

*Ануфрієва Н. Д.,  
старший викладач кафедри прикладної лінгвістики  
Національного університету «Одеська юридична академія»*

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНА СПЕЦИФІКА ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ

**Анотація.** Статтю присвячено дослідженню специфіки газетних заголовків, аналізу прийомів і засобів їх ефективізації. У статті з'ясовано, які функції виконує газетний заголовок, визначені засоби актуалізації газетних назв.

**Ключові слова:** газетний заголовок, субстантивна модель заголовка, синтаксичні конструкції, емоційні й оцінні лексеми.

**Постановка проблеми.** На даному етапі розвитку українського суспільства значно зросла впливова сила засобів масової інформації (далі – ЗМІ), і в цих умовах важливо прослідкувати фактори, що дозволяють ЗМІ ефективно функціонувати в сучасній соціокультурній ситуації, в новому українському медіапросторі. Одним з таких чинників можна вважати вдалий заголовок, що є не просто назвою твору чи його частини, яка надрукована над текстом, а являє собою перше слово, з яким автор газетної статті звертається до читачів. Це постійний, незмінний елемент газети, кодифікатор змісту статті, який репрезентує головну думку автора й тему матеріалу. Він передає зміст тексту в спресованій, згорнутій формі та дає змогу читачеві зробити прогноз щодо змісту публікації [1, с. 239].

Написання точного й змістовного заголовка вимагає від журналіста глибоких професійних знань, творчого підходу до тексту, майстерності. Необхідність вивчення газетних заголовків зумовлюється тим, що в них використовується не випадковий набір експресивних та граматичних засобів, а система, в якій усі елементи пов'язані та взаємозумовлені [2, с. 206]. Заголовок, як відомо, є одним з основних, постійних елементів архітекtonіки будь-якого друкованого періодичного ЗМІ. Важлива особливість його полягає в тому, що він є скомпресованим варіантом інформації, «здає тон усьому тексту, й останній будеться як розгортання заголовка, котрий моделює вмонтовану в нього семіотичну макроструктуру» [3, с. 41].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання, які пов'язані з вивченням специфіки газетного заголовка, неодноразово перебували в центрі уваги лінгвістів. Газетний заголовок, його мовні особливості досліджували такі вчені, як В. Абашина, В. Безруков, В. Тарасюк, Г. Шипуліна; лексичні особливості заголовків вивчали Н. Касьяненко, А. Коваленко, Л. Майборода, І. Медвідь, Г. Солганик. Функції газетного заголовка розглядалися у роботах О. Калякіної, С. Гуревича, І. Михайліна, В. Різуна, О. Тертичного, М. Тимошика, Л. Шевченко та інших. Проте проблема газетних назв донині залишається мало дослідженою. Тому на сьогодні досить актуальним є вивчення прийомів і засобів ефективізації газетних заголовків, що може сприяти більш активному впливу на читачку аудиторію.

**Метою** наукової статті є дослідження структурно-семантичної специфіки газетних заголовків. Для досягнення мети передбачено з'ясування сутності поняття «заголовок», окрес-

лення функцій, які виконують газетні заголовки, аналіз типів заголовків журналістських матеріалів.

Об'єктом дослідження є матеріали україномовних газетних видань.

Матеріал дослідження – заголовки статей україномовних газетних видань «Дзеркало тижня», «День», «Україна молода».

**Виклад основного матеріалу.** Заголовок, як відомо, є одним з основних, постійних елементів архітекtonіки будь-якого друкованого періодичного ЗМІ. Сучасний дослідник О.О. Тертичний наголошує, що заголовок – слово головне. І саме тому це слово повинне бути сказане усвідомлено, чітко та яскраво, так, щоб читачу не важко було зрозуміти, що перед ним саме той текст, який потрібно прочитати. Текст, який не увінчаний вдалим підібраним заголовком, не можна вважати закінченим твором [4, с. 82].

В. Іванов так визначає поняття гарного заголовка: «гарний заголовок у газеті – це концентроване зображення головної ідеї твору, головної думки автора, але зображення максимально стисле, лаконічне, чітке, конкретне» [5, с. 110]. Заголовок виконує три важливих функцій: допомагає швидко знайти потрібний матеріал у друкованому виданні; з нього читач дізнається, про що йдеться й чи буде цікава для нього ця тема; він притягує увагу: мета заголовка – примусити прочитати перше речення, весь текст.

А значить, ідеальний заголовок повинен мати такі характеристики: простота; однозначність, максимальна інформативність, лаконічність, об'єктивне відображення тематичного змісту тексту, самобутність і оригінальність, публіцистична гострота й експресивність, виразність почуттів, думок, структурна завершеність та інтонаційна виразність, актуальність і конкретність, відповідність змісту матеріалу, точність термінів. Адже, важливою особливістю заголовку газетної статті є те, що він «здає тон усьому тексту, й останній будеться як розгортання заголовка, котрий моделює вмонтовану в нього семіотичну макроструктуру» [1, с. 210]. Засобів актуалізації газетних назв дуже багато. Журналіст може використовувати для створення виразного заголовка практично будь-який мовний засіб за умови, що заголовок має бути доцільним і експресивним, оскільки основна мета заголовка – не просто передати зміст статті або повідомлення, забезпечити компресію інформації, а й заінтригувати, здивувати читача, примусити його прочитати статтю [6, с. 98].

Особливості заголовків сучасної преси визначаються такими факторами, як тенденція мови до економічності виразу, експресії, що об'єднує економію та експресію ідіоматичності виразу змісту, мовленнєвої творчості (креативу) та, відповідно, до авторського індивідуального в мовному оформленні тексту. Вербальними формами вираження тенденції до економії в заголовку є субстантивна модель заголовку, що пов'язано з мож-

лівістю передачі максимального обсягу інформації з мінімальним використанням лексико-граматичних мовних засобів. Таким чином усувається інформаційна надлишковість. Часто такі заголовки можуть супроводжуватися підзаголовками, що пояснюють, уточнюють, іноді розвивають заголовок і допомагають читачеві краще орієнтуватися в матеріалі, наприклад:

«**Скраплені перспективи** У найближчі роки на європейський ринок газу чекає неабияка перетряска» [ДТ. 15.09. 2018];

«**Вашингтон – Анкара: літургія за стратегічним розлученням?** Відносини між Вашингтоном і Анкарою зазнали серйозного погіршення, аналог якому важко відшукати в новітній історії» [ДТ. 23.08. 2018];

«**Холодний душ для «Північного потоку-2»** Економіко-правові ризики та можливості збереження українського транзиту природного газу» [ДТ. 21.07. 2018];

«**Капітани-співзасновники В Одеському порту придумали нову схему махінацій з буксирами**» [ДТ. 16.06. 2018];

«**Іранський день бабака** Тегеран знову прагне ядерності» [ДТ. 21.07. 2018];

«**Єдина серед багатьох**» [Д. 12.03. 2019].

Мовними формами вираження тенденції до експресивності в заголовку є емоційні та оцінні лексеми, тропи та фігури як лексичні та синтаксичні засоби мовної виразності, що використовуються як заголовки прецедентного тексту, наприклад:

«**Газовидобуток завалить «жедуци»?** Про «слячі» перспективи видобутку вуглеводнів в Україні» [ДТ. 15.09. 2018];

«**Атомна передісто(е)рія** Поки ж анонсований на липень вихід «нових інвесторів» на світло не відбувся. Щось пішло не так» [ДТ. 15.09. 2018];

«**Неналежно уповноважений з прав людини** Що не так з омбудсменом і процедурою його призначення» [ДТ. 02.06. 2018];

«**Елект-Армагеддон. Анонс Чуєте гуркіт? Це б'ють копіями ті, хто до жовтня 2019-го діставатимуть вас усюди**» [ДТ. 23.08. 2018];

«**Неспортивна поведінка на нетовариському суді** Лист Данилюка, адресований посла, присутніх міністрів неприємно вразив» [ДТ. 02.06. 2018].

У газетних назвах може використовуватися як синтаксична компресія, тобто вибір коротшої і простішої синтаксичної конструкції, яка однак має важливе смислове навантаження (у формі фразем, вигуків), так і виразні синтаксичні конструкції, що більш повно розкривають зміст статті. Наприклад:

«**Агов, німецькі «зелені»!**» [Д. 16.04. 2019];

«**Вашингтон – Анкара: літургія за стратегічним розлученням?** Відносини між Вашингтоном і Анкарою зазнали серйозного погіршення, аналог якому важко відшукати в новітній історії» [ДТ. 16.06. 2018];

«**Елект-Армагеддон. Анонс Чуєте гуркіт? Це б'ють копіями ті, хто до жовтня 2019-го діставатимуть вас усюди**» [ДТ. 16.06. 2018];

«**Як у Львові згвалтували науку** У «доктора Пі» з'явилася достойна послідовниця – «доктор Екс (перт)» [ДТ. 16.06. 2018];

«**Реформа держуправління: спринтерський забіг не вдався. Реформу треба було починати з реформи самого Кабміну й виконавчої влади**» [ДТ. 15.09. 2018].

Надати експресивності заголовку, «зацікавити читача, дати матеріалу емоційний заряд можуть використані в заголовку фразеологічні одиниці <...> Вони загострюють увагу читача

на тих чи тих особливостях, виявляють ставлення автора до описуваного, допомагають логізувати думку» [7, с. 56]. Причому використовуватися вони можуть і в зафіксованій у словнику формі, і в переробленому вигляді. А якщо даний заголовок має знак питання, то він є незавершеною думкою автора статті, метою якого було зробити інтригу для читача й «примусити» його ознайомитись з даною статтею. Наприклад:

«**Поганяючи коня, не втратити голови.** Успіх системи освіти тієї чи іншої країни залежить не від обсягу інвестицій, а від того, на що вони витрачаються» [ДТ. 23.08. 2018];

«**Чи доведе «язик» до Брюсселя?** Як оминуть вето Угорщини на проведення комісії Україна – НАТО на вищому рівні?» [ДТ. 21.07. 2018];

«**Друзям усе, ворогам закон.** Як і навіщо НАЗК перевіряє е-декларації?» [ДТ. 02.08. 2018];

«**Буква цифри не Указ.** З'явилася ще одна спроба «зробити щось із цим Інтернетом» [ДТ. 02.08. 2018].

Часто в заголовках зустрічаються взяті в лапки іменники чи інші частини мови, що свідчить про вживання їх у метафоричному значенні з іронічним відтінком:

«**Розбіглися не обідавши: чим закінчилась «чудова» зустріч** Дональда Трампа з «другом» Кім Чен Ином» [УМ. 01.03. 2019];

«**Пролетіли** над Китаєм: українські баскетболісти залишилися за бортом ЧС-2019» [УМ. 01.03. 2019];

«**І знову фальстарт: багатотраждальна «велика» приватизація переноситься на 2019 рік**» [УМ. 10.10. 2018];

«**Дно, або «заживемо потім»!** Прогнози щодо перспектив отримати нову Центральну виборчу комісію «незабаром» за останні чотири роки перетворилися на чорний гумор» [ДТ. 21.07. 2018].

**Висновки.** Отже, заголовку в публіцистиці приділяється певна увага, оскільки є розуміння, що в першу чергу читач проглядає назви статей та починає читати текст тільки тоді, коли його зацікавив заголовок. А привернути увагу читача, затримати її, примусити прочитати весь матеріал автор зможе лише в тому випадку, коли дотримається тенденції до експресивного викладу матеріалу, економічності виразу, до авторського індивідуального в мовному оформленні тексту. А подальші дослідження заголовкового комплексу є актуальними для сучасної журналістикознавчої науки та важливим аспектом підготовки журналістських текстів.

#### Література:

1. Михайленко В.М. Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 50. С. 239–244.
2. Сазонов А. Стилистика газетних заголовків. *Стилистика газетних жанрів*. Москва, 1981. С. 205–228.
3. Потятиник У. Інтертекстуальний характер сучасного медійного дискурсу (на матеріалі заголовків англійських публікацій). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. Вип. 8. Острог, 2007. С. 39–45.
4. Тертычний А. Заголовок – слово главное. *Журналист*. 2004. № 1. С. 80–82.
5. Іванов В.Ф. Техніка оформлення газети. Київ, 2000. 164с.
6. Лісовий І. Заголовок як засіб зацікавлення читача. *Державність, мораль і ЗМІ: Матеріали науково-практичної конференції 7–9 серпня 2000 р.* / упор. В.Т. Денисюк, А.М. Якубюк. Луцьк, 2000. С. 97–100.
7. Григоращ А.М. Трансформація складу фразеологізмів у газетних текстах. Система і структура східнослов'янських мов. Київ, 1997. С. 48–57.

**Ануфриева Н. Д. Структурно-семантическая специфика газетных заголовков**

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию специфики газетных заголовков, анализу приёмов и средств их эффективизации. В статье выяснено, какие функции выполняет газетный заголовок, определены средства актуализации газетных названий.

**Ключевые слова:** газетный заголовок, субстантивная модель заголовка, синтаксические конструкции, эмоциональные и оценочные лексемы.

**Anufrieva N. Structural and semantic specificity of newspaper headlines**

**Summary.** The article is devoted to the study of the specifics of newspaper headlines, analysis of techniques and ways of their efficacy. The functions of newspaper headlines, ways to update them are identified.

**Key words:** newspaper headline, substantive headline model, syntactic constructions, emotional evaluation lexemes.