УДК 811.161.2'06'27'42'44
DOI https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2026.46.2.5

ЗАГОЛОВКИ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКОМОВНИХ АНАЛІТИЧНИХ ТЕКСТІВ У ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНОМУ АСПЕКТІ

HEADLINES OF MODERN UKRAINIAN-LANGUAGE ANALYTICAL TEXTS IN THE PRAGMALINGUISTIC ASPECT

Пилипак В.П.,
orcid.org/0000-0001-6242-5934
кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри загального та прикладного мовознавства і слов'янської філології
Донецького національного університету імені Василя Стуса

У статті представлено широкий підхід до виокремлення в сучасному українськомовному контенті інтернету текстів різних жанрових форматів аналітичного характеру, що сформували аналітичний дискурс. На сьогодні можна виокремити різні жанри усних та писемних текстів аналітичного характеру: аналітичні статті, звіти, записки, інформаційні бюлетені, рейтинги, брифи, «дорожні карти», плани дій, моніторинги, стратегічні документи, аналітичні інтерв'ю, експертні аналітичні оцінки, пости в соцмережах, відео у фейсбуці чи ютюбі тощо. Специфікою сучасної української аналітики є її комунікативно-прагматична спрямованість, динамічність та мультимедійність. З початку повномасштабної війни Росії проти України вагому частину аналітики в медіа присвячено військово-політичній, воєнно-стратегічній, геополітичній і подібній проблематиці в українськомовному та світовому контенті.

На матеріалі сучасних аналітичних онлайн-текстів здійснено семантико-прагматичний аналіз заголовків щодо їх комунікативних функцій, зумовлених інтенціональними, сугестивними та емоційно-експресивними чинниками, які покликані забезпечити інформаційну змістовність, повноту, оригінальність, унікальність, клікабельність, привабливість, ідейно-концептуальне наповнення текстів сучасного аналітичного дискурсу.

Зазначено, що характер структури та семантики залоговку, його обсяг в аналітичному тексті залежить від його жанрового формату та прагматичних мотивів автора тексту. Функцію заголовка можуть виконувати вступний абзац, лід чи цілий заголовковий комплекс, що містить назву тексту, прев'ю (лід, підзаголовок), підзаголовки розділів чи структурних частин основного тексту.

На широкому текстовому матеріалі показано, що досягнення комунікативно-прагматичних цілей авторами аналітичних текстів здійснюється за допомогою різноманітних мовних прийомів, вибір яких зумовлений прагматичними мотивами, тобто інтенціями автора. Серед таких прийомів: прецедентні тексти в алюзійному та інтертекстуальному виявах, прийоми гри слів, або каламбуру, оксюморон, метафори, інтригуючі питання та інші.

Ключові слова: аналітичні тексти, аналітичний дискурс, заголовки, жанри аналітичних текстів, лінгвістична прагматика.

The article presents a comprehensive approach to identifying various genre formats of analytical texts within contemporary Ukrainian-language internet content, which together have formed an analytical discourse. Today, it is possible to distinguish different genres of oral and written analytical texts, including analytical articles, reports, briefs, memoranda, information bulletins, rankings, policy briefs, roadmaps, action plans, monitoring reports, strategic documents, analytical interviews, expert assessments, social media posts, and videos on platforms such as Facebook or YouTube. A distinctive feature of modern Ukrainian analytics is its communicative-pragmatic orientation, dynamism, and multimedia nature. Since the beginning of Russia's full-scale war against Ukraine, a significant portion of media analytics has focused on military-political, military-strategic, geopolitical, and related issues in both Ukrainian-language and global content.

Based on contemporary analytical online texts, a semantic-pragmatic analysis of headlines has been conducted, focusing on their communicative functions shaped by intentional, suggestive, and emotional-expressive factors. These factors are intended to ensure informational richness, completeness, originality, uniqueness, clickability, attractiveness, and the conceptual depth of modern analytical texts.

It is noted that the structure, semantics, and length of a headline in an analytical text depend on its genre format and the author's pragmatic intentions. The function of a headline may be performed by an introductory paragraph, a lead, or an entire headline complex that includes the title, preview (lead or subtitle), and subheadings of sections or structural parts of the main text.

A broad corpus of texts demonstrates that authors achieve communicative-pragmatic goals through a variety of linguistic devices, the choice of which is determined by pragmatic motives, that is, the author's intentions. These devices include precedent texts in allusive and intertextual forms, wordplay or puns, oxymorons, metaphors, intriguing questions, and others.

Key words: analytical texts, analytical discourse, headlines, genres of analytical texts, linguistic pragmatics.

Постановка проблеми. Динамічний розвиток українського контенту інтернету актуалізує дослідження його жанрової різноманітності, структурно-змістових характеристик, функційних особливостей та прагматичних чинників формування. У сучасному інтернет-просторі поряд з інформаційними та художньо-публіцистичними активно виокремлюються й аналітичні жанри, що

становлять підґрунтя формування аналітичного дискурсу. Поява аналітичних текстів зумовлена запитом суспільства на правдиву, аргументовану інформацію у вирі сучасних пропагандистських і дезінформаційних кампаній, гібридних та інформаційних війн, динамічних геополітичних процесів.

Спільними ознаками аналітичних текстів різних жанрів є окреслення проблеми, наведення варіантів вирішення проблеми, надання рекомендацій на підставі здійсненого аналізу та наведених аргументів. Такі тексти поширюють ідеї, цінності, переконання й впливають на подальші дії адресатів. Ця їх специфіка робить їх цікавим об'єктом дослідження в аспекті прагматичної лінгвістики, метою якої є досліджувати ефективність впливу мовних засобів у процесі комунікації між автором повідомлення та адресатом, виявляти їхні прагматичні цілі (інтенції), враховувати мовну ситуацію, екстралінгвістичні чинники тощо.

Ключову роль у привернення уваги адресата, читача онлайн-тексту та його подальшому зануренні в зміст відіграє такий структурний елемент аналітичного тексту, як заголовок. Назва, або заголовок в аналітичному тексті, що загалом має відповідати принципу об'єктивності і неупередженості автора-аналітика, є все ж таки носієм різноманітних прагматичних функцій, образності, унікальності, залученості адресата тощо. Ці прагмалінгвістичні особливості сучасних аналітичних текстів загалом та їхніх заголовків, зокрема, є актуальними для дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У лінгвістичних та журналістських колах широко висвітлюють питання ролі та функцій, типології та класифікації, структури, впливу на цільову аудиторію, зокрема маніпулятивного, заголовків сучасних медіатекстів.

Дослідження заголовків у медіа вказує на їхню особливу роль у сприйнятті новин та взаємодії читачів з контентом, виявляючи важливість комунікативних, прагматичних і лінгвістичних аспектів у формуванні заголовків.

У наукових дослідженнях автори звертають увагу на функційні ролі заголовків у текстах. І. Кочан вважає, що заголовок є стислим формулюванням всього тексту, яке «сприймають як єдине ціле разом із самим твором» [9, с. 93]. К. Лєснєвська визначає заголовок влучним вираженням суті та основної ідеї матеріалу [11, с. 61]. В. Михайленко зазначає, що заголовок тісно пов'язаний зі змістом і жанром публікації, що визначає його вибір, а також зауважує, що за заголовком тексту можна визначити ставлення журналіста до подій, про які йдеться в тексті, а також позицію редакції [14, с. 239]. В. Іванов вбачає успішність заголовка в тому, на скільки ефективно він впливає на читача, тому серед переваг вдалого заголовка виокремлює відповідність змісту, чіткість, точність, яскравість та виразність [7, с. 109].

Одним із напрямків дослідження заголовків медіатекстів є створення їх класифікацій за семантичним принципом. Л. Майборода запропонувала кілька класифікацій газетних заголовків. Наприклад, за охопленням змісту матеріалу: 1) *односпрямовані*, що відображають тезу, розкриту в тексті, та 2) *комплексні*, що одночасно акцентують увагу на темі, аналітичній оцінці ситуації, ключовій тезі тексту; 1) *повноінформативні* та 2) *неповноінформативні* [12, с. 152]. О. Іванова класифікує заголовки медіатекстів за змістом та функцією: *розповідний заголовок* – найчастіше використовується у новинних матеріалах; *заголовок-констатація* – може складатися з двох-трьох речень і фактично є коротким повідомленням, яке плавно переходить у текст статті; *заголовок-резюме* – часто має іронічний підтекст і підводить читача до певного розуміння змісту публікації; *заголовок-парадокс* – привертає увагу завдяки несподіваному або шокуючому формулюванню, інколи надаючи додаткову вагу менш значущій інформації; *заголовок з іменем,* що підвищує цікавість до тексту; *заголовок-цитата* – передає основну ідею тексту через пряме цитування; *ігровий заголовок* – використовує гру слів або перефразування, створюючи інтригу чи викликаючи посмішку [8].

Структуру заголовків медіа-текстів вивчали Г. Микитів, Т. Попруга, поділяючи їх на *прості* (утворені з одного речення); *ускладнені* (складаються з кількох самостійних синтаксичних одиниць); *заголовкові комплекси* (поєднують основний заголовок із підзаголовком різного ступеня складності) [13, с. 235]. І. І. Овдієнко пропонує у структуру заголовку залучати і *надзаголовок*, *рубрику*, *підзаголовок*, *внутрішні заголовки*, об'єднуючи їх поняттям *заголовковий комплекс*, а у широкому розумінні до заголовкового комплексу включати *ліди*, *анонси*, *підписи до текстів та зображень*, *епіграфи* й *вставки*, *зображальні елементи* [15, с. 39]. Принцип заголовкового комплексу підтримує і О. Бикова, аргументуючи, що заголовок дає лише часткову уяву про зміст статті, тоді як підзаголовок пояснює заголовок, тему статті та характер тексту визначає заголовок рубрики, важливий і лід – перший абзац публікації, який містить головний факт повідомлення. Усі ці елементи в комплексі допомагають читачу

орієнтуватися в тексті та надають загальне уявлення про його зміст [19].

Ряд дослідників нових медіа відзначають центральне місце заголовків в структурі контенту завдяки їхній прагматичній функції, адже вони важливі не лише в організації інформації, а й у приверненні уваги читача, впливі на його думку та сприйнятті інформації ним, почасти маніпулюванні інформацією. В. Богдан визначає прагмалінгвістичні засоби впливу на читача в заголовках: каламбури, оказіоналізми, прецедентні тексти, інтертекстуальність, порівняння, метафори, перифрази, які забезпечують клікабельність, привабливість і несподіваність матеріалу [1, с. 17]. Н. Шульська вивчає комунікативно-логічні стратегії творення заголовків у сучасних онлайнових ЗМІ, відзначаючи, що заголовки впливають на кількість переглядів новини, що зумовлює зв'язок між стилем заголовків і їхньою ефективністю [17, с. 251]. Х. Дацишин розглядає баланс між клікбейтом і інформативністю заголовків новин в українських медіа, що посилює твердження про важливість створення заголовків, які є не лише привабливими, але й інформативними. Розглядаючи вплив заголовків на емоційний стан аудиторії Х. Дацишин підкреслює, що такі заголовки можуть мати довготривалий ефект, спонукаючи до поширення інформації, навіть якщо зміст не є об'єктивним [4, с. 201].

Попри активне вивчення масмедійних текстів та їхніх заголовків в українськомовному інтернет-контенті загалом, аналіз аналітичних онлайн-жанрів, що значно розвинулися останнім часом, та дослідження їхніх заголовків у прагмалінгвістичному аспекті в науковій літературі залишаються актуальними.

Постановка завдання. Метою статті є визначення прагматичних мотивів створення заголовків сучасних різножанрових аналітичних текстів в українськомовному контенті інтернету. Завданнями відповідно до визначеної мети є встановлення зв'язку між жанровим різновидом аналітичного тексту та характером його заголовку, визначення мовних засобів створення заголовків текстів аналітичного дискурсу, здійснення прагмалінгвістичного аналізу заголовків аналітичних текстів щодо інтенцій автора та ситуативного контексту.

Виклад основного матеріалу. Сучасний інфопростір наповнюється аналітичними текстами й документами різних жанрів. Вони є результатом глибокого критичного аналізу й слугують основою для вироблення рекомендацій у сфері державного управління, внутрішньої та зовнішньої політики, економіки, громадської діяльності, оборони та тощо. Зважаючи на поширення аналітичних текстів у медіа, у сфері комунікацій із владою, у діяльності громадських організацій, аналітичних центрів, журналістів і експертів, можна говорити про формування українськомовного аналітичного дискурсу.

«Аналітичний документ – це орієнтований на проблему і керований цінностями комунікаційний інструмент» [6, с. 32], мета якого – «надати вичерпну й переконливу аргументацію для обґрунтування рекомендацій» щодо ухвалення рішень [18, с.19]. У змістовому аспекті обов'язковими складовими є постановка проблеми, формулювання позиції та їх деталізація [10, с. 164].

Характерологічна ознака аналітичних текстів є аргументативність. Вона є первинною щодо інформативності та зумовлює ефективність сугестивного компоненту. Від обраних аргументативних стратегій і тактик залежить вплив тексту на свідомість і дії адресата [3].

Головними ознаками текстів аналітичного дискурсу є 1) писемна або усна форма; 2) інтенціональність (усвідомлений намір адресанта); 3) проблемність (постановка актуальної важливої проблеми); 4) аргументативність (переконування, обґрунтування, обговорення); 5) сугестивність (вплив на цінності та стимулювання до дії); 6) об'єктивність й інформативність (фактична основа); 7) можливість виразної авторської оцінки (суб'єктивний чинник); 8) рекомендації щодо розв'язання проблеми; 9) доступний стиль викладу для ширшої цільової аудиторії; 10) поширення важливих ідей переважно соціально-політичного спрямування.

Більшість окреслених характерологічних рис аналітичних текстів залучені до кола лінгвістичної прагматики як галузі, що вивчає, як контекст, учасники спілкування та їхні наміри впливають на розуміння змісту мовленнєвих одиниць і висловлювань, досліджує, як мову використовує автор висловлювання / тексту в реальних ситуаціях для досягнення цілей.

Аналітичний дискурс є динамічним за жанровою різноманітністю. Поступово формується його типологія як система форматів аналітики в різних інформаційних сферах, зокрема суспільно-політичній та воєнній, що найбільш актуальні й змінні в сучасному українському масмедійному просторі (напр., «економічна аналітика», «політична аналітика», «воєнна аналітика», «журналістика рішень»).

У широкому розумінні аналітичний дискурс охоплює тексти, в основі яких певна проблема-

тика, рекомендації щодо її розв'язання та їх аргументоване обґрунтування. Такі тексти поширюють ідеї, цінності, переконання й впливають на подальші дії адресатів. Типологія жанрів включає традиційні журналістські та інтернет-формати, аналітичні документи у соціології й політології, тексти в громадській діяльності та самоврядуванні, а також новітні жанри контенту соціальних мереж, блогів, ютюб-каналів та електронних медіа.

З початком повномасштабної війни значну частину аналітики в інтернет-просторі, зокрема в українськомовному сегменті, присвячено військово-політичній, воєнно-стратегічній, суспільно-політичній, економічній та геополітичній проблематиці. Аналітичні тексти активно створюють як закордонні, так і українські журналісти, експерти, блогери та громадські діячі.

Показовими щодо аналітичної складової є публікації українських інтернет-видань Texty.org.ua, «Українська правда», «Збруч», «Тиждень», а також тексти П. Казаріна, В. Портникова, В. Пекаря, В. Денисенка, Т. Трощинської, Д. Казанського, Р. Цимбалюка, Ю. Бутусова, С. Мусаєвої, О. Довженка, К. Данільченка та інших.

Вивчення українськомовного електронного контенту аналітичного дискурсу дало можливість виділити ряд нових та актуалізованих аналітичних жанрів: аналітична проблемна стаття, аналітичний допис в соцмережах, наприклад, Facebook, аналітичне есе як поєднання публіцистичного та художнього стилів, аналітичне інтерв'ю, аналітичний експертний коментар, відеоролик на ютюб-каналі (авторська аналітика, відеоблог, іронічна авторська відеоаналітика, або відеоаналіз) [16].

Одним із базових компонентів створення вдалого, якісного аналітичного тексту є влучна назва, або заголовок. Назва, тобто ««точка входу» у текст може визначити, читатимуть ваш текст чи навіть не клікнуть на нього» [Зарембо, с. 116]. За рекомендаціями спеціалістів з написання аналітики, назва аналітичного матеріалу має бути коротка (від 5 до 12 слів), влучна (тобто така, що відбиває тему документа, статті, звіту тощо) й не нудна, а також вказувати на проблему, яку покликаний розв'язати текст [6, с. 116].

Заголовки аналітичних статей, відеоматеріалів у ютюбі, постів у фейсбуці відомих журналістів, воєнних, політичних експертів-аналітиків, як правило, відповідають зазначеним вище критеріям ефективної та якісної аналітики. Особливо вираженим у них є зазвичай прагматичних компонент, який може бути зумовлений емоційно-експресивними мовними засобами, що виражають суб'єктивну оцінку, ставлення автора до об'єкту, до проблеми висвітлення в матеріалі, прагнення вплинути на думку читача / слухача з метою формування потрібного меседжа або формування певної концепції бачення аналізованої проблеми, авторської ідеї тощо.

Вибір і використання емотивної семантики, інтенціонального мовного засобу в тексті є ситуативно зумовленими та детермінованими комунікативним наміром мовця [3, с. 306]. На виразному прагматичному характері заголовків сучасних аналітичних текстів наголошують в аспекті їх сугестивності, впливовій дії на адресата. Наприклад, у назвах (заголовках) аналітичних текстів, що традиційно належать до публіцистичного стилю, на думку К. Зарембо, «можна дозволити собі трохи «вольностей», щоб привернути увагу читача цікавими метафорами чи алюзіями», які були б «гачком для читацького ока» [6, с. 117].

Аналіз заголовків сучасних українськомовних аналітичних інтернет-жанрів дав змогу визначити типи заголовків та заголовкових комплексів щодо використання в них прагматичних, емотивно-експресивних засобів та прийомів, а також встановити комунікативно-прагматичні цілі авторів щодо застосування таких прийомів при називанні своїх аналітичних матеріалів. Усього дібрано понад 100 аналітичних текстів та їх заголовків.

Концентрований за змістом, стислий, короткий жанр аналітики – пост, або допис в соцмережі, наприклад, у Facebook на суспільно-політичну, геополітичну, воєнну тематику – може або мати заголовок, або не містити формальної назви через короткий формат (натомість мати невеликий вступний абзац – прев'ю, що є стислим викладом теми чи ідеї поста). Особливістю такого жанру в соцмережах є актуальність на момент публікації, тому він відзначається чіткістю, стислістю, інформативністю, виразністю заголовка (за наявності) та / або короткого підзаголовка, або прев'ю / лід. Наприклад, заголовок «*Путін попросив у Трампа перемир'я на 9 травня*» є тематичний фактологічним, натомість лід містить уточнення, емоційно-експресивну лексику, суб'єктивне іронічне ставлення автора, політолога, аналітика видання «Ділова Столиця» Вадима Денисенка: «*Це виглядає смішно, але Путін просить Трампа, щоб той вплинув на Україну, щоб та не била по Москві в день Побєдобєсія*». Подальший основний текст чітко структурований, має тезисний список розмірковувань та аргументів автора. Створюється

контраст, але й баланс інформативності та сугестивності такого аналітичного продукту.

Пости воєнно-політичного аналітика Кирила Данільченка в стрічці Facebook не мають заголовків, але розпочинаються зі стислих емоційно-образних прев'ю, що мають інтенцією автора сконцентровано на початку аналітичного тексту подати основну концепцію чи тему подальшого тексту, що читача, з одного боку, інтригує, але, з іншого, когнітивно та емоційно «мобілізує». Наприклад, «*В Африці зараз розгортається класична драма про те, як «руський мир» закопується в піски Сахари… Позиція Києва зрозуміла: російські військові ресурси мають горіти скрізь – на піску, в пустелі, на льодовиках та болоті…* ». А також прийом оксюморону в заголовку поста, що інтригує читача і виражає глузування автора (негативна суб'єктивна оцінка) – «*Дефіцит піску в Сахарі*» (про дефіцит пального в Росії та його здорожчання через удари по нафтопереробній галузі ворога).

Якщо аналітичний пост у соцмережі більш розлогий, то заголовок, як правило, є. Для клікабельності (спонукання адресатів причитати матеріал), для прагматичної мети висловити авторське ставлення до суб'єктів аналізу в основному тексті буде доречним емоційно-експресивний заголовок із прийомом гри слів, чи каламбуру. Наприклад, допис Konstantin Atyev «*Кал в обмін на калій?*» (про нерозуміння звільненими опозиційними білоруськими політв'язнями причинно-наслідкових зв'язків російської-української війни і підігрування в своїх перших інтерв'ю російській пропаганді; звільнення відбулося в обмін на дозвіл США режиму Лукашенка експортувати калійні добрива). Із інших прикладів заголовок-алюзія на відому приказку аналітичного допису Валерія Пекаря на геополітичну тему «*Вісь зла, полюбиш і козла*» або заголовок-каламбур Nikolay Sukhinskiy «*Кінець путінської сечі*» з підзаголовком «*Голова «Роснєфті» Ігор Сєчін остаточно втратив статус впливової політичної фігури і почав зазнавати безпрецедентного апаратного тиску*».

Тип заголовка-прев'ю, коли основний меседж, суспільно-політична проблема вводиться в побутову ситуацію-зав'язку, що зближує автора та адресата, надає допису щирості, емоційності. Наприклад, заголовок допису правозахисниці, лауреатки Нобелівської премії Олександри Матвійчук «*На днях ми з подругою говорили, чому Україна «неідеальна» жертва в очах світу…*» (про стійкість, резильєнтність українців під час небезпеки навіть у тилу і стереотип за кордоном: «не страждаєте, тримаєтеся – значить, не зовсім жертви, то, може, і не варто так допомагати…»).

Назви, засновані на історичних алюзіях, розраховані на ерудованого адресата та створення ефекту історичних паралелей, метою яких є емоційне підсилення значимості сучасних подій: «*Польське* ***гетто*** *для українців*» (Hromadske.ua), «***Геноцид*** *триває – але не в Газі*» (Горгона Бобровицька), «*Ми не* ***антиросія****, ми просто не Росія*» (Віталій Портников).

Аналітичні статті можуть мати заголовки та прев'ю з такими прагматичними мотивами: 1) поєднання сенсаційної новини та авторитетної думки – *««США до справді ефективного лазера лишається 4-6 років, Україна – рік-два». Контр-адмірал США Марк Монтгомері про те, як українській армії перехопити ініціативу у війні*» (видання «Бабель»); 2) підкреслено вичерпна, науково-аргументована подача тексту, що має викликати довіру в адресатів – «*Військово-економічний огляд: системні тенденції фронту та тилу (весна – літо 2026)*» (Кирило Данільченко); 3) поєднання метафори та питання-інтриги – «*Втрачене вікно можливостей. Чому в Україні не склалося із наступом на півдні у 2023 році*»; 4) втілення ідеї-концепції, основного меседжа – «*Інший Папа*» (про гуманізм Папи-американці Лева XIV на противагу американській адміністрації Трампа), «*Гібридна імперія*» (про постійну гібридну стратегію кремля, спрямовану на руйнування європейської єдності, дискредитації Євросоюзу), «*Учень Собчака*» (про тяглість імперства в усі часи в Росії), «*Сила юності*» (про українську молодь, що стала на захист антикорупційних органів влітку 2025) (Віталій Портников); 5) заголовки з прийомом інтертекстуальності з натяком на класичні тексти, що увиразнює сучасну проблему тексту – Віталій Портников «*Чисто російське вбивство*» (вбивство таджицького хлопчика у підмосковній школі внаслідок ксенофобії, культивується в сучасній росії), «*Сад танучих скульптур*» (про інтерв'ю Ліни Костенко Сергію Жадану на 95-річчя поетеси).

Виділяються типи заголовків аналітичних матеріалів В. Портникова з огляду на використані в них емоційно-експресивні засоби вираження суб'єктивної оцінки, ставлення чи думки автора.

Лексичний різновид вираження емотивно-експресивного забарвлення в заголовках найбільш поширений і має виразний сугестивний, а відповідно, потенційно клікабельний, тобто зацікавлювальний, з подальшим переходом до прочитання всього матеріалу, ефект на аудиторію. Тут серед зібраного матеріалу представлені назви:

1) зі зниженою дієслівною лексикою, що яскраво виражає ставлення автора до проблеми, негативну, глузливу оцінку щодо поведінки героя матеріалу або щодо характеру розгортання подій: «*Росіяни бісяться від нової «Павутини»*», «*Нащо Латиніна провокує українців*», «*Чому знахабнів Путін*», «*Росія гнобить всіх*», «*Кірієнко поліз у Вірменію*», «*Алієв плюнув на Путіна*», «*Путін надурив Трампа*» тощо;

2) зі сленговою лексикою маргінальних кіл, використання якої підкреслює низький рівень, на думку автора, політичної культури і поведінки героїв матеріалу: «*Вучіч використав Зеленського*», «*Киргизи «пакують» вербувальників*», «*Росія послала Трампа*», «*Трамп наїжджає на всіх*», «*Трамп зливається з переговорів*» тощо;

3) зі згрубілою, на межі з обсценною, лексикою з ефектом звинувачення та сарказму, справедливого гніву і звинувачення в аморальності, ницості, боягузливості тощо персонажів матеріалу: «*День народження брехухи*» (про святкування ювілею «мерзенної» (епітет, вжитий у підзаголовку до цієї статті самим автором) російської пропагандистки Маргарити Симоньян), «*Маніяк та імпотент*» (про зухвалість Путіна та неспроможність до рішучої відповіді Трампа), «*Сцикливий «герой» Путін у Курську*»;

4) з обігруванням значення фразеологічних сполук: «*Трамп умиває руки*», «*Жар чужими руками*» (про дипломатичні «успіхи» Путіна завдяки нерішучості і відступу від принципів сили американського президента), «*Мистецтво тягнути час*» (про намагання Трампа підіграти Путіну у веденні безрезультатних «перемовин»), «*Перемовини зайшли в глухий кут*», «*Театр одного глядача*», «*Театр абсурду Трампа*»;

5) із вживанням яскравих образів, метафор, епітетів: «*Росія скочується у прірву*», «*Російська нафта скочується у безодню*» (про наростання економічних проблем у Росії внаслідок ведення загарбницької війни), «*Путін полює на Трампа*», «*Брехливий день «побєдобєсія»*», «*Стамбульська пастка*», «*Стамбульська імітація*», «*Велика ганьба Трампа*».

Використання В. Портниковим експресивних прийомів у заголовках на рівні аналітичного дискурсу в широкому аспекті, що розраховане на більш інтелектуальну аудиторію адресатів, представлене використанням прийому прецедентності – натяку в назві на вже відомий текст в новому контексті. Прецедентні тексти – це добре відомі в певному суспільстві або культурному колі тексти, цитати, алюзії або натяки на які викликають певні асоціації та розуміння у людей, знайомих з цими "першоджерелами". Іншими словами, це тексти, які мають певну культурну вагу та використовуються для посилання, узагальнення або створення певного ефекту в новому контексті.

Серед прецедентних емоційно-експресивних засобів у заголовках аналітичних текстів В. Портников використовує:

1) «новомову» російських пропагандистів чи відомі цитати політиків: «*Треба просто припинити стріляти*» (відома фраза В. Зеленського на початку президенства, що вжита автором в новому контексті слабкої позиції американської адміністрації щодо агресії Росії), «*Червоні лінії Трампа*» (вперше поняття червоні лінії вжиті російськими пропагандистами щодо дій Путіна у відповідь на надану потужну зброю Україні, наприклад, хаймарсів), «*Цар без війни не цар*» (про залежність Путіна як авторитарного лідера від ведення війни як фактора згуртування свого народу для збереження влади);

2) алюзії на відомі художні тексти, міфи, фразеологізми, фільми, назви тощо: «*Україна між Трампом і Путіним*» (алюзія на античний міф та ідіому між Сциллою та Харибдою – у новому прочитанні: важка військово-політичну ситуацію української влади і держави), «*100 днів хаосу*» (алюзія на назву роману «*100 років самотності*» Габріеля Гарсія Маркеса в контексті суперечливих за результатами 100 днів правління президента Трампа), «*Трамп і туман перемовин*» (алюзія на вислів з військового експертного кола «туман війни» як важкопрогнозовану щодо подальшого розвитку подій ситуацію), «*Король говорить*» (алюзія на назву художнього фільму про британського короля Георга V, але в контексті приїзду британського монарха Чарльза III до Канади і виступ у парламенті країни на підтримку незалежності та демократичних цінностей на тлі територіальних зазіхань до Канади президента Трампа), «*Qirim*» (алюзія на самоназву Криму в кримських татар у контексті відзначення роковин депортації кримськотатарського народу сталінським режимом і проведення аналогії до політики російських загарбників в наші дні щодо кримських татар в окупованому Криму);

3) глибокі алюзії та аналітичні історичні паралелі між минулими історичними подіями, міфологією та сучасною воєнно-політичною ситуацією як у світі, так і в Україні. Наприклад, в аналітичній статті із назвою «Похорон Гектора» автор проводить порівняльний аналіз між образом Гектора – відомим захисником античної Трої як самостійної держави, символом нескореності та опору волі сильного (грекам) та захисниками

України, що чинять опір російському агресору, що є сильнішим за людським та матеріальним ресурсами. Кожен з українців, що стали на захист Батьківщини, і троянець Гектор об'єднані ідеєю, що вижити і відбутися може лише та країна, яку захищають люди, що щиро вірять в неї і зацікавленні в її існуванні. До цього ж типу належить недавня стаття із промовистим і актуальним заголовком «*Давид і Голіаф*» з ідеєю відчайдушного протистояння і успіху воєнних операцій, асиметричних дій у війні української армії проти російського агресора, а віднедавна – Ізраїлю проти Ірану.

Влучно і виразно застосовує журналіст-аналітик у заголовках своїх матеріалів каламбур як стилістичний прийом використання багатозначності, омонімії чи паронімії для створення експресивного ефекту впливу на аудиторію, виклику зацікавленості та комізму (сарказму) щодо змісту аналітичного матеріалу. У заголовку «*Путін у Павутині*» ефект каламбуру зумовлений значенням ідіоми потрапити в павутину (безвихідне становище) в контексті складної ситуації для російського керівництва через неможливість зупинки війни та наростаючою складністю її продовжувати, а також назвою вдалої спецоперація СБУ в глибокому тилу росіян зі знищення стратегічної авіації. Заголовок «*Трамп підпалює Каліфорнію*» обігрує пряме й переносне значення дієслова *підпалює*, оскільки жорстка міграційна політика американського президента спричинила масові протести, перепідпорядкування силових структур від губернатора штату президенту, обурення цим фактом місцевих еліт і, як наслідок, в ході протестів відбулися підпали майна, автомобілів, будівель на вулицях міст штату Каліфорнія.

Висновки. Семантико-прагматичні диференційні характеристики сучасних аналітичних текстів зумовлені комунікативно-прагматичними намірами комунікантів: інтенціональність як спрямованість на досягнення цілей автора тексту, проблемність і актуальність, аргументативність, що тісно пов'язана з сугестивністю, або впливовістю на установки та дії адресата, наявність виразної авторської оцінки проблеми, ситуації та поширення суспільно важливих ідей та рішень, рекомендацій.

Аналітичному дискурсу на сьогодні властива динамічність та мультимедійність. Лінійка аналітичних жанрів оновлює традиційні різновиди та постійно поповнюється новими форматами: від аналітичного есе, експертної аналітичної статті до аналітичної проблемної статті, аналітичного допису в соцмережерах, аналітичного інтерв'ю чи іронічної авторської відеоаналітики.

Заголовок аналітичного тексту як центральний семантичний та структурний його елемент має важливі прагматичні функції, що проявляються в конкретному заголовку в залежності від авторських інтенцій. Серед таких функцій визначаємо фактологічну (інформаційну), емоційно-експресивну, метою якої є висловити оцінку, зацікавити, спонукати, закликати, вплинути, рефлективну, призначену викликати спогади та аналогії в життєвому досвіді адресата, клікабельну, спрямовану до залучення адресата до подальшого ознайомлення з текстом, функцію оригінальності заголовка, що пов'язана із функцією запам'ятовування та естетичного задоволення. Визначені комунікативно-прагматичні функції заголовків аналітичних текстів можливі завдяки використаним авторами прийомів гри слів (каламбурів), прецедентних текстів (алюзій, інтертекстуальності), оксюморону, метафор, інтригуючих питань, емоційно-експресивних лексичних засобів тощо.

З огляду на розвиток аналітичного онлайн-дискурсу перспективою дослідження може стати визначення композиційних особливостей заголовків та основної частини аналітичних текстів різних жанрів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Богдан В. Заголовок медіа тексту як основний засіб прагматичного впливу на читача. *Головний редактор*. URL: https://library.udpu.edu.ua/library_files/stud_konferenzia/2020/1/5.pdf

2. Григораш С. М. Змістова композиція аналітичних документів. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія.* 2013. № 1. С. 21–25.

3. Гузенко С. Аргументація у дискурсі українських мас-медіа (на прикладі аналітичних жанрів). *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство).* Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2014. Вип. 130. С. 96–99.

4. Дацишин, Х. Сучасний заголовок новин в українських інтернет-ЗМІ: між клікбейтом та інформативністю. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. 2021. № 112. С. 45–56.

5. Довженко О. Як написати аналітичний текст. Київ, 2018. URL: https://medialab.online/news/analitics/

6. Заремба К. Писати аналітику може кожен: мистецтво переконливого тексту. Київ : «Віхола», 2021. 224 с.

7. Іванов В. Техніка оформлення газети: курс лекцій. Київ : Т-во «Знання», КОО, 2000. 222 с.

8. Іванова О. Лінгво-стилістичні особливості перекладу англійських газетних текстів українською мовою. *Наукова періодика України*. URL: http://intkonf.org/ivanova-oo-lingvo-stilistichni-osoblivostiperekladuangliyskihgazetnih-tekstiv-ukrayinskoyu-movoyu

9. Кочан І. Специфіка заголовків «Українського тижня» в аспекті відображення текстової інформації. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2017. № 3. С. 93–96.

10. Кришталюк Г. А. Композиція англомовних газетних аналітичних текстів: лінгвокогнітивний аспект. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки.* Кам'янець-Подільський, 2011. Вип. 27. С. 163–167.

11. Лєснєвська К. Семантика та функції заголовка художнього твору. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* 2017. № 10. С. 60–62.

12. Майборода Л. Специфіка газетних заголовків до журналістських матеріалів різних жанрів. *Вісник Черкаського університету.* Серія Філологічні науки. Черкаси. 2006. Вип. 94. С. 150–164.

13. Микитів Г., Попруга Т. Інтерпретація газетних заголовків у сучасному інформаційному просторі. *Вісник Запорізького національного університету*. Філологічні науки. 2010. № 1. С. 233–237.

14. Михайленко В. Заголовковий комплекс як базовий елемент журналістського тексту. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 50. С. 239–244.

15. Овдієнко І.І. Заголовковий комплекс як складник журналістського твору у нових медіа. *Кваліфікаційна робота магістра.* О61 «Журналістика». Запорізький національний університет. Запоріжжя. 2024. 88 с.

16. Пилипак В. Сучасні аналітичні тексти в україномовному контенті: жанрова типологія // *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2025. № 90. Том 2. С. 200–207 https://doi.org/10.24919/2308-4863/90-2-29

17. Шульська Н. Комунікативно-логічні стратегії творення заголовків у сучасних онлайнових ЗМІ (на прикладі регіональних видань). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. Т. 32 (71). № 4 Ч. 3. С. 250–256. URL: http://surl.li/ibterb

18. Янг Е., Куінн Л. Як написати дієвий аналітичний документ у галузі державної політики: *Практичний посібник для радників з державної політики у Центральній та Східній Європі*. Київ : К. І. С., 2003. 120 с.

19. Bykova O. M. Properties. Functions and Varieties of Titles of Reporting in the Structure of the Modern Press Reporting. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи*. 2012. С. 5–10.

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

Дата першого надходження статті до видання: 30.04.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 22.05.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026