

Н. М. Шульська – кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри видавничої справи та
редагування і журналістики Волинського
національного університету імені Лесі Українки

СИНТАКСИЧНІ ЗАСОБИ ОФОРМЛЕННЯ ЗАГОЛОВКІВ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТЕКСТІВ У ВОЛИНСЬКИХ МЕДІА

*Роботу виконано на кафедрі видавничої справи
та редагування і журналістики ВНУ ім. Лесі Українки*

У статті проаналізовано синтаксичні засоби оформлення заголовків у сучасних волинських медіа (“Волинь-нова”, “Програма-Панорама”). Описано заголовки-слова і заголовки словосполучення, а також використані у назвах статей різновиди односкладних речень. Простежено вживання у заголовках засобів експресивного синтаксису: еліптичних і парцельованих конструкцій, інверсії, інтонаційних одиниць, цитування.

Ключові слова: заголовок, засоби синтаксису, волинські медіа.

Шульская Н. Синтаксические средства оформления заголовков журналистских текстов волинских медиа

В статье проанализированы синтаксические средства оформления заголовков в современных волинских СМИ ("Волинь-нова", "Программа-Панорама"). Описаны заголовки-слова и заголовки словосочетания, использование в названиях статей разновидностей односоставных предложений. Прослежена употребление в заголовках средств экспрессивного синтаксиса: эллиптических конструкций, парцелляции, инверсии, интонационных единиц, цитирование.

Ключевые слова: заголовок, средства синтаксиса, волинские СМИ.

Shulska N. Syntactic means a title journalism text in Volyn media

The article analyzes the syntactic features design titles in Volyn modern media ("Volyn-Nova", "Programa-Panorama"). Described titles key words and title phrase, using in titles of articles species-composite sentence. Traced the use of titles expressive syntax: elliptical and partselovanyh structures, inversion, intonation units, citation.

Key words: titles, syntax means, Volyn media.

Постановка наукової проблеми та її значення. Зацікавлення інформаційним наповненням будь-якого сучасного мас-медіа відбувається передовсім через оригінальну, влучну, логічну палітру заголовкової системи. Відомо, що заголовок – невіддільний конститuent журналістського тексту, який виразно «працює» на читача, керує його увагою. Зробити заголовковий комплекс цікавим та інтригуючим, допомогти читачеві зорієнтуватися у порушеній проблемі, точно передати зміст і використати мінімум словесного матеріалу – важливе завдання сучасних компетентних ЗМІ.

Аналіз досліджень та публікацій. Дослідження газетних заголовків здійснено переважно з лексико-семантичного, комунікативно-психологічного поліграфічно-видавничого боку (див. праці Л. І. Солодкої [3], М. В. Ріпей [1, 2], Г. В. Шаповалової [4], В. Е. Шевченко [5, 6]), тоді як структурна організація медіатекстової назви, зокрема на синтаксичному рівні, часто залишена поза увагою.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Заголовки журналістських текстів у волинських газетах в основному зреалізують свої функції: номінативну, інформативну, експресивно-апелятивну, рекламну, розділяючу та ін. Вони цілком слушно відповідають і регіональним запитам, пор. назви деяких статей: *“У Луцьку – європейський дух”*, *“У бібліотекарів Ратнівщини – новесенькі книжки”*, *“Колківська республіка: штрихи до створення й загибелі”*, *“Зимненський монастир зачарував європейців”*, *“Найбільша писанка на Волині”*, *“Дві волинські шахти можуть закрити”* тощо.

У статті здійснено спробу простежити синтаксичні засоби вираження заголовків, які сприяють актуалізації газетного мовлення, його експресії та максимальній семантичній сконденсованості. Установлено, що у заголовкових комплексах переважно використовують так звані «розкований» синтаксис, який дозволяє виділити комунікативно значну частину повідомлення, логічно її підкреслити, зацентувати увагу читача.

Матеріалом дослідження слугували волинські медіа, зокрема «Волинь-нова» (далі В-н) у друкованому та електронному варіантах (volyn.com.ua) і «Програма-Панорама» (далі П-П) за поточний рік.

Незважаючи на те, що назви газетних матеріалів вимагають лаконічності, точності і тяжіють до мовної економії, у волинській пресі зазвичай натрапляємо на невелику кількість заголовків-словосполучень переважно підрядного типу зі зв'язком узгодження і керування: *“Прикрашені здобутки”* (В-н, № 49, 5 травня), *“Операція “К”* (В-н, ел., № 1364, 31 квітня), *“Грошові ритуали”*, *“Пекельне ранчо”*, *“Загублені руки”* (П-П, № 17 (494)),

“Нерівний шлюб”, *“Невидимі сусіди”* (П-П, № 18 (495)), *“Невдалий день”*, *“Тваринна любов”* (П-П, № 50 (475)), *“Кара небес”* (П-П, № 2 (479)), *“Вибір Блохіна”* (В-н, № 53, 15 травня), *“Бібліотека майбутнього”* (В-н, № 57, 24 травня), *“Король розсади”* (В-н, № 44, 21 квітня), *“Полунична пора”* (В-н, ел., № 1392, 9 червня). Зрідка вживані заголовки сурядного типу: *“Переможці і переможені”* (В-н, № 52, 12 травня), *“Прибульці і діти”* (П-П, № 50 (475)), *“Легкі гирі і “важкі” кактуси”*, *“Весна, сонце і шашлики”*, *“Не словом, а ділом”* (В-н, ел., № 1381, 12 травня). Нечасте використання словосполучень у функції назв, очевидно, зумовлене їхньою семантичною недостатністю, що може створювати хибну пресупозицію і небажання подальшого ознайомлення з текстом. На нашу думку, більше зацікавлення у цьому випадку виконують заголовки-метафори (на зразок *“Тваринна любов”*, *“Король розсади”*, *“Володар царства вухатих”*), які здебільшого інтригують читача, а отже, спонукають до прочитання статті. Функціонують і заголовки-прикладки: *“Брати-розбійники”*, *“Жінка-магніт”* (В-н, ел., № 1332, 12 січня).

Зафіксовані заголовки-слова *“Гравець”*, *“Василь”* (П-П, № 3 (480)), *“Теща”*, *“Крохмалимо”* (П-П, № 9 (486)), які дуже “небезпечні” для газетних матеріалів, адже вони не містять жодного інформаційного повідомлення, тому такі публікації можуть просто залишитися поза читацьким оком.

Найчастіше для формулювання заголовкового комплексу послуговуються реченневими структурами. Спостережено, що у заголовках зі структурно-предикативного боку переважно функціонують односкладні, еліптичні, парцельовані конструкції, порівняно рідше – двоскладні, адже словесно стисла і семантично об’ємна назва вимагає скомпресованих синтаксичних засобів.

Серед різновидів односкладних речень у заголовках перевагу надано неозначено-особовим: *“У Луцьку розмалюють 4-метрову писанку”* (В-н, № 25, 3 березня), *“Тут вдруге вчать ходити і говорити”* (В-н, № 45, 24 квітня), *“Цілительку із села називають “професором медицини”* (В-н, № 48,

3 травня), “Тут виховують робітничі кадри”, “Без дозволу міліції на той світ не приймають” (В-н, № 55, 19 травня), “Ними лякають гостей Євро-2012” (В-н, № 59, 29 травня), “Водіїв маршруток звільняють за хамство” (П-П, № 2 (479)), “У Львові на Різдво спечуть найбільший у світі пампух” (П-П, № 50 (475)); означено-особовим: “Люблю її, як рідну дитину” (В-н, ел., № 1330, 5 січня), “Працюємо для виробників, захищаємо споживачів” (В-н, ел., № 1376, 31 квітня), “Не каятись зайшов у храм, а красти” (В-н, № 25, 3 березня), “Столярує однією рукою” (В-н, № 43, 19 квітня), “Поштову справу перейняв у батька” (В-н, № 49, 5 травня), “Вижила після розстрілу”, “У концтаборі найбільше боялася міцно заснути”, “Не дочекався випускного” (В-н, № 50, 8 травня), “Став журналістом, щоб боротись із несправедливістю” (В-н, № 51, 10 травня), “Пройшов Афган, та не зачерствів душею” (В-н, № 60, 31 травня), “Не проклинаю долю, і не знімаю хрест” (В-н, ел., № 1393, 12 червня); номінативним реченням: “Гірка доля Музею Луцького братства” (В-н, № 48, 3 травня), “Високий клас наших плавців”, “Механізм обману інвесторів” (В-н, № 53, 15 травня), “Мила серцю конвалія” (В-н, № 56, 22 травня), “Перша кров за мову”, “Ще один крок до відновлення зору” (В-н, № 58, 26 травня), “Власник найбільших в світі ніг” (П-П, № 50 (475)), “П’ять аномальних зон України”, “Містичні історії читачів” (П-П, № 9 (486)).
Спорадично зафіксовано заголовки-безособові речення: “У Цуманській пуці вбито двох оленів” (В-н, № 1344, 9 лютого), “Тимошенко фактично визнано політичним в’язнем”, “Курити в громадських місцях заборонено”, “Не можна жити сьогоднішнім днем” (В-н, № 58, 26 травня), “Сподіватися на власні сили” (В-н, ел., № 1391, 7 червня).

Еліптичні конструкції у газетному мовленні виступають засобом його динамізації, вони сконденсовано і легко виражають думку, надають висловленню емоційного забарвлення. Виконуючи функцію заголовків у матеріалах преси, еліптичні речення акцентують увагу читача, створюють ефект змістової невизначеності, яка може бути усунена після прочитання статті. Сьогодні заговки-еліпси особливо поширені у матеріалах волинських

ЗМІ: *“Волинь у рейтингу – дванадцята”* (В-н, ел., № 1337, 24 січня), *“У школярів – позапланові канікули”*, *“У колекції волинянина – 120 бойових літаків”* (В-н, ел., № 1340, 31 січня), *“Ветеран і в 93 – воює!”*, *“Шана – не в обелісках, а в – серцях”* (В-н, № 50, 8 травня), *“Ми – з Шевченком, Шевченко – з нами!”*, *“Гірко – на “діамантово-золотому весіллі”* (В-н, № 57, 24 травня), *“Квитки за поїзд – через Інтернет”*, *“У Севастополь – за кубком”* (В-н, № 55, 19 травня), *“Півпенсії – на квиток до Києва”* (В-н, № 56, 22 травня), *“Хто – в Анталію, а хто – на Світязь”* (В-н, № 58, 26 травня), *“Відсипатися у вихідні – шкідливо”* (В-н, № 59, 29 травня), *“У волинських письменників – поповнення”*, *“Після застілля – до лікарні”*, *“У бібліотекарів Ратнівщини – новесенькі книжки”*, *“Свою душу – пропив, чужу – згубив”* (В-н, № 60, 31 травня), *“За новим кодексом – суд присяжних і домашній арешт”* (В-н, № 44, 21 квітня), *“Вишиванки з любов’ю – дітям на Великдень”*, *“Найвищий американець – козацького роду”* (В-н, № 53, 15 травня).

Не менш важливим засобом експресивного синтаксису у заголовковій композиції виступає також парцеляція, яка часто створює несподіваний характер повідомлення: *“Озолотилися за... 40 секунд”* (В-н, ел., № 1330, 5 січня), *“Релігійне свято... з рушницею і гарпуном”*, *“Подарувала коханому... водоспад”* (В-н, ел., № 1332, 12 січня), *“Чемпіонат Луцька очолюють...ківерчани”* (В-н, ел., № 1339, 28 січня), *“Виграв у конкурсі... українку”* (В-н, ел., № 1447, 16 лютого), *“До Євро-2012 – двомовні таблички. З помилками?”* (В-н, № 25, 3 березня), *“Як ветеран тримав... диван”* (В-н, № 51, 10 травня), *“З Москви – у Луцьк, щоб... покаталися на тролейбусі”* (В-н, № 43, 19 квітня), *“З ефіру вирізали, але це... не цензура?”* (В-н, № 44, 21 квітня), *“Майор міліції отримав “п’ятірку”... умовно”* (В-н, ел., № 1379, 28 квітня), *“Гроші на лікарню витратили на її... рекламу”* (В-н, № 56, 22 травня), *“Побачити Париж і... ще більше полюбити життя”* (В-н, № 58, 26 травня), *“Сусідів зробила ворогами... корова”* (В-н, ел., № 1341, 2 лютого), *“Закохана у... футбол”* (В-н, ел., № 1392, 9 червня).

Заголовками-парцелятами у газетному мовленні слугують і конструкції типу: *“Соціальні ініціативи Януковича: вчительські гроші – пенсіонерам”* (В-н, № 41, 12 квітня), *“Яценюк: неугодних внесли до “чорного” списку”* (В-н, № 55, 19 травня), *“Новий “будівельний” закон: очевидні переваги і приховані загрози”* (В-н, № 59, 29 травня), *“Колківська республіка: штрихи до створення й загибелі”* (В-н, № 60, 31 травня), *“Дожились: Євро-2012 дивимось на білоруських каналах”* (В-н, ел., № 1393, 12 червня).

Поширений журналістський прийом – парцеляція підрядної частини складнопідрядного речення разом із сполучником, який дозволяє домислити головну частину і встановити зміст підрядної: *“Яким буде луцький універмаг”* (В-н, ел., № 1335, 19 січня), *“Коли друзі по чарці стають ворогами”* (В-н, ел., № 1338, 26 січня), *“Як оздоровлюють ліси у Старовижівському районі”* (В-н, ел., № 1339, 28 січня), *“Як рятуватись від морозу”* (В-н, ел., № 1340, 31 січня), *“Як зменшити загрозу раку”* (В-н, ел., № 1343, 7 лютого), *“Щоб корову було вигідно тримати”* (В-н, ел., № 1347, 16 лютого), *“Щоб продовжити термін служби енергоблоку”*, *“Щоб справи були корисними”* (В-н, ел., № 1348, 18 лютого), *“Як реально підтримати село”* (В-н, ел., № 1390, 2 червня), *“Як викоренити побори в медицині”* (В-н, ел., № 1393, 12 червня), *“Як художники село здивували”* (В-н, ел., № 1394, 14 червня).

Засвідчені серед заголовків двоскладні речення переважно одноманітні, вони семантично повні, проте експресивно майже нейтральні: *“Зимненський монастир зачарував європейців”*, *“Журналістика потребує особистостей”* (В-н, № 51, 10 травня), *“Звучать пісні, народжені війною”* (В-н, № 49, 5 травня), *“В Інтернеті з’явився перший український сайт знайомств для тварин”*, *“Я оголошую тобі війну”*, *“Восени зростуть ціни на секонд-хенд”* (П-П, № 30 (455)), *“У волинянина міліція знайшла вибухівку”*, *“Комунальники запровадили кольорові рахунки”*, *“Майстер створює об’ємні картини з соломи”* (П-П, № 3 (480)).

Трапляються у газетній комунікації і назви, оформлені складними конструкціями, зокрема складнопідрядними: *“Економічний аналітик, якому не було рівних на Волині”* (В-н, ел., № 1332, 12 січня), *“Щоб не “загрузнути” в світі, його сортують”* (В-н, № 1344, 9 лютого), *“Хвороба, що “з’їдає” волосся”* (В-н, ел., № 1348, 18 лютого), *“Безробіття і бідність – хвороби, від яких ми повинні вилікуватися”* (В-н, ел., № 1348, 18 лютого), *“Перемогли, бо збили шведів з пантелику своїм складом”* (В-н, ел., № 1394, 14 червня). Зрідка побутують непоширені речення: *“Газета допомогла”*, *“Матросови не здаються”* (В-н, ел., № 1343, 7 лютого), *“Українофоби не вгамовуються”* (В-н, ел., № 1348, 18 лютого).

У назвах функціонують різного типу інтоновані синтаксичні одиниці, що мають великий емоційний потенціал. Дуже часто на шпальтах волинської преси трапляються заголовки питального типу, які не лише виконують номінативно-інформативну функцію, але й спонукають уявлюваного співбесідника-читача до роздумів і оцінки зображуваних подій. Порівняно небагато серед інтонаційних синтаксичних засобів власне питальних речень: *“Як захистити ялинники від знищення?”* (В-н, ел., № 1334, 17 січня), *“Кому і що хоче довести Кіркоров народженням доньки?”* (П-П, № 18 (495)), *“Де полюс холоду?”* (П-П, № 17 (494)), *“Чому Марія Матіос така нещадна до своїх героїв?”* (В-н, ел., № 1377, 31 квітня), *“Коли ж запрацює у Ратному спортзал”* (В-н, № 43, 19 квітня), *“Кому заважав торговий павільйон?”* (В-н, № 49, 5 травня).

У заголовках усе ж переважають питально-риторичні одиниці. Статті з такими назвами переважно не становлять нової інформації для читача, відповідь уже стоїть за самою експресивною конструкцією: *“Хто головний – продавець чи покупець?”* (В-н, № 25, 3 березня), *“Чи захищені права сиріт?”* (В-н, № 44, 21 квітня), *“Коли українському хліборобові стане легше”*, *“Чому панує мода на вульгарність?”* (В-н, № 45, 24 квітня), *“Де батькам взяти гроші на шкільні “побори”?”* (В-н, ел., № 1363, 3 травня), *“Чому ми*

цураємось рідного слова” (В-н, № 57, 24 травня), *“Чому болить голова в забудовників?”* (В-н, № 58, 26 травня).

Газетні заголовки, оформлені окличними реченнями, надзвичайно емоційно-експресивні: *“Хай буде баба снігова!”* (В-н, ел., № 1330, 10 січня), *“Пам’ятнику милосердю бути!”* (В-н, ел., № 1337, 24 січня), *“Хай буде проклята війна!”* (В-н, № 50, 8 травня), *“Хай пісня буде поміж нас!”* (В-н, № 59, 29 травня), *“Зовсім очманіли!”* (П-П, № 50, 475)), *“Випадковий перехожий виявився... загубленим братом!”* (П-П, № 31 (456)), *“Тільки сам!”* (П-П, № 17 (494)), *“Зовсім очманіли!”* (П-П, № 50 (475)), *“Раділи б і фотоапарату, а отримали величезний телевізор!”* (В-н, ел., № 1376, 19 квітня).

Виразну співучасть автора і читача засвідчують назви-заклики спонукального характеру: *“Врятуйте нас від такої “реформи”* (В-н, ел., № 1331, 10 січня), *“Поспішайте зареєструватися на ЗНО”* (В-н, ел., № 1339, 28 січня), *“Не звинувачуйте всіх мужчин підряд”* (В-н, ел., № 1339, 28 січня), *“Вчіться у Шевченка гідності і самоповаги”* (В-н, ел., № 1381, 6 березня), *“Прости!”* (П-П, № 17 (494)), *“Харчуйтеся правильно”* (П-П, № 42 (467)), *“Подаруйте коханій свято”* (В-н, № 25, 3 березня), *“Не вірте кремлівським сценаристам”* (В-н, № 45, 24 квітня), *“Не забудьте вдома ні голови, ні документів”* (В-н, ел., № 1365, 12 травня), *“Борімося за рідну мову”* (В-н, № 53, 15 травня), *“Летіть туди, де вас чекають”, “Приїжджайте у Луцьк – і не пошкодуйте!”* (В-н, № 58, 26 травня).

Спорадично вживають назви, у яких емоційним центром висловлення виступає звертання: *“Панове європейці, гоніть “бабки”* (В-н, ел., № 1338, 26 січня), *“Чекайте, діти, тепла”* (В-н, № 25, 3 березня), *“Ми без тебе 40 днів, друже”* (В-н, № 50, 8 травня), *“Пане Табачник, поверніть Оксану в Україну!”* (В-н, № 57, 24 травня), *“Куди ж ви, дітки, без України?”* (В-н, № 59, 29 травня). Такі заголовки надзвичайно “прозорі”, оскільки об’єкт повідомлення переважно відомий.

Часто з метою актуалізації важливих компонентів використовують інверсію: *“Ушосте одружився Президент ПАР”* (П-П, № 17 (494)), *“Став до*

ладу молокозавод в Угирові” (В-н, ел., № 1365, 31 квітня), “Екологи винних не знайшли” (В-н, № 60, 31 травня). Функціонують також заголовки-метонімії: “Крим шанує наші традиції” (В-н, № 25, 3 березня), заголовки-оксиморони: “Недружня дружба білоруських митників” (В-н, № 53, 15 травня), з порівняльними зворотами: “Їхні пісні, як і душі, – сонячні” (В-н, ел., № 1341, 2 лютого), “Млинці, як сонце” (В-н, ел., № 1348, 18 лютого), “Коровай без пісні – як молода без фати” (В-н, № 49, 5 травня). Нерідко, формулюючи назву статті, послуговуються і сталими виразами: “Птахи вільного польоту” (В-н, ел., № 1335, 19 січня), “Волинським вчителям доведеться “затягнути паски”?” (В-н, ел., № 1341, 2 лютого).

Спостережено, що розгорнутими назвами журналістських текстів виступають різного роду цитати, які підсилюють емоційний контекст повідомлюваного: “Олена Голева: “Життя в нашому місті повинно бути безпечним” (В-н, № 25, 3 березня), “Ігор Єремєєв”: “Не можна допустити закриття лікарень та ФАПів у сільській місцевості” (В-н, ел., № 1395, 16 червня), “Після 4-ої операції на серці Єві сказали: “Ти-щаслива” (В-н, № 43, 19 квітня), “Ми любили батька, коли він не пив”, “Чужих по духу ролей не граю” (В-н, № 44, 21 квітня), “То де ж ми себе загубили і як тепер себе знайти?” – звучить як заповіт” (В-н, № 49, 5 травня), “Для мене він був високим моральним авторитетом”, “Пообіцяв Богу: виживу – стану священиком” (В-н, № 50, 8 травня), “Україна, за яку ти віддав своє життя, продовжує жити без надії...” (В-н, № 59, 29 травня). Трапляються також цитати із творів письменників: “Не будь рабом і смійся, як Рабле!” (В-н, ел., № 1339, 28 січня), “Я вибрала долю собі сама” (В-н, ел., № 1395, 16 червня).

Отже, у газетних заголовках із метою інтенсифікації публіцистичного мовлення вживають найрізноманітніші синтаксичні засоби: словосполучення, односкладні та двоскладні реченнями, різнотипні комунікативні одиниці, цитування. Для того, щоб назва статті була влучною, інформативною, небагатослівною, послуговуються еліптичними та парцельованими конструкціями. Спорадично вдаються до розгорнутих і насичених заголовків.

Усе ж вибір назви передовсім залежить від професійної компетентності автора та його обізнаності у матеріалі. Адже якраз заголовковий комплекс визначає майбутній читацький інтерес будь-якого журналістського тексту.

Література

1. Ріпей М. В. Газетний заголовок: відповідність поліграфічним нормам / М. В. Ріпей // Зб. пр. Наук.-дослід. центру періодики. – 2009. – Вип. 2(17). – С. 447–453.
2. Ріпей М. В. Особливості архітекtonіки газетного заголовка / М. В. Ріпей // Вісн. Львів. ун-ту (Серія «Журналістика»). – Л. : Вид-во Львів. нац. ун-ту ім. І. Франка, 2011. – Вип. 35. – С. 295–302.
3. Солодка Л. І. Лексико-семантичні особливості газетних заголовків : автореф. дис. ... канд. філол. н. / Л. І. Солодка. – К., 2008. – 20 с.
4. Шаповалова Г. В. Лексико-стилістичні особливості заголовків у сучасних українських друкованих ЗМІ / Г. В. Шаповалова // Уч. записки Таврич. нац. ун-та ім. В. І. Вернадського. – Серія «Филология. Социальные коммуникации». – Т. 24 (63). – № 4. Ч. 1. – Симферополь, 2011. – С. 204–210.
5. Шевченко В. Е. Заголовки як спосіб впливу на суспільну свідомість / В. Е. Шевченко // Наук. записки Луган. нац. пед. ун-ту : [зб. наук. праць]. – Серія «Філологічні науки». – У 3-х т. – Вип. 5, Т. 1. – Луганськ : Альма-матер, 2004. – С. 388–397.
6. Шевченко В. Е. Система рубрикації газети – основа її архітектонічної організації / В. Е. Шевченко // Наук. записки Інституту журналістики. – К., 2001. – Т. 2. – С. 53–69.