



# ГРАМАТИЧНА СТИЛІСТИКА

---

Мирослава Баган

## ЗАПЕРЕЧЕННЯ У ЗАГОЛОВКАХ СУЧАСНИХ ЗМІ

Заголовок — важлива частина газетного тексту, яка не тільки концентровано репрезентує його зміст, а й налаштовує сприймачів на певний спосіб осмислення порушеної проблеми, задає емоційно-оцінну тональність її потрактування. Заголовок кваліфікують як ключ до інтерпретації тексту (У. Еко), його рекламну «приманку» (Р. Барт). Він має зацікавлювати читачів, привертати їхню увагу до публікації. Для емоційно-прагматичного увиразнення заголовків журналісти вдаються до мовної гри, іронічного переосмислення слів, використовують цитати та алюзії, що викликають різноманітні асоціації з текстами-джерелами.

Важливу роль у творенні ефектних, виразних заголовків відіграє заперечення. Деякі дослідники вважають його неконструктивним способом називання об'єктів і явищ дійсності, мотивуючи свою позицію тим, що заперечення лише відкидає певну ознаку і не забезпечує конкретної характеристики позначуваного об'єкта (Б. Рассел). Наприклад, визначення *несолоний* відкидає ознаку солоності чого-небудь, але не з'ясовує, який же його смак насправді. Проте заперечення зручне й ефективне саме для творення заголовків, оскільки вони не передбачають вичерпного опису чого-небудь, а лише окреслюють ідею або проблематику тексту, задають напрямок його інтерпретації.

На основі заперечення постають кілька типів заголовків: 1) оцінні заголовки, 2) настановчі заголовки, 3) заголовки-протести й 4) заголовки-парафрази.

Оцінні заголовки можуть мати негативне або позитивне забарвлення. Негативною оцінкою марковані здебільшого ті з них, у яких наголошено на відсутності важливої ознаки у когось або чогось, пор.: *Непокарана бездіяльність* («Львівська газета»); *Неспортивна поведінка* («Україна молода»); *Не наша історія* («День»); *Не креативно!* («День»). Заперечна частка або заперечний префікс можуть стосуватися не лише прикметників, займенників та прислівників, а й іменників. Наприклад, заголовок *Не Висоцький!* («День») декларує негативну оцінку нового російського фільму з огляду на те, що відомого поета, співака й актора в ньому зображено необ'єктивно.

Щоб увиразнити брак якоїсь важливої ознаки, яка є очікуваною, бажаною, але, на жаль, не втіленою в життя, журналісти нерідко виділяють заперечний компонент дужками або дефісом, пор.: *(Не)надійна інвестиція* («День»); *Не-європейська Україна* («День»). Так вони загострюють увагу на невідповідності між сподіваною і реальною ситуацією, надають публікації полемічнішого звучання.

Заперечення в оцінних заголовках використовують не тільки для викриття негараздів, а й для увиразнення надзвичайності чого-небудь. Такі заголовки можуть передавати і негативне, й позитивне ставлення автора. Здебільшого вони мають форму протиставної конструкції, у якій відкинено стандартне визначення, натомість запропоновано містку метафоричну характеристику означуваного, пор.: *Не атракціон — армагеддон...* («Високий замок»); *Це не притулок, а рай для чотирилапих* («Високий замок»); *Не гриби, а бойові снаряди!* («Високий замок»); *Не пекарня, а справжній театр за склом...* («Високий замок»).

Наставовчі заголовки із запереченням відбивають основну ідею превентивних текстів, що застерігають читачів від виконання певних дій, пор.: *Не збіднюймо себе* («День»); *Не порушуй...* («Дзеркало тижня»); *Не продай голос, бо так продаси душу* («Україна молода»); *Не чіпляйте на дітей золоті прикраси* («Високий замок»); *Не забудьте вдома ні «голови», ні документів* («Високий замок»). Характерно, що психологи

радять уникати заперечних настанов, оскільки ними можна досягти протилежного ефекту, бо людська підсвідомість не сприймає заперечення і передусім фіксує те, що стоїть за ним (А. К. Бакиров, А. В. Котлячков, С. А. Горин). Проте в заголовках заперечні імперативи звучать досить переконливо. Вони здебільшого графічно виділені на тлі тексту й аргументовані його змістом.

Настановчий характер мають також заголовки, утворені на основі словосполучення *не місце*: *Залізнична колія — не місце для прогулянок* («Високий замок»); *Куриця тут не місце* («Львівська газета»).

Деякі настановчі заголовки не застерігають від виконання конкретних дій, а повідомляють про неможливість реалізації чого-небудь і в такий спосіб корегують поведінку сприймачів інформації. Такі заголовки виражені заперечними реченнями, головним членом яких є дієслово у формі майбутнього часу: *Квартиру за готівку після Нового року не купиш* («Високий замок»); *Материнське серце не обманеш* («Високий замок»). Досить категорично відмовляють читачів від хибних припущень заголовки, що містять компоненти *не можна*, *неможливо*: *Не можна недооцінювати небезпеку комунізму* («День»); *Становлення нації без мови неможливе* («Дзеркало тижня»). М'якше звучать рекомендації з компонентом *не варто*: *Правами нацименишин зловживати не варто* («День»); *Товстунам не варто літати* («Львівська газета»).

У мові сучасних ЗМІ частотні настановчі заголовки, у яких заперечну функцію виконує вигук *зась*, ужитий у предикатній позиції, пор.: *На «Бандерштаті-2011» — алкоголю «зась»!* («Високий замок»); *Гарні очі показувати зась!* («Високий замок»). Використання розмовного елемента в заголовках зумовлене потребою емоційно-експресивного увиразнення основної ідеї тексту. При цьому одні заголовки з компонентом *зась* безпосередньо застерігають від виконання певних дій (*Перехилив чарочку — за кермо зась!* — «Високий замок»), інші лише повідомляють про певні превентивні заходи. Наприклад, заголовок *Зась обіймам на робочому місці* («День») експресивно й водночас лаконічно відбиває суть публікації про прийняття директиви, що забороняє сексуальні домагання на робочих

місцях у країнах Євросоюзу, а заголовок *Дорогі авто для чиновників зась* («Львівська газета») емоційно ілюструє замітку про постанову Кабміну, що обмежує витрати державних коштів на утримання органів державної влади. Отже, заголовок із запереченням ефективно акцентує увагу читачів передусім на втрачених можливостях у зв'язку з певними суспільними нововведеннями.

Заголовки-протести передають категоричне неприйняття автором або певною спільнотою негативних явищ чи тенденцій. Стрижневим компонентом таких заголовків здебільшого є заперечна частка *ні*, вжита в предикатній позиції, пор.: *«Ні» концептуальній русифікації* («День»); *«Ні» навколишнім негараздам!* («День»); *Наше рішення «ні» закону про наклеп!!!* («Високий замок»). Такі заголовки відзначаються емоційно-оцінною маркованістю та прагматичною наснаженістю. Протест у заголовках передають також прислівником *досить*, ужитим у предикатній позиції (*Досить футболити культуру* — «Високий замок»); *Досить нас уже ганьбити, у нас вчаться ваші діти!* — «Високий замок») та дієсловами із запереченням (*не дозволимо, не дамо*), пор.: *Не дозволимо цькувати видатного хірурга академіка Павловського* («Високий замок»); *Не дамо знищити нашу сім'ю!* («Високий замок»); *Не дамо аферистці керувати!* («Високий замок»). До заголовків-протестів вдаються, щоб привернути увагу читачів до особливо обурливих реалій сьогодення.

Окремий тип заголовків із запереченням становлять заголовки-парафрази, у яких за допомогою заперечного компонента трансформовано фразеологізми, цитати, крилаті вислови. Наприклад, перефразовуючи фразеологізм *третій зайвий*, журналіст називає статтю *Третій не зайвий* («Закон і бізнес»). На ґрунті фразеологізму *кара Божя* постає заголовок *Кара не Божя* («Львівська газета»). Автори порушують граматичним негатором цілісну структуру фразеологізмів для того, щоб акцентувати увагу на нетривіальності описуваної ситуації або на нетрадиційному, новаторському підході до розв'язання висвітлюваної у статті проблеми.

Найчастіше заперечної трансформації зазнають цитати, афоризми, крилаті вислови, пор.: *Дніпро не реве, а тільки*

стогне («День»); **Не** все геніальне просте («День»); **Не** втомлені осіннім сонцем... («Високий замок»); *Найкращі друзі жінок — не тільки діаманти* («Високий замок»). Використання заперечного оператора у складі відомих висловів зумовлене бажанням автора привернути увагу читачів до чогось нестандартного. Такі заголовки завжди інтригують, зацікавлюють, оскільки натякають на те, що текст містить нову, можливо, сенсаційну інформацію.

До трансформації узвичаєних номінацій журналісти вдаються тоді, коли описують неймовірні перипетії в житті людей. Наприклад, публікацію про нелегку долю ударниці-буряківниці Марії Демченко названо **Не просто Марія** («День»), а замітку про дивака-одесита, який живе в голуб'ятні, озаголовлено **Не Карлсон, який живе на даху** («Високий замок»).

Отже, широке використання заперечних конструкцій у заголовках зумовлене зручністю для означення ними неналежних та надзвичайних реалій сьогодення. Заперечення надає заголовкам полемічного характеру, оригінального та експресивного звучання. Такі заголовки інтригують читачів, спонукають їх до неупередженого та критичного осмислення проблем.

Лариса Кислюк

## АКТИВНІ СЛОВОВІРНІ МОДЕЛІ В ІДІОЛЕКТІ ВАСИЛЯ СТУСА

Термін *ідіолект* трактують як «сукупність текстів, породжуваних мовцем і досліджуваних лінгвістом з метою вивчення системи мови» (Ставицька Л. Про термін ідіолект // Українська мова. — 2009. — №4. — С. 3). Як синонім використовують вислів «мовна практика окремого носія мови» (Єрмоленко С. Я., Бирик С. П., Тодор О. Г. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів. — К., 2001. — С. 67).

У контексті аналізу явищ сучасної словотвірної номінації розглядаємо елементи 'система — узус — ідіолект'