

СИНТАКСИЧНІ ЗАСОБИ СТИЛІСТИЧНОЇ ТОНАЛЬНОСТІ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ЖАНРУ «ГЛОСА»

SYNTAX MEANS OF THE STYLISTIC TONALITY OF THE PUBLICISTIC GENRE “GLOSS”

Павлик В.І.,

orcid.org/0000-0003-0894-7808кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри філології та перекладу

Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Стаття присвячена дослідженню синтаксичних засобів стилістичної тональності текстів публіцистичного жанру «гласа». Основна увага приділяється аналізу засобів вираження іронічної тональності, як ключового елементу стилістичної побудови текстів цього жанру. У дослідженні розглянуто специфіку таких синтаксичних стилістичних засобів, як повтори різних типів (рамковий повтор, анафора, епіфора, контактний повтор) та парантези, що використовуються для створення експресивності та виокремлення іронічного забарвлення. Ці засоби не лише створюють експресивність текстів, але й акцентують іронічне забарвлення, яке є невід'ємною частиною жанру «гласа».

Жанр «гласа» розглядається як аналітично спрямована форма публіцистичних текстів, що поєднує критичне осмислення суспільних явищ, подій чи поведінки з дотепністю й емоційною насиченістю. Тексти глас вирізняються своєю структурованістю, лаконічністю та логічною чіткістю, що сприяє досягненню основної мети – емоційного та інтелектуального впливу на читача.

Особливу увагу приділено ролі комунікативно-прагматичного аспекту текстів глас, який забезпечує ефективне апелювання до цінностей і очікувань цільової аудиторії. У статті підкреслюється важливість аксіологічного простору, створюваного авторами текстів, через який реалізується іронічна критика суспільних реалій. Важливими є приклади використання у текстах повторів і парантез, які допомагають зосередити увагу читача на найважливіших аспектах критики.

Іронічна стилістична тональність жанру «гласа» дозволяє автору висловити приховану негативну оцінку явищ, що аналізуються та стимулює читача до активного мислення та інтерпретації тексту. Розуміння іронічних текстів глас вимагає від аудиторії високого рівня освіченості та здатності декодувати приховані смисли.

Дослідження демонструє, що використання синтаксичних стилістичних засобів, таких як анафора, епіфора, контактний повтор і парантези, дозволяє створювати ефект іронічного впливу, посилюючи комунікативний потенціал текстів глас. Завдяки цьому жанр «гласа» відіграє важливу роль у формуванні громадської думки, адже такі тексти слугують платформою для осмислення та критики актуальних соціальних явищ.

Ключові слова: стилістика, публіцистика, гласа, тональність, іронія, синтаксичні засоби, комунікативна прагматика.

The article is devoted to the study of syntactic means of stylistic tone of texts of the publicistic gloss genre. The main attention is paid to the analysis of the means of expressing ironic tonality as a key element of the stylistic construction of texts of this genre. The study examines the specifics of such syntactic stylistic devices as repetitions of various types (frame repetition, anaphora, epiphora, contact repetition) and parenthesis used to create expressiveness and ironic coloring. Ironic coloring is an integral part of the gloss genre.

The gloss genre is viewed as an analytically oriented form of journalistic texts that combines critical reflection on social phenomena, events, or behavior with wit and emotional intensity. Texts of gloss are distinguished by their structured, concise and logical clarity, which contributes to the achievement of the main goal – emotional and intellectual impact on the reader.

Particular attention is paid to the role of the communicative and pragmatic aspect of glosses, which ensures an effective appeal to the values and expectations of the target audience. The article emphasizes the importance of the axiological space created by the authors of the texts, through which the ironic criticism of social realities is realized. Important are the examples of repetition and paraphrase in the texts, which help to focus the reader's attention on the most important aspects of the criticism.

The ironic stylistic tonality of the gloss allows the author to express a hidden negative assessment of the phenomena under analysis and stimulates the reader to think actively and interpret the text. Understanding ironic gloss texts requires a high level of education and the ability to decode hidden meanings from the audience.

The study demonstrates that the use of syntactic stylistic devices such as anaphora, epiphora, contact repetition and parenthesis allows creating the effect of ironic influence, enhancing the communicative potential of glosses. Texts of gloss genre play an important role in shaping public opinion, as such texts serve as a platform for understanding and criticizing current social phenomena.

Key words: stylistics, publicistic, gloss, tonality, irony, syntactic means, communicative pragmatics.

Постановка проблеми. Стилїстика вивчає не лише мовлення художньої літератури, але й тексти нехудожнього характеру. До останніх належать жанри наукового стилю, які передають результати досліджень, а також публіцистичні тексти, спрямовані на інформування суспільства про події, явища та формування громадської думки. Відмінною особливістю публіцистичного стилю є поєднання логічності викладу з емоційно-експресивною забарвленістю для досягнення впливу й переконання. Завдання стилістики в межах аналізу нехудожніх текстів полягає у визначенні характерних прийомів організації змісту та мовного оформлення, властивих різним жанрам і типам такого мовлення [1, с. 155].

Сучасна лінгвістика тексту розробляє теорію мовленнєвих жанрів, описуючи найбільш розповсюджені та соціально значущі типи та жанри нехудожнього мовлення, приклади текстів, створюючи їхню класифікацію. Доповненням до такої класифікації є всебічне дослідження публіцистичних жанрів, покликаних в аналітичній формі реагувати на нагальні питання та проблеми і впливати на думку читача.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До проблеми створення, ґрунтового структурування теорії жанрів звернена увага багатьох мовознавців. Описом конкретних мовленнєвих жанрів займалися як вітчизняні (Л. В. Артемова, С. М. Іваненко, Г. Н. Скрипка.), так і закордонні мовознавці (К. Adamzik, К.-Н. Bohrer, Ch. Fasel, Ch. Gansel, G. Michel, F. Simmler).

Сучасне мовознавство звертає підвищену увагу лінгвістів до мовленнєвих і структурних ознак комунікативно-прагматичного аспекту текстів, пов'язаного з їхнім функціонуванням як елементів комунікації, масової комунікації зокрема (Л. В. Артемова, Т. В. Радзівська, Н. Schröder, J. Meibauer, C. Trautmann.). Масове поширення друкованих і цифрових засобів масової інформації спричинило підвищений інтерес науковців до публіцистичної комунікації, яка є потужним інструментом впливу на аудиторію читачів. (І. І. Брага, В. Й. Здоровега, М. П. Подолян, С. М. Яворська, M. Pabst-Weinschenk, K. Sommerfeld, E. Straßner). Комунікативна лінгвістика повинна брати до уваги тотальність мови на всіх рівнях, у будь-яких конкретних проявах і виходити з єдиної суттєвої характеристики мови як засобу людської комунікації, стверджує Ф. Бацевич. Іншими словами комунікативна лінгвістика – це «мовознавство, яке займається внутрішніми закономірностями мови на всіх рівнях – від фонології до лінгвістики тексту [2, с. 7]

Постановка завдання. Метою статті є окреслення поняття стилістичної тональності публіцистичних текстів у засобах масової інформації. Досягнення поставленої мети передбачає опис синтаксичних засобів стилістичної тональності текстів жанрової форми «глоса», як яскравого елементу публіцистичних текстів ЗМІ.

Виклад основного матеріалу. Головним об'єктом дослідження комунікативної лінгвістики є, перш за все, текст, а також його мінімальна форма або одиниця – висловлення. Більшість учених вважають текстом організоване мовлення, побудоване певним чином. Р. Барт називає текстом «... будь-який кінцевий відрізок мовлення, що представляє собою деяку єдність стосовно змісту, яка передається з вторинною комунікативною метою і має внутрішню організацію, відповідає цій меті, причому пов'язаний з іншими культурними факторами, на відміну від тих, що стосуються власне мови» [3, с. 443].

Тональність тексту в межах мовленнєвого жанру є важливим елементом його структурно-функціональної організації та одним із ключових аспектів комунікативної прагматики. На лінгвостилістичному рівні вона втілює набір функціонально-комунікативних рис, які зумовлені зовнішніми чинниками створення текстів жанру. Формування тональної структури жанру є наслідком стильового процесу, через який виражається аксіологічна функція – «функція суб'єктивно-духовного впливу, що впливає на психологічне сприйняття» [4, с. 22].

Німецький термін «die Tonalität» вживається у фонологічному і стилістичному значеннях. Синонімічним йому терміном є термін «das Klangbild», який у філологічній літературі трактується по-різному. У. Абрагам пояснює різницю між цими поняттями як відповідність між загальним і окремим, а саме: звучання (Klang) знаходиться у такій самій відповідності до тону (Ton), як індивідуальне продукування текстів до схем їх побудови, які воно реалізує [5, с. 296].

Українська дослідниця тональності тексту С. М. Іваненко у монографії «Поліфонія тексту» визначає тональність як текстову категорію, що відображає наміри автора, які залежать від характеристик об'єкта мовлення та його ставлення до цих характеристик. Тональність концентрує в собі експресивні засоби, що використовуються автором у процесі мовленнєвої діяльності для передачі сутності предмета обговорення та вираження власного ставлення до нього. Поняття експресивності, за С. М. Іваненко, виникає внаслідок відхилення від мовних норм, що може бути обу-

мовлене як раціональними, так і емоційними чинниками [4, с. 77].

Вибір певної тональності в тексті залежить від інтенцій автора під час його мовленнєвої діяльності. У цьому контексті тональність виступає як категорія тексту, а експресивність — як мовна категорія. Дослідниця підкреслює, що з точки зору психології емоційні явища спричиняють появу експресивних мовних реакцій, які проявляються через стилістичні варіанти мовлення, такі як лексична, синтаксична чи фонетична селекція [4 с. 75].

Згідно з дослідженнями С. М. Іваненко, можна виділити драматично-епічну стилістичну тональність. Її різновидами вважаються трагічна, патетична, а також гумористична тональності, яка проявляється у формах комічного. До гумористичної тональності належать такі складові, як іронічна, саркастична та сатирична стилістичні тональності [4, с. 255].

Аналітично-спрямовані публіцистичні жанри німецьких ЗМІ — це жанри, в яких дається оцінка події або явища. Для повного розуміння текстів цих жанрів преси читачу необхідно мати попередні знання у тій чи іншій галузі. Одним із найцікавіших жанрів німецької публіцистики є глоса (die Glosse). Глоси вирізняються своєю лаконічністю, точністю, чіткістю, гостротою та дотепністю. Їхній зміст зазвичай стосується дій, подій або поведінки, що заслуговують на критику. Основна тема глос полягає у висвітленні комічних суперечностей у вчинках і висловлюваннях людей. Завдання глос полягає в раптовому та ефектному розкритті цих суперечностей через цікаві й емоційно насичені тексти, а також у спробі вплинути на зміну поведінки та її результатів. [6, с. 35].

Г.-Г. Люгер характеризує глосу як один із жанрів журналістики, що акцентується на висловленні важливих думок. Ці тексти відрізняються від інформаційних матеріалів, оскільки зосереджуються на «тлумаченні й оцінці» [7, с. 137]. Особливістю цього жанру є іронічна тональність, яка має на меті викликати задоволення у читача. Кульмінаційним елементом глоси є пуант (die Pointe). У спеціалізованому літературному словнику під редакцією Г. фон Вільперта термін «пуант» пояснюється як «безпосередній, несподіваний смисл, що завершує жарт; часто виражає несподівану точку зору на викладене» [8, с. 617]. Часто пуант глоси визначають як «гостре, дотепне коментування» (pointierte Kommentierung) [9, с. 119]. За допомогою текстів глос відбувається звертання до цінностей групи читачів, створюється певний емоційний настрій.

Карикатура і глоса допомагають друкованому та електронному виданню у створенні та підтримці так званої спільноти з читачем. [10, с. 508].

Автор використовує іронічну стилістичну тональність у публіцистичному тексті жанру «глоса», залучаючи мовні засоби різних рівнів, оскільки іронія є складною стилістичною фігурою. Стилістичні елементи текстів глос виступають засобами прихованої негативної оцінки явищ, що аналізуються. Більшість із цих засобів мають прихований зміст, який потребує розшифрування. Розуміння іронії у глосах, переданої через лексико-семантичні та синтаксичні стилістичні прийоми, спрямоване на специфічну й небайдужу читачку аудиторію, характерну для цього жанру.

Синтаксичні стилістичні засоби, як засоби стилістичної іронічної тональності, широко використовуються у текстах публіцистичного жанру «глоса». Слідом за Я. В. Гнезділовою, ми виділяємо найголовніші з них, а саме безпосередній повтор лексичних одиниць (дистантний повтор: рамковий повтор, анафора, епіфора; контактний повтор) і парантеза, як розширення / ускладнення синтаксичної структури речення в цілому через їхню необов'язковість та самостійність [11, с. 70].

Рамковий повтор у текстах глос полягає у повторі лексичних одиниць на початку тексту та в його кінці. Таким чином, автор створює «рамкову конструкцію», виокремлюючи для читача певний аспект змісту. Прикладом використання рамкового повтору може служити початок і кінець тексту глоси видання «Die Welt» «Auf Augenhöhe»: «Afrika», so sagte der deutsche Bundespräsident auf dem Flug nach Nigeria, «ist als internationaler Partner selbstbewusst geworden und verhandelt zurecht auf Augenhöhe» [...].

[...] Immerhin: Gestern traf Steinmeier den nigerianischen Präsidenten Umaru Yar'Adua. Leibhaftig und eine Stunde lang, wie geplant. Und nach dem Weiterflug empfingen ihn in Accra erst der Außenminister von Ghana, Kwesi Osei Adjei, und danach Präsident John Kufour. Ganz nach Programm. Und auf Augenhöhe.

Ключовим словосполученням даного тексту у першому та останньому реченнях тексту є вираз «auf Augenhöhe» з переносним іронічним значенням «на рівних». Автор тексту за допомогою іронізування ставить під сумнів «комунікацію на рівних» представників вищих політичних кіл Німеччини з політичними елітами африканського континенту, що, на думку журналіста, є неприпустимим у сучасному світі.

Анафора та епіфора текстів жанрової форми «глоса» як навмисний повтор лексичних оди-

ниць на початку та в кінці контактних речень є виразником експресивності, за допомогою якої висловлюється оцінка автора, наприклад уривок із глоси «Kulturstrudel» («Die Welt»): *Dem Event entzieht sich keiner mehr. Event muss sein. Event bringt eine Menge Besucher und Aufmerksamkeit und Strahlkraft. Event ist einfach super. Die heutige Berliner «Lange Nacht der Museen» ist solch ein Event.*

У даному уривку автор п'ять разів вживає лексему «event», чотири із них є анафорами, тому що ними починаються речення. Навмисне вживання англіцизму замість німецького «Ereignis» – це висловлення імпліцитної експресивної негативної оцінки автора. Іронічна тональність тексту полягає у тому, що, на думку автора, справжню мистецьку подію «Ereignis» витісняє «event» як частина масової культури споживання.

Приклад епіфори наведемо в уривку з тексту глоси «Das Letzte», видання «Die Zeit»: *Die Menschheit taumelt am Rande ihres Untergangs, und schon morgen kann der Dritte Weltkrieg unverhofft über uns hereinbrechen. Auch die Natur hat nichts mehr zu lachen. Bild gibt ihr noch fünfzig Jahre, falls sie in diesem Leben überhaupt noch einmal auf die Beine kommt. Und was hören wir dazu von unseren berühmten Schriftstellern? Nichts. Null. Niente. Kein Wort, nirgends. Sie hocken blau auf dem Sofa, predigen Wasser und trinken Wein. Nun hat der Großschriftsteller Hans Magnus Enzensberger (Der kurze Sommer der Anarchie) sein Schweigen gebrochen. Er ist in Sorge, wie wir. Er findet keine Ruhe, wie wir. Er hat Angst, wie wir.*

Епіфоричний повтор у трьох останніх реченнях словосполучення «wie wir» є висловом іронії стосовно позиції відомого німецького письменника з приводу актуальних проблем. Іронічна тональність, частиною якої є наведена епіфора, будується також на іронічному судженні про те, що «відомі діячі культури є провідниками громадської думки з приводу глобальних проблем». У даному тексті автор висловлює свій сумнів стосовно такого твердження.

Наведений уривок є також прикладом паралелізму як форми повтору, а саме анафоричного граматичного паралелізму. Граматичний паралелізм глос будується на тотожності синтаксичної будови контактних речень. У нашому випадку усі три речення побудовані за схемою „Personalpronomen + Verb (Präsens, 3. Person Singular)”: *Er ist... Er findet... Er hat...*

Контактний повтор у глосах полягає в тому, що лексична одиниця, на якій робиться наголос, повторюється в одному реченні або у сусідніх,

наприклад в уривку з глоси «Herta tischt mächtig auf» («Die Welt»):

Bei der an sich heillosen Hertha hat Friedhelm Funkel eine scharfsinnige Beobachtung gemacht. Diese wird in Berlin im Allgemeinen und vom Trainer im Besonderen als Hoffnung spendendes Signal für einen erfolgreichen Kampf gegen den Abstieg gewertet. Funkel also hat beobachtet, dass die Spieler nahezu 30 Minuten zusammen am Mittagstisch sitzen. Das sei laut Funkel verblüffend. Verblüffend lange nämlich. Normal, sagt der erfahrene Fußballlehrer, seien höchstens 20 Minuten.

У наведеному прикладі використаний вид контактного повтору – анадиплозис, при якому останнє слово речення стає першим словом наступного. Автор іронічно висвітлює проблеми футбольного клубу «Герта» і за допомогою контактного повтору лексичної одиниці «verblüffend» – «приголомшливо», іронічно висміює те, як, на його думку, тренер команди пояснює погану гру своїх футболістів – вони проводять забагато часу за обіднім столом.

Стилістичний синтаксичний засіб розширення / ускладнення синтаксичної структури речення парантеза – це граматично незалежна конструкція в реченні, вилучення якої не створює труднощів у сприйнятті і розумінні, а також те, що вона виділяється пунктуаційно, що підкреслює її важливу роль в експресивно-емоційному насиченні тексту глоси. Парантези глос, які є вставними уточнюючими реченнями / конструкціями, несуть додаткову інформацію, деталізуючи та конкретизуючи певні моменти повідомлення. Експресивність парантези проявляється в додатковій акцентуації на тому, що відіграє головну роль, наприклад у глосі «Geschwätzig wie ein Grab» («Die Welt»):

Die Grabesruhe war nie so ungestört wie ihr Ruf. Unsere Kultur – Ostern und Mel Gibson haben uns gerade daran erinnert – gründet darauf, dass einer buchstäblich aus dem Grab zurückgekehrt ist. Aber auch ohne Auferstehung war der Leib des Verstorbenen schon früher nicht vor einem unverhofften Wiedersehen sicher: «Verschlossen wie das Grab sei euer Mund!» schrieb Schiller. Wenige Jahre dichtete Goethe mit Schillers Schädel in der Hand.

Парантеза прикладу у вигляді вставного речення, в межах якого використовується лексико-семантична фігура зевгма (поєднання у перелічуванні на перший погляд непоєднуваних понять «Великдень» і «Мел Гібсон», яка стає зрозумілою для «ідеального» освіченого читача текстів глос, адже він знає, що М. Гібсон зняв фільм «Страсті Христові») є одним із чинників іронії автора.

Висновки. Дослідження тональності публіцистичних текстів, зокрема жанру «глоса», розкриває важливі аспекти сучасної комунікативної лінгвістики, спрямовані на аналіз засобів впливу на читацьку аудиторію. Головними характеристиками глос є їхня стислість, іронічна тональність, а також дотепність викладу, яка викликає в читача емоційну реакцію та заохочує до роздумів щодо предмета викладу.

Стилістичні засоби, такі як повтори (анафора, епіфора, рамковий повтор, контактний повтор), парантеза та інші, забезпечують експресивність тексту та створюють ефект іронічного впливу. Ці елементи не лише формують іронічну тональність, але й сприяють побудові аксіологічного простору, через який автор звертається до цінностей і очікувань своєї аудиторії.

Тональність текстів глос залежить від інтенції автора і слугує інструментом для досягнення різних комунікативних цілей. Гумористичні, іронічні та саркастичні відтінки допомагають акцентувати увагу на соціальних проблемах, поведінкових суперечностях або політичних явищах. Таким

чином, автори глос використовують мовні засоби як механізм критики та впливу.

Особливий акцент у текстах глос ставиться на інтерпретацію іронії та її розуміння аудиторією. Це вимагає від читача певного рівня освіченості, попередніх знань та здатності декодувати приховані смисли, які передаються за допомогою імпліцитних стилістичних засобів. Завдяки цьому, глоса стає ефективним жанром для створення діалогу між автором і читачем.

Дослідження показує, що сучасна публіцистика, особливо в жанрі «глоса», формує платформу для обговорення актуальних суспільних тем через використання креативних лінгвістичних прийомів. Іронічна тональність та експресивні засоби жанру сприяють залученню аудиторії, створенню емоційного зв'язку з читачем та впливають на формування громадської думки.

У підсумку, аналіз стилістичної тональності публіцистичних текстів, зокрема жанру «глоса», є важливим внеском у розвиток теорії мовленнєвих жанрів. Це дослідження відкриває нові перспективи для вивчення засобів масової інформації та їхньої ролі в сучасному суспільстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИ ДЖЕРЕЛ:

1. Мацько Л.І., Сидоренко О.М., Мацько О.М. Стилістика української мови. Київ : Вища школа, 2003. 462 с.
2. Бацевич Ф. Нариси з комунікативної лінгвістики. Львів : 2003. 278 с.
3. Барт Р. Від твору до тексту. *Антологія світової літературно-критичної думки XX ст.* Львів : Літопис, 2002. С. 378–384.
4. Іваненко С.М. Поліфонія тексту : монографія. Київ : Видавничий центр КДЛУ, 1999. 318 с.
5. Abraham U. Stilgestalten: Geschichte und Systematik der Rede vom Stil in der Deutschdidaktik. Tübingen : Niemeyer, 1996. 443 S.
6. Jungova Z. Textsorten in der Presse und Publizistik und ihre stilistische Realisierung. Brunn, 2006. 107 S.
7. Lüger, H.-H. Pressesprache. Tübingen, 1995. 169 S.
8. Sachwörterbuch der Literatur. Stuttgart : Alfred Kröner Verlag. 2001. 925 S.
9. Hartung M. Ironische Äußerungen in privater Scherzkommunikation / *Scherzkommunikation. Beiträge aus der empirischen Gesprächsforschung.* Opladen : Westdeutscher Verlag, 1994. S. 109–143.
10. Sandig B. Textstilistik des Deutschen. Berlin, New York : Walter de Gruyter, 2006. 584 S.
11. Гнезділова Я.В. Емоційність та емотивність сучасного англomовного дискурсу: структурний, семантичний і прагматичний аспекти : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 Київ, 2007. 291 с.