

Назаренко О. М.,*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри прикладної лінгвістики
Національного університету «Одеська юридична академія»***Лазаренко С. В.,***кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри української філології і методики навчання фахових дисциплін
Південноукраїнського національного університету імені К. Д. Ушинського*

ФОЛЬКЛОРНЕ ПОХОДЖЕННЯ ПРЕЦЕДЕНТНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКОВИХ КОМПЛЕКСІВ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню прецедентних заголовкових комплексів у сучасному українському газетному тексті, які мають фольклорне походження. Описано їх специфіку, роль та функції в публіцистичному дискурсі.

Доведено, що до найчастотніших у проаналізованому матеріалі належать прислів'я. Особливістю їх використання те, що вони можуть становити цілісний заголовок без трансформацій, доповнень чи контамінацію кількох прислів'їв у межах одного заголовка. Такі прецедентні феномени не потребують жодних декодувань, завжди зрозумілі реципієнтам навіть у трансформованому вигляді, здатні виражати національну лінгвоментальність.

Меншою мірою в заголовкових комплексах представлені приказки, загадки та прикмети, які переважно виступають тільки складником заголовків. Народні прикмети можуть виконувати функцію заголовків лише в газетних матеріалах, в яких йдеться про погоду, сільське господарство, народні прикмети.

До прецедентних газетних заголовків за походженням із народної творчості ми також уналежнюємо й українські народні пісні. Більшість цитат із пісень подається у трансформованому вигляді, проте зміни незначні, через це легко встановити першоджерело. Їх використання має здебільшого фрагментарний характер, тобто рідко цілісний заголовок дорівнює окремому рядку з пісні. Цитати з календарно-обрядових пісень, які активно використовують під час зимових свят, коли співають колядки та щедрівки, теж часто стають заголовками або компонентами заголовків газет. Щодо трансформації таких прецедентних текстів, то вони легко впізнавані через їхню ритмічність: віршований пісенний ритм виступає провідним показником прецедентності у таких випадках, реципієнт звертає увагу не стільки на зміст, скільки на ритмізовану структуру заголовків.

Також ми зафіксували поодинокі випадки вживання цитат із народних казок. Вони подаються переважно без змін, хоч можуть бути введені в контекст, до них додають вступну або заключну частини. Використовують не назви казок, а відомі цитати, за якими переважно і впізнають казку, тому що ці висловлення кілька разів повторюються в тексті казки.

Ключові слова: газетний текст, заголовковий комплекс, прецедентний феномен, трансформація.

Постановка проблеми. На сучасному етапі спостерігаємо посилену увагу науковців до комунікативно-прагматичного

аспекту медіадискурсу, який уможливує глибше розуміння синтаксичної природи мовних одиниць, їхнього прагматичного наміру, функції та мети введення в текст. Особливого значення набувають ЗМІ, зокрема друковані видання, серед яких максимальну увагу привертають газетні тексти з огляду на притаманну їм доступність, оперативність реагування на актуальні події, що визначає специфіку їх лінгвального оформлення, та як один із найбільш ефективних маніпулятивних впливів на свідомість реципієнтів через текст.

Особливу роль у газетному тексті відіграють саме заголовкові комплекси статей, оскільки читач у першу чергу, як правило, переглядає назви статей і лише потім починає читати текст із цікавим заголовком. Цей різновид медіатексту складається з одного елемента або кількох синтаксичних одиниць, що становлять комплекс, який називає газетний матеріал, передусім основному тексту статті і відображає основну ідею журналістського тексту та його головну тему. Вдало підібраний заголовок привертає увагу реципієнтів, інтригує, змушує читати текст та використовується з метою маніпулятивного впливу на адресатів газетного тексту.

Основними функціями, які виконує газетний заголовок, є номінативно-інформативна (функція повідомлення про факт, забезпечується об'єктивністю, документальністю, логічністю і аргументованістю викладу факту), впливова (виражається в оцінності, спонукальності, вираженні авторського ставлення до викладення інформації, зображувальності, образності), рекламна (функція залучення уваги читача для читання матеріалу) і графічно-видільна (функція, що дозволяє відокремити один текст від іншого, виділити текст з контексту і в той же час зв'язати всю смугу в єдине ціле; здійснюється переважно графічними засобами) [1, с. 45].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Заголовок, виступаючи «актуалізатором практично всіх текстових категорій» [2, с. 95], є макрознаком тексту, в якому репрезентовано всі види текстової інформації – змістово-фактуальну, змістово-концептуальну та змістово-підтекстову [3, с. 28]. Домінантною функцією заголовка в тексті є номінативна, тому що він виступає ініціальним елементом тексту, проте є своєрідним ключем для розуміння змісту тексту, «допомагає прогнозувати зміст тексту» [4, с. 59], його можна вважати номінативним знаком, що «дзеркально відображає квінтесенцію всього тексту» [5, с. 18]. В аспекті інтертекстуальності заголовок «у зовнішніх

проявах виступає як метатекст стосовно тексту, у внутрішніх – як субтекст єдиного цілісного тексту» [6, с. 138]. Особливої семантичної ваги набуває саме заголовок, що містить інтертекстуальні елементи прецедентного характеру.

Прецедентні заголовки, в основі яких наявні різноманітні тексти зі скарбниці народної творчості, належать до найчастотніших у проаналізованому матеріалі та відрізняються «за походженням та структурно-семантичними показниками» [7, с. 12]. Найбільша кількість таких заголовків представлена прислів'ями та приказками, які структурно відповідають простим або складним реченням.

Прислів'я завжди зрозумілі реципієнтам навіть у трансформованому вигляді. Проте вони є цілісними прецедентними текстами, здатними виражати національну лінгвоментальність. Специфікою прислів'їв як прецедентних текстів є потенційна можливість повного включення їх до іншого тексту, тобто цілісний прецедентний текст стає інтертекстуальним елементом іншого тексту. Коли йдеться про те, що цілісний прецедентний текст виступає заголовком іншого тексту, він набуває подвійної семантичної ваги, викликаючи певні асоціації й інтерпретації в реципієнтів. Вимога «відтворення» в мовленні реципієнтів, яку О. Лисоченко називає необхідною передумовою витлумачення тексту як прецедентного [8, с. 26], повною мірою реалізована в прислів'ях та приказках.

Метою статті є виявлення прецедентних заголовкових комплексів з огляду на наявність у них джерел фольклорного походження, в сучасному українському газетному тексті, з'ясування їх ролі, визначення та аналіз прецедентного характеру фольклорних елементів, представлених у заголовках публіцистичних текстів, та вказівка на текст-джерело.

Об'єктом дослідження є мова газетних текстів українських видань.

Матеріалом дослідження послуговували заголовки статей, виокремлені шляхом суцільної вибірки з українських газет «Дзеркало тижня», «День», «Високий замок», «Україна молода», «Поступ», «Рагуша», «Ракурс Рівне», «Львівська газета», «Галичина».

Виклад основного матеріалу. Прецедентні висловлення, що функціонують у газетних заголовках як у незмінному, так і в трансформованому вигляді, насамперед відрізняються за джерелом походження. Ми проаналізували заголовки з прецедентними висловленнями, які походять із народної творчості.

Саме прислів'я та приказки – «національно прецедентні феномени, які належать до ядра української когнітивної бази: вони не лише зрозумілі всім представникам української лінгвоментальності, а й не зрозумілі носіям інших мов, що вказує на їхню самотність» [9, с. 177].

Прислів'я належать до фразеологізмів, тому вони відтворюються в мовленні, а не створюються мовцем у процесі продукування тексту, як і будь-які інші прецедентні феномени або текстові ремінісценції. О. Селіванова зазначає, що фразеологізми є «своєрідною етнокультурною рефлексією мовця в комунікативній ситуації, адже він свідомо або підсвідомо співвідносить власне емоційно-оцінне ставлення та ціннісну орієнтацію зі змістом знака, а образний зміст звороту – з еталоном та стереотипами культурно-національного світобачення й розуміння світу» [10, с. 12]. А. Супрун, досліджуючи текст, намагається розрізнити фразеологізми і текстові ремінісценції, вбачаючи основну відмінність у тому, що фразеологізми праг-

нуть до потенційного заміщення компонентів, а текстові ремінісценції – ні [11, с. 24–25], хоч ці явища і характеризуються типологічною близькістю. Виступаючи як елементи інтертексту, прислів'я поєднують заявлену специфіку фразеологічних одиниць і текстових ремінісценцій. З огляду на це саме прислів'я виступають основним конституентом заголовків, причому вони можуть становити цілісний заголовок без трансформацій, доповнень або скорочень (напр., *Ведмідь страшний, коли голодний* (УМ. 09.01.2009); *Не все золото, що в золотаря* (УМ. 24.01.2009); *Краще пізно, ніж ніколи* (Д. 14.05.2010); *Працюють, аж дим іде* (УМ. 17.01.2009); *Тягни, кобило, хоч тобі не мило...* (ВЗ. 06.12.2010); *Тихіше ідеши – далі будеш...* (ВЗ. 27.01.2011); *Ложка дьогтю у бочці меду* (П. 15.04.2005)) чи контамінацію кількох прислів'їв у межах одного заголовка (напр.: *Не тягніть kota за хвіст, а psa – з буди* (ВЗ. 29.01.2009); *Чужа хата – не своя: У готелі було добре, та вдома краще* (ВЗ. 22.01.2009); *Працюють як воли, отримують – як кіт наплакав* (ВЗ. 01.12.2010); *Брехня на брехні, брехня брехнею поганяє* (ВЗ. 30.12.2010)). Саме завдяки невеликому обсягу прислів'їв та їх конденсованому змісту стає можливим застосування їх у заголовковому комплексі як цілісних прецедентних висловлень. Крім того, прислів'я не є тимчасовими прецедентними висловленнями, їхня семантична вага не змінюється впродовж часу: прислів'я використовують дуже давно і майже без змін, і знайомі вони всім носіям мови незалежно від рівня освіти, віку, інтелектуального розвитку. Це саме той шар прецедентних висловлень, що не потребують жодних декодувань та особливої підготовки від реципієнтів.

Невеликий обсяг і концентрованість змісту у прислів'ях та приказках уможливує їхнє подання як полісемантичних заголовків без текстових змін. Фразеологічні одиниці становлять цілісний зміст заголовка і збігаються з ним за формою, тобто заголовковий комплекс містить лише фразеологізм без додаткових коментарів, наявних у підзаголовку. Завданням реципієнта стає тлумачення змісту заголовка відповідно до семантичного публіцистичного наповнення матеріалу. Афористичність та універсальність українських прислів'їв та приказок уможливує багатовимірні інтерпретації подібних заголовків: однакові фразеологізми можна застосовувати до різних комунікативних ситуацій. Денотативна невизначеність заголовка знімається саме в процесі ознайомлення з основним текстом, в якому розгортається зміст фразеологічної одиниці, напр.: *Не в грошах щастя* (ВЗ. 02.04.2009); *Зі світу по нитці* (ЛГ. 14.05.2009); *Бий своїх, щоб чужі боялися* (УМ. 14.03.2009); *Краще пізно, ніж ніколи* (Д. 14.05.10); *Скупий платить двічі* (ВЗ. 14.05.2009). У наведених прикладах прислів'я подаються як цілісні відтворені тексти, зрозумілі всім носіям мови, тобто легко витлумачені реципієнтами. Проте використання фразеологізмів як цілісних заголовків без допоміжних елементів дає змогу говорити про їхню полісемантичність і поліфункціональність з огляду на те, що однакові або подібні заголовки можуть функціонувати в різних текстах.

Меншою мірою в заголовках представлені приказки, які відрізняються від прислів'їв тим, що вони короткі за змістом й розраховані на повчання. У заголовках приказки представлені меншою мірою, переважно вони виступають лише складником заголовків, напр.: *Через пень-колоду* (ЛГ.05.02.2009); *На бурштині світ клином зійшовся?* (ДТ. № 12.2009); *Скільки літ, скільки зим...* (УМ. 15.01.2009); *Рівенський ливарний завод*

довели до ручки (ВЗ. 03.02.2009); «Труба» кличе (Д. 04.08.10); Партій у нас – як грибів після дощу. Але не всі вони «їстівні» (ВЗ. 18.01.2011). Приказки мають пряме значення, тому в заголовках вони виконують, насамперед, номінативну й оцінну функції, не створюючи підтекст, як прислів'я.

До джерел народної творчості ми уналежнюємо й загадки та прикмети, що використані в заголовках, проте ця підгрупа нечисленна. Народні прикмети можуть виконувати функцію заголовків лише в газетних матеріалах, в яких йдеться про погоду, сільське господарство, народні прикмети. У проаналізованих газетних виданнях такі матеріали зафіксовані в газеті «Високий замок», де, відповідно, використовують схожі заголовки, напр.: *Прійшов Предтеча – забрав свята на плечі* (ВЗ. 20.01.2009); *Теплий Олекса випускає бджіл на весну* (ВЗ. 28.03.2009); *Якщо дощ на Юрія, буде хліб і в дурня* (ВЗ. 06.05.2009); *На святу Катерину ховайся під перину* (ВЗ. 06.12.2010); *«Чорний кіт» дорогу перебіг* (ВЗ. 31.12.2010) тощо. В останньому прикладі не наведено повністю прикмету, але є посилання на неї: коли чорний кіт перейде дорогу – це до біди. Однак наявність прикмет у заголовках і загалом у газетному тексті – скоріше виняток, ніж правило, тому такі прецедентні тексти трапляються рідко, а їх застосування підпорядковане жанрово-тематичним критеріям основного тексту.

До складу газетних заголовкових комплексів фольклорного походження входять і народні пісні, зокрема обрядові, тому цитати з них становлять також прецедентні висловлення, напр.: *Запрягають хлопці вітер* (УМ. 10.01.2009); *Розпрягайте, хлопці, коней...* (ЧН. 25.12.2010); *Ой, тече нафта та по Дунаю* (УМ. 11.03.2009); *Аристократичне хобі: Ой чий то кінь стоїть?* (ВЗ. 13.01.2010); *Чом ти не прийшла?: На мітингу в Донецьку керівників держави звинуватили навіть у тому, що досі не настала тепла весна* (УМ. 31.01.2009). Більшість цитат з українських народних пісень, як бачимо, подається у трансформованому вигляді, проте зміни незначні, через це легко встановити першоджерело.

Обрядові українські пісні активно використовують під час зимових свят, насамперед Різдва, коли співають колядки та щедрівки. У цей період цитати з календарно-обрядових пісень часто стають заголовками або компонентами заголовків газетних матеріалів, напр.: *Сію гроші, посіваю, з Новим роком вас вітаю...* (ВЗ. 01.01.2009); *Ой, господарю-господарочку, пусти в хату Маланочку!* (ВЗ. 13.01.2011); *Щедрий вечір, добрий вечір, добрим людям на здоров'я...* (ВЗ. 18.01.2011) тощо. Проте застосування цитат із народних пісень має здебільшого фрагментарний характер, тобто рідко цілісний заголовок дорівнює окремому рядку з пісні. Скоріше можна говорити про трансформацію таких прецедентних текстів через їхню легко впізнавану ритмічність: віршований пісенний ритм виступає провідним показником прецедентності у таких випадках, реципієнт не стільки звертає увагу на зміст, скільки на ритмізовану структуру заголовків.

Серед прецедентних висловлень, що за походженням належать до народної творчості, варто виокремити й загадки, проте вживання їх у заголовкових комплексах має поодинокий характер, напр.: *Без вікон, без дверей? Буде повно людей!* (УМ. 01.06.2005) – першоджерело загадки *Без вікон, без дверей, повна горниця людей (Огірок)*, загадки розбито на дві частини і зроблено питально-відповідний комплекс; *Не гарчить, не кусає, а криміналітет лякає* (УМ. 08.04.2009) – змінено другу

частину загадки *Не гарчить, не кусає, а в дім не пускає (Замок)*, проте застосовано скоріше формальний критерій, тому що лише будова зазначеної загадки та її перша частина стали підставою для створення заголовка, але жодного відношення до відгадки він не має.

Також ми зафіксували поодинокі випадки вживання цитат із народних казок, напр.: *Першолілля: Ловися, рибка, велика і маленька* (ВЗ. 09.12.2010); *Битий небитого везе, а ситий голодного поганяє* (Ф. 18.06.2010); *Хто, хто в різдвяній рукавичці живе?* (Р. 23.10.2010); *Тягне-потягне, витягнути не може* (ДТ. № 33.2000); *Знесла курочка яєчко...* (РР. 08.11.2007). Цитати з казок подаються переважно без змін, хоч вони і можуть бути введені в контекст, до них додають вступну або заключну частини. Використовують із цією метою не назви казок, а відомі цитати, за якими переважно й впізнають казку, тому що ці висловлення кілька разів повторюються в тексті казки.

Висновки. Отже, групу прецедентних заголовків, що за походженням належать до народної творчості, поділяємо на кілька підгруп (за показником зменшення частотності): 1) прислів'я; 2) приказки; 3) прикмети; 4) народні пісні; 5) загадки; 6) казки, серед яких ключова роль належить прислів'ям, що активно функціонують як у незміненому, так і у трансформованому вигляді.

Література:

1. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В.А., 2002. 383 с.
2. Кухаренко В.А. Интерпретация текста : підручник. Вінниця : Нова книга, 2004. 272 с.
3. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. Москва : Ком Книга, 2006. 144 с.
4. Кочан І.М. Лінгвістичний аналіз тексту : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 423 с.
5. Журавлева Е.А. Прецедентные тексты начала XXI века : монография. Москва : Флинта : Наука, 2007. 256 с.
6. Фатеева Н.А. Контрапункт интертекстуальности, или Интертекст в мире текстов. Москва : Агар, 2000. 280 с.
7. Назаренко О.М. Реалізація категорії діалогічності в сучасному українському газетному тексті : автореф. дис. Одеса, 2012. 20 с.
8. Лисоченко О.В. Риторика для журналистов: прецедентность в языке и в речи. Ростов-на-Дону : Феникс, 2007. 318 с.
9. Назаренко О.М. Національно-прецедентні феномени українського когнітивного простору в дискурсі мас-медіа. *Мовознавчий вісник: збірник наукових праць*. 2010. Вип. 10. С. 176–179.
10. Селіванова О.О. Нариси з української фразеології (психологічний та етнокультурний аспекти). Київ-Черкаси : Брама, 2004. 276 с.
11. Супрун А.Е. Текстовые реминисценции как языковое явление. *Вопросы языкознания*. 1995. № 6. С. 17–29.

Nazarenko O., Lazarenko S. Folklore origin precedent newspaper titles complexes

Summary. The article is devoted to the study of precedent heading complexes of modern Ukrainian newspaper texts, which have a folklore origin. Their specificity, role and functions in publicistic discourse are described.

It is proved that the most frequent in the analyzed material are proverbs. The peculiarity of their use is that they can represent the whole title without changes, additions or contamination of several proverbs within the same title. Such precedent

phenomena do not require decoding, are always understandable to recipients, and are capable of expressing national linguo-mentality.

Sentences, riddles and omens are represented in the titles in a lesser measure. Onri act mainly as a component of the title. Folk omens can play the role of a title only in newspaper materials, where it is a question of the weather, agriculture, folk omens.

We include Ukrainian folk songs among the precedent newspaper titles taken from folk art. Most of the quotes from the songs are presented in transformations, however, the changes are minor and it is easy to establish the source. header structure. Their use is more often fragmentary, that is, rarely the whole title is equal to a separate row from the song.

Quotes from calendar ritual songs also often become titles or components of newspaper titles. They are actively used during the winter holidays, when carols and chants are sung. The transformation of such precedent texts is easy to restore, since they are easily recognizable due to their rhythm: in this case, the recipient pays less attention to the content than to the rhythmic structure of the title.

We also recorded isolated cases of using quotes from folk tales. They are generally amenable to change: they add an introductory and concluding part. They do not use the names of fairy tales, but famous quotes by which they recognize a fairy tale.

Key words: newspaper text, titles complex, precedent phenomenon, transformation.