

УДК 070.41

ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНІ МОЖЛИВОСТІ ДІАЛЕКТИЗМІВ У ЗАГОЛОВКАХ СУЧАСНОЇ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ГАЗЕТИ (НА МАТЕРІАЛІ ЧАСОПISУ «СТАРИЙ ЗАМОК «ПАЛАНОК»)

Путрашик В.І.

Ужгородський національний університет, м. Ужгород, Україна

У статті проаналізовано функціонально-стилістичні можливості діалектної лексики в газетних заголовках, місце і роль діалектизмів у вияві етноспецифіки Закарпаття.

Ключові слова: *заголовок, заголовковий комплекс, діалектизм, мова газети.*

Постановка проблеми. Сучасне бурхливе поширення інформації й зростання темпів життя накладає відбиток і на спосіб ознайомлення з повідомленнями в друкованих ЗМІ. Нинішній читач нерідко насамперед сканує заголовки й підзаголовки газетних текстів, шукаючи узагальнення найголовнішого з того, що містить текст. Звідси постають підвищені вимоги до лаконічності й водночас змістової місткості назв матеріалів, а також їх примітності й впливу на адресата. Ключовою функцією заголовків сучасних ЗМІ стає привернення уваги читача, його зацікавлення. Задля цього журналісти удаються до різноманітних мовностилістичних засобів, зокрема залучення шарів лексики обмеженого побутування, нелітературних, розмовних елементів тощо. З огляду на це дослідження практики вживання територіально обмеженої лексики в заголовкових структурах є актуальним.

Проблема заголовка як текстового і позатекстового феномена була і є в полі пильної уваги багатьох науковців. Його вивчали в найрізноманітніших аспектах: з погляду типології, функцій, виражальних можливостей, структури, композиційних особливостей тощо (огляд наукової розробки проблеми див., наприклад: [13]). Діалектні одиниці дослідники пресолінгвістики розглядали переважно як елементи публіцистичного тексту загалом (див.: [7]). *Метою нашої статті* є з'ясування функціонально-стилістичних можливостей діалектизмів у заголовкових структурах сучасної закарпатської газети та ролі локальної лексики у вияві регіональної етноспецифіки.

Встановлюючи об'єкт дослідження, ми скористалися класифікацією В. Іванова, який поділяє газетні заголовки на *основні (або головні); підзаголовки; внутрішні підзаголовки; надзаголовки; рубрики; шапки* з дальшою градацією [1, с.114]. Зокрема, серед рубрик автор виділяє й *суперрубрики*, або назви тематичних сторінок. Таким чином, *об'єктом* наших *спостережень* стали такі заголовні елементи газети, як суперрубрика, рубрика, заголовок, основний та внутрішні підзаголовок. Надрубрики й шапки, крім привітальних, у верстальній практиці газети «Старий Замок «Паланок» не використовуються.

Фактичним матеріалом дослідження є понад 90 діалектизмів, відібраних із 84 номерів закарпатської обласної газети «Старий Замок «Паланок» за 2010-2011 роки. Часопис виходить на 16 сторінках (2010 р. – на 24). Абсолютна більшість засвідчених діалектизмів репрезентує, що й зрозуміло, закарпатський і гуцульський говори, які побутують на території області. Подеколи трапляються також лексичні елементи бойківського діалекту та добре відомі регіоналізми південно-західного наріччя зі значним ступенем поширення. Серед різновидів локальної лексики у заголовках аналізованого видання виявлено (подаємо в порядку кількісного спадання) лексичні, етнографічні, граматичні, фонетичні, словотвірні, семантичні, акцентуаційні діалектизми.

У назвах сторінок аналізованого видання засвідчено всього два діалектизми: «Газдуймо» (*газдувати* ‘господарювати’ [10, II, с.12]) – заклична суперрубрика тематичної сторінки, присвяченої господарським питанням, та «Міш-маш» (*мішмаш* ‘мішанина різнорідних продуктів’ [9, 174]) – постійна назва останньої шпальти. У першому випадку зауважень не виникає, адже виразно відбито тематичне спрямування матеріалів сторінки, до того ж використано регіоналізм, відомий не тільки на Закарпатті, а й на всьому південно-західному обширі, тому не викликає проблем із його розумінням. Тим часом найменування останньої сторінки абсолютно не відбиває її наповнення. Тут публікуються переважно 2-3 тексти культурно-освітнього спрямування – переважно репортаж і 1-2 замітки, а також «Колонка автора», у якій редактори і журналісти розмірковують у жанрі есе чи фейлетону над актуальними проблемами у сферах політики, економіки, культури, освіти тощо. У семантичному обсязі діалектизму проглядає негативна конотація – щось не надто впорядковане, навалене на купу, суміш різнорідного. Варто зауважити, до середини 2006 року це була розважальна сторінка, на якій розміщували астрологічний прогноз, сканворд, твори гумористичних жанрів, зокрема анекдоти, що справді ліпше корелювало з назвою. Мотиви зміни наповнення шпальти без втручання в іменування сторінки не зовсім зрозумілі, найімовірніше, пов’язані з якимись технічними питаннями. Утім, на нашу думку, дисонанс суперрубрики з добром матеріалів шпальти явний і не виправданий.

Зрідка трапляються діалектизми й у рубриках: «Догаздувалися» (2010, № 12, с. 2), «Графунок» (2010, № 23, с. 19), «Файно було!» (2010, № 36, с. 24), «Файні люди» (2011, № 21, с. 12), «Май-май» (2010, № 33, с. 14) (*май* – ‘найбільш’ [9, с. 166]). Використані регіоналізми, окрім останнього, семантично прозорі й поширені майже на всій території південно-західного наріччя. Тож їх уживання з погляду експресивної доцільності й привернення уваги, нам здається, виправдане.

Як відомо, головне призначення територіально обмеженої лексики в публіцистичних текстах – створення місцевого колориту й індивідуалізація мовлення персонажів [7, с. 282]. Таке розуміння її функцій цілком може бути спроектовано й на використання в заголовкових утвореннях. Етнографізми або ж широко відомі лексичні діалектизми, ужиті в назві газетного матеріалу, стають дієвим засобом актуалізації етноспецифіки регіону. Навіть без заглиблення в текст публікації вони дають змогу виявити складники етнокультурної картини світу місцевих мешканців. Тож із цього погляду введення локальної лексики в газетні заголовки видається цілком доцільним прийомом. Ним вправно користуються й журналісти часопису «Старий Замок «Паланок», добираючи в назви своїх матеріалів

діалектизми, що йменують різноманітні страви, напої, знаряддя праці, одяг, предмети побуту, об'єкти довколишнього світу закарпатців. Насамперед з такою метою вжито діалектизми в поданих нижче заголовках: «Докинь *барткою* до писаного каменю» (2010, № 31, с. 12) (*бартка* 'мала гостра сокира' [8, с. 11]); «Влітку – *леквар*, взимку – *гурка*. У Гечі відбувся колоритний фестиваль різників» (2011, № 4, с. 16) (*леквар* 'варення, повидло', *гурка* 'сорт домашньої ковбаси (суміш каші з потрухами, кров'ю, зрідка м'ясом)' [9, сс. 160, 54]); «Ужгород відсвяткував Масляну. У парку смажили млинці, варили *бограч* і смакували вино» (2011, № 6, с. 16) (*бограч* 'різновид супу'); «*Паленка* з автомата» (2011, № 12, с. 16) (*паленка* 'горілка' [9, с. 216]); «Аби були *бербениці* повні сиру і *жентиці*. У Дубовому відправили на полонину отари, а вівчарям подарували коників-помічників» (2011, № 17, с. 16) (*бербениця*, *бербениці* 'довга дерев'яна бочечка для молока, бринзи' [8, с. 11], *жентиця* 'сироватка' [9, с. 84]); «Карпатська *гуня* (made in China)» (2011, № 25, с. 14) (*гуня* 'верхня одежа з домотканого грубого і ворсистого, переважно нефарбованого сукна' [9, с. 54]) (тут цікава опозиція атрибутівів «карпатська» – «made in China», за допомогою якої автор наголошує на проблемі занедбання і втрати власного виробництва автентичного народного одягу); «*Кресаня* від президента. 88-річний Степан Молдавчук досі носить головний убір, подарований Степаном Клочураком» (2011, № 26, с. 14) (*кресання*, *крисан* 'капелюх' [8, с. 87]); «*Шитимені* по-чопськи. Місто відзначило 730-у річницю» (2011, № 32, с. 2) (*шитимені*, *шіте* 'міні' 'тістечко' [3, с. 329]).

Варто відзначити й уживання діалектизмів у заголовкових структурах для індивідуалізації мовлення героїв публікації. Пор., наприклад, внутрішні підзаголовки-цитати: «Я помагав відомому отцю Методію, котрий лише *туй* урятував від нечистої сили 40 душ» (2010, № 17, с. 22) (*туй* 'тут' [9, с. 355]); «Розуміючи глибину своєї творчості, на *поді* засипав піском понад 50 робіт» (2010, № 40, с. 22) (*пуд*, на *поді* 'горіще' [9, с. 298]); «Зняти *калат* готовий лише перед Масариком і Брежнєвим» (2010, № 29, с. 16) (*калат* 'чоловічий капелюх (переважно вихідний)' [9, с. 137], узагалі ж, *зняти калат* – діалектна ідіома зі значенням 'виявити повагу').

Функціональність діалектизмів у заголовках не обмежена виявом етноспецифіки регіону та потребою стилізації мовлення персонажів. Елементи місцевої говірки, як живорозмовні складники в оточенні літературної лексики, сприяють інтенсифікації виражальної спроможності заголовка – він привертає увагу, може справляти емоційний, естетично ціннісний вплив на читача. Вважаємо, свідомий добір такого «чужорідного» компонента в назву публікації, за умови його впізнаваності й достатньої семантичної прозорості, є доцільним експресивним засобом, що посилює ефективність заголовка, спрямовуючи адресата до прочитання матеріалу. З такою настановою, на наш погляд, використано діалектні одиниці в таких заголовкових утвореннях: «Школярам закортіло чужі *біцілі*» (2010, № 11, с. 11) (*біцілі* 'велосипед [9, с. 26]'); «Зроби своє *колисало*» (2010, № 30, с. 24) (*колисало* 'гойдалка' [6, I, с. 366]); «Що *сокотить* карпатський чорт?...» (2010, № 31, с. 12) (*сокотити* 'берегти, бути уважним' [9, с. 337]); «Не задекларував *топанки* – ходи босий» (2010, № 68, с. 18) (*топанки* 'черевики' [9, с. 352]); «*Майфайний* закарпатський торт» (2011, № 10, с. 15) (*майфайний* 'найгарніший' [9, с. 166]); «*Шіковний*, *ипний* та *читавий*. Таких звань надали кращим косарям на Хустщині» (2011, № 22, с. 16) (*шіковний* 'спритний енергійний, швидкий'; *ипний*

1) 'працьовитий', 2) 'справний'; *читавий* 'значний, сильний' [9, сс. 420, 134, 416]); «Як відсвальбувати без жениха. В Ужгороді вчетверте пройшов парад наречених» (2011, № 24, с. 16) (*свальбовати* 'справляти весілля або гуляти на ньому' [9, с. 327]); «Криза змусила купувати *хосновані* автомобілі» (2010, № 2, с. 18) (*хоснований* 'уживаний' [9, с. 404]) та ін.

Діалектні одиниці в заголовках газети «Старий Замок «Паланок» можна розглядати також у контексті т. зв. прецедентних феноменів, застосування яких полягає в апелюванні до фонових знань читача через крилаті вислови, відомі фразеологічні звороти, цитати з літературних чи фольклорних творів, кінофільмів тощо. Крім того, такі одиниці також можуть обігруватися, трансформуватися, при цьому первісний зміст підмінюється на потрібний авторові. Прецедентність також є потужним засобом створення експресії. Розглянемо приклади.

Використання рядків відомої народної пісні з місцевими лексемами «*Паленочко біла-біла, як ти мені надоїла...*» (2010, № 3, с. 22) (*паленочка* 'зменш. до *паленка* ('горілка')' [9, с. 216], *надоїдати* 'набридати' [9, с. 184]) актуалізує зміст фольклорного твору, образно передаючи читачеві суть публікації про проблему алкогольної залежності й можливості позбутися цього лиха. Утім таке дешифрування міститься вже й у підзаголовку «Про тверезе життя, традиції боротьби з пиятикою і людей, що живуть без алкоголю».

У літературній мові добре відомий фразеологізм *побила лиха година* 'спітало лихо, нещастя' [11, с. 153]. На Закарпатті він має ще варіанти *біда (мара) побила* з наголосом на першому складі. У заголовку «Закарпаття знову *негода побила*. Постраждав навіть кордон» (2010, № 32, с. 2) автор удався до трансформації діалектної ідіоми (на що вказує й порядок компонентів, і насамперед навмисний графічний вияв акцентування другого з них), замінивши в ній перший складник на слово *негода*. Крім власне проєкції на семантику фраземи, зазначена видозміна одночасно дає змогу вказати на причину лиха.

Прикладом використання (щоправда, не зовсім вдалого) інтертекстуальних зв'язків може слугувати й заголовок «Чіча Божа» (2010, № 6, с. 16) до нариса про закарпатську письменницю Ірину Мегелу, лауреатку місцевого літературного конкурсу за роман «Чіча Божий». Назва журналістського матеріалу, по-перше, відсилає до найменування художнього твору, встановлюючи особу авторки; по-друге, несе її оцінну характеристику, що базується на пов'язуванні з діалектною ідіомою *чіча божа* 'сумирна, некривдна, дещо наївна людина'. Щоправда, в самій письменниці такий журналістський підтекст викликав усмішку: «... мої колеги з газети «Старий Замок «Паланок», які першими надрукували цей матеріал, узагалі мають відмінне почуття гумору» [4]. Розбіжність між фразеологічним значенням ужитої мовної одиниці й самоусвідомленими характеристичними рисами людини зумовлена, очевидно, нерозумінням газетярами семантики вузьколокальної фраземи. І якщо функцію привернення уваги читача такий заголовок цілком виконав, то його відповідність змісту тексту є сумнівною.

Вживання лексичних діалектизмів – синонімів літературних одиниць – в одному з елементів заголовкового комплексу, який може містити, наприклад, рубрику, заголовок, підзаголовок, внутрішні підзаголовки або ж кількісно меншу комбінацію згаданих компонентів, нерідко спричинене бажанням уникнути тавтології. Саме такою настановою передусім можемо пояснити появу місцевих лексем чи

фразеологізмів у таких комплексних назвах матеріалів: заголовок – «У суботу відбудеться третя *журналістська* проща», підзаголовок – «Цього разу *новинкари* йтимуть пішки від Тячева до Великого Бичкова (2010, № 32, с. 4) (*новинкар* – ‘газетяр, журналіст’ [6, I, с. 494]); рубрика – «Май-май», заголовок – «Хто в краї *най*сильніший, *най*старший і *най*вищий, розкаже «Книга рекордів Закарпаття» (2010, № 33, с. 14) (*май* – префікс, за допомогою якого утворюються прикметникові та прислівникові форми найвищого ступеня порівняння’ [9, с. 166]); заголовок – «*Коцка* – новий символ Мукачєва», підзаголовок – «Мешканці міста над Латорицею вже оцінили переваги *моцених каменем доріг*» (*коцка* – ‘шестигранник з цукру, каменю, дерева’ (2010, № 37, с. 4) [9, 152]); заголовок – «*Дохтор* прийде чи приїде?», підзаголовок – «На Закарпатті 67 сільських лікарів не мають чим доїхати до хворого...» (*дохтор* – ‘лікар’ (2011, № 11, с. 6) [9, 76]); заголовок – «Кожному *малюку* – місце в садку», підзаголовок – «А на Тячівщині і Рахівщині до школи освіти здобуває лише один *дітвак* із чотирьох» (*дітвак* – ‘хлопчик; малюк, дитина’ (2011, № 19, с. 19) [9, с. 66]); заголовок – «Мери-західняки *копкатимуть лобду* в Міжгір’ї», підзаголовок – «У нашій області пройдуть відбірні змагання західної зони чемпіонату України з *футболу* серед міських, селищних, сільських голів» (2011, № 22, с. 13) (*копкати лобду* – ‘грати у футбол’ /*копкати* ‘ударяти, бити ногою; копати’ [9, с. 149], *лобда* ‘м’яч’ [3, с. 286]). Безумовно, такі заголовки мають і експресивне навантаження, інтенсифікуючи виразність та привертаючи увагу.

Крім того, використання діалектизму в заголовку часом диктується й потребою уникнути лексичної тавтології в контексті газетної шпальти, що розглядається як макроструктура, тоді як окрема публікація є елементом мікроструктури. На думку дослідника проблем редагування А. Капелюшного, «у ЗМІ дуже важливим є аналіз і оцінка тексту як мікроструктури, що входить до складу макроструктури: сторінки, номери видання, теле- чи радіопрограми тощо» [2, с. 16]. Очевидно, саме з таких міркувань ужито діалектизм *вароський* (2011, № 33, с. 5) (*вароський, варєшський* ‘міський’ [9, с. 35]) у підзаголовку замітки «Містом кочують книжки. *Вароська* молодь започаткувала культуру буккросингу». Оскільки інші матеріали цієї сторінки в назві вже містили вказівку на обласний центр Закарпаття («Сектор без газу. Внаслідок аварії *обласний центр* залишився без блакитного палива»; «Сміття не буде. В *Ужгороді* правий і лівий берег змагатимуться, в кого чистіше»), використання добре відомої місцевому читачу діалектної лексеми дало змогу уникнути повтору однокорених слів у межах шпальти.

У пресолінгвістиці неодноразово йшлося про виражальні можливості та функціональне навантаження перифразів у мовленні газет, зокрема й заголовках. Закарпатські медійці для називання публікацій деколи конструюють одиниці вторинної номінації, послуговуючись і діалектним матеріалом: «Скутери восени порухують. Власники *малих «моторів»* до кінця бабиного літа повинні легалізуватися. Заради безпеки чи грошей? (2010, № 37, с. 4) (*моторка* ‘мотоцикл’ [9, с. 176] у цьому ж значенні подекуди вживається і *мотор*, хоч позначає також ‘автомобіль’ [9, с. 176]). Такий утвір у підзаголовку з’явився на потребу мати синонім до слова *скутер*, яке фігурує в заголовку, й таким чином уникнути повтору.

Часте вживання загальнономовних перифразів призводить до стирання їх виражального потенціалу, перетворення на мовні штампи. Очевидно, як засіб надати таким одиницям нового дихання, поновити експресію можна розглядати заміну загальнономовної складової

перифразу на діалектну: «*Чотириногі цимбори* пишались красою і вміннями у Мукачеві» (2010, № 36, с. 24) (*цимбор, цимбор* 'товариш, друг' [9, с. 409]).

У заголовних компонентах газети «Старий Замок «Паланок» діалектна лексика функціонує також у складі пропріальних утворень, найчастіше геортонімів – власних назв урочистостей, свят, культурно-мистецьких заходів, акцій – концертів, виставок, фестивалів, флешмобів тощо. Позбавлені лексичного значення, такі структури є денотативними знаками, словесними маркерами певних об'єктів. Разом з тим у свідомості читача мимоволі актуалізується семантичний обсяг апелятивів, що лягли в основу оніма. Закарпатські геортоніми часто творяться з використанням соковитих місцевих слів, тож регіональна лексика в складі таких власних назв вряди-годи опиняється й у заголовках. Здебільшого вживання діалектизмів у згаданих пропріативах зумовлене прагненням передати етнокультурну специфіку регіону, місцевий колорит, чим привернути увагу до відповідного заходу. Крім того, у такий спосіб територіально обмежені лексеми, по-перше, ніби консервуються, закріплюються у локальному духовно-культурному континуумі, а по-друге, мають змогу вийти за його межі, набути поширення, адже заходи переважно самобутні й нерідко привертають неабиякий інтерес гостей з-за меж Закарпаття, про найвідоміші з них згадують і центральні українські ЗМІ.

Геортоніми з регіоналізмами в заголовках виконують насамперед інформаційну функцію, повідомляючи про подію, очевидною є також рекламна складова їх узусу. Як приклад наведемо такі заголовки: «В Ужгороді відбудеться дружня трапеза «*Sunday Боґрач*» (2010, № 25, с. 2) (значення див. вище); «Замурзане свято. На Воловечині відбувся перший фестиваль чорниць – «*Верховинська яфина*» (2010, № 31, с. 16) (*яфины* 'чорниці' [9, с. 429]); Гуцулія відгуляла. Водинадцятьє Рахів зібрав люд на «*Бринзу*» (2010, № 36, с. 24) (10, I, с. 236); «*Лемківська ватра*» втретє відкрилася вернісажем закарпатської художниці Ольги Рушак (2011, № 28, с. 11) (*ватра* 'вогнище; вогонь' [8, с. 21]); «В Ужгороді змагалися силачі. Завершився восьмий «*Карпатський медвідь*» (2011, № 32, с. 13) (*медвідь* 'ведмідь' [9, с. 170]); «*Яворові гуслі*» заграли у Драгові. На Хустщині відбувся музичний фестиваль» (2010, № 38, с. 24) (*гуслі* 'скрипка' [9, с. 54]) «Зацвіла «*Червена ружа*». У Мукачеві відбувся 12-й фестиваль русинської культури» (2010, № 62, с. 24) (*ружа* – 'троянда' [9, с. 324]). У двох останніх ілюстраціях спостерігаємо актуалізацію значень апелятивів, що лягли в основу геортонімів, через посередництво змістовно й граматично пов'язаних із такими загальними іменниками дієслів у прямому значенні. Водночас такі структури становлять собою метафоричні поєднання, залучають для формування уявлень про події асоціативні зв'язки, надають заголовку емоційно-експресивного забарвлення.

Тісний зв'язок між онімом та загальною назвою в геортонімах виявляється у своєрідній реапелятивації пропріатива в заголовку (формально, зокрема, й через усунення лапок), втім власна назва зберігається в тексті публікації: «*Два шовгори* зустрілися на виставці. Вернісаж пам'яті друга відбувся у Мукачеві» (2010, № 31, с. 13) (*шовгор* – 'брат дружини, шурина' [9, с. 423]) (у замітці йдеться про виставку «*Два шовгори*»); «*Їсти й пити. У вересні – бринза, ріпа*, вино і «маршрут Монархії» (2011, № 33, с. 2) (*бринза* 'сир з овечого молока' [10, I, с. 236], *ріпа* 'картопля' [9, с. 308]) (у матеріалі розповідається про фестивалі «*Гуцульська бринза*» та «*Гуцульська ріпа*»).

Крім геортонімів, що містять діалектні вкраплення в заголовних елементах, у назви публікацій «Старого Замку «Паланку» виноситься й місцева лексика в складі артіонімів – власних назв творів мистецтва, фольклору: «*Луйтру* в небо» презентував читачам Петро Мідянка» (2010, № 68, с. 2) (*луйтра* ‘дерев’яна драбина’ [9, с. 164]); «Пісня «Винко *червеноє*» перемогла на «Фольк-мюзік». Нагороди музикам вручав Іван Плющ» (2010, № 70 с. 17); «Рокаш» зняв перший кліп на пісню «*Дай ми, мила*» у Мукачівському замку» (2011, № 17 с. 11) (*ми* ‘мене’ [9, с. 171]). Крім того, в останньому прикладі фігурує ще один онім, що виник на основі діалектного апелятива, – власна назва музичного гурту (*ракаш* ‘купа чого-небудь, гурт’ [9, с. 305]). Того ж ряду заголовків із вкрапленням в його структуру іншого пропріатива: «Кумири Європи. Закарпатський гурт «*Гудаки*» більше відомий за кордоном» (2010, № 29, с. 16) (*зудак* – ‘музикант, переважно скрипаль’ [9, с. 53]).

До вживання у мовленні ЗМІ діалектизмів, попри їх багатий етнокультурний, мовностилістичний і емоційно-експресивний потенціал, слід усе-таки підходити зважено. Особливо з огляду на те, що згаданий пласт лексики, будучи територіально обмеженим, деколи вузьколокальним, може викликати труднощі з розумінням у читачів, які живуть у різних куточках Закарпаття. Обласне видання, використовуючи місцеві слова, має добирати їх, максимально дбаючи про прозорість семантики. Також варто пам’ятати про імовірність різних значень тої самої лексеми. Проілюструємо не зовсім доречно, на нашу думку, вживання діалектизмів у заголовках через неоднозначність семантики однієї лексеми або ж уживання на позначення однієї реальії кількох назв у різних районах краю. Внутрішній підзаголовок «*Мелай* – американцям, виноград – албанцям» (2010, № 1, с. 18) у матеріалі під рубрикою «Ретро» містить вузьколокальний діалектизм на позначення ‘кукурудзи’ [9, с. 170]. Проте на Закарпатті його знають не всюди – переважно в східній частині краю, тоді як у західній поширеними є назви *тенгериця*, *кендериця* [3, с. 315] тощо. У заголовку до спортивного матеріалу «Пити пиво і їсти *пикницю* Гамула не дозволить» (2011 № 4, с. 13) виділений діалектизм ужито в значенні ‘різновид домашньої ковбаси’. Проте це ж слово в інших говірках області має значення ‘корито для заміщення тіста для хліба’ [9, с.231]. Тож бачимо, що через не зовсім осмислений добір діалектизмів у читача можуть виникнути певні труднощі у сприйманні місцевої лексики.

Висновки. Таким чином, аналіз заголовкових структур закарпатської газети «Старий Замок «Паланок» засвідчив широке й переважно доречно використання журналістами діалектних одиниць для відбиття етноспецифіки краю, індивідуалізації мовлення персонажів, створення експресії через навмисне вклинювання в літературномовне лексичне середовище назви публікації, конструювання прецедентних утворень, актуалізацію в онімах тощо.

Примітка. Посилання на джерело фактичного матеріалу – газету «Старий Замок «Паланок» – із зазначенням року видання й номера часопису та сторінки, на якій знайдено діалектизм, у статті подається у круглих дужках.

Список літератури

1. Иванов В.Ф. Техніка оформлення газети: Курс лекцій / В. Ф. Иванов. – К.: Т-во "Знання", КОО, 2000. – 222 с.
2. Капелюшний А. О. Редагування в засобах масової інформації: [навчальний посібник] / А. О. Капелюшний. – Львів: ПАІС, 2005. – 304 с.
3. Лизанець П. М. Українські південнокарпатські говірки Затисся Виноградівського району Закарпатської області: [монографія] / П. М. Лизанець. – Ужгород: Карпати, 2008. – 440 с.
4. Мадрига И. Литературный дневник: Как я стала жертвой приписок [Електронний ресурс] / И. Мадрига. – Режим доступу: <http://www.proza.ru/diary/trembita/2010-02-23>.
5. Майборода Л. І. До проблеми способів та засобів увиразнення газетного заголовка [Електронний ресурс] / Л. І. Майборода. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1410>.
6. Онишкевич М. Й. Словник бойківських говірок: [У 2 ч.] / М. Онишкевич. – К., 1984.
7. Пискач О. Використання діалектної лексики в публіцистичному тексті (на матеріалі закарпатської районної преси) / О. Пискач // Сучасні проблеми мовознавства та літературознавства: збірник наукових праць. Вип. 6. Збірник пам'яті Кирила Галаса. – Ужгород, 2002. – С. 281-287.
8. Піпаш Ю. О. Матеріали до словника гуцульських говірок (Косівська Поляна і Росішка Рахівського району Закарпатської області) / Ю. О. Піпаш, Б. К. Галас. – Ужгород, 2005. – 266 с.
9. Сабадош І. В. Словник закарпатської говірки села Сокирниця Хустського району / І. В. Сабадош. – Ужгород: Ліра, 2008. – 480 с.
10. Словник української мови: [В 11 т.] – К.: Наук. думка, 1970-1980.
11. Словник фразеологізмів української мови / В. О. Винник (відп. ред.), В. Білоноженко (уклад.). – К.: Наукова думка, 2003. – 1098 с.
12. Солодка Л. І. Лексико-семантичні особливості газетних заголовків: автореф. дис... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.04 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. – К., 2008. – 18 с.
13. Фильчук Т. Ф. Атракционная природа заголовков и заголовочных комплексов публицистического дискурса [Електронний ресурс] / Т. Ф. Фильчук. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vkhnu/Filol/2011_963/content/filchuk.pdf.

Путрашик В.І. Функціонально-стилістическіе возможности діалектизмів в заголовках сучасної закарпатської газети (на матеріалі видання «Старый Замок «Паланок») // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т.24 (63). – №4. Часть 1. – С.169-176.

В статті проаналізовані функціонально-стилістическіе возможности діалектної лексики в газетних заголовках, місце і роль діалектизмів в вираженні етноспецифики Закарпаття.

Ключевые слова: заголовок, заглавный комплекс, діалектизм, язык газети.

Putrashyk V. I. Functional and stylistic resources of dialectisms in the headlines of contemporary newspaper of Transcarpathia (based on newspaper «Staryi Zamok «Palanok») // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communicatios». – 2011. – V.24 (63). – №4. Part 1. – P.169-176.

Linguistic, stylistic and expressive opportunities of dialectal vocabulary in newspapers headlines, place and role of dialects in ethnic peculiarity of Transcarpathia are analysed in the article.

Key words: headline, headline complex, dialect, newspaper vocabulary.

Поступила до редакції 19.08.2011 р.