

Keywords: nuclear constituents, structural function, the internal syntax inseparability, categorical values, nuclear and semi-nuclear zone.

УДК 811.161.2'367.322

Ю. В. Мала

ГАЗЕТНИЙ ЗАГОЛОВОК ЯК ЗАСІБ ЕКСПРЕСИВІЗАЦІЇ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

***Реферат.** Проаналізовано особливості функціонування висловлень у функції газетного заголовка, визначено їхні структурні різновиди, прокоментовано синтаксичні засоби експресії на рівні заголовка та комунікативні особливості висловлень-заголовків. З'ясовано різновиди і розкрито причини використання регулярно повторюваних висловлень у заголовках, описано специфіку мовних актів, утворених зазначеними висловленнями. Прокоментовано характер авторських інтенцій.*

***Ключові слова:** синтаксис, експресивність, експресивні синтаксичні конструкції, ЗМІ.*

Аналізу тексту присвячені роботи багатьох учених, зокрема А. О. Акішиної, Н. Д. Арутюнової, Д. Х. Баранника, Ж. Г. Баранова, Р. Барта, Л. С. Бархударова, Н. С. Валгіної, М. О. Вінтоніва, І. Р. Гальперіна, А. П. Загнітка, Л. І. Пац, Т. В. Радзівської та ін. Дослідженням функцій, структури і семантики заголовків займалися і лінгвісти, і літературознавці, і журналісти. Таке зацікавлення зумовлене постійними метаморфозами, що відбуваються з заголовками, появою все нових і нових їхніх модифікацій. Якщо говорити про дефініцію заголовків, то їх теж дуже багато. Серед них є метафоричні визначення, наприклад: «Один-другий десяток букв, що ведуть за собою тисячі знаків тексту, прийнято називати заголовком» [8, с. 3]; наукові, наприклад: Заголовок – компонент тексту, назва якого (або його частини) пишеться на титульній сторінці рукопису, машинопису, видання або над текстом. Заголовок вербальний – заголовок, що складається зі слова чи словосполучення, яке прямо чи опосередковано називає денотат і виражає зміст тексту. Заголовок графічний – набірний знак, прикраса, мальоване орнаментальне або інше зображення здебільшого для відокремлення одного тексту (розділу або підрозділу) від іншого. Заголовок німий – заголовок, що виражений лише графічно-інтервальним рядком і покликаний відокремити один текст (розділ або підрозділ) від іншого. Заголовок цифровий – заголовок, виражений числами [5, с. 290]. Відзначаючи важливість і необхідність заголовка як елемента тексту, що несе особливе функціональне навантаження, Г. Я. Солганик називає його згорнутою, гранично стислою своєрідно ущільненою аббревіатурою тексту [14, с. 75]. Багато дослідників справедливо вважають заголовок особливим типом висловлення, що володіє певною автономністю і внутрішньою структурою, характер і форма якої залежать від стилістичних і жанрових характеристик [15, с. 97]. Заголовок – компонент тексту, назва якого (або його частини) пишеться на титульній сторінці рукопису, машинопису, видання або над текстом.

Об'єктом дослідження обрано заголовки сучасних публіцистичних текстів.

Предмет дослідження становлять структура і семантика висловлень у функції заголовка в сучасній публіцистиці.

Матеріалом слугують висловлення, відібрані методом суцільної вибірки з текстів сучасних українськомовних ЗМІ.

Мета – проаналізувати функції газетного заголовка в сучасному політичному дискурсі. Для досягнення поставленої мети ставимо перед собою такі завдання: дослідити структурні різновиди заголовка; визначити синтаксичні засоби експресії на рівні заголовка; описати механізми функціонування прийомів експресивного синтаксису в українськомовних ЗМІ.

Заголовок і текст, безперечно, структурно співвідносяться один з одним. Склалися два крайні погляди на характер цього співвідношення. З одного боку, заголовок – це самостійний текст, з іншого, – він є його елементом. Самостійність заголовка підкреслена його графічним виділенням. Проте видається, що ця самостійність має лиш зовнішній характер. Насправді і заголовок, і текст, іменовані ним, можна вважати елементами однієї структури, що має

загальний контекст, який і визначає їхню семантику. Особливо це стосується заголовків у формі питальних висловлень. Створюється своєрідна єдність із питання-відповіді з тією лиш різницею, що сам автор, називаючи текст, ставить запитання і сам на нього відповідає наступним текстом або просто розмірковує на тему, позначену заголовком-запитанням. Народжується свого роду синтаксична єдність, в яку входять і заголовок, і названий ним текст. Крім того, заголовок має двояку спрямованість. З одного боку, він обов'язково повинен бути пов'язаний із текстом, з іншого, – зі світом, що лежить за межами тексту, де може і не бути відповіді на поставлене в заголовку запитання. Спрямованість заголовка на адресата-читача виявляється в тому, що він (заголовок) відіграє роль показника. Читач, не звертаючись до самого тексту, а тільки ознайомлюючись із його заголовком, може вибрати потрібну йому інформацію, задану заголовком. Якщо читача не цікавить тема або відповідь на поставлене в заголовку запитання, йому достатньо буде знайомства тільки з одним заголовком.

Заголовок повинен прогнозувати і пов'язувати весь текст. Він формує передтекстові настанови на ознайомлення з подальшим текстом. Прочитавши текст, можна кількома реченнями резюмувати весь зміст, тобто виділити його тематичні складники, які й будуть утворювати макротему тексту. Під макротемою тексту маємо на увазі цілісну організацію найглобальніших тем. Велику роль у цьому плані відіграє заголовок (інколи й підзаголовок) тексту, який привертає увагу реципієнта й створює певне тло, на якому вибудовується тематичний поступ, саме тому заголовок імпліцитно чи експліцитно має вмщувати в собі головну ідею твору. Він виступає своєрідною тезою самого тексту, відображаючи у своїй структурі те, що визнається автором тексту як найважливіше, напр.: *Львів став містом літератури ЮНЕСКО* (Високий замок. – 15.12.2015).

У цьому прикладі тема експлікована, заголовок тут є ключем до того, що відображено в самому тексті: *Учора стали відомі офіційні результати відбору до програми «Місто літератури ЮНЕСКО». Цей почесний статус отримає Львів.*

Статус Міста літератури для Львова означатиме інтеграцію у світовий книжковий контекст, розвиток літературного туризму, популяризацію українських культурних набутків у світі, повідомляє ZAXID.NET.

Львів здобув цей статус лише з другої спроби. Перша заявка, яку подали у 2013 році, була відхилена. Тоді основним зауваженням було те, що у Львові бракує літературних заходів (Високий замок. – 15.12.2015).

Саме через заголовок читач намагається виявити можливий тематичний розвиток всього тексту. У цьому йому може допомагати підзаголовок, який містить короткий тематичний план, напр.:

Коли вперше прочитала сценарій, була шокована...

Унікальна вистава про феноменальних жінок зібрала у Львові аншлаг

Документальну п'єсу під назвою «Сім» (Seven) днями презентували у Львові. Єдиний показ у місті спричинив чималий ажіотаж. Безкоштовні квитки розійшлися за лічені години. Багатьом охочим потрапити у зал Львівської філармонії так і не вдалося...

«Сім» – це унікальна документальна п'єса, в основу якої покладено реальні життєві історії сімох жінок з різних країн – від Афганістану до Камбоджі. Кожна з них пережила своє горе, кожна була за крок до смерті. Однак усі вистояли і почали відчайдушну боротьбу з дискримінацією жінок у своїх країнах, не побоялись сказати своє слово там, де інші воліли мовчати. В історії кожної героїні є багато болю – домашнє насильство, сексуальна наруга, війна, вигнання, осуд... (15.12.2015. – Високий замок).

Безперечно, не завжди заголовок відбиває тему повідомлення, особливо якщо він містить інформацію в метафоричній формі. Напр.: *Вогонь задушив її у своїх обіймах* (Експрес. – 02.08.1997); *Зайві руки* (Тиждень. – 24.11.2011); *Інформаційний піст Януковича* (Zaxid.net. – 13.04.2012).

Іноді весь заголовок містить оцінну інформацію, тема тоді розкривається в підзаголовку, напр.:

Податкова реформа шукає жертву.

Під ніж підуть соціальні програми або освіта

Процес підготовки податкової реформи звернув у новому напрямку. Мінфін прив'язав її проведення до скорочення видаткової частини бюджету. «Україні вкрай потрібна податкова реформа, – заявила в п'ятницю міністр фінансів Наталя Яресько. – Але при цьому податкова

реформа не повинна призвести до збільшення дефіциту бюджету. А він в 2016 році складе 3,7%». Згідно з оновленими оцінками модель податкової реформи міністерства вимагає зменшення державних доходів приблизно на 60 млрд грн. На думку Ярецько, нелогічно пропонувати скорочення доходів без скорочення видатків. Якщо зменшувати доходи на 60 млрд. грн., то на аналогічну суму потрібно зменшувати і витрати (Економічна правда. – 19.10.2015).

Уведення в лінгвістику поняття „активізації” створило передумови для дослідження макротемати та макроремати як категорій тексту, однією з функцій яких є організація змісту тексту.

Заголовок має своїм завданням привернути увагу потенційного читача, встановити з ним контакт і виправдати його очікування щодо змісту тексту. Важливо, що для виконання прогностичної функції заголовок обов’язково має спиратися на спільні фонові пресупозиційні знання реципієнтів. Заголовок зумовлює сприйняття тексту, встановлюючи певний зв’язок: читач – заголовок – текст. Уявімо собі механізм цього зв’язку в нашому випадку, тобто при сприйнятті публіцистичного тексту. Розкриваючи газету, читач оглядає насамперед графічно виділені заголовки і вибирає ті з них, які найбільшою мірою, по-перше, відповідають його інтересам, по-друге, бажанням знайти конкретну відповідь на поставлене в заголовку запитання або в особі журналіста знайти гідного співрозмовника і пороздумувати разом із ним на задану заголовком тему: *Мінфін зіграє в казино* (Економічна правда. – 09.12.2015); *Місцеві вибори у Франції мало не побили антирекорд* (Високий замок. – 13.12.2015); *«Галичанки» билися, наче за життя* (Високий замок. – 23.11.2015). Більшість читачів приділяє увагу тільки заголовкам. Це зайвий раз доводить, що висловлення в позиції газетного заголовка здатне нести змістовну і логічно завершену інформацію, зрозумілу і без звернення до тексту під ним, причому воно реалізує мовний акт, що виражає певні авторські настанови. У тексті, що йде після заголовка, читач знаходить детальнішу інформацію, якщо його цікавить те, про що заявлено у висловленні заголовка. Саме передрозуміння формується в результаті наявних у читача особистих уподобань, спрямованих на пошук відповідей на ті чи ті запитання. Якщо читачеві нецікаво знати, чому, наприклад, *Чому Усик переміг Родрігеса* (Високий замок. – 13.12.2015), то він не стане читати текст під ним. Якщо ж читача мучать певні запитання і він сам часто ставить їх собі, то, побачивши таке питання в заголовку, він обов’язково прочитає текст, що йде за ним, бажаючи отримати відповідь (якої, до речі, може і не бути в ньому). Передрозуміння тексту, створюване заголовком, провокує його прочитання. Передрозуміння ще не прочитаного тексту може підтверджуватися або не підтверджуватися. В останньому випадку спрацьовує ефект обманутого очікування в результаті журналістської провокації.

Сьогодні вже ні в кого не викликає сумніву той факт, що заголовок є невід’ємною частиною тексту. Він має подвійну природу. З одного боку, це мовна структура, яка випереджає текст, тому він сприймається як речовий елемент, що знаходиться ніби поза текстом і має певну самостійність як комунікативна одиниця, що містить цілісну викінчену думку. З іншого боку, заголовок – повноправний компонент тексту, що входить до нього і пов’язаний із ним. Щодо зв’язку зі змістом, у тексті виділяють односпрямовані заголовки, співвідносні з одним елементом семантичної структури тексту, і різноспрямовані, що компактно відображають його семантичну структуру загалом. Перші – це так звані «тематичні» заголовки. Другі – комплексні заголовки, що передають ускладнену інформацію, актуалізують одночасно тему і аналітичну оцінку ситуації.

Уведення в лінгвістику поняття „активізації” створило передумови для дослідження макротемати та макроремати як категорій тексту, однією з функцій яких є організація змісту тексту. Необхідність реалізації механізму тема-рематичної структури в побудові тексту відображає фундаментальне протиріччя між цілісним характером репрезентації предмета комунікації мовцем і неминуче лінійним, послідовним розгортанням цього подання в тексті, де введення кожної нової реми одночасно робить попередню рему частиною теми в черговому інформаційному блоці. Тому з розгортанням тексту обсяг виділених компонентів теми постійно зростає. Проте обмеженість обсягу оперативної пам’яті спонукає мовця до економії засобів комунікації, до уникання зайвої деталізації в репрезентації теми. Для збереження цілісності тексту достатньо простого переліку рем: *Пожертвувавши кандидатами у двох регіонах, Оланд ствердив свою позицію як ворога «Національного фронту», якої він буде дотримуватися до президентських виборів, щоб спробувати зробити це своєю перевагою і здобути другий термін*

(Дзеркало тижня. – 14.12.2015); *Тому не пишіть дисертацій довго, це просто такий етап, який треба пройти* (Zaxid.net. – 14.12.2015).

Що більше підготовлений, відшліфований текст, то більше він насичений напівпредикативними структурами: *Приймаючи вітання, я глянула у комп'ютер: у виграшній позиції, за крок від успіху, на шахівниці починають відбуватися дива. Марічка робить один хід, розраховуючи утримати перевагу, потім другий* (Високий замок. – 20.11.2015).

Поширеним засобом зв'язку речень у тексті є використання інверсійних структур. Інверсія – зміна звичайного прямого чи зворотного порядку слів у реченні на стилістично маркований. Метою інверсії є логічне чи експресивне виділення певного слова або групи слів. Речення з інверсією набуває емпатичного характеру, посилюється його експресивність, інтонаційна виразність [1, с.205]. У тексті інверсія переважно має комунікативну мету – привернути увагу співрозмовника до певного складника висловлення, який є найважливішим для мовця. Проте може бути й засобом корелятивного тематичного зв'язку контактних розташованих речень в абзаці, напр.: *В австралійському Сідней народилася рідкісна помаранчева мавпа* (Високий замок. – 01.12.2015); *Десятки жертв у Аргентині: з мосту зірвався автобус із поліцейськими* (Високий замок. – 14.12.2015).

За рівнем повноти переданої інформації в тексті заголовки поділяють на повноінформаційні (повністю актуалізують семантичний компонент тексту), і неповноінформаційні, «пунктирні» (не повністю актуалізують семантичний компонент тексту). Перші відображають або тему всього тексту, або основну його думку. Серед повноінформаційних О. О. Лазарева виділяє номінативні і предикативні заголовки [11, с. 15]. Якщо номінативні заголовки називають тему всього тексту без її предиката (реми), наприклад: *Мессі, Неймар чи Роналду?* (Високий замок. – 02.12.2015), то предикативні заголовки являють собою розгорнуту тезу, що містить предмет мовлення (тему) і його предикат (рему). Вважаємо, що вони найбільш інформативні, тому що дають повніше уявлення про текст, прогноз його змісту: *Дама з браслетом* (Високий замок. – 19.11.2015).

Вибір тих чи тих різновидів заголовків визначається зазвичай стилістикою газетного жанру, риторичним призначенням газетного матеріалу, інтенцією автора тощо.

У заголовків теж є своя прагматична спрямованість, за якою їх можна поділити на два типи. Один із них дає конкретні вказівки на певну, найчастіше відому, особу, про яку йде мова в наступному тексті. Такі заголовки зазвичай вказують на головного героя всього тексту, задаючи тематичну інформацію: *Прасюк «Всемогутній»* (Високий замок. – 18.11.2015).

Інші експлікують яку-небудь пропозицію, не вказуючи на героя публікації в наступному тексті. У них провідний тематичний складник, оскільки читачеві невідомо, про кого і про що йде мова в наступному тексті, це тільки головна думка, основний зміст, закладений у ньому. *Імідж – ніщо, кум – все* (Останній Bastion. – 02.11.2015).

Отже, заголовок є мінімальною одиницею цілеспрямованої мовленнєвої діяльності – мовленнєвої дії журналіста, що дає підстави для інтерпретації його як мовного акту. Перспективу подальшого дослідження вбачаємо в аналізі засобів експресивного синтаксису на рівні політичного дискурсу.

Список використаної літератури

1. Багмут А. Й. Інверсія [Текст] / А. Й. Багмут // Енциклопедія. Українська мова. – К. : „Українська енциклопедія” ім. М. П. Бажана, 2000. – С. 205.
2. Бахарев Н. Е. Заголовку – однозначность / Н. Е. Бахарев // Русская речь. – 1970. – № 6. – С. 60-63.
3. Болдырев Е. Ф. Языковая игра в заголовках публицистических текстов / Е. Ф. Болдырев // Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. – Волгоград : Перемена, 1999. – С. 45-51.
4. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М., 1981. – 139 с.
5. Загнітко А. П. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни у чотирьох томах. Т 1. / А. П. Загнітко. – Донецьк : ДонНУ, 2012. – 401 с.
6. Зильберт Б. А. Газетный заголовок – индикатор новаций в языке газеты / Б. А. Зильберт // Функционирование языковых единиц в разных речевых сферах: факторы, тенденции, модели: тез. докл. междунар. конф. – Волгоград : ВГПИ, 1995. – С. 71-72.

7. Каримова Т. Ф. К вопросу о синтаксическом статусе заголовка / Т. Ф. Каримова // Проблемы сверхфразовых единств. Семантико-синтаксическая структура. – Уфа : БГУ, 1985. – С. 46-49.
8. Кржижановский С. Ноэтика заглавий / С. Кржижановский. – М. : Политиздат, 1931. – 35 с.
9. Куликов А. М. Заголовок и его оформление в газете / А. М. Куликов. – М, 1989. – 112 с.
10. Лазарева Э. Л. Соотношение газетного заголовка с элементами текста: типология заглавий / Э. Л. Лазарева. – Свердловск : Изд-во Урал.ГУ, 1985. – 125 с.
11. Лазарева Э. Л. Заголовок в газете / Э. Л. Лазарева. – Свердловск : Изд-во УралГУ, 1989. – 96 с.
12. Музыкант В. Л. Газетный заголовок и его особенности / В. Л. Музыкант // Актуальные проблемы лингвистики и журналистики. – М. : Изд-во УДН, 1997. – С.208-214.
13. Попов А. С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и её развитие / А. С. Попов // Развитие синтаксиса современного русского языка. – М. : Наука, 1966. – С. 94-126.
14. Солганик Г. Я. Общие особенности языка газеты / Г. Я. Солганик // Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды. – М. : Изд-во МГУ, 1988. – С. 5-22.
15. Турчинская Э. И. Заголовок как особый вид высказывания / Э. И. Турчинская // Структурно-семантические единицы текста (на сопоставительной основе французского и русского языков): сб. науч. тр. МГПИИЯ. – М. : Изд-во МГПИИЯ, 1987. – Вып. 267. – С. 97-116.
16. Швец А. В. Публицистический стиль современного русского языка / А. В. Швец. – Киев : Вищ. школа, 1979. – 127 с.
17. Юганов В. И. Прагматические особенности заголовка как микротекста / В. И. Юганов // Текст: структура и анализ. – М. : АН СССР, 1989. – С.187-190.

Аннотация

Малая Ю. В. Газетный заголовок как средство экспрессивизации в политическом дискурсе.

Проанализировано специфику функционирования высказываний в позиции газетного заголовка, определены структурные типы высказываний в функции газетных заголовков в современной публицистике. Выявлены разновидности и раскрыты причины использования регулярно повторяющихся высказываний в заголовках, описана специфика речевых актов, образованных указанными высказываниями. Прокомментирован характер авторских интенций.

Ключевые слова: синтаксис, экспрессивность, экспрессивные синтаксические конструкции, СМИ.

Summary

Mala Y. V. Headline as a means ekspresyvizatsion in political discourse.

Specificity functioning statements in the position of the headlines, defined structural types of statements in newspaper headlines feature in modern journalism. It is found variety and disclosed the reasons to use regularly repeated statements in the headlines described the specific speech acts created these expressions. Commented the nature of copyright intentions.

Keywords: syntax, expressiveness, expressive syntactic constructions, the media.

УДК 811.161.2.81'373.7

Г. І. Мартинова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ЕТНОФРАЗЕМ В ДІАЛЕКТНОМУ ТЕКСТІ

Реферат. Статтю присвячено репрезентації обрядових фразеологізмів як невід'ємних складників вербального коду весілля в діалектних текстах, записаних від носіїв