Дмитренко Катерина

Студентка I курсу ЕПК ЗНУ

Наук. кер.: викл. Висоцька Я.С.

СПЕЦИФІКА ПОДІЛУ ЗАГОЛОВКІВ У ІНТЕРНЕТ–ВИДАННІ «УКРАЇНСЬКА ПРАВДА»

Одна з найважливіших частин будь -якого видання, а особливо газет та інформаційних інтернет-сайтів- це заголовок, адже саме він привертає увагу читача, зацікавлює його, допомагає отримати загальне уявлення про зміст публікації. Проте, якщо перші друковані газети з’явилися аж у 1609 р. в Німеччині, і за цей проміжок часу були достатньо досліджені, то популяризація в суспільстві глобальної мережі відбулася не так давно – наприкінці XX ст. Напевно тому дослідження заголовків та заголовкових комплексів інтернет-видань не є приорітетними для науковців, а тому вивчені недостатньо. У цьому і полягає актуальність даного дослідження.

Метою роботи є детальніша класифікація заголовків за синтаксичною будовою, спираючись на вже існуючий поділ сучасних дослідників, на прикладі інтернет-видання «Українська правда». Для реалізації мети були поставлені конкретні завдання: 1) розкрити засоби впливу автора на читача за допомогою заголовків; 2) з’ясувати принципи їх створення; 3) розробити, спираючись на вжествореніактуальнікласифікації, власну.

Щоб максимально еффективно подіяти на читача заголовок маєвиконувати низку важливих функцій, серед яких науковець Фадєєва О. Є. виділяє наступні [3, с. 135] : інформативну, оцінну, спонукальну та інтригуючу. Іншими словами: вдалий заголовок має ознайомити читача з основною думкою повідомлення, надати по-можливості об’єктивну оцінку інформації, заінтригувати або закликати до дії [2, с. 135], а також органічно доповнити композицію тексту. Тут доцільно буде зазначити, що зазвичай функції взаємодіють між собою, вони рідко виступають ізольовано. Так, інформативний заголовок може привертати увагу і виконувати оцінювальну функцію, показуючи суб’єктивне ставлення автора до зображуваного, а інтригуючий заголовок здатен швидко та оперативно проінформувати читача.

Деякі дослідники говорять про те, що в системі макротексту ЗМІ заголовок посідаєокреме місце, хоча семантично і функціонально пов'язаний з основним текстом повідомлення [1, с. 6]. Методи, завдяки яким відбувається цей вплив, контакт між автором і читачем, завдяки яким заголовок може повноцінно виконувати вищезазначені функції, є найрізноманітніші. В основному це пов’язано з такими розділами мовознавства, як: фонетика, морфологія, лексикологія та синтаксис [3, с. 137]. Проте, проаналізувавши залежність впливу заголовків на читачів за цими категоріями, ми дійшли висновку, що найефективнішим буде їх дослідження за синтаксичними особливостями. Тому наступна класифікація, яка спирається на дослідження Ксенії Сізової [2, с. 291], буде присвячена саме йому.

Як і будь-яку мовну одиницю, заголовки можна розподілити та проаналізувати за розділами синтаксису. Адже заголовок – це також синтаксичнаодиниця, що виражає певну думку, має інтонаційну та смислову завершеність і служить для повідомлення певної інформації автором. За синтаксичною будовою заголовки можна розподілити на такі групи: заголовки, які складаються зі словосполучень та заголовки-речення. Заголовки-словосполучення потребують менше часу для читання, тому здатні швидше привернути увагу читача, «підчепити його на гачок». З іншого боку заголовки, представлені словосполученнями, через можливу багатозначність сприйняття, не дають чіткого уявлення про зміст публікації [2, с. 291]. Наприклад: «Тріумф права», «Острів джазу», «Географіялюбові», «Перед вторгненням», « Роздоріжжявійни » тощо.

Набагатокраще з інформативну функцію виконують заголовки, що утворюють цілі речення, бо вони здатні краще розкрити тему статті, пов’язати заголовок з текстом. Саме тому такий тип частіше зустрічається в «Українській правді» та в інших сучасних інтернет-виданнях, адже читач таким чином буде швидше одержувати інформацію, переглядаючи заголовковий комплекс: «Промова на врученні Шевченківської премії», «На Україну насуваються кілька потужних циклонів», «Звільнені з полону й досі не отримали компенсації й документів» , «В Україні реформують автобусні перевезення».

 Як вже було зазначено, заголовки-речення користуються більшою популярністю в інтернет-ресурсах, а тому ми розглянули їх за емоційним забарвленням та метою висловлювання. Таким чином можна краще прослідкувати безпосередній вплив цього типу заголовків на читача, на відміну від його поділу за наявністю ускладнюючих компонентів або другорядних членів речень.

За емоційним забарвленням заголовки, як і будь-яка синтаксична одиниця, можуть бути окличними та неокличними. Окличні заголовки не лише передають читачу основну інформацію, але й емоції та ставлення автора (це може бути як радість, так і обурення), вони «переконують» в тому, що подана інформація важлива: «ДАІ на лапу, водій!», «Вікторе Андрійовичу! Краще мовчіть!», «Не можна травити дітей!», «ЖЕК пішов, хай живе управитель!»

Проте частіше в «Українськійправді», як і в іншихінтернет-виданнях, використовують неокличні заголовки, адже таким чином можна показати людині, що подана інформація є об'єктивною, а своє ставлення до новини читач сформує самостійно: «МОЗ попереджає про можливе зростання хворих на кір у лютому – березні 2018 року», «Поліція Словаччини відпустила 6 підозрюваних у вбивстві журналіста», «Гривня сильно виросла на міжбанку»

Не менш важливим буде поділ заголовків-речень за метою висловлювання, тобто на розповідні, питальні й спонукальні.

Розповідні заголовки передають основну думку та суть повідомлення, вони використовуються найчастіше, адже здатні коротко повідомити про будь-яку новину:«Ціни на нафту знижуються»,«КНДР готова до переговорів із США», «Кожен третій українець страждає від підвищеної чутливості зубів».

Питальні ж заголовки часто надають інформації негативний відтінок, вони також використовуються, якщо у статті автор допомагає читачам розібратися у непростому питанні або наявна резонансна «викриваюча» інформація: «Чому в Україні спалах кору, а всі лікарі говорять про дифтерію?», «Квартира без сантехніки: недбалість забудовника чи норма?», «Євроінтеграція науки: вітрина гарна, та що за нею криється?».

Спонукальні заголовки є експресивними, як і питальні, проте здатні краще заінтригувати, натякаючи на основне повідомлення: «Настав час розкріпачити власників земельних паїв», «Зробіть Податковий кодекс ринковим», «Зробіть щось нарешті з «Аеросвітом»», «Дайте людям можливість заощаджувати».

Отже, проаналізувавши заголовки та їх функції, можна зробити висновок про те, що заголовок – багатофункціональний елемент тексту, який виступає у ролі носія основної інформації тексту та має на меті зацікавити читача. Для цього використовуються і поєднуються різніметоди: риторичні питання та оклики, спонукальні речення, а кількість слів може варіюватися від словосполучення до цілого речення. Проте заголовок досі перебуває у стадії дослідження та пошуку оптимальної класифікації, а тому ми спробували розробити власну систематизцію заголовків як синтаксичних структур.

Ця наукова робота може використовуватися на заняттях вступу до журналістики, а також її можна використати під час розробки власного заголовку для публікації.

Література

1. Комаров Е. Н. Ценностные ориентиры в заголовках французских и российских средств массовой информации / Комаров Е. Н. // Библиотека Инокентия Ахмерова онлайн – 28 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ahmerov.com/book\_1083\_chapter\_7\_1.1.3.\_Zagolovok\_kak\_tip\_teksta.html

2. Сізова К. Заголовковий комплекс у публіцистиці. Типологічний аспект / Ксенія Сізова // Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах. – № 30, Київ, 2014. – С. 285-294.

3. Фадєєва О. В. Функції та засобипрагматизаціїгазетнихзаголовків / О. В. Фадєєва // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – Сер. : Філологія. – 2017. – № 27. – Т. 2. – 196 c.