УДК 811.161.2'367

ШИТИК Людмила Володимирівна,
доктор філологічних наук, професор кафедри українського мовознавства і прикладної лінгвістики Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького
e-mail: l_shytyk@ukr.net

ЗАГОЛОВКИ В МЕДІАДИСКУРСІ ТИЖНЕВИКА «КРАЇНА»

Статтю присвячено дослідженню специфіки заголовків у медіадискурсі тижневика «Країна». Репрезентовано широке розуміння заголовка – як частини дискурсу й самостійного дискурсу. Проаналізовано функційно-структурні типи заголовків відповідно до їхніх класифікаційних ознак. З'ясовано, що авторський погляд на події чи на елементи дискурсу героя втілено в цитатному заголовку, який має форму прямої або вільної прямої мови. Умотивовано переважання інформаційних заголовків над концептуальними, які дають позитивну, негативну та амбівалентну оцінку. Описано принципи репрезентації сценарію: «номінативний», «акціональний» та «номінативно-акціональний» з елементами атрибутивного й обставинного комплексу. Окреслено прагматичні варіанти заголовків: декларативи, імперативи, інтерогативи, схарактеризовано продуктивні структурно-граматичні моделі, що синтаксично відповідають різним типам речень, як-от: простому неускладненому, простому ускладненому, складносурядному, складнопідрядному, безсполучниковому, поєднанню двох речень. Проаналізовано дефінітивні структури, зокрема й спеціальну форму дефінування, що являє собою перехідне утворення з «підрядною частиною» у ролі присудка. Описано стилістично марковані синтаксичні засоби заголовків – парцеляцію, приєднання, еліпсис, семантико-синтаксичний паралелізм – та стилістичні фігури: метафори, структурні протиставлення, трансформовані фразеологічні одиниці. Зроблено висновок, що вдало дібрані заголовки тижневика «Країна» привертають увагу читача, є інформативно місткими й упізнаваними.

Ключові слова: *заголовок, медіадискурс; цитатний заголовок; інформаційний і концептуальний заголовки; принципи репрезентації сценарію; прагматичні варіанти заголовків.*

Постановка проблеми. Мас-медійний дискурс посідає особливе місце в сучасній дискурсивній матриці. Це зв'язний, вербальний чи невербальний, усний або письмовий текст разом із соціокультурними, прагматичними, психологічними чинниками, що виражений за посередництва засобів масової комунікації. Основною функцією медіадискурсу є вплив на аудиторію через значеннєву й оцінну інформацію, продуковану каналами ЗМІ, актуалізація інформації за допомогою різноманітних комунікативних медіазасобів. Елементом дискурсної структури, що підпорядкований загальному задумові, програмі тексту, слугує заголовок. Він постає «не лише індексом авторської позиції, а й вказівкою на місце індивідуального дискурсу-твору в тематичному чи в ідеологічному дискурсі-полі. Утім функції і стильові риси заголовка настільки особливі, що за значенням його легко дорівняти до самостійного жанру. Отож заголовок – це частина дискурсу і самостійний дискурс» [1, с. 26–27].

Актуальність задекларованої теми продиктована необхідністю дослідити заголовковий дискурс тижневика «Країна» в сучасній комунікаційній системі. Журнал потребує прискіпливої уваги з боку широкого кола науковців і дослідників, а також держави й громадськості, адже в ньому опубліковані цікаві матеріали з трьох тематичних розділів: «Події», «Оцінки», «Люди та речі», а авторами колонок є відомі письменники, науковці та публіцисти – Юрій Андрухович, Андрій Бондар, Ярослав Грицак, Євген Головаха, Марія Матіос та ін. Уміщені матеріали збагачують унікальний інтелектуальний масив національної культури, мають велике суспільне, пізнавальне й

культурологічне значення, а тому повинні викликати інтерес широких верств читачів різних поколінь, професій та соціальних груп.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Упродовж останніх десятиліть заголовок привертає увагу дослідників. Особливе зацікавлення ним зумовлене унікальним місцем заголовка в тексті, його семантичною складністю та різноманіттям функцій. У сучасній науці накопичено потужний досвід вивчення заголовків, переважно з позицій літературознавства й лінгвістики тексту (І. Гальперін [2], С. Кржижановський [3] та ін.). Важливість заголовків у журналістській творчості переконливо засвідчує низка дисертаційних праць (А. Дуброва [4], В. Ронгинський [5], А. Сафонов [6], О. Сибіренко-Ставрояні [7], Л. Солодка [8]) та наукових статей, монографій і посібників (В. М. Галич [9], Л. Грицюк [10; 11], А. Євграфова [12; 13], В. Й. Здоровега [14], В. Ільченко [15], Г. Конторчук [16], Л. Павлюк [17], Е. Шестакова [18] та ін.).

Попри значну кількість мовознавчих і мас-медійних робіт, присвячених з'ясуванню специфіки заголовків, бракує комплексних досліджень, пов'язаних з аналізом заголовкового дискурсу окремих видань.

Мета статті полягає в системному дослідженні заголовкового дискурсу журналу «Країна». Досягнення задекларованої мети передбачає розв'язання таких **завдань:** 1) окреслити концепцію тижневика «Країна»; 2) обґрунтувати концептуальні засади дослідження заголовкового дискурсу, представити його типологію; 3) схарактеризувати заголовки в контенті тижневика, дослідити їхню структурно-семантичну та прагматичну специфіку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мас-медіа слугують посередниками, або медіаторами, у процесі спілкування людей та допомагають структурувати їхні знання. Особливе місце серед ЗМІ посідають друковані періодичні видання, які продовжують впливати на читацьку аудиторію, її смаки, інтереси й захоплення. Серед двомовних (україно- та російськомовних) журналів найпопулярнішим є тижневик «загального інтересу» «Країна», заснований 2009 року підприємством ТОВ «Видавнича група «Нова інформація» (нині Видавничий дім «Нова інформація»), до складу якого входять «Газета по-українськи» та інтернет-видання «Газета.ua». Особливості заголовків проаналізовано на підставі матеріалів 10-ти номерів «Країни».

Тижневик складається із трьох основних розділів: «Події», «Оцінки», «Люди та речі». Додаткові розділи – «Афіша» і «Запитання». Кожен із розділів охоплює підрозділи (їхній порядок та набір може щоразу змінюватися): 1) «Події» – «Тема», «Україна», «Дати», «Світ», «Спорт», «Культура», «Картина»; 2) «Оцінки» – «Інтерв'ю», «Відгуки», «Репліка», «Проблема», «Щоденник», «Погляд», «Рейтинг», «Колонка»; 3) «Люди та речі» – «Тусівка», «Портрет», «Поради», «Підслухані розмови», «Історія», «Документ». Рубрики «Пропозиція», «Подія», «Компанія», «Турбота», «Поради» і «Конкурс» публікують на правах реклами.

Як зауважує Л. Павлюк, стиль заголовків репрезентує концепцію видання, «вибирає», формує його аудиторію. Назви текстів цілого видання – це інформаційна й образна квінтесенція подій, «путівник» до змісту номера, надійний орієнтир для читача [1, с. 26–27]. Репрезентувати зміст матеріалу в заголовку можна через: а) опис сценарію подій; б) їхню причину чи результат; в) контекст або перспективу; г) особливі риси героїв – учасників подій. Узагальнення типових семантичних і структурних елементів, що зазвичай використовують у заголовках, дає змогу створити «карту значущостей» різних параметрів інформації для свідомості [Там само].

Принцип конденсованого подавання інформації в заголовках сприяє їх використанню як знаряддя експрес-моніторингу, «ознайомлювального» сканування змісту.

Система заголовків тижневика «Країна» засвідчує індивідуальний авторський почерк. Заголовки досить інформативні, розлогі, часто сформульовані одним або кількома реченнями, а тому їх не сплутаєш із назвами інших видань. У них ідеться про цікаві моменти для привернення уваги читача. Саме це робить заголовки журналу впізнаваними.

Назви текстів у мас-медіа, як стверджує Л. Павлюк, можна класифікувати й аналізувати на різних підставах, зважаючи на варіативність елементів універсального «словника змісту» та диверсифікаційні можливості структурного інструментарію. Дослідниця вибудовує типологію заголовків за низкою диференційних ознак, що є логічним та вмотивованим [1, с. 26–27]. На підставі цих маркаційних ознак виокремлюємо функційно-структурні типи заголовків журналу «Країна».

Авторський погляд на події чи на елементи дискурсу героя втілено в цитатному заголовку, що може мати форму прямої або вільної прямої мови. Використання фрагмента дискурсу героя журналістської публікації зазвичай виправдане з погляду характерологічної адекватності, точності оцінок, яка походить із «внутрішнього» знання про ситуацію. Окрім того, заголовок-цитата має додаткову вартість достовірності, автентичності джерела [Там само, с. 29].

Заголовки-цитати часто вживані у виданні, оскільки більшість жанрів – діалогічні. Чужа мова переважно передана дослівно, причому найчастіше наявна вказівка на автора (напр.: *Борис Нємцов: «Мені пропонували хабарі. Найбільший – мільйон доларів. Не взяв. Заважали сором і страх»* (матеріал із підрозділу «Щоденник», текст О. Худояр; сам щоденник укладений на основі книжки Б. Нємцова «Провинциал» та інтерв'ю політика); *Олена Чинка: «Головний конкурент і суперник – лінощі. Головна перемога – над собою»* (текст С. Демчука)), або в текстах-інтерв'ю представлені заголовки-цитати, оформлені в лапках (*«Спершу ми страждали від комплексу малоросійства. Потім – малоєвропейства»* (інтерв'ю з політологом Михайлом Басарабом; текст А. Позичайло, А. Родічкіної). Зафіксовані випадки, коли дослівне передавання чужої мови не підтверджене пунктуаційно, хоч із контексту видно, що вона відтворена точно (т. зв. вільна пряма мова), напр.: *Прийшли партійні діячі, а написи на мозаїці – українською. І нічого за ніч не зміниш* (К. Кисельова); *Батько приходив додому з двома автоматниками. У двох кімнатах жили ми, а в третій – охорона* (зі спогадів Євгена Світличного, текст В. Фоменка); *Я була на одній зустрічі з Оленою Бондаренко. На жаль. Бо після того митися хлоркою треба* (підрозділ «Розмова про все», бесіда В. Радзієвської з Оксаною Левковою).

Типовими принципами репрезентації сценарію в журналістських матеріалах є «номінативний» («назва події», виокремлення суб'єктно-об'єктної групи), «акціональний» («назва дії», виокремлення динамічно-подієвого аспекту), а також варіанти поєднання назв об'єктів та дії з елементами атрибутивного й обставинного комплексу.

У виданні «Країна» найпродуктивнішою є третя модель, зокрема, переважають розлогі заголовки й підзаголовки, що зумовлено як жанровою специфікою матеріалів (переважають аналітичні), так і врахуванням рівня розвитку читацької аудиторії. Найбільш повна схема заголовка «сценарного» інформаційного типу відповідає моделі «*Хто – що зробив – коли – де*», напр.: *Оноре де Бальзак помер за п'ять місяців після вінчання в Бердичеві* (Н. Павленко); *На Плітвіцьких озерах щороку з'являється водоспад* (К. Кисіль, О. Снігур); *За рік до Майдану в повітрі було розлите відчуття «нічого не буде»* (А. Родічкіна, І. Столярчук).

Означальні й обставинні характеристики можуть накладатися окремо й на схему статичної, і на схему динамічної репрезентації. Обставинні характеристики природно доповнюють характеристики дії, напр.: *Пес охороняв могилу хазяїна 14 років* (К. Кисіль); *В іншій країні Ліна Костенко була б лауреатом Нобелівської премії* (С. Корженко); *У Лондоні згорів єдиний театр* (М. Волков). Достатньо представлені в

журналі «Країна» описові конструкції розширення назви через атрибутивний компонент (узгоджений чи неузгоджений), що відповідає схемі «*хто – який*», напр.: *Мої герої* (Я. Грицак); *Тривожна валіза* (О. Швед); *Чоловічий туалет* (Т. Карлюка); *Тост по колу* (І. Луб'янов); *Страшні європейці* (С. Дзех); *Паралельний світ* (А. Чирук); *Нічна справа* (С. Наливайко); *Чия земля* (О. Бойченко).

Менш продуктивними є такі моделі побудови заголовків: предикативна («*хто – що робить*»), де водночас акцентовано на об'єктові й на дії чи на предикативній ознаці (напр.: *Життя не вчить* (І. Козюпа); *Мале – красиве* (Я. Грицак)); номінативна («*просто назва*»), напр.: *Граблі* (К. Кисельова); *Блокада* (А. Жигайло); акціональна, створена лише за допомогою дієслівних форм, напр.: *Пронесло* (О. Бартиш-Коломак).

У заголовках переважають особові конструкції, як двоскладні, так й односкладні (напр.: *Як козаки українцями стали* (Я. Грицак); *Файна дівка і без миколайчиків заміж вийде* (Л. Межва); *Заберіть імена вбивць і поставте замість них те, що хочете* (С. Іванов); *«Прошу мене судити не як бандита, а як члена українського народу»* (С. Липовецький, Д. Мандзюк). Неозначено-особові, інфінітивні, безособові та безособово-інфінітивні конструкції «створюють імплікації ухильності, евфемістичності, інформаційної незавершеності» [1, с. 26–27]. Вони достатньо представлені в журналі «Країна», напр.: *Убили журналіста* (О. Павлова); *«Господню армію опору» називають найбільш незрозумілою* (Н. Мельничук); *Як реформувати Шевченківську премію* (К. Кисельова, О. Павлова); *Немає нічого страшнішого, ніж стояти й дивитися, як горить усе, що нажив* (К. Кисіль, О. Снігур); *У паперових виданнях не вистачає віконечка пошуку* (О. Шарговська); *Не можна їздити самому в машині – треба підвозити колег або подорожуючих* (В. Цимбаліста, Ю. Ліпіч).

Структурно-функційний тип тексту (розповідь, опис, роздум) зумовлює й специфіку заголовка, який закономірно відтворює його особливості: для розповіді природним є використання обставин часу, що відтворюють послідовність подій у назвах текстів (напр.: *Оноре де Бальзак помер за п'ять місяців після вінчання в Бердичеві* (Н. Павленко); для опису – відтворення й оцінювання «елементів ситуації», характерних рис фізичного або інформаційного простору, напр.: *Цифрові фрески – втілення Вашої індивідуальності* (Т. Тисячна). Аналітичні тексти-міркування органічно втілюють у назвах свій ідейний, концептуальний зміст, напр.: *«Чоловік – або начальник, або хоче ним стати»*; підзаголовок: *Літературознавець Тамара Гундорова порівнює художні тексти з їжею, розповідає про зміну літературних смаків українців та пояснює, чому жінок-письменників стало значно більше за чоловіків* (інтерв'ю А. Приходька, О. Павлової з Тамарою Гундоровою).

Опозиція інформаційних / концептуальних заголовків ґрунтується на їхньому об'єктивному спрямуванні, нейтральній тональності чи на оцінних елементах у назві. Інформаційні заголовки чисельніші, напр.: *Україна не визнала знищення вірменів актом геноциду* (А. Козицький); *Помічники Петра І крали корабельні деталі в голландських майстрів* (О. Гандзій). Загальна структура концептуальних заголовків відповідає моделі «*хто – що – зробив – як це оцінено*». Оцінювання відрізняється інтенсивністю, тяжінням до позитивного чи до негативного полюсу, а тому може бути:

- позитивним: *Одного й того ж хлопця знімали 12 років. Ефект приголомшливий* (М. Гавришко); *Олександр Вільчинський: «Нічого досконалішого за жінку природа для чоловіка не придумала»* (текст Н. Лазуки);
- негативним: *«Наш футбол – у повній дупі. Але власники клубів не хочуть цього визнати»* (С. Болотніков);
- амбівалентним, що сигналізує про «збалансоване» ставлення, напр.: *Олігархи мають визначитися – виїжджати на Сардинію, здаватись Путіну чи починати будувати іншу Україну* (підготували: Н. Шестопал, Р. Горбач).

У характеристиках заголовкового дискурсу особливої ваги набуває категорія модальності – ставлення до дійсності та уявлень про ситуацію, зокрема в аспекті реальності-нереальності, здійсненності-нездійсненності, потрібності, бажаності, необхідності, визначеності чи невизначеності, напр.: *Закони про декомунізацію* ***слід*** *виконати цілковито* (О. Гандзій); ***Можливо,*** *підвищать пенсії. На більше не сподіваюсь* (К. Кисіль, О. Снігур).

Прагматичними варіантами заголовків є декларативи, інтерогативи, імперативи. Найпоширенішими типами є декларативи, що констатують факти, подаючи інформацію в найбільш органічній формі розповідного речення, напр.: *На Україну понад 300 років впливають два центри ідентичностей – європейський і євразійський* (С. Наливайко); *Хлопець пішов у нічну атаку й заблудився* (А. Янович).

Інтерогативні заголовки (у формі питального речення) використовують як прямі інформаційні запитання з відкритою перспективою дослідження (напр.: *Як вас карали батьки?* (О. Поп); *Чим вам дошкулили тварини?* (записала О. Поп); *Як вирішити, чия матір побачить сина?* (М. Соколова); *Як ви змушуєте себе прокинутися?* (записала О. Поп); *Чого бракує українській міліції?* (записали Оксана Снігур, Олег Снігур, К. Гончарова); *Яких збитків вам завдавали тварини?*) чи експресивні формулювання готової, визначеної відповіді в питальній формі, тобто риторичного запитання (напр.: *А ви Гершенкрона читали?* (Я. Грицак) із підзаголовком, який не залишає сумнівів у риторично-концептуальній спрямованості назви: *У країні мало що зміниться, якщо ми не почнемо ставити запитання до свого минулого)*.

Імперативні назви матеріалів серед прагматичних типів заголовків вирізняються спонукальною інтенцією та емотивною наголошеністю, особливо порівняно з декларативами, напр.: *Заберіть імена вбивць і поставте замість них те, що хочете* (С. Іванов); *Виходити з Іраку негайно!* (В. Карп'юк); *Топить кораблі!* (О. Бойченко).

Структурно-граматичні особливості заголовків зумовлені жанровою специфікою матеріалів, а тому переважають більш розлогі конструкції, що синтаксично відповідають різним типам речень, зокрема: простому неускладненому (напр.: *За п'ять років я не дав жодного хабара* (Л. Межва); *Найкраще радянська влада керувала масовим знищенням людей* (А. Приходько)), простому ускладненому (напр.: *Вибуховим пристроєм може бути чайник, скороварка чи банка з кавою* (О. Шинальський); *Люди аж кричать від ненависті до Росії, а користуються російським Windows* (І. Люб'янов)), складносурядному (напр.: *Ось міст був перед очима, а наступної секунди – немає* (О. Швед); *Пропонували переїхати до Лондона, але відмовився* (Т. Омельченко)), складнопідрядному (напр.: *«Наші політики не знають, що робити»* (інтерв'ю Р. Горбач та Г. Остаповець із В. Лановим); *Якби за злочини комунізму покарали хоча б символічно, зараз війни не було б* (К. Кисельова)), безсполучниковому реченню (напр.: *Країна поділилася на два табори: одні сидять в окопах, другі – у ресторанах* (О. Василенко)).

Зафіксовано заголовки, які структурно являють собою поєднання двох речень, що можна пояснити тенденцією до максимальної інформативності, напр.: *В Олега хороша тепла камера. Якийсь час сидів там з ісламським терористом* (матеріал О. Богачевської); *Прісьці Каплунці було 120 років. Отже, вирішили люди, вона – відьма* (К. Диса); *«Кожна знищена бойова одиниця супротивника – це 10 врятованих цивільних. Ось для чого Україна просить зброю в Заходу»* (Р. Горбач, Г. Остаповець).

У журнальному медіадискурсі представлені дефінітивні структури – речення з підметом та присудком, вираженими іменниками з нульовою дієслівною зв'язкою, напр.: *Цифрові фрески – втілення Вашої індивідуальності* (Т. Тисячна); *Електроактиватори «Ековод» – джерело здоров'я та краси* (Л. Волянська); *Життя – це рух! Рух – це «Енгельхольм»* (О. Мишопита). Окрім того, зафіксовано спеціальну

форму дефінування, що являє собою перехідне утворення з підрядним компонентом як поширювачем простого й предикативною частиною складного речення, напр.: *Олексій Мочанов: «Ідеальні стосунки – **це коли з людиною є про що помовчати**»* (текст В. Мукана). «Підрядна частина», що функціює в ролі присудка, має умовно-часове значення, а засобом зв'язку слугує сполучник *коли*.

Експресивний синтаксис заголовкового дискурсу представлений приєднувальними та парцельованими конструкціями, які виокремлюють елементи з важливим – із погляду інформаційних завдань тексту – змістовим та оцінно-модальним навантаженням, напр.: *Я вижила, а Гітлер і Гесс – ні. Це моя особиста перемога. Захотілося побачити кількох моїх дітей. **Але адвокат відмовив*** (О. Снігур, В. Череп'юк); *При розірванні шлюбу жінка отримує все майно. **Тому розлучень – мало*** (К. Кисіль). У неповних реченнях досягнуто експресивних ефектів за рахунок конденсації змісту – пропуску повторюваних членів речення, а в еліптичних реченнях – дієслівних компонентів, напр.: *«З одного боку, нам потрібні «Макдональдзи», з іншого – пам'ятники Леніну»* (у рубриці «Розмова про все» бесіда з С. Жаданом; текст О. Павлової та А. Семиноженка); *У нудистський ресторан – черга на кілька місяців уперед* (О. Швед); *Про потребу ясного погляду* (Я. Грицак).

Мовно-естетичним засобом текстово-образної організації заголовка постає фігура семантико-синтаксичного паралелізму, в основі якої лежить принцип однаковості, що передбачає і внутрішню асоціативну подібність, і певну схожість зовнішньої структури, що загалом спричинює зіставлення, яке й зумовлює стилістичне навантаження цієї фігури, напр.: *Щасливий правитель дивиться. Щасливий народ позує* (В. Карп'юк).

З огляду на переважання в тижневику «Україна» інформативних заголовків, зрідка використано стилістичні спецефекти, як-от: метафори (напр.: *Україна – корова, а Крим – її вим'я* (О. Павлова); *«Олігархи зливатимуть схеми один одного. Так країна з часом очиститься»* (інтерв'ю з О. Рибачуком; І. Івершень, О. Шумілін)), структурні протиставлення (напр.: *«З одного боку, нам потрібні «Макдональдзи», а з іншого – пам'ятники Леніну»* (у рубриці «Розмова про все» О. Павлова, А. Семиноженко ведуть розмову із С. Жаданом)), трансформовані фразеологічні одиниці (напр.: *Як полковник Милорадович відібрав завод у козака-підприємця* (С. Цалик); *Як на кордоні нові мита запровадили* (С. Цалик)).

У стратегіях привернення й утримування уваги зростає вага графічних елементів, шрифтів, кольорів. Графічне оформлення заголовків має таку специфіку: написані вони більшим кеглем, зазвичай не вирізняються кольором від основного тексту, а підзаголовок від заголовка може відокремлюватися іншим кольором.

Висновки дослідження та **перспективи подальших наукових розвідок**. Отже, своєрідним елементом медіадискурсу є заголовок, який водночас можна вважати й самостійним дискурсом, оскільки він містить у сконцентрованому вияві інформацію, відтворену в медіатексті.

Функційно-структурні типи заголовків журналу «Країна» проаналізовано відповідно до їхніх класифікаційних ознак. Авторський погляд на події чи на елементи дискурсу героя втілено в цитатному заголовку, що має форму прямої або вільної прямої мови. Переважають інформаційні заголовки, а концептуальні, що дають позитивну, негативну та амбівалентну оцінку, характерні для аналітичних текстів. Основним принципом репрезентації сценарію є «номінативно-акціональний» з елементами атрибутивного й обставинного комплексу, рідше – «номінативний» та «акціональний». Прагматичні варіанти заголовків представлені декларативами, імперативами, інтерогативами. Тенденція до максимальної інформативності зумовила переважання більш розлогих конструкцій, що синтаксично відповідають різним типам речень,

зокрема: простому неускладненому, простому ускладненому, складносурядному, складнопідрядному, безсполучниковому, поєднанню двох речень. У заголовковому дискурсі представлено дефінітивні структури, зокрема й спеціальні форми дефінування, у яких граматичним матеріалом передавання кваліфікативних відношень є перехідне утворення з підрядним компонентом як поширювачем простого й предикативною частиною складного речення. Стилістично марковані синтаксичні засоби заголовка – парцельовані та приєднувальні конструкції, неповні, зокрема еліптичні, речення, семантико-синтаксичний паралелізм – слугують увиразненню елементів дискурсної моделі ситуації. Для створення образності залучено метафори, структурні протиставлення, трансформовані фразеологічні одиниці.

Виконаний аналіз заголовкового дискурсу підтвердив, що вдало дібрані заголовки тижневика «Країна» привертають увагу читача, є інформативно місткими й мають неповторний почерк. Перспективу подальших наукових пошуків убачаємо в дослідженні особливостей заголовкових комплексів.

Список використаної літератури

1. Павлюк Л. С. Текст і комунікація : Основи дискурсного аналізу / Л. С. Павлюк. – Львів : ПАІС, 2009. – 76 с.
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : Наука, 1981. – 140 с.
3. Кржижановский С. Д. Поэтика заглавий [Электронный ресурс] / С. Д. Кржижановский. – Режим доступа : http://www.philol.msu.ru/~tezaurus/library.php?view.
4. Дуброва А. С. Структурно-стилистические особенности заголовков французской газеты : автореф. дисс. на соискание учёной степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / А. С. Дуброва. – Л., 1996. – 23 с.
5. Ронгинский В. М. Синтаксические модели заголовков и их использование в различных стилях речи : автореф. дисс. на соискание учёной степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / В. М. Ронгинский. – Симферополь, 1963. – 21 с.
6. Сафонов А. О. Актуализация газетного текста (К проблеме газетных заголовков) : автореф. дисс. на соискание учёной степени канд. филол. наук : спец. 10.01.10 «Журналистика» / А. О. Сафонов. – М., 1974. – 19 с.
7. Сибиренко-Ставрояни Е. В. Заголовок в киевских газетах второй половины XIX – начала XX века : содержание и функции : автореф. дисс. на соискание учёной степени канд. филол. наук : спец. 10.01.10 «Журналистика» / Е. В. Сибиренко-Ставрояни. – К., 1991. – 18 с.
8. Солодка Л. І. Лексико-семантичні особливості газетних заголовків : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соціальних комунікацій : спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / Л. І. Солодка. – К., 2008. – 18 с.
9. Галич В. М. Олесь Гончар – журналіст, публіцист, редактор : еволюція творчої майстерності : монографія / В. М. Галич. – К. : Наук. думка, 2004. – 816 с.
10. Грицюк Л. Ф. До питання про лінгвістичний статус заголовка / Л. Ф. Грицюк // Мовознавство. – 1989. – № 5. – С. 55–58.
11. Грицюк Л. Ф. Образно-семантичний підхід до класифікації заголовків / Л. Ф. Грицюк // Мовознавство. – 1992. – № 2. – С. 51–56.
12. Євграфова А. О. Заголовок як актуалізатор текстової інформації / А. О. Євграфова // Стиль і текст. – 2003. – № 4. – С. 141–149.
13. Євграфова А. О. Заголовок як явище інтертекстуальності в журналістському контексті / А. О. Євграфова // Ученые записки Таврического нац. ун-та им. В. И. Вернадского. – Том 19 (58). – № 5. – Филология. – Симферополь, 2006. – С. 126–131.
14. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості / В. Й. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.
15. Ільченко В. І. «Актуалізатори» в газетному заголовку / В. І. Ільченко // Наукові записки. – К. : Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 172–175.
16. Конторчук Г. К. Рубрика, заголовок, підзаголовок, лід як організуючі компоненти кореспонденції / Г. К. Конторчук // Журналістика. Преса, телебачення, радіо. – Вип. 13. – К. : Вища школа, 1982. – С. 123–141.
17. Шестакова Е. Про абсурдизацію як одну з тенденцій розвитку газетних заголовків у сучасній пресі / Елеонора Шестакова // Українська періодика : історія і сучасність / за ред. М. М. Романюка. – Львів, 2003. – С. 621–628.

References

1. Pavliuk, L. S. (2009). *Text and Communication: Fundamentals of Discourse Analysis*. Lviv: PAIS (in Ukr.)
2. Galperin, I. R. (1981). *Text as an object of linguistic study.* Moscow: Science (in Russ.)
3. Krzhizhanovsky, S. D. *Poetics of the titles*, available at: http://www.philol.msu.ru/~tezaurus/library.php?view.
4. Dubrova, A. S. (1996). *Structural-stylistic features of the headlines in the French newspaper*: Synopsis of the dissertation for a candidate degree in philology : 10.02.01 «Russian language». Leningrad (in Russ.)
5. Ronginskyi, V. M. (1963). *Syntactic models of headlines and their use in various styles of speech*: Synopsis of the dissertation for a candidate degree in philology : 10.02.01 «Russian language». Simferopol (in Russ.)
6. Safonov, A. O. (1974). *Actualization of the newspaper text (To the problem of newspaper headlines)*: Synopsis of the dissertation for a candidate degree in philology : 10.01.10 «Journalism». Moscow (in Russ.)
7. Sibirenko-Stavroyani, E. V. (1991). *The title in the Kiev newspapers of the second half of the 19th and early 20th centuries: content and functions*: Synopsis of the dissertation for a candidate degree in philology : 10.01.10 «Journalism». Kyiv (in Ukr.)
8. Solodka, L. I. (2008). *Lexical-semantic features of the newspaper headlines*: Synopsis of the dissertation for a candidate degree in social communications: 27.00.04 «Theory and History of Journalism». Kyiv (in Ukr.)
9. Galych, V. M. (2004). *Oles Gonchar – journalist, publicist, editor: evolution of creative skill*: [monograph]. Kyiv: Science thought (in Ukr.)
10. Grytsiuk, L. F. (1989). To the question of the linguistic status of the title. *Movoznavstvo (Linguistics), 5*, 55–58 (in Ukr.)
11. Grytsiuk, L. F. (1992). An image-semantic approach to the classification of titles. *Movoznavstvo (Linguistics), 2*, 51–56 (in Ukr.)
12. Yevgrafova, A. O. (2003). Heading as a means to update the text information. *Styl i tekst (Style and text), 4*, 141–149 (in Ukr.)
13. Yevgrafova, A. O. (2006). Title as a phenomenon of intertextuality in the journalistic context. *Uchenyie zapiski Tavricheskogo natsionalnogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo (Scientific notes of the V. I. Vernadsky Taurida National University)*. Simferopol, 19 (58), 5, 126–131 (in Ukr.)
14. Zdoroveha, V. J. (2004). *Theory and methodology of journalistic creativity*. Lviv: PAIS (in Ukr.)
15. Ilchenko, V. I. (2002). «Updates» in the newspaper title. *Naukovi zapysky (Scientific notes).* Kyiv: Institute of Journalism, 8, 172–175 (in Ukr.)
16. Kontorchuk, G. K. (1982). Rubric, heading, subtitle, ice as organizing components of correspondence. *Zhurnalistyka. Presa, telebachennia, radio (Journalism. Press, television, radio)*. Kyiv: High School, 13, 123–141 (in Ukr.)
17. Shestakova, E. (2003). On absurdization as one of the trends in the development of newspaper headlines in the modern press. *Ukrainska periodyka: istoriia i suchasnist (Ukrainian Periodicals: History and Modernity)*. Lviv, 621–628 (in Ukr.)

SHYTYK Liudmyla Volodymyrivna,
Doctor of Philology, Professor of Ukrainian and Applied linguistics, Cherkasy Bohdan Khmelnytskyi National University
e-mail: l_shytyk@ukr.net

HEADLINES IN MEDIA DISCOURSE OF THE KRAINA WEEKLY

Abstract. Introduction. *Being subordinated to the general idea or text program the title serves as a discourse structural element. It is considered to be both part of the discourse and a type of the independent discourse. The relevance of the proposed topic is explained by the need to investigate the headline discourse of The Kraina weekly in the modern communication system. Thus, the structural, semantic and pragmatic aspects that characterize headlines require special analysis.*

Purpose. *The purpose of the paper is to systematically investigate the headline discourse in The Kraina magazine.*

Results. *The broad understanding of the title as part of the discourse and a type of the independent discourse is presented. Based on the classification characteristics the functional-structural types of headlines are analyzed. It is emphasized that the author's view of the events or the character's discourse elements are expressed in a direct or indirect quote headline. The predominance of informative headlines over conceptual ones that give a positive, negative and ambivalent assessment is proved. The principles (nominative, actional, and nominative-actional with the elements of the attributive and adverbial constructions) that underlying the script presentation are identified. The pragmatic variants of the headlines (declarations, imperatives, and interrogatives) are described. The productive structural and grammatical models that syntactically correspond to different types of sentences including simple uncomplicated, simple complicated, complex, compound, without connectors, the combination of two*

sentences are characterized. Definitive statements including a special definitive type which is a transitional statement with a «subordinate clause» used as a predicate are analyzed. Stylistically marked syntactic means used in headlines including parsing, junction, ellipsis, semantic-syntactic parallelism and stylistic figures (metaphors, structural opposites, transformed phraseological units) are investigated.

Originality. *The originality of the research lies in the deep analysis given to functional and structural types of The Kraina magazine headlines and the principles followed to present scripts. The novelty is also in the description of pragmatic variants and structural / grammatical features of headlines, means of expressive syntax, and stylistic figures.*

Conclusion. *It is concluded that the title is a peculiar element of media discourse and a type of an independent discourse since it contains concentrated information reproduced in the media text. Functional-structural types of the titles in The Krayina magazine are analyzed in accordance with their classification features including the author's view of the event or the character's discourse (quote), principles representing the script, dependence on the structural-functional type of the text; opposition of informative / conceptual headlines, category of modality, pragmatic headline options, structural and grammatical features, means of expressive syntax; stylistic special effects. The analysis into the headline discourse is confirming that elaborated titles of The Kraina weekly attract readers' attention, are informatively capacious and indicate a signature writing style. The prospect of further research is seen in the study of the features that characterize headline constructions.*

Keywords: *title; media discourse; quote headline; informative and conceptual headline; principles presenting the script; pragmatic headline options.*

Надійшла до редакції 11.09.17
Прийнято до друку 12.10.17

УДК 811.161.1'42

ВЕЛІВЧЕНКО Валентина Федорівна,
кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького
e-mail: velivchenko@cdu.edu.ua

ПОЛІТИЧНИЙ МЕДІАДИСКУРС: МОВНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ФУНКЦІЇ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ

У цій статті обґрунтовується доцільність виокремлення політичного медіадискурсу в окремий різновид дискурсу, а також аналізуються особливості використання в його межах мовних одиниць для реалізації функції маніпулятивного впливу. Політичний медіадискурс як єдність процесу і результату, інтегруючи типові риси політичного дискурсу та медіадискурсу, має низку власних специфічних ознак. У результативному аспекті, він представлений політичним медіатекстом, який, набуваючи різних форм, створює у реципієнта певний емоційний настрій та нав'язує або навіює йому конкретну думку або точку зору. Якщо такий вплив на свідомість реципієнта цілеспрямовано приховується продуцентом тексту, то він стає маніпулятивним. Тексти політичного медіадискурсу, які типово здійснюють маніпулятивний вплив на реципієнта, демонструють яскраво виражену технологічність, забезпечену, першочергово, як спеціальним використанням мовних одиниць, так і застосуванням конкретних комунікативних стратегій.

Ключові слова: *дискурс, політичний дискурс, медіа-дискурс, політичний медіа-дискурс, політичний медіа текст, маніпулятивний вплив.*

Постановка проблеми. Антропоцентризм сучасної лінгвістики акцентує на усвідомленості та цілеспрямованості комунікативного процесу. Будучи завжди локалізованим у певному просторі й часі, він є активною соціальною взаємодією