарні, 2017. 157 с

80. Чугу С. Д. Вербалізація комунікативної стратегії переконування в художньому тексті: лінгво-прагматичний аспект. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету*: Серія: Філологічні науки (мовознавство). Вінниця, 2017. Вип. 25. С. 114 – 121.

81. Чугу С.Д. Вербальні засоби реалізації комунікативної стратегії впливу в політичному дискурсі: лінгво-прагматичний аспект. *Наукові записки*: Філологічні науки. Кропивницький, 2017. Вип. 153. С. 343 – 348.

82. Шабат-Савка С. Т. Категорія комунікативної інтенції в українській мові: монографія. Чернівці: Букрек, 2014. 412 с.

83. Шабат-Савка С. Т. Категорія комунікативної інтенції : типові вияви та синтаксична реалізація в сучасній українській мові. *Українська мова*. 2013. № 1. С. 105 – 113.

84. Шабат-Савка С. Т. Українськомовний питальний дискурс: монографія. Чернівці: ЧНУ ім. Ю. Федьковича, 2019. 332 с.

85. Шевченко І. С., Морозова О. І. Проблеми типології дискурсу. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : кол. монографія / під заг. ред. Шевченко І. С. Харків: Константа, 2015. С. 233 – 237.

86. Шевченко Л.І. Медіалінгвістика в сучасній Україні: аналіз ситуації. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. Київ, 2013. Вип. 26. С. 3 – 12.

87. Шевченко О. І. Телеологічна зумовленість актуалізації семантичного потенціалу текста (на матеріалі англomовного публіцистичного дискурсу). *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки*. Філологічні науки. Мовознавство. Луцьк, 2011.

88. Шевчук С. В., Клименко І. В. Українська мова за професійним спрямуванням : підручник, 2-ге вид., виправ. і доповнен. Київ: Алерта, 2011. 696 с.

89. Як розпізнати фейкові новини та статті. URL: <https://nachasi.com/2017/08/01/antifake-faq>.

90. Dernbach Beatrice, Loosen Wiebke // Didaktik der Journalistik: Konzepte, Methoden und Beispiele aus der Journalistenausbildung // Springer Fachmedien Wiesbaden 2012 // S. 473
91. Duran J. M. The Analysis of Political Discourse Applied to Bush's and Kerry's Speeches. Systemic Functional Linguistics in Use. Odense Working Papers in Language and Communication. 2008.
92. Patrone T., Formosa P., Goldman A. Politics and Teleology in Kant. Cardiff : University of Wales Press, 2014.
93. Fetzer A., Weizman E., Berlin L. N. The Dynamics of Political Discourse: Forms and functions of follow-ups. Amsterdam : John Benjamins Publishing, 2015.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Слово Просвіти» – культурологічний тижневик / гол. ред. Л. В. Голота. 2011. URL : <http://slovoprosvity.org/archive/2011-rik/>
2. «Слово Просвіти» – культурологічний тижневик / гол. ред. Л. В. Голота. 2014. URL : <http://slovoprosvity.org/archive/2014-rik/>
3. «Слово Просвіти» – культурологічний тижневик / гол. ред. Л. В. Голота. 2017. URL : <http://slovoprosvity.org/archive/2017-rik/>
4. «Слово Просвіти» – культурологічний тижневик / гол. ред. Л. В. Голота. 2020. URL : <http://slovoprosvity.org/archive/2020-2/>
5. «Слово Просвіти» – культурологічний тижневик / гол. ред. М. І. Цимбалюк. 2021. URL : <http://slovoprosvity.org/archive/2021-2/>
6. «Слово Просвіти» – культурологічний тижневик / гол. ред. М. І. Цимбалюк. 2022. URL : <http://slovoprosvity.org/archive/2022-2/>

15.12.2023

(дата)

(підпис)