

УДК 811.161.2'373.2

**ЗАГОЛОВКОВИЙ КОМПЛЕКС У СТРУКТУРІ МЕДІАТЕКСТУ  
(НА МАТЕРІАЛІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПЕРІОДИКИ)****Кайдаш А. М., Хомич В. І.**

*Стаття присвячена структурному та семантико-функціональному аналізу заголовкових комплексів у публікаціях чернігівського тижневика "Гарт". Охарактеризовано синтаксичні моделі назв газетних статей, досліджено значеннєво-стилістичні ресурси аналізованих мовних конструкцій, пояснено експресивно-виразову роль пунктуаційних знаків у заголовках.*

*Ключові слова:* медіатекст, заголовковий комплекс, заголовок, рубрика, лід.

*Статья посвящена структурному и семантико-функциональному анализу заголовочных комплексов в публикациях черниговского еженедельника "Гарт". Охарактеризованы синтаксические модели названий газетных статей, исследованы семантико-стилистические ресурсы проанализированных языковых конструкций, определена экспрессивно-эмоциональная роль знаков препинания в заголовках.*

*Ключевые слова:* медиатекст, заголовочный комплекс, заголовок, рубрика, лид.

*The article deals with the structural and semantic-functional analysis of headline complexes in articles of the Chernihiv weekly newspaper "Gart". Syntactic models of titles of newspaper publications are analyzed, semantic-stylistic resources of analyzed language structure are studied, the expressive role of punctuation marks in headlines is explained in the article too.*

*Key words:* mediatext, headline complex, headline, heading (rubric), lid.

У мовознавстві та журналістикознавстві газетним публікаціям приділяли увагу Д. Григораш, С. Денисова, В. Різун, І. Городецька, Л. Кудрявцева, І. Абрамович, І. Герман, О. Хмельовська та інші науковці. Особливості заголовків висвітлювалися в працях І. Михайлина, О. Красноярової, А. Тертичного, А. Анненкова, Л. Топчій. Великий масив місцевої періодики потребує ретельного наукового опрацювання. Тому вивчення специфіки газетних публікацій, зокрема заголовкових комплексів у них, на матеріалі регіональних видань є актуальним. Для власного дослідження ми обрали чернігівський тижневик "Гарт".

У журналістикознавчому дискурсі заголовковий комплекс трактується як система "змістових компонентів, які, з одного боку, тісно пов'язані зі змістом тексту, репрезентують його зміст, з іншого боку, є позатекстовими елементами, що можуть охоплювати кілька текстів, покриваючи їх своїм загальним змістом" [4, с. 193]. В. Різун виділяє дві підсистеми заголовкового комплексу – назви (до яких зараховує шапки, рубрики, заголовки, підзаголовки, внутрішні заголовки) та передтексти (які представлені анонсами, епіграфами, лідами) [4, с. 193].

Важливим складником окресленого поняття є заголовок. Номінація статті візуально розбиває весь масив тексту, поданого на сторінці. Газетний матеріал необхідно вдало розмістити й побудувати шпальти так, щоб читач, побіжно переглядаючи видання, зміг помітити важливе й корисне.

Здійснений нами аналіз засвідчив, що всі заголовки в газеті "Гарт" відокремлюються за допомогою відбивок і шрифтів грубого накреслення, більшого кегля від основного тексту.

Структурно всі заголовки, дібрані з чернігівського тижневика, побудовані за моделлю речення або словосполучення (рідше). Назви медіатекстів у формі словосполучень вузько означають певну думку, широкому розгляду якої присвячено публікацію (наприклад, "Головний гравець" (від 22 жовтня 2014 р.), "Лікувальні напої" (від 6 листопада 2014 р.), "Відроджене джерело" (від 27 жовтня 2014 р.), "Плавуча лазня" (від 18 вересня 2014 р.), "Підказки долі" (від 12 червня 2014 р.), "Про Громадську раду" (від 10 квітня 2014 р.)).

Заголовки, утворені за моделлю речень, становлять різноманітні мовні конструкції. Розглянемо приклади.

1. Прості речення.

1.1. За наявності / відсутності другорядних членів речення.

1.1.1. Поширені: "Брати народилися в День Незалежності" (від 21 серпня 2014 р.), "Мир на Сході України встановить діалог" (від 1 травня 2014 р.), "Магазин спалили браконьєри" (від 13 листопада 2014 р.).

1.1.2. Непоширені: "Горимо і димимо!" (від 6 листопада 2014 р.), "Сонце пече – ми горимо" (від 7 серпня 2014 р.), "Молоко падає в ціні" (від 24 квітня 2014 р.), "Шумахер вийшов із коми" (від 26 червня 2014 р.).

1.2. За наявності / відсутності обов'язкових членів речення.

1.2.1. Повні: "Наші піротехніки повернулися із зони АТО" (від 20 листопада 2014 р.), "Хто служитиме народкові?" (від 30 жовтня 2014 р.), "Пити чи не пити молоко – вирішуйте самі" (від 20 листопада 2014 р.), "Які прем'єр і уряд нам потрібні?" (від 20 жовтня 2014 р.).

1.2.2. Неповні: "За збиту жінку – 6 років" (від 13 листопада 2014 р.), "Фотограф в об'єктиві" (від 12 червня 2014 р.), "Блискавка – в дерево, дерево – на машину" (від 5 червня 2014 р.), "Наша сила – в нас самих!" (від 8 травня 2014 р.), "Отрута в тюбику" (від 8 травня 2014 р.), "Пожежі від блискавки" (від 24 листопада 2014 р.).

1.3. За наявності / відсутності головних членів речення.

1.3.1. Двоскладні: "Газова криза почалася з села" (від 4 вересня 2014 р.), "За ними плачуть й небеса" (від 6 листопада 2014 р.), "Голова Ніжинської РДА був поранений у зоні АТО" (від 28 серпня 2014 р.), "Кличко і Пулев поб'ються 15 листопада" (від 4 вересня 2014 р.).

1.3.2. Односкладні: "Любіть Україну!" (від 4 вересня 2014 р.), "Освячено нову церкву" (від 27 жовтня 2014 р.), "Люди і лелеки" (від 27 жовтня 2014 р.), "Тут рятують серця" (від 20 листопада 2014 р.), "Війна і жіноча справа" (від 13 листопада 2014 р.), "Тримайте гривню міцніше" (від 6 листопада 2014 р.), "Лісове "Піднебесся" (від 10 липня 2014 р.).

1.4. За наявності / відсутності в реченні засобів ускладнення.

1.4.1. Ускладнені: "Повернувшись із лікування, вбив односельця" (від 27 жовтня 2014 р.), "Яценюк планує збільшити пенсії, незважаючи на кризу" (від 16 жовтня 2014 р.), "У нас не пиячать і не крадуть" (від 2 жовтня 2014 р.), "Шановні мешканці Чернігівської області, звертаюся до вас!" (від 20 листопада 2014 р.), "Співчуваю всім трьом і нікого не засуджую" (від 20 листопада 2014 р.), "Здавалося б, звичайний перелом" (від 21 серпня 2014 р.).

1.4.2. Неускладнені: "Батальйони просити не стануть!" (від 2 жовтня 2014 р.), "Днями Джульєтті виповниться 130 років" (від 11 вересня 2014 р.), "Батьківщина" веде на вибори нову команду" (від 18 вересня 2014 р.), "У Києві про "Демарка" забули?" (від 18 вересня 2014 р.).

2. Складні речення.

2.1. Складносурядні речення: "Газ – у начальника, а ми – дровами" (від 25 вересня 2014 р.), "Війни не хочемо, але..." (від 27 березня 2014 р.), "Прилуччани підкоряли Америку ... а чернігівка – Велику китайську стіну" (від 7 серпня 2014 р.).

2.2. Складнопідрядні речення: "Голосуйте за депутата, який не на словах, а на ділі дбає про своїх виборців" (від 22 жовтня 2014 р.), "Коли гримлять гармати – муза не мовчить!" (від 25 вересня 2014 р.), "Свято, якого не було" (від 30 жовтня 2014 р.), "Подумав, що вуж, і взяв у руки" (від 1 травня 2014 р.), "Не будить лихо, поки воно тихо" (від 1 травня 2014 р.).

2.3. Безсполучникові складні речення: "Сонце пече – ми горимо" (від 7 серпня 2014 р.), "Фортуна обирає, "Гарт" призи вручає" (від 14 серпня 2014 р.), "Нагадуємо: стережіться теплового удару" (від 24 листопада 2014 р.).

Окремим структурним різновидом заголовків є такі назви, що складаються з одного слова, наприклад: "Супербабуся" (від 11 вересня 2014 р.), "Вирощування" (від 13 листопада 2014 р.), "Ленініана" (від 27 лютого 2014 р.).

У газетній тканині трапляються подвійні заголовки, наприклад: "Хотят ли русские войны?", або "Записки із зони АТО" (від 21 серпня 2014 р.), "Життя із болем, або Як вижити інваліду у власному домі?" (від 31 листопада 2014 р.), "Село скаже, як олігарха зв'яже, або Скільки можна терпіти таке свавілля?" (від 9 жовтня 2014 р.).

Цікавим у структурній організації заголовків є діалогічне утворення: "Авдіївська школа закривається? Ні" (від 4 вересня 2014 р.). Оригінальними є такі найменування статей, зміст яких перебуває в межах мовної компетенції реципієнтів. Наприклад, номінація медіатексту "У Прилуках побільшало жовто-блакитного..." (від 29 червня 2014 р.) апелює до етнокультурних знань українців, адже акцентує на кольоровій ознаці національної символіки.

Крім найменувань статей, до заголовкових комплексів ще належать шапки ("заголовок, який стоїть над заголовком полоси або номера" [4, с. 193]), рубрики ("заголовок, що стоїть над заголовком публікації або підбірки первинних текстів" [4, с. 193]), підзаголовки ("назва, що стоїть під основним заголовком" [4, с. 193]) і внутрішній заголовок, що "знаходиться всередині тексту" [4, с. 193]). Прикладами підзаголовків є: "Батьківщина" проведе референдум про вступ України до НАТО попри заборону влади" до заголовку "Референдум про вступ до НАТО – це наша відповідь і Путіну, і Європі, й українській владі" (від 25 вересня 2014 р.).

Внутрішні заголовки містять такі медіатексти: "Петро Порошенко про війну на Донбасі" ("Про таємне голосування", "Про непомітну деескалацію", "Про марні витрати Росії", "Про диванних стратегів" та ін.) (від 25 вересня 2014 р.); "Уверх-униз, наче ліфтом, катається "Десна" турнірною таблицею": "Різна ціна останньої секунди", "Дві ложки дьогтю до свята", "Як не зламалася "Сталь" та ін. (від 30 жовтня 2014 р.).

Важливим компонентом передтекстової підсистеми заголовкового комплексу є ліди – один із "висунутих" елементів медіатексту. Скажімо, до статті з назвою "Борщ – на передову" (від 30 жовтня 2014 р.) подано вріз: "Аби наші чоловіки, що воюють на Сході, могли смачно поїсти (а хто ж не любить борщу?), дівчата із чернігівського Центру допомоги учасникам АТО налагоджують виробництво "сухого" варіанта цієї української страви". У "Настановах журналістам Ассошіейтед Пресс" Рене Дж. Каппон, характеризуючи лід як приманку, наживку, хитру пастку для читачів, наголошував, що "вдалий лід чітко формулює головний зміст новини і, коли це можливо, містить деталь, яка відрізняє дану новину від інших подібних" [2, с. 39].

Назви як складники заголовкової системи В. Різун ієрархічно розподіляє в такій послідовності: шапка – рубрика – заголовок – підзаголовок – внутрішній заголовок [4, с. 194–195]. Ілюстрацією може слугувати сторінка чернігівського "Гарту" від 25 вересня 2014 р. За відсутності шапки цей логічний ланцюжок становить: рубрика ("Політична реклама"), заголовок ("Очищення навиворіт"), підзаголовок ("Ілюстраційна" локшина для семенівців"), внутрішні заголовки ("Ілюстрація чи маскарад?", "Матері бійця не дали слова"). Шапкою, на нашу думку, можна вважати конструкцію "Читач – газета" до рубрики "Мої історії" в номері від 30 жовтня 2014 р.

Аналізуючи передтексти як "висунуті" мінітексти, що стисло передають зміст надрукованого матеріалу, В. Різун визначає таку логічну ієрархію цих компонентів: анонс – епіграф – вріз – текст [4, с. 195]. Наприклад, у матеріалі "Гарту" від 30 жовтня 2014 р. під назвою "Він із покоління, що пішло під ніж" подано анонс: "До 100-річчя від дня народження Кузьми Гнідаша".

Розглядаючи дві підсистеми заголовкового комплексу (назви та передтексти), В. Різун окреслює їхню функціональну відмінність: назви репрезентують зміст тексту, виконуючи експресивну та регулюючу функції, а передтексти реферують зміст за правилами стиснення інформації, реалізуючи інформативну функцію [4, с. 193–194].

Отже, заголовок є своєрідним мовним ланцюжком між рубрикою та текстом. З одного боку, він виступає самостійною лінгвальною конструкцією, яка привертає та заострює увагу читача, а з іншого – є частиною наступного тексту. Із метою актуалізації уваги реципієнта журналісти використовують різноманітні мовні засоби у створенні найменувань своїх публікацій. Найбільш уживаними в газетній тканині ми визначили такі семантико-стилістичні ресурси:

1) запозичення з відомих творів, що в заголовках набувають модифікацій. У таких назвах сигналами, що стимулюють мовну компетенцію читачів, є лексеми з літературних творів, пісень, телепередач, фразеологічного фонду. Приклади: "Не Кримом єдиним..." (від 29 червня 2014 р.), "Вбивство з кількома невідомими" (від 29 червня 2014 р.), "І будуть люди на землі..." (від 13 лютого 2014 р.), "Реве та стогне "Дніпр" (від 14 серпня 2014 р.), "Зачарована душа" (від 18 вересня 2014 р.), "Пийте, пийте молоко..." (від 20 лютого 2014 р.), "Україна у вогні" (від 20 лютого 2014 р.), "До нас приїхав прокурор" (від 20 березня 2014 р.), "Дід" – звучить гордо"

(від 26 червня 2014 р.), "В бій ходили тільки "старики" (від 17 квітня 2014 р.), "Борці економічного фронту" (від 18 вересня 2014 р.), "Ніхто не забутий..." (від 2 жовтня 2014 р.), "Рінат і його команда" (від 10 липня 2014 р.), "Рятувальників начальник" (від 7 серпня 2014 р.), "Красива жінка незаміжня" (від 31 листопада 2014 р.), "Міняю жінку": Прилуки – Шанхай" (від 3 липня 2014 р.), "Бабця надвоє сказала" (від 27 жовтня 2014 р.);

2) римування: "Новенький Land Rover поїздив недовго" (від 18 вересня 2014 р.), "Фортуна обирає, "Гарт" призи вручає" (від 14 серпня 2014 р.), "Дуже одинокий дуб стоїть широкий..." (від 17 липня 2014 р.), "Гусенятко – теж малятко..." (від 24 листопада 2014 р.), "Украли коня серед білого дня" (від 5 червня 2014 р.), "Не будіть лихо, поки воно тихо" (від 1 травня 2014 р.), "Якщо взяти в руки дрин, подешевшає бензин?" (від 24 квітня 2014 р.);

3) цитування: "Валерій Куліш: "Медичну реформу треба починати з кінця!" (від 9 жовтня 2014 р.), "Андрій Садовий: "Принцип простий – візьми і зроби!" (від 9 жовтня 2014 р.), "Путіну допомагають п'ята колона і наші ідіоти у політиці", – Юрій Луценко" (від 2 жовтня 2014 р.), "Треба все міняти – швидко і рішуче!" – переконаний Олег Ляшко" (від 25 вересня 2014 р.);

4) залучення антонімів: "Закони про капітуляцію": Порошенко – "за", "Батьківщина" – "проти" (від 25 вересня 2014 р.), "Дві перемоги, дві поразки" (від 6 березня 2014 р.), "Нові люди проти старих проблем" (від 17 квітня 2014 р.);

5) тавтологія: "Радикальні рішення, радикальні зміни!" (від 9 жовтня 2014 р.), "Відстояли майдан – відстоїмо і Україну!!!" (від 9 жовтня 2014 р.), "Пийте, пийте молоко..." (від 20 лютого 2014 р.);

6) неологізми та нові крилаті вислови: "У наших бійців тепер є "Бандеромобіль" (від 25 вересня 2014 р.), "Алею дубів імені Небесної сотні..." (від 4 вересня 2014 р.), "Нова хвиля "ленінопаду" (від 20 листопада 2014 р.), "Ленініана" (від 27 лютого 2014 р.); "Герої не вмирають" (від 27 березня 2014 р.);

7) використання стилістично зниженої лексики (жаргонізмів): "Вербувала дівчат "на панель"..." (від 27 жовтня 2014 р.), "За судака можна "влетіти" на 510 гривень" (від 31 листопада 2014 р.), "Розбірки" серед білого дня?" (від 1 травня 2014 р.);

8) використання паронімів: "Коли реформи – не для проформи" (від 14 серпня 2014 р.);

9) поетизми: "На ясні зорі й тихі води..." (від 28 серпня 2014 р.), "Шкода того барвіночка..." (від 6 березня 2014 р.);

10) прикладкові назви: "Диво-картоплина" (від 9 жовтня 2014 р.).

Експресивну виразність підкреслюють у заголовках пунктуаційні знаки, спонукаючи реципієнта прочитати медіатекст. Таку експресивно-виразову функцію виконують:

1) знак питання: "Будемо без світла?" (від 11 вересня 2014 р.), "У Києві про "Демарка" забули?" (від 18 вересня 2014 р.), "Челсі" торгується за Ярмоленка?" (від 28 серпня 2014 р.), "Хто малює на землі?" (від 7 серпня 2014 р.), "Чи завершить розпочате Яценюк?" (від 22 жовтня 2014 р.). Заголовок у формі запитання спонукає читача розібратися в певній проблемі;

2) знак оклику: "Кошти – є, садочок – буде!" (від 6 лютого 2014 р.), "Журналіст – найкращий!" (від 20 лютого 2014 р.), "Вшановуємо Кобзаря!" (від 20 березня 2014 р.), "Нагороджуємо, вітаємо і дякуємо!" (від 14 серпня 2014 р.), "Любіть Україну!" (від 4 вересня 2014 р.), "Дякуємо за школу!" (від 20 листопада 2014 р.). Окрему групу становлять заголовки, що містять певні застереження, наприклад: "Обережно: "вірусна небезпека!" (від 6 листопада 2014 р.), "Увага! Шахраї!" (від 17 липня 2014 р.), "Увага: політичне шахрайство!" (від 22 жовтня 2014 р.);

3) двокрапка надає заголовку енергійності, наприклад: "Вибори на Чернігівщині: що давали і кого везли" (від 30 жовтня 2014 р.), "Експерти: у Тимошенко є шанси виграти вибори" (від 22 травня 2014 р.), "Київ: тест на сумісність" (від 17 квітня 2014 р.), "Округ 208: головне для кандидата – робота з людьми і для людей" (від 22 жовтня 2014 р.);

4) крапки виступають одним із прийомів актуалізації газетного заголовка, роблячи назву інтригуючою та викликаючи зацікавленість у читача. Приклади: "Джип, дві "швидких" і медичне обладнання..." (від 27 жовтня 2014 р.), "Кому війна..." (від 13 листопада 2014 р.), "У нього – діабет, наполовину вкорочена підшлункова і ...

37 гектарів землі" (від 13 листопада 2014 р.), "Обіцяв повернутися живим..." (від 30 жовтня 2014 р.), "Корову дістали з ... погребя" (від 26 червня 2014 р.).

Заголовки у формі окличних речень пробуджують цікавість до теми повідомлення. Експресивно закличними, іноді рекламними, є назви статей у формі заклику або звернення, як-от: "Дякуємо за підтримку!" (від 18 вересня 2014 р.), "Шановні мешканці Чернігівської області, звертаюся до вас!" (від 20 листопада 2014 р.), "Низький уклін вам, медики!" (від 6 листопада 2014 р.). Окремий різновид у цій групі лінгвальних конструкцій становлять вокативні речення, наприклад: "Дорогі земляки!" (від 22 жовтня 2014.). Такі заголовки забезпечують психологічний контакт з аудиторією.

Отже, створюючи заголовки, журналісти, редактори, коректори послуговуються широким арсеналом мовних засобів, що урізноманітнюють лексико-семантичне оформлення газетних матеріалів, підкреслюють їхню експресивність, увиразнюють стилістичні функції.

Заголовковий комплекс є одним із текстових засобів архітекtonіки періодичного видання. Він містить кілька складників, які, будучи вдало підібраними, системно представляють журналістський медіапродукт.

### Література

1. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підруч. / В. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.
2. Каппон Рене Дж. Наставни журналістам Ассошіейтед Пресс : професійний poradник / Рене Дж. Каппон. – К. : Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2005. – 158 с.
3. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підруч. / І. Л. Михайлин. – К. : ЦУЛ, 2002. – 284 с.
4. Різун В. В. Літературне редагування / В. В. Різун. – К. : Либідь, 1996. – 238 с.
5. Сучасні аспекти дослідження масмедійного дискурсу: Експресія – вплив – маніпуляція / Л. О. Кудрявцева, Л. П. Дядечко, О. М. Дорофеева та ін. // Мовознавство. – 2005. – № 1. – С. 58–60.
6. Тертичний А. Заголовок – слово головне / А. Тертичний // Журналіст. – 2004. – № 1.