

УДК 821.161.2

Ксенія СІЗОВА

ЗАГОЛОВКОВИЙ КОМПЛЕКС У ПУБЛІЦИСТИЦІ: ТИПОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

У статті розглядається заголовковий комплекс у публіцистичному творі в типологічному аспекті. Проаналізовано основні класифікації заголовків у філології та журналістикознавстві. Запропоновано комплексну класифікацію заголовків, яка враховує семантичні, морфологічні й синтаксичні особливості. Простежено залежність між типом назви і жанром публіцистичного твору.

Ключові слова: заголовок, публіцистичний твір, класифікація.

Заголовок є особливим фрагментом тексту, знаковою структурою, одним з найважливіших елементів організації тексту. Доречно згадати давньоримське прислів'я *Nomen est omen* (Ім'я – це доля), адже, обираючи ім'я для свого дітища, автор турбується про його подальшу долю, прагне зробити назву місткою, влучною та яскравою. Заголовок твору завжди містить у собі головну думку, несе інформацію про вміст, націлює реципієнта не тільки на те, про що він буде читати, але і як він повинен сприймати прочитане, тобто на співтворчість.

Отже, можна стверджувати, що заголовковий комплекс є однією з найсуттєвіших ознак тексту, авторським концептом і конденсатом усього змісту. Він координується із семантикою тексту, є домінантою, яка утворює смислову та емоційну єдність. Тому є всі підстави стверджувати, що заголовок актуалізує всі типи текстової інформації: змістовно-фактуальної, змістовно-концетувальної та змістовно-підтекстової. Назва є тією точкою, у якій сфокусовані ідея, тема, основні сюжетні колізії, сконцентроване смислове навантаження. Саме тому заголовковий комплекс потребує наукового осмислення й систематизації.

Дослідження заголовкового комплексу знаходиться у центрі уваги лінгвістів і журналістикознавців. Дослідники, розглядаючи параметри тексту, не залишили поза увагою й категорії інтегративності, яка дає можливість оперувати окремими різними за обсягом текстовими фрагментами як автосемантичними одиницями [1; 7]. А коли розглядається весь текст, то всі

фрагменти інтегруються в єдине ціле, і одним із засобів зв'язку при цьому виступає заголовок, бо саме він має властивість зв'язувати всі частини тексту. Крім того, заголовок обмежує текст і наділяє його завершеністю, підпорядковуючи певному задуму (концепту твору), тобто назва виявляється в усіх конкретних формах реалізації способу інтеграції тексту. Саме заголовок інтегрує всі види текстової інформації. На думку А. Ламзіної, заголовок співвідносний з темою, проблемою, сюжетною перспективою, персонажами, хронотопами світу, що зображується, може вказувати на інтертекстуальні зв'язки твору тощо [9, с. 94]. Л. Грицок зауважує, що у творі заголовок виступає своєрідною тезою самого корпусу тексту. Як специфічний смисловий та психосоціолінгвістичний вузол, ядро ідеї твору заголовок – це ключ до змісту [2 с. 55]. Заголовок є своєрідним ключем до інтерпретації твору, пошуку прихованих смислів та концептів. У свою чергу, Н. Ніколіна вважає назву першою інтерпретацією твору літератури, яку пропонує сам автор [11, с. 171].

У заголовковому комплексі виявляється у сконцентрованому вигляді те, що автор намагається донести до читача. Заголовок – своєрідна теза і чим змістовніша ця теза, тим вона повніше виражає зміст, і, навпроти, чим лаконічніший заголовок, тим у ньому вища концентрація теми.

Семантичність полів тексту має ключові та неключові слова. Саме ключові семи найчастіше входять до назви твору. Назва будь-якого твору нагадує синтез думки, конкретизований і уточнений у наступному тексті. Це відображається у дефініції заголовку, запропонованій В. Івановим: «Заголовок – це концентроване відображення головної ідеї твору, головної думки автора, що є лаконічним, максимально стислим, чітким, конкретним» [6, с. 74]. Назва імпліцитно або експліцитно виражає основний задум, ідею, концепт автора. За висловом В. Карпенка, «по заголовку пізнається зміст твору, як по паспорту ідентифікується конкретна особа» [7, с. 63]. В. Різун усі елементи заголовкового комплексу називає «опорними точками», «що показують найбільш важливу текстову інформацію», «висунутими елементами тексту», що «служить опорою для читача в розумінні змісту», які, «сегментуючи зміст, виступають у ролі засобів забезпечення комунікативних інтересів читачів» [12, С. 193–194].

Заголовковий комплекс разом із текстом художнього твору становить смислове ціле, в якому заголовок для письменника є здебільшого післятекстом, а для читача передтекстом, здатним передати предметний задум тексту. Вже у передтекстовий період заголовок починає впливати на потенційного читача, формуючи ефект очікування і прогноз щодо твору в цілому [8, с. 94]. Отже, простежується протилежна послідовність взаємодії автора та читача з назвою та текстом твору. Для автора створення заголовку є останнім етапом, завершальним акордом, а для читача – візитівкою тексту.

У заголовковому комплексі можуть використовуватися всі відомі фонетичні, морфологічні, лексичні й синтаксичні засоби виразності. Можуть виникати експресивні заголовки, створені на основі переносного значення слів, забарвленої лексики, синонімів і антонімів. Назвою твору можуть бути прислів'я, приказки, фразеологізми, цитати з інших творів, розмовні елементи.

Існуючі типології заголовків, стислий огляд яких подано нижче, на жаль, не вичерпують усіх аспектів явища.

За класифікацією А. Волкова, у основу якої покладений передусім семантичний принцип, тобто зміст заголовку, існують назви таких типів: заголовок-головний персонаж; заголовок-тема; заголовок-місце дії; заголовок-образ; алюзивний заголовок [10, с. 211]. Пропонована класифікація, з одного боку, залишає не визначеним чітко великий масив назв. З іншого боку, ця класифікація не враховує повною мірою важливі типологічні ознаки назв, зокрема лексичні, граматичні, синтаксичні тощо. На наш погляд, суто семантичний принцип класифікування заголовків взагалі звужує можливості інтерпретації, особливо у еволюційному аспекті, адже в усі часи і в усіх авторів використовуються заголовки-теми, заголовки-головні персонажі, заголовки-місце події тощо.

Виключно за образно-семантичним принципом, тобто способом зв'язку назви з текстом, класифікує заголовки Л. Грицюк, яка виділяє заголовки-індикатори, заголовки-образи й заголовки-символи. У першому типі, на думку дослідниці домінує пряме значення, у заголовку-образі – переносне, концептуальне, а заголовок-символ ре презентує переосмислену підтекстову семантику [3, С. 51–52].

У журналістикознавстві з притаманним йому домінуванням прикладного аспекту над теоретичним, більш уживаною є класифікація заголовків за формою, яка зумовлюється жанром, містом і призначенням матеріалу.

Так, В. Карпенко, спираючись на синтаксичні ознаки, виділяє такі різновиди заголовку: інформативний, спонукальний, запитальний, окличний [7, с. 65].

Інформативний заголовок стисло повідомляє про суть матеріалу, подає його квінтесенцію, він статичніший від інших. Приклад: «Вирок судді» – констатується факт.

Спонукальний заголовок активніший та динамічніший, він ніби натякає на основне повідомлення та інтригує читача. Тому ж інформативному заголовку можна надати спонукальне значення: «Суддя виносить вирок», можливо також – «Суддя звинувачує».

Запитальний заголовок надає певного забарвлення, зазвичай негативного. Знак запитання передбачає відповідь у матеріалі. У запитальній формі наш заголовок міг би мати такий вигляд: «А судді хто?».

Окличний заголовок такий же експресивний, як і запитальний, але ще енергійніший – він може передавати не тільки сумнів, у нашому випадку щодо рішення судді, а й обурення тим, що сталося. Якщо загострювати до краю, то наш заголовок можна було б трансформувати у лексикон футбольних фанатів: «Суддю на мило!» [7, С. 65 – 66].

Пропоновані дослідником розряди заголовків і терміни, що позначають їх, викликають певні зауваження. Зокрема інформативними є усі різновиди заголовків, складно стверджувати, що заголовок «Суддя виносить вирок» позбавлений інформативності. Крім того, сумнівним вдається віднесення цього заголовку до спонукальних, адже спонукальні конструкції передбачають заклик до дії – наказ, прохання, пораду тощо.

Типологія заголовків, запропонована В. Здоровегою, складається з наступних різновидів: інформаційний (найчастіше використовується у подієвій інформації), спонукально-наказовий, проблемний (стилістично може виражатися у формі питального речення чи зіставлення двох явищ), констатуючо-описовий, рекламно-інтригуючий [5, С. 108–109]. Як можна побачити,

класифікація побудована на основі різних принципів, зокрема синтаксичного і змістового.

Зауважені неточності є цілком зрозумілими, оскільки журналістикознавство розглядає заголовок тексту передусім у функціональному аспекті, як атрибут періодичного видання, що має бути чітким і привабливим, дозволяти швидше збагнути зміст матеріалу, зробити його доступнішим до сприймання.

Для аналізу назви як важливого компонентаї публіцистичного твору виявляється доречною класифікація за кількома принципами. Виокремлення кількох базових основ поділу дозволяє побудувати дещо складнішу класифікацію, яка більш повно розкриває специфіку назв і виявляється зручнішою для простеження еволюції цієї категорії тексту, а також дозволяє дослідити кореляцію між заголовком і жанром публіцистичного твору. Матеріалом для ілюстрування нами обрано заголовки з інтернет-видання «Українська правда» за вересень 2014 р. Слід зауважити, що у жанровому відношенні інтернет-видання (і «Українська правда» не є винятком») достатньо обмежені: основними жанрами є новини, стаття і авторська колонка.

За **способом зв'язку з твором** виділяються **прямі й асоціативні назви**. Прямий зв'язок назви і твору виникає у тому випадку, коли у заголовку виносяться слова з прямим (первинним) значенням. Це може бути ім'я персонажа, його соціальна належність чи характеристика, назви предметів, явищ, процесів, подій. Приклади прямих назв: «Гібридна воєнна економіка», «Війна як плата за свободу», «Повстання. Революція. Контрреволюція», «Нові обличчя. 5 історій кандидатів у депутати», «Пробна приватизація», «Південний фронт. Патріотичний Херсон», «Саботаж за спиною армії». Традиція прямого називання досить давня, вона характерна ще для усної народної творчості («Котигорошко», «Козак Голота» тощо). І. Тюпа використовує для позначення таких назв термін «референтні заголовки» і зазначає, що у XIX ст. вони репрезентували надіндивідуальний мовний досвід автора, демонстрували його прагнення включити естетичний об'єкт у певний процес соціальної комунікації [13, с. 11]. Стосовно кореляції між назвою тексту і його жанром варто зазначити, що прямі заголовки домінують в новинних матеріалах і досить часто використовуються у статтях.

Асоціативні назви передбачають ускладнений зв'язок заголовка з текстом на основі метафори або метонімії. Заголовок при асоціативному називанні отримує додаткове естетичне навантаження. У титульному комплексі відбувається процес нарощування значень. Приклади асоціативних назв: «"Торт Наполеон" виборів», «Британський "Крим": порівняння та відмінності», «Побиття по-страсбурзьки. "Антифашистська поразка" Росії», «Адвокат спартанців». Асоціативні назви виникають у літературі лише у другій половині ХІХ ст. і набувають особливої популярності у добу модернізму та постмодернізму. У сучасній літературі важко знайти назви з прямим зв'язком. До цього вже звикли читачі. Доречно навести приклад з життя, коли дівчинка звертається до матері з проханням поради, яку книжку з домашньої бібліотеки їй почитати. Мати радить «Собаку Баскервілей» А. Конан-Дойля, а дівчинка запитує: «А там насправді йдеться про собаку?». Приклад свідчить про те, що читачі зараз чітко розуміють, що назва твору не є референтною до його змісту, тобто оповідання з назвою «Вище крокви, теслярі» розповідає зовсім не про життя працівників цього фаху, а твір «Пролітаючи над зозулиним гніздом» не присвячений дослідженню птахів.

У сприйнятті прямих та асоціативних назв існують значні відмінності, суть яких полягає у тому, що естетичне враження від символічної назви опосередковане індивідуальним переживанням і рефлексією, тоді як пряма назва подає вже сформоване естетичне переживання.

Якщо говорити про публіцистичні твори, то у жанровому відношенні асоціативні заголовки здебільшого притаманні авторській колонці.

Другою ознакою, що може бути покладена у класифікацію титульних конструкцій, є їхня **граматична будова**. За структурним принципом назви поділяються на **субстантивні, предикативні та адвербіальні**. Так званий ефект частини мови у назві має величезне значення: найбільшу виражальну та асоціативну силу мають іменники та дієслова. Меншу – прикметники та інші частини мови.

Субстантивні заголовки є назвами предметів у широкому розумінні цього слова, їх ознак і властивостей. Це можуть бути

іменникові («Адвокат спартанців») або іменнико-прикметникові конструкції («Гібридна воєнна економіка»). Цей тип заголовків найчастіше використовується у статтях і авторських колонках.

Предикативні конструкції вказують на дію або стан, тобто характеризуються процесуальністю. Предикативна побудова, особливо дієслівна форма, робить заголовок більш активним, додає йому динамізму. Приклади предикативних назв: «Лідер Гонконгу відмовився йти з посади і погодився на перемовини», «Умови Савченко погіршилися: навіть щоденник не дозволяють вести», «Телеканал "Рада" погрожує страйком через низькі зарплати». Предикативні заголовки є домінуючим типом., характерним для усіх жанрів. Варто зауважити, що саме такі заголовки має переважна більшість новин і заміток.

Адвербіальні назви передають обставини та ознаки дії або стану: «Зі свічкою біля пічки», «На шляху до реформ». Адвербіальні заголовки трапляються доволі рідко і притаманні здебільшого авторській колонці.

За **кількістю лексичних одиниць** заголовки можуть бути **однокомпонентними та багатоконпонентними**. Кількість слів, що складають заголовок, певним чином впливає на розуміння реципієнтом, про що йдеться у творі. А. Євграфова зауважує, що заголовок, представлений одним словом, через можливу багатозначність лексичної одиниці значно ускладнює очікування змісту, бо не дає вичерпної уяви про реальний смисл [4]. В. Кухаренко теж зазначає, що заголовок-слово та заголовок-словосполучення через можливу багатозначність не створюють певного уявлення про зміст тексту. Якщо ж у заголовок буде винесене речення, то воно формуватиме стійкішу перспекцію на розгортання сюжету [8, с. 94]. Погоджуючись певною мірою з цією думкою, зауважимо, що зв'язок між кількістю лексичних одиниць у заголовку і уявленням читача про потенційний зміст твору є дещо складнішим. Іноді однокомпонентна назва надає повну інформацію про зміст твору (наприклад, «Люстрація»), і, навпаки, не завжди за назвою твору, яка складається з кількох слів, можна зрозуміти зміст («Приказано лгати»). Отже, збіг очікування за заголовком та змісту залежить передусім не від кількості компонентів назви, а від типу зв'язку між заголовком і змістом твору. У жанровому відношенні однокомпонентні назви зустрічаються лише у

авторських колонках. Новини завжди мають багатокомпонентні заголовки.

За синтаксичною ознакою та метою повідомлення назви (як і прості речення) поділяються на **розповідні, питальні й спонукальні**. Розповідні назви є найбільш традиційними. Питальні й спонукальні назви характеризуються збільшенням експресивності. Аналіз свідчить про те, що розповідні заголовки характерні для новинних матеріалів: «Закон про люстрацію все ж пішов у "Венеціанку". Разом з ним – два інших», «Закордонні інвестори дали Порошенку і Яценюку прочухана», «Новий генсек НАТО вже хоче покращити відносини з Росією». Питальні заголовки домінують у статтях і авторських колонках: «Порошенко задумав взяти владу?», «Про світ реальний і невизначений, або Коли буде Україна?», «Журналісти, комбати, активісти в парламенті – добре чи погано?», «Вибори війни?», «Карти, гроші, два стволи. Чому це досі працює на виборах до парламенту?», «Медведчук повертається?». Спонукальні заголовки є достатньо спорадичними, що свідчить про їх непопулярність у сучасній українській публіцистиці.

Пропонована класифікація надає можливості багатоаспектного аналізу заголовкового комплексу публіцистичного твору, виявлення певних закономірностей його розвитку, тенденцій називання у творах різних жанрів, дослідження індивідуального авторського стилю в аспекті називання творів. Ця типологія дозволяє виділити найбільш характерні типи заголовків для певних жанрів. Так, новини, як правило, мають прямий, предикативний, багатокомпонентний, розповідний заголовок, а статті та авторські колонки тяжіють до асоціативного, субстантивного/предикативного, багатокомпонентного, розповідного/питального називання.

Перспективним вважаємо дослідження заголовків інших жанрів, а також компаративні дослідження тенденцій називання у різних типах видань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – Москва : Наука, 1981. – 138 с.

2. Грицюк Л. Ф. До питання про лінгвістичний статус заголовка / Л. Ф. Грицюк // Мовознавство. – 1989. – № 5. – С. 55–58.

3. Грицюк Л. Ф. Образно-семантичний підхід до класифікації заголовків / Л. Ф. Грицюк // Мовознавство. – 1992. – № 2. – С. 51–56

4. Євграфова А. Заголовок як актуалізатор текстової інформації / А. Євграфова. – Режим доступу : www.viu-online.ru/science/publ/

5. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості / В. Й. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.

6. Иванов В.Ф. Техніка оформлення газети : курс лекцій / В.Ф. Иванов. – К. : Знання, КОО, 2000. – 222 с.

7. Карпенко В. Вдалиий заголовок – половина успіху / Віталій Карпенко // Редактор і видавець : наук.-практ. зб. / Гол. ред. М. С. Тимошик. – К. : Інститут журналістики, 2007. – Число 1. – С. 63–76.

8. Кухаренко В. А. Интерпретация текста / В. А. Кухаренко. – Москва : Просвещение, 1988. – 188 с.

9. Ламзина А. В. Заглавие / А. В. Ламзина // Введение в литературоведение. Литературное произведение. Основные понятия и термины. – Москва : Просвещение, 2000. – С. 94–107.

10. Лексикон загального та порівняльного літературознавства / [за ред. А. Волкова]. – Чернівці : Золоті литаври, 2001. – 637 с.

11. Николина Н. Филологический анализ текста : учеб. пособие / Н. Николина. – 2-е изд., испр. – Москва : Академия, 2007. – 272 с.

12. Різун В. В. Літературне редагування : Підручник / В. В. Різун. – К. : Либідь, 1996. – 240 с.

13. Тюпа В. И. Произведение и его имя / В. И. Тюпа // Литературный текст : Проблемы и методы исследования : аспекты теоретической поэтики : сб. науч. трудов. – Москва; Тверь, 2002. – Вып. 6. – С. 10–21.

К. СИЗОВА

**ТИТУЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС В ПУБЛИЦИСТИКЕ:
ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

В статье рассматривается титульный комплекс в публицистическом произведении в типологическом аспекте. Проанализированы основные классификации заголовков в филологии и журналистике. Предложена комплексная классификация заголовков, учитывающая семантические, морфологические и синтаксические особенности. Прослежена зависимость между типом названия и жанром публицистического произведения.

Ключевые слова: заголовок, публицистическое произведение, классификация.

K. SIZOVA

THE TITLE COMPLEX IN JOURNALISM: TYPOLOGICAL ASPECT

The article deals with the title complex in journalistic work in a typological perspective. The main classifications of headings in philology and media-science are analyzed. A complex classification of titles taking into account the semantic, morphological and syntactic features is proposed. The dependence between the type name and the journalistic genre is observed.

Key words: heading, title complex, classification.

УДК 821.111 (73)

Ганна ЧЕПУРДА

СТВОРЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЙ ТА ВИКОРИСТАННЯ ДІЛОВОЇ ГРИ НА ЗАНЯТТЯХ З ДІЛОВОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У статті проаналізовані підходи до застосування інтерактивних методів навчання, зокрема використання рольових та ділових ігор на заняттях з ділової іноземної мови для студентів напрямів підготовки «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа».

Ключові слова: ділова гра, інноваційний підхід, інтеграція, викладання іноземної мови, міжпредметні зв'язки.

Активне навчання засноване на тому, що студенти все частіше стикаються в реальному житті з необхідністю вирішення проблемних ситуацій. Цей метод направлений на самоорганізацію і