

УДК 070.41:004.738.5(045)

М. М. Нетреба

## СИНТАКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ ЗАГОЛОВКІВ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ РОЗСЛІДУВАНЬ В ІНТЕРНЕТІ

У статті досліджено особливості функціонування та синтаксичне оформлення заголовків журналістських розслідувань у мережі Інтернет на матеріалі сайтів Центру журналістських розслідувань *investigator.org.ua* та Незалежного бюро журналістських розслідувань *rassledovanie.org.ua*, що є одними з найбільш відвідуваних сайтів цього спрямування.

**Ключові слова:** заголовок, медіа-заголовок, синтаксичні засоби вираження, заголовкові комплекси, журналістське розслідування.

### I. Вступ

Економне, точне вираження думки – найважливіша вимога до журналістського тексту. Особливо важлива яскравість і точність для заголовка, адже ця складова тексту – перше, із чим зустрічається реципієнт, на що звертає увагу, сприймаючи інформацію. Випереджуючи текст, заголовок несе певну інформацію про зміст публіцистичного твору й водночас має емоційне забарвлення, що збуджує читачський інтерес, привертає увагу.

Проблеми функціонування категорії заголовка активно розглядають у науковій літературі. Так, наше дослідження спирається переважно на праці, присвячені теорії та практиці журналістської творчості (В. Й. Здоровега, Г. В. Лазутіна, Д. М. Прилюк, М. Н. Кім, Г. В. Лазутіна, А. В. Колесниченко), особливостям функціонування журналістики як соціального інституту, теорії журналістики (І. Л. Михайлин, А. З. Москаленко, Є. В. Ахмадулін, С. Г. Корконосенко, Є. П. Прохоров, В. В. Ворошилов), специфіці газетної (В. Ф. Іванов, С. М. Гуревич, О. О. Грабельников) та телевізійної (А. А. Князев) журналістики, особливостям журналістського розслідування як жанру (О. О. Тертичний, А. Б. Костянтинів, М. Берлін, Ю. Шум, А. Глушко).

Детально теорію медіа-заголовку викладено в працях Є. М. Комарова, Т. В. Васильєвої, Ю. В. Верещинської, А. Е. Долгирєвої, Е. О. Лазаревої, Г. О. Лютої, В. Л. Музиканта. Проблеми сприйняття та інтерпретації заголовків висвітлено в працях І. М. Соколової, Ю. А. Белової, І. Н. Соколової; В. В. Богуславська, А. Б. Бойко, А. В. Фатина вивчають проблему функціональності цього різновиду журналістського тексту; структурні особливості, стилістику та лексико-семантичні особливості заголовка характеризують В. П. Вомперський, М. Ю. Доценко, А. Сафонов, Л. І. Солодка, Г. Г. Хазагерів; до окремих різновидів заголовків звертаються в своїх публікаціях С. З. Ібрагімова, С. М. Карима.

### II. Постановка завдання

Мета статті – на прикладі сайтів Центру журналістських розслідувань *investigator.org.ua* та Незалежного бюро журналістських розслідувань *rassledovanie.org.ua* виявити особливості функціонування та синтаксичного оформлення заголовків текстів журналістських розслідувань в Інтернеті.

### III. Результати

У словнику В. І. Даля [3] про заголовок сказано, що це “вихідний аркуш, перший аркуш книги або твору, де зазначено його назву”. Заголовок містить також назву розділу, глави книги, а в ділових паперах – відомство, місце, звідки і куди папір іде. Це широке значення заголовка. У словнику С. І. Ожегова [10] заголовок визначено дещо вужче – як назву будь-якого твору (літературного, музичного) або його частин. Велика радянська енциклопедія визначає термін як “заголовок літературного твору, що певним чином розкриває його зміст” [2].

Усі наведені визначення застосовні й для заголовка журналістського твору, однак заголовок у ЗМІ має свою специфіку, яка відображає характерні особливості медіа-текстів, а саме: оперативність, публіцистичність, жанрову палітру. Заголовок, випереджуючи текст, містить у собі інформацію зміст і про певні авторські оцінки. Можна сказати, що він має стилістично сильну позицію, тому стільки уваги приділяють особливостям його створення та функціонування не лише в галузі соціальних комунікацій, а й у таких науках, як комунікативістика, лінгвістика, лінгвокультурологія, соціолінгвістика, психологія тощо.

Ми розглядаємо заголовок як складову частину тексту.

Категорія медіа-заголовку досить детально розглянута в науковій літературі. Так, Є. М. Комаров вважає заголовок ЗМІ “різновидом тексту масово-інформаційного дискурсу, що функціонує в системі макротексту ЗМІ і займає в ній стилістично і прагматично сильну позицію” [7]. Ю. А. Белова говорить про заголовок як повноправний компонент медіа-тексту, що входить до нього на пра-

вах автономної функціонально-когнітивної одиниці та пов'язаний з іншими компонентами газетної статті. Дослідниця розглядає цю категорію “як “згусток” інформації, що репрезентує в стислому вигляді зміст тексту. Заголовок – це “виділений графічно потенційно згорнутий знак тексту, виражений вербальними та невербальними засобами мови; він має відносну автосемантичність, є абсолютно початковим, єдиним для всього тексту елементом, що називає та/або характеризує текст, прогнозує зміст, інтерпретує текст, надаючи йому додаткових смислів” [1]. Особливістю заголовка Ю. А. Беєлова називає його роль як модератора між цим текстом, попередніми медіа-текстами та реципієнтом (його емоційним середовищем, досвідом, обсягом фонових знань).

Г. О. Люта називає заголовок “квінтесенцією тексту з його характерними ознаками – оригінальністю та яскравістю” [8]. Г. В. Фатіна говорить про нього як про “скомпресований, нерозкритий зміст тексту” [11], а М. Ю. Доценко – як про “мовне подання події” [4]. А. О. Негришев, С. З. Ібрагімова визначають заголовок як елемент “мовної гри” в медіа-тексті [5]. Так, С. З. Ібрагімова зазначає, що “сучасний публіцистичний текст демонструє найрізноманітніші види ігор: каламбур, оказіональний словотвір, графічні ігри, у тому числі ігри з кольором тощо” [5]. Найбільш ефективними способами створення ігрових заголовків, за словами дослідниці, є індивідуально-авторські трансформації фразеологічних одиниць – фразеологічний каламбур і графічні оказіоналізми. М. Ю. Козак звертає особливу увагу на інтертекстуальність як онтологічну властивість журналістського тексту, що часто має місце в заголовках та виражається на змістово-смысловому, структурно-композиційному та знаковому рівнях [6].

Основними вимогами до заголовка всі дослідники називають інформативність, відповідність змісту та виразність.

Сьогодні поширеним засобом надання заголовку виразності став синтаксис: сучасні журналісти використовують двокрапку (робить заголовок більш виваженим та помітним), знак оклику (використовують для передачі емоцій), знак питання (додає публіцистичності, спонукає розібратися в темі), трикрапку (недосказаність спонукає сприймати матеріал далі) тощо.

Отже, заголовок – це виділений графічно потенційно згорнутий знак тексту, виражений вербальними та невербальними засобами мови, що має відносну автосемантичність, є абсолютно початковим, єдиним для всього тексту елементом, який називає та/або характеризує текст, прогнозує зміст, інтерпретує текст, надаючи йому додаткових смислів.

Для створення виразності в заголовках можна використати практично будь-який мовний засіб, але заголовок повинен бути доречним, експресивним. Заголовок може бути жагучим і закличним, формувати в читачів певне ставлення до публікації.

Виразальні можливості синтаксису полягають у таких особливостях вживання синтаксичних засобів:

- 1) вживання словосполучень, різних за смисловими відношеннями: означальні (атрибутивні) – залежне слово вказує на ознаку предмета (наприклад, осінній день, київські вулиці); додаткові (об'єктні) – залежне слово називає предмет, на який спрямована дія або ознака (наприклад, малювати картину, ласий до цукерок); обставинні (адвербіальні) – залежне слово називає різні обставини (часу, місця, причини, способу дії) (наприклад, повернутися пізно, навчатися в університеті);
- 2) вживання речень, різних за метою висловлювання, тобто розповідних (стверджувальних та заперечних), питальних (власне питальних і риторично-питальних), спонукальних;
- 3) вживання речень, різних за емоційною забарвленістю (окличні, неокличні);
- 4) вживання речень, різних за будовою: прості (односкладні чи двоскладні, повні чи неповні, ускладнені чи не ускладнені) та складні (складносурядні, складнопідрядні, безсполучникові, складні синтаксичні конструкції, період);
- 5) використання цитат, прямої та непрямої мови [11].

Отже, узагальнивши існуючі підходи до розуміння журналістського розслідування як жанру, у нашій статті ми будемо вживати термін у такому значенні (відповідно до визначення вітчизняного дослідника А. Глушко): “Жанр аналітичної публіцистики, мета якого – виявити потаємні пружини гострих суспільних (економічних, політичних, соціальних, моральних, екологічних) проблем, справжні причини існування яких старанно приховуються від широкої громадськості владними, політичними та іншими впливовими колами”. Від інших аналітичних жанрів журналістське розслідування відрізняє специфічна мета, предмет, методика та своєрідність подання інформації. Специфіка тексту журналістського розслідування в Інтернеті полягає в аудіовізуальному рівні сприйняття інформації, максимальному просторі та можливостях для подання матеріалу й можливості повернення до неї.

Розглянувши заголовкові комплекси текстів журналістських розслідувань в Інтернеті на матеріалі сайтів Центру журналістських розслідувань [investigator.org.ua](http://investigator.org.ua) та Незалежного бюро журналістських розслідувань [rassledovanie.org.ua](http://rassledovanie.org.ua), ми дійшли висновку,

що для надання заголовку виразності та своєрідного стилістичного звучання можуть бути використані всі відомі синтаксичні засоби мови, засоби стилістики та діалогізації. Журналісти зазначених інформаційних ресурсів активно використовують, зокрема, такі засоби увиразнення заголовків: а) вживання словосполучень, різних за смисловими відношеннями: означальні (атрибутивні), додаткові (об'єктні), обставинні (адвербіальні); б) вживання речень, різних за метою висловлювання; в) вживання речень, різних за емоційною забарвленістю: окличні, неокличні; г) вживання речень, різних за будовою: прості та складні; д) використання цитат, прямої та непрямої мови.

#### **Вживання словосполучень, різних за смисловими відношеннями**

У розглянутих нами заголовках синтаксично частіше використовують речення, аніж словосполучення, проте роль цього синтаксичного утворення для передачі головної думки матеріалу є теж значною. За смисловими відношеннями нами були виявлені словосполучення:

- 1) означальні (атрибутивні) – залежне слово вказує на ознаку предмета – цей різновид виявився найбільш популярним серед журналістів для найменування матеріалу, адже дозволяє дати чітке визначення та охарактеризувати предмет розслідування, певним чином висловити своє ставлення до сказаного. Так, наприклад, словосполучення *“мрачная перспектива Мёртвой долины”* [ЦЖР, 19.11.2012] задяки означенням *мрачная* та *мёртвой* створює відповідний фон для подальшого сприйняття інформації, заголовок *“Очень временный маршрут”* [ЦЖР, 11.10.2012] увиразнюється прислівником *очень*, а *“Нерентабельная инвалидность”* [ЦЖР, 3.09.2012] – парадоксальністю висловленого судження. Часто використовують заперечні конструкції, що підкреслюють мету журналістського розслідування (*“Не секретные материалы”* [ЦЖР, 29.11.2012]) або мають іронічний відтінок (*“(Не) парламентский репортаж”* [ЦЖР, 22.02.2012]);
- 2) додаткові (об'єктні) – залежне слово називає предмет, на який спрямована дія або ознака (*“Пища жизни”* [ЦЖР, 30.04.2012]);
- 3) обставинні (адвербіальні) – залежне слово називає різні обставини (часу, місця, причини, способу дії). Наприклад, заголовкове словосполучення *“Чисто по-русски”* [ЦЖР, 15.08.2012] увиразнюється ще й жаргонним звучанням.

#### **Вживання речень, різних за метою висловлювання**

За метою висловлювання речення поділяють на розповідні, питальні та спонукальні.

Розповідні речення містять у собі певну інформацію, повідомляють про якийсь факт

чи подію. Серед речень цього типу виділяють стверджувальне та заперечне. Інтонація розповідних речень характеризується зниженням тону наприкінці речення. Найчастіше зустрічається конструкція із зачином *как*: *“Как садоводов на деньги “развели”* [ЦЖР, 25.05.2012].

Та найчастіше подібні заголовки просто містять ствердження, констатацію факту: *“Праздник, о котором не вспомнила власть”* [ЦЖР, 30.04.2012].

Спонукальні речення закликають до дії, висловлюють наказ, побажання, вимогу чи дозвіл. Цей тип речення має свою, так звану спонукальну, інтонацію, якій властиві високі тон і пришвидшений темп. Часто такі заголовки матеріалів журналістських розслідувань несуть авторську іронію або застереження від небезпечних чи неправильних, незаконних та інших дій: *“Улыбнитесь, вас снимают”* [ЦЖР, 25.10.2012].

Серед питальних речень, які виражають думку-питання, виділяють власне питальні та риторично-питальні речення. Власне питальні речення потребують відповіді, яку і подає журналіст розслідувач у своєму матеріалі: *“Бездомные животные портят имидж Крыма?”* [ЦЖР, 28.02.2012].

Відповідь на риторичні питання не передбачена, тут йдеться скоріше про морально-етичний аспект роздумів автора: *“Первая ласточка. Соберется ли стая?”* [ЦЖР, 25.09.2012].

Інтонація питальних речень характеризується підвищенням тону на слові, з яким пов'язується питання. Загалом питальні є найбільш інтригуючим видом речень, адже заохочує читача прочитати матеріал та отримати відповідь; безсумнівно, вони мають “вищу прагматичну спрямованість на читацьку аудиторію” і є одним із засобів діалогізації медіа-тексту.

#### **Вживання речень, різних за емоційною забарвленістю**

Емоційно-нейтральні (неокличні) – це речення, які не несуть у собі якихось явних емоцій автора, це – звичайна констатація факту. Більш стилістично виразними є емоційно забарвлені речення, які містять у собі:

а) цілий спектр емоцій і яскравіше передають думку та ставлення автора: *“Mmcis Group – лохотрон! Компания ОАО “Интернет Глобал Текнолоджи” уличена в масштабных махинациях”* [НБЖР, 1.12.2012];

б) попередження: *“Холодно!”* [ЦЖР, 30.01.2012];

в) парадоксальність чи явну несправедливість ситуації: *“Плитку положили – до весны забыли!”* [ЦЖР, 28.01.2012].

#### **Вживання речень, різних за будовою**

Більш звичним явищем для журналістського заголовка є прості речення різних типів. За нашим спостереженням, більш емо-

ційно насиченими є такі *синтаксичні типи речень*:

- односкладні: *“Инфекция халатности: год спустя”* [ЦЖР, 26.10.2012];
- неповні: *“Не отходя от кассы”* [ЦЖР, 8.06.2012], використовується також відомий афоризм, що робить заголовок більш цікавим для аудиторії.

Часто неповні речення утворюють за допомогою тире, що доповнює складний присудок: *“Свет Крыма” – свет надежды* [ЦЖР, 15.05.2012];

- неускладнені, за допомогою яких яскраво передається фактаж та заголовок наближається до офіційно-ділового стилю: *“Сеть ЛЖВ. Жизнь продолжается”* [ЦЖР, 6.06.2012].

Менш частими, проте не менш виразними стилічно є складні речення в заголовках журналістських розслідувань, які дають змогу ширше відобразити зміст матеріалу та залучити читача до його перегляду: *“Сироты: с улиц взяты, на улицы отправлены”* [ЦЖР, 17.09.2012].

#### **Використання цитат, прямої та непрямої мови**

Використання цитат у заголовках текстів журналістських розслідувань має на меті точність, достовірність висловлювання, яскравість та афористичність думки, переданої в цитаті, а також її адресність: *“Вячеслав Павлов: “Там, где качественно проведено следствие, – неприкасаемых нет”* [ЦЖР, 25.01.2012].

#### **Пунктуаційне оформлення синтаксичних конструкцій**

Найчастіше серед пунктуаційних знаків для заголовків журналістського розслідування використовують двокрапку: *“Ах, варьете, варьете...”* [ЦЖР, 27.01.2012].

Інколи її підкріплюють знаком питання: *“Жалоба на плохую дорогу: есть ли смысл?”* [ЦЖР, 27.03.2012].

Стилістично сильною є також трикрапка, яка передає емоції невпевненості, захоплення тощо: *“Блуждая в темноте...”* [ЦЖР, 30.03.2012].

#### **IV. Висновки**

Проаналізувавши заголовки журналістських розслідувань на інтернет-сайтах *investigator.org.ua* та *gassledovanie.org.ua*, ми виявили такі синтаксичні засоби їх вираження:

- перевага речень над словосполученнями, що дає змогу ширше відобразити тему матеріалу, подати більше інформації, заінтригувати;
- вживання словосполучень, різних за смисловим відношенням: означальних – для яскравішої характеристики предмета відображення, додаткових та обставинних – в межах виконання своїх комунікативних функцій;

- вживання речень, різних за метою висловлювання: розповідних – для чіткого та повного висловлення думки, констатації важливих фактів, питальних – для створення інтриги, заохочення прочитати матеріал і знайти відповідь, спонукальні – для заклику до дій, попередження, побажання;
- вживання речень, різних за емоційною забарвленістю. Звичайно, більш популярними є неокличні, емоційно нейтральні речення, проте більший спектр емоцій передають окличні, що значно увиразнює заголовки матеріалу, передаючи стан автора чи героїв матеріалу, попередження, парадоксальність чи явну несправедливість ситуації;
- вживання речень, різних за будовою: за нашим спостереженням, більш емоційно насиченими є односкладні, неповні, непоширені речення;
- використання цитат, що має на меті точність, достовірність висловлювання, яскравість та афористичність думки, переданої в цитаті, а також її адресність.

Отже, журналісти – автори журналістських розслідувань, окрім створення суто інформаційних заголовків, намагаються також увиразнити медіаназви, у тому числі за допомогою синтаксичних засобів. Усе це привертає увагу аудиторії, робить матеріал більш цікавим та насиченим, а також створює неповторне обличчя інтернет-ресурсів, адже журналістське розслідування – один із найбільш авторитетних та складних жанрів сучасної журналістики.

У подальшому планується розглянути стилістику та лексико-семантичні особливості заголовків журналістських розслідувань в Інтернеті.

#### **Список використаної літератури**

1. Белова Ю. А. Стратегии интерпретации смысла газетных заголовков британских медиа-текстов : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 [Электронный ресурс] / Ю. А. Белова. – Уфа, 2009. – 201 с. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/strategii-interpretatsii-smysla-gazetnykh-zagolokov-britanskikh-media-tekstov>.
2. Велика радянська енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bse.sci-lib.com/diletter0901.html>.
3. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://slovardalja.net>.
4. Доценко М. Ю. Синтаксис газетного заголовка: структура, семантика, прогнозирование смыслового развития текста : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 [Электронный ресурс] / М. Ю. Доценко. – Санкт-Петербург, 2009. – 243 с. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/>

- sintaksis-gazetnogo-zagolovka-struktura-semantic-prognozirovanie-smyslovogo-razvitiya-tekst.
5. Ибрагимова С. З. Игровой заголовок как зона формирования оценки : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 [Электронный ресурс] / С. З. Ибрагимова. – Махачкала, 2010. – 185 с. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/igrovoi-zagolovok-kak-zona-formirovaniya-otsenki>.
  6. Казак М. Ю. Дискурсивность и интертекстуальность журналистского текста [Электронный ресурс] / М. Ю. Казак // Проблемное поле дискурсологии : сб. науч. ст. / под ред. д. ф. н., проф. А. В. Полонского. – Белгород : Политеппа, 2010. – С. 32–40. – Режим доступа: <http://www.discourseanalysis.org/st27.html>.
  7. Комаров Е. Н. Ценностные ориентиры в заголовках французских и российских средств массовой информации : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 [Электронный ресурс] / Е. Н. Комаров. – Волгоград, 2003. – 187 с. – Режим доступа: <http://31f.ru/dissertation/190-dissertaciya-cennostnye-orientiry-v-zagolovkakh-francuzskix-i-rossijskix-sredstv-massovoj-informacii.html>.
  8. Лютая А. А. Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 [Электронный ресурс] / А. А. Лютая. – Волгоград, 2008. – 164 с. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/sovremenniy-gazetnyi-zagolovok-struktura-semantic-pragmatika>.
  9. Незалежне бюро журналістських розслідувань [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rassledovanie.org.ua>.
  10. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – Москва : Азъ, 1992. – Режим доступа: <http://ozhegov.info>.
  11. Фатина А. В. Функционирование заголовочных комплексов в современной российской газете: Стилистико-синтаксический аспект : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 [Электронный ресурс] / А. В. Фатина. – Ульяновск, 2005. – 248 с. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/funkcionirovanie-zagolovochnykh-kompleksov-v-sovremennoi-rossiiskoi-gazete-stilistiko-sinta>.
  12. Центр журналистских расследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.investigator.org.ua>.

Стаття надійшла до редакції 05.09.2014.

### **Нетреба М. М. Синтаксические особенности оформления заголовков журналистских расследований в Интернете**

*В статье исследуются особенности функционирования и синтаксического оформления заголовков журналистского расследования в сети Интернет на материале сайтов Центра журналистских расследований [investigator.org.ua](http://investigator.org.ua) и Независимого бюро журналистских расследований [rassledovanie.org.ua](http://rassledovanie.org.ua), которые являются одними из наиболее посещаемых сайтов данного направления.*

**Ключевые слова:** заголовок, медиа-заголовок, синтаксические способы выражения, заголовочные комплексы, журналистское расследование.

### **Netreba M. Syntactic Features Headings of Investigative Journalism in Internet**

*In this article we have tried to explore the features and operation of syntactic processing headers investigative journalism on the Internet. Make it resolved for site [investigator.org.ua](http://investigator.org.ua) Center for Investigative Journalism and the Independent Bureau for Investigative Journalism [rassledovanie.org.ua](http://rassledovanie.org.ua), which is one of the most visited sites of this trend.*

*Economical, accurate expression – an essential requirement for journalistic text. Especially important is the brightness and accuracy for the title, because this part of the text – the first thing the recipient is found, what draws attention, perceiving information. Anticipating the text header is some information about the content of journalistic work, and at the same time is emotional, stimulating reader interest, attracts attention.*

*Problems functioning category title actively discussed in the scientific literature. Thus, our work is based mainly on the works on the theory and practice of journalistic work, the peculiarities of journalism as a social institution, theory of journalism, the specifics of newspaper and television journalism, features investigative journalism as a genre.*

*Detailed theory of media header is seen in the works of E. Komarova, T. Vasilyeva, Y. Vereschynskoyi, A. Dolhyrevoyi, E. Lazarus, G. Liytoy, B. Musicianta. Problems of perception and interpretation of titles covered in the writings I. Sokolova, Y. Belova, I. Sokolova; V. Bohuslavska, A. Boiko, A. Fatina tulle studying the problem of the functionality of this kind of journalistic text; structural features, style and lexical-semantic features characterizing title V. Vompersky, M. Dotsenko, A. Safonov, L. Solodka, G. Hazaherov; to certain kinds of headlines are turning work S. Ibragimov, S. Karima.*

**Key words:** title, media title, syntactic means of expression, headline complexes and investigative journalism.