

**Андрій Сотников**

кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри іноземних мов,  
Київський національний лінгвістичний університет  
Київ, Україна  
ORCID ID 0000-0002-0288-9582  
[avsotnykov@ukr.net](mailto:avsotnykov@ukr.net)

**Ірина Кобилінська**

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,  
Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»  
Київ, Україна  
ORCID ID 0009-0001-3632-0191  
[irina.kobilinska@gmail.com](mailto:irina.kobilinska@gmail.com)

## ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТІВ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ

Стаття присвячена лінгвістичним та прагматичним особливостям текстів публіцистичного стилю, які в нашому сьогодишньому інтернет-світі займають ключові ролі при творенні думки суспільства та безпосередньо породжують вплив на читачів. Публіцистичний стиль займає значне місце в медійному сегменті, що направлений на різноманітні галузі – соціальні, культурні та політичні. У статті висвітлено основні прагматичні та лінгвістичні механізми, які надають певну аргументованість, емоційність та впливовість текстам публіцистичного стилю. Увага зосереджується на залученні стилістичних, синтаксичних, лексичних прийомів, які використовуються задля досягнення комунікативних намірів. За умови використання стилістично забарвленої лексики, автор чи промовець досягає перлокутивного ефекту, змушуючи цільову аудиторію діяти у відповідності до інтенцій автора. Синтаксичні, яскравими представниками яких можна вважати повтори, інверсії та риторичні питання, надають вищого рівня експресивності та підвищують потенціал впливу. Вивчено також прагматичні аспекти змістовності тексту, що підтримують сучасну комунікацію. Також увага була приділена процесу маніпуляції, яка здійснюється через свідомість аудиторії через залучення до тексту прийомів, які прищеплюють та вимальовують уявлення та ставлення щодо певних обставин та до певних осіб, які є героями в тексті публіцистичного стилю. Дослідження показує, що дієвість текстів цього стилю може ще залежати від грамотності при поєднанні інформативної та впливової функцій, які автор добре розуміє та використовує ці прийоми при передачі певного посилання на цільову аудиторію. Таким чином стаття показує, як лінгвопрагматичні особливості публіцистичних текстів мають здатність глибоко впливати на стан читача і тим самим підсвідомо формувати його власну позицію по відношенню до певних обставин або героїв тексту. Це дослідження має вагомий внесок для розуміння того, як публіцистичний стиль має вплив на сучасні комунікативні інтенції та їх реалізацію.

**Ключові слова:** публіцистичний стиль, прагматика, екстралінгвістичні ознаки, мовні засоби.

### 1. ВСТУП

Постановка проблеми. Публіцистичний стиль мовлення завжди був у центрі уваги лінгвістів з огляду на спектр його використання та потенціал. Основною сферою використання цього стилю є засоби ЗМІ, мережа Інтернет, соціальні мережі. Основним завданням публіцистичного стилю є вплив на широку аудиторію з метою формування суспільної думки, переконання цільової аудиторії, оперативного впливу на ідейно-політичні та соціокультурні цінності тощо. За І. Р. Гальперінім, «вплив на читача чи слухача з метою запевнити його в правильності висунутих положень або ж викликати в нього бажану реакцію на сказане не стільки логічно обґрунтованою аргументацією, скільки ж силою, емоційною

напруженістю висловлювання, показом тих рис явища, які ефективно можуть бути використані для досягнення поставленої мети» є функцією публіцистичного стилю (Galperin, (1958), с. 405–406). Цілком погоджуючись з вищенаведеним визначенням функції публіцистичного стилю, зауважимо, що в умовах сьогодення, з урахуванням розвитку технологій, функції публіцистичного стилю можна розширити. Здається логічним, що тексти публіцистичного стилю виконують дві основні функції: інформативну, оскільки повідомляються факти, та функцію впливу, адже, як було зазначено І. Р. Гальперінім, завдання тексту, що належить до публіцистичного стилю, є переконання аудиторії, або зміна ставлення до повідомленої інформації.

Сучасна комунікація через засоби масової інформації вимагає від авторів текстів публіцистичного стилю досконаліх навичок щодо вживання активних мовних засобів, які забезпечують інформативний та прагматичний вплив на широку аудиторію. Отже, необхідно визначити основні лінгвістичні та прагматичні особливості сучасних англійських публіцистичних текстів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Публіцистичні були в сфері інтересу лінгвістів. Сфера лінгвопрагматики текстів у публіцистичному стилі досить добре розвивається в сучасній лінгвістиці, особливо у галузі медіалінгвістики, дискурсу та у сфері функціональних стилів. Низка робіт, яка присвячена дослідженню публіцистики займає провідне місце в світовому інформаційному світі. Г. Г. Почепцов (Почепцов (2001) у своїх дослідженнях робить акцент на комунікативних стратегіях медіатекстів, які, на його думку, є головними при створенні прагматичного впливу. У своїх публікаціях та дослідженнях він висвітлює психологічні аспекти сприйняття інформації також проводить аналіз засобів, які власне автори використовують для відтворення певного суспільного настрою, а саме із вживанням маніпулятивних прийомів для створення емоційного напруження.

М. М. Полюжин (Полюжин, 2004) займається дослідженням прагматичного потенціалу мови мас-медіа, де більше увага зосереджується на текстах аналітичних жанрів. Саме в публікаціях М. Я. Полюжина можна знайти детальний розбір лексико-семантичних особливостей публіцистичного стилю, де досліджується використання термінології, складних незвичайних синтаксичних структур речення та розбір емоційно-забарвленої лексики. Полюжин виділяє важливість міжкультурного аспекту: кожне суспільство може інакше інтерпретувати аналогічні мовні засоби з огляду на відмінні соціокультурні передумови. науковець О. С. Гриценко (Гриценко, 2020) в останніх дослідженнях зосереджувала свою увагу на емоційній та експресивній складовій частині текстів публіцистичного стилю та вплив цих факторів на широку аудиторію. Вона більше деталізувала наявність епітетів, метафор, антитез і аналізувала їх ефективність у жанрах публіцистики. О. С. Гриценко також зверталася до питання візуалізації інформації в сучасних ЗМІ, які, як вона стверджувала, надзвичайно важливі для створення емоційного впливу на широку читачку аудиторію.

Незважаючи на вже здійснений великий ривок у дослідженні публіцистичного стилю, досі існує потреба більш детального аналізу лінгвопрагматичних засобів у жанрах публіцистики. Низка публікацій та досліджень акцентує увагу на традиційних друкованих на папері медіаматеріалів, у той час як сучасний світ швидко змінюється і в свою чергу виникає нова веб-комунікація та цифрові формати. Питання, як сучасні технології передачі інформації впливають на прагматику, досі лишається малодослідженим. Науковці також не дуже заглиблені ще в питання специфікації мовного впливу в медіаформаті, які можна зустріти у веб-виданнях. Наявність відеоматеріалу, фото публікації інтеграція тексту, залучення інтерактивних елементів створює нові можливості на підвищення рівня впливу та людину, але водночас ускладнює аналіз прагматичних засобів. Таким чином, новітня лінгвопрагматика публіцистичного стилю потребує значного розширення та більшого дослідження як в традиційній формі, так і в новітніх цифрових тенденціях.

**Мета дослідження.** Метою дослідження є визначення лінгвістичних та прагматичних особливостей текстів публіцистичного стилю та аналіз їхнього впливу на реципієнта. Головним завданням є дослідження, як певні мовні засоби – стилістичні, лексичні та

синтаксичні – сприяють активації прагматичних функцій у публіцистичних текстах.

## 2. МЕТОДИ

Для досягнення мети та розв'язання поставлених завдань у роботі було застосовано такі основні методи дослідження: індукція, аналіз, дедукція та метод кількісних підрахунків – для оцінки частоти використання певних мовних прийомів у текстах, лексико-семантичний аналіз – для ідентифікації специфічних мовних засобів, що забезпечують прагматичний вплив.

## 3. РЕЗУЛЬТАТИ Й ОБГОВОРЕННЯ

Публіцистичний стиль виконує інформативну, кумулятивну функції та функцію впливу на масову свідомість суспільства. Реалізацію інформативної функції забезпечують загальноживаний словник, який відповідно до часових запитів соціуму постійно оновлюється суспільно-політичною, науковою, релігійною, культурно-мистецькою, офіційно-діловою лексикою, а також стандартні висловлювання, фраземи (штампи, кліше).

Перш за все, слід зазначити, що відсутнє єдине визначення поняття «публіцистичний стиль». Так, наприклад, С. І. Поворознюк, С. Фер, П. С. Дудик, Б. Зелізер та С. Аллан та Дж. Річардсон, даючи різні визначення публіцистичному стилю, погоджуються в тому, що цей стиль має широкий спектр використання, характеризується необхідністю впливу на аудиторію, і зміни ставлення до поточного оцінювання ситуації, або ставлення до неї. Отже, основними лінгвістичними ознаками публіцистичного стилю є доступність мови й формулювань (з огляду на орієнтацію за загальну аудиторію), логічність викладу и полемічність викладу (з можливістю маніпуляції), об'єднання найменувань, дат, точок місцевості, учасників, наукових положень доповнених емоційно-експресивною образністю, тенденційний характер викладення основного авторського матеріалу, використання спектру художніх засобів (до них відносимо порівняння, метафори, гіперболи, епітети тощо).

Окрім вищенаведених формальних лінгвістичних ознак, виокремлюють також і екстралінгвістичні. Основою виділення того чи іншого функціонального стилю, як зазначає Т. В. Мелкумова, є первинні чинники, наприклад, тип адресата, спосіб комунікації, що визначає писемний та усний різновиди мовлення, типову ситуацію спілкування – офіційну або неофіційну тощо. Описано вторинні позамовні фактори, які формують риси підстилів і жанрів. Важливими екстралінгвістичними параметрами є сфера використання, функціональна спрямованість, мовна функція, стильові риси, форми існування (Мелкумова (2008, с. 47–48).

Публіцистичний стиль є складним і розгалуженим, характеризується численними перехідними впливами, і тому виокремлюють (Грицюк, 1989; Різун, 2005) три основні напрями, а саме: *політико-ідеологічний*, *політико-пропагандистський* і *журналістський*. Саме напрям визначає прагматичну спрямованість того чи іншого тексту, і, як результат, вибір мовних та стилістичних засобів. Проте прагматика має справу не лише зі змістом висловлювання, а й з задумом автора, тому в кожному фрагменті закладений принцип оптимального декодування інформації (розуміння інформації). Акт розуміння інформації являє собою процес розшифрування того, що закодував автор у фрагменті. Зазвичай засобом кодування та декодування виступає мова. Конверсаційна теорія П. Грайса стверджує, що будь-яке висловлення, окрім сенсу, має певну мету, що закріплено чотирьома універсальними принципами, а саме: *правила мовного спілкування*, *стратегії ведення розмови* і *правила виведення комунікативної імплікатури* (conversational implicatures). Слід зазначити, що принцип комунікативного співробітництва був панівним, який передбачає чотири максими (відомі, як максими Грайса) – 1) якості (quality): максима достатності, інформативності повідомлення («give the right amount of information: be as informative as required, not more»); 2) кількості (quantity): максима істинності повідомлень («try to make your contribution one that

is true»); 3) релевантності (relevance): «be relevant» (тобто говори відповідно до заданої теми); 4) способу вираження (manner): максима ясної, короткої, упорядкованої побудови повідомлення («avoid obscurity of expression, be brief and orderly») (Grice, 1989, с. 41–57). Як зазначає О. Л. Максимчук (Максимчук, 2013), автор тексту при його кодуванні закладає певні інтенції, припускаючи, що читач володіє відповідним механізмом декодування, тобто, читач зрозуміє інтенції автора тексту, і бажаний перлокутивний ефект буде досягнуто. Але, в разі не співпадіння системи кодування-декодування інтенцій, кінцевий перлокутивний ефект може бути іншим за очікуваний. Цілком погоджуючись з цією точкою зору, додамо, що перлокутивний ефект залежить від ступеня освіти кінцевого реципієнта, його соціального статусу та інколи посади.

Важливо зазначити, що комунікативно прагматичний простір обумовлює взаємодії мовця і рецептора. Вважаємо за необхідне зазначити, що умовний комунікативно-прагматичний простір обумовлює взаємодію рецептора повідомлення та мовця. Класичними є думки, що сам термін «прагматика» має справу з такими поняттями, як «комунікативні наміри (інтенції, іллокуції), очікування, ефекти (перлокуції), стратегії і тактики, принципи і конвенції, розподіл між комунікантами ролей різного характеру» (Дудик, 2005, с. 368). Яким чином це працює? Звернемося до традиційної прагмолінгвістики. За її даними, теорія мовленнєвих актів (в уявленні П. Грайса), кожен мовленнєвий акт (друкований чи вербальний), має справу з позиції іллокуції, тобто, що саме мовець (автор) збирався повідомити, перлокуції – чи досяг той чи інший мовленнєвий акт у вигляді усної мови чи друкованого тексту (у нашому випадку) поставленої мети.

Тексти публіцистичного стилю є поєднують в собі всю розкіш лінгвістичних засобів для досягнення комунікативних впливів на широку аудиторію. Стилiстичні, синтаксичні та лексичні особливості таких текстів мають вирішальну роль у формуванні впливу, емоційної насиченості та інформаційної доступності. Стилiстичні особливості включають наявність експресивності, що яскраво забарвлена. Результати проведеного дослідження свідчать, що залучення метафор, порівняння, епітетів, які часто мають прагматичний вплив та викликають сильні асоціації, роблячи матеріал більш переконливим. Для формування зв'язку читача із автором використовують риторичні запитання та прийоми, що стимулює активне сприйняття тексту. Іронічні вислови досить часто використовуються в текстах публіцистичного стилю для висміювання критики або певних явищ, що надає тексту певну динамічність. Комунікативний прагматичний простір будується також через певні синтаксичні особливості текстів публіцистичного стилю. Результати проведеного дослідження свідчать, що в текстах виявлено короткі та лаконічні конструкції, що в свою чергу полегшують сприйняття інформації, варіація риторичних запитань та просто вигуків, що надають емоційної пружності та залучення увагу аудиторії (Zelizer & Allan, 2010). Публіцистичний стиль надає широке поле та можливість застосування лексичних прийомів при написанні тексту. Помітною ознакою вважається те, що публіцистика орієнтована на велику аудиторію, тому важливо користуватися простими та зрозумілими словами, які забезпечують доступність інформації для всіх верств населення.

З огляду на специфічний жанр тексту (політика, економіка) використовуються спеціальні терміни, що надають тексту присмак аналітичності та чіткої обґрунтованості (Grice, 1989, с. 23). Новітнє дослідження показало, що публіцистика дуже швидко адаптує новостворені слова та терміни, які відображають теперішні реалії та побудовані на актуальних подіях та мають символічне навантаження, що встановлює зв'язок із читачем. Стилiстичні, синтаксичні та лексичні особливості текстів публіцистичного стилю спрямовані на досягнення основних функцій цього стилю: інформування, впливу та переконання. Через це гнучке поєднання різноманітних мовних засобів автори створюють тексти, які одночасно є доступними, емоційно насиченими та ефективними для комунікації з широкою аудиторією.

Отже, узагальнюючи вищенаведене, зазначимо, що основною метою публіцистичного стилю є вплив на цільову аудиторію, тому до лінгвістичних особливостей текстів відносимо використання емоційно-забарвленого вокабуляру, стилістичні прийоми, композицію тексту

(чередування постулатів та аргументів на їхнє доведення чи спростування). В свою чергу, до прагматичних особливостей відносимо чіткий задум автора тексту, який обумовлює стратегії впливу на аудиторію, та добір мовних засобів.

Наведемо кілька прикладів. Так, наприклад, «The forest is disappearing. Disappearing faster than somebody predicted». В перекладі, «Ліс зникає. Зникає швидше, ніж хтось передбачав» (Застосування лексичних повторів для підкреслення важливості проблеми). Ще один приклад, «As a result, in 2005, Unesco recognised San Basilio de Palenque by adding it to the List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity», переклад «Як наслідок, у 2005 році ЮНЕСКО визнало Сан-Базиліо-де-Паленке, додавши його до Списку нематеріальної культурної спадщини людства», використання вставних конструкцій для створення зв'язків в тексті.

#### 4. ВИСНОВКИ І НАПРЯМИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Дослідження лінгвопрагматичних особливостей текстів публіцистичного стилю показало, що вони вважаються досить складними комунікативними одиницями, які в собі одразу поєднують впливовість, інформативність, емоційність. Завдяки засобам публіцистики досягається мета створення публіцистичного тексту – зародження, маніпулювання та коригування думкою суспільства, активізація до дій та стимуляція. Водночас сучасний простір, в якому основну роль відіграють інтернет-ресурси потребує більше часу на дослідження та вивчення нових питань, які створює веб-простір. Особливу увагу слід приділити комунікативним стратегіям і прийомам в публіцистичних текстах (пости, блоги, коментарі), оскільки це розвивається якнайшвидше. Також варто звернути увагу на інтерактивні форми передачі інформації та вплив мультимедійних елементів на сприйняття інформації. Доречно було би приділити увагу штучному інтелекту, адже він дедалі частіше використовується для написання новин, постів та статей. Перспективним є дослідження алгоритмів впливу на прагматичність текстів. Отже, лінгвопрагматика публіцистичного стилю дійсно є сферою для дослідження з великими перспективами, що вимагає залучення нових методів аналізу, міждисциплінарного підходу та врахування динамічних змін у сучасному інформаційному просторі.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- Гриценко, О. С. (2020). Маніпулятивні впливи в текстах медіа протягом виборчої кампанії. *Обрії друкарства*, 1, 52–61.
- Грицюк, Л. Ф. (1989). *До питання про лінгвістичний статус заголовка*. Нова Книга.
- Дудик, П. С. (2005). *Стилістика української мови*. Видавничий центр «Академія».
- Максимчук, О. Л. (2013). Прагматичний потенціал публіцистичного тексту. *Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки*, (6(72)), 285–289.
- Мелкумова, Т. В. (2008). Сильова та жанрова диференціація мовлення засобів масової інформації в сучасному мовознавстві. *Філологічні студії*, (2), 47–48.
- Поворознюк, С. І. (2009). Специфіка лінгвостилістичного аналізу публіцистичних текстів. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*, (2), 122–127.
- Положин, М. М. (2004). Про когнітивно-прагматичні процедури «декодування» тексту. У *Актуальні проблеми романо-германської філології в Україні та Болонський процес* (с. 237–239).
- Почепцов, Г. Г. (2001). *Теорія комунікації*. «Рефл-бук».
- Різун, В. В. (2005). *Лінгвістика впливу*. ВПЦ «Київський університет».
- Fer, S. (2018). The Language of Journalism: Particularities and Interpretation of Its Coexistence with Other Languages. <https://ssrn.com/abstract=3128134>
- Grice, H. P. (1989). Further Notes on Logic and Conversation. *Syntax and Semantics*, (9). Academic Press.
- Richardson, J. E. (2008). Language and journalism. An expanding research agenda. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14616700701848139?scroll=top&need>
- Zelizer, B., & Allan, S. (2010). *Keywords in news and journalism studies*. Open University Press.

## REFERENCES

- Hrytsenko, O. S. (2020). Manipuliatyvni vplyvy v tekstakh media protiahom vyborchoi kampanii. *Obrii drukarstva*, 1, 52–61. [in Ukrainian]
- Hrytsiuk, L. F. (1989). *Do pytannia pro linhvistychnyi status zaholovka*. Nova Knyha. [in Ukrainian]
- Dudyk, P. S. (2005). *Stylistyka ukrainskoi movy*. Vydavnychi tsestr «Akademiia». [in Ukrainian]
- Maksymchuk, O. L. (2013). Prahmatychnyi potentsial publitsystychnoho tekstu. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnogo universytetu. Filolohichni nauky*, (6 (72)), 285–289. [in Ukrainian]
- Melkumova, T. V. (2008). Stylova ta zhanrova dyferentsiatsiia movlennia zasobiv masovoi informatsii v suchasnomu movoznavstvi. *Filolohichni studii*, (2), 47–48. [in Ukrainian]
- Poliuzhyn, M. M. (2004). Pro kohnityvno-prahmatychni protsedury «dekoduvannia» tekstu. In *Aktualni problemy romanohermanskoi filolohii v Ukraini ta Bolonskyi protses* (p. 237–239). [in Ukrainian]
- Povorozniuk, S. I. (2009). Spetsyfika linhvostylistychnoho analizu publitsystychnykh tekstiv. *Naukovyi chasopys Natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni M.P. Drahomanova*, (2), 122–127. [in Ukrainian]
- Pochepstov, H. H. (2001). *Teoriia kommunykatsyy*. «Refl-buk». [in Ukrainian]
- Rizun, V. V. (2005). *Linhvistyka vplyvu*. VPTs «Kyivskiy universytet». [in Ukrainian]
- Fer, S. (2018). *The Language of Journalism: Particularities and Interpretation of Its Coexistence with Other Languages*. <https://ssrn.com/abstract=3128134>
- Grice, H. P. (1989). Further Notes on Logic and Conversation. *Syntax and Semantics*, 9. Academic Press.
- Richardson, J. E. (2008). Language and journalism. An expanding research agenda. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14616700701848139?scroll=top&need>
- Zelizer, B., & Allan, S. (2010). *Keywords in news and journalism studies*. Open University Press.

**Andrii Sotnykov, Iryna Kobylinska. Linguo-Pragmatic Features of Texts in the Publicistic Style.**

The article is dedicated to the linguistic and pragmatic features of texts in the publicistic style, which, in today's internet-driven world, play a key role in shaping public opinion and directly influencing readers. The publicistic style occupies a significant place in the media segment, addressing diverse areas such as social, cultural, and political spheres. The article highlights the main pragmatic and linguistic mechanisms that lend argumentation, emotionality, and impact to publicistic texts. Attention is focused on the use of stylistic, syntactic, and lexical techniques aimed at achieving communicative intentions. Lexical tools include a range of stylistically expressive vocabulary that underscores the author's firm stance and evokes emotional resonance within the target audience. Syntactic devices, notably repetitions, inversions, and rhetorical questions, enhance the expressiveness of the text and amplify its impact potential. The pragmatic aspects of textual content, which support modern communication, are also examined. Additionally, the article addresses the process of manipulation, which is executed through audience consciousness by incorporating techniques that instill and shape perceptions and attitudes toward specific circumstances or individuals portrayed in publicistic texts. The research demonstrates that the effectiveness of texts in this style also depends on the skillful combination of informative and persuasive functions, which the author consciously integrates to convey a specific message to the target audience. Special attention is given to the importance of crafting effective headlines and subheadings for publicistic texts, such as news, reports, and interviews. Thus, the article illustrates how the linguistic and pragmatic features of publicistic texts can profoundly influence readers, subconsciously shaping their opinions about specific circumstances or characters in the text. This study makes a significant contribution to understanding how the publicistic style impacts modern communicative strategies.

**Keywords:** publicistic style; pragmatics; extralinguistic features; language means.

*Received: December 02, 2024*

*Accepted: December 20, 2024*