

УДК 007 : 304 : 070

ЗАГОЛОВКОВИЙ ДИСКУРС НОВИНИХ ВИПУСКІВ “1+1”, “СТБ”: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ

Андрій Яценко

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна, e-mail: andrij-jacenko@i.ua*

У цій статті в порівняльному зрізі розглянуто заголовковий комплекс сюжетів “Телевізійної служби новин”, яка щодня виходить в ефір на каналі “1+1”, і інформаційної програми “Вікна-новини”, яка виходить в ефір на каналі “СТБ” з понеділка по п’ятницю. Закцентовано увагу саме на назвах, оскільки вони — дуже важливий компонент будь-якого журналістського матеріалу, його візитівка, з якою починає знайомитися глядач.

Ключові слова: заголовок, заголовковий комплекс, заголовковий дискурс, канал “1+1”, канал “СТБ”, “ТСН”, “Вікна-новини”.

Постановка наукової проблеми та її значення. Львівський дослідник теорії і практики журналістської творчості професор Володимир Здоровега неодноразово наголошував на тому, що “заголовок певною мірою може бути мірилом літературного вміння, таланту, культури. Він надзвичайно важливий для читача, оскільки для дуже значної частини читачів (за деякими даними до 80 відсотків) читання газети обмежується читанням заголовків, підзаголовків, а також для того, щоб матеріал потрапив на газетну полосу” [1, с. 108]. Отже, у цій статті важливо проаналізувати заголовки телевізійних інформаційних програм за відповідними ознаками, оскільки саме назви є візитною карткою будь-якого мас-медійного дискурсу.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Питання структури заголовкових комплексів, класифікаційних ознак самих заголовків досліджувало багато науковців у різні часи: В. Здоровега [1], Е. Лазарева [4], В. Різун [9], О. Мелешенко [5], Л. Павлюк [6], І. Кочан [3], К. Серажим [10] та інші. Наша **мета** полягає в тому, щоб порівняти заголовкові комплекси відповідних інформаційних телевізійних програм провідних українських каналів, щоб підсумувати, якими є заголовки не тільки з погляду лінгвістичного, а й когнітивного.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування результатів дослідження. Можна по-різному класифікувати заголовкові комплекси: за типом, функцією, мовними ознаками тощо. Наприклад, Володимир Здоровега виокремлює такі заголовки:

- 1) інформаційний;
- 2) спонукально-наказовий;

- 3) проблемний;
- 4) констатуючо-описовий;
- 5) рекламно-інтригуючий.

Ми наразі не застосовуватимемо цієї класифікації для заголовків сюжетів “ТСН” і “СТБ”. Звернемо увагу на трансформовані фразеологізми як на один з найпоширеніших засобів стилістичного увиразнення заголовків. Також спробуємо довести, що заголовок — це не просто назва, а насамперед, за словами львівської дослідниці тексту і комунікації Людмили Павлюк, частина дискурсу й самостійний дискурс, окремий журналістський жанр, оскільки він (заголовок) “є не лише індексом авторської позиції, а й вказівкою на місце індивідуального дискурсу-твору у тематичному чи ідеологічному дискурсі-полі” [6, с. 26].

Отже, з’ясуємо когнітивно-лінгвістичні особливості сучасного заголовкового комплексу “Телевізійної служби новин”, який складається із власне заголовка, підзаголовка, анонсу. У телевізійному дискурсі найчастіше журналісти будують заголовки, застосовуючи трансформовані фразеологізми (адаптовані до потреб контексту форми передачі мудрості [6, с. 35]). Трансформація (латинське *transformation* — перетворення) — перетворення однієї синтаксичної конструкції на іншу.

Нагадаємо, що в мовознавстві всі фразеологічні одиниці можна поділяти, наприклад, за семантичною ознакою. Це — *прислів’я* (влучний образний вислів, часто ритмічний за будовою, який у стислій формі узагальнює, типізує різні явища життя [2, с. 1131]), *приказка* (поширений у мові влучний, часто римований вислів, близький до прислів’я, але без повчального змісту [2, с. 1117]), *літературна цитата* (німецьке *Zitat*, латинське *cito* — наводжу, проголошую) — точний, дослівний уривок з якого-небудь тексту [7, с. 122]), *афоризм* (грецьке *aphorismos* — визначення, вислів) — яка-небудь узагальнена думка, висловлена стисло в дуже виразній формі [2, с. 48]), *сентенція* (латинське *sententia* — думка, судження, вислів) — вислів повчального характеру, коротке напучення [2, с. 1307]), *максима* (латинське *maxima* — основне правило, принцип) — правило, основний принцип, яким керується людина у своїх діях та вчинках. // Стислий вислів етичного характеру. // Формула, що виражає якусь моральну вимогу, логічний чи етичний принцип [2, с. 639]), *парадокс* (грецьке *paradoxos* — несподіваний, дивний) — думка, судження, що різко розходиться зі звичайним, загальноприйнятим і суперечить (іноді тільки на перший погляд) тверезому глуздові [2, с. 884]), *ремінісценція* (латинське *reminiscentia* — спогад) — відгомін у художньому творі якихось мотивів, образів, деталей тощо з широковідомого твору іншого автора [2, с. 1212]), *крилатий вислів* (влучна словосполука, фраза літературного походження, що стисло й образно передають думку й стали загальноживаними [2, с. 586]). Переважно ці фразеологічні одиниці стали об’єктом зацікавлення журналістів “ТСН”, які часто використовували їх за допомогою різних способів трансформації як одну з частин заголовка.

Подаємо приклади таких заголовків-трансформованих фразеологізмів: “Не злим, тихим...” (09.03.) (про те, як депутати Верховної Ради декламували вірші Т. Шевченка); “Той, що дахи рве” (09.03.) (про смерч у штаті Оклахома); “Реве та стогне!” (27.03.) (про авто, які незаконно обладнані спеціальними сигналами); “Правда і кривда” (08.04.) (про державний переворот у Киргистані); “Прощавай, зброе” (про викрадення арсеналу зброї з приватного будинку) (26.03., 05.04., 13.04.); “Олімпійський сором” (про олімпійський імідж України)

(07.03); “Собаки не винні” (13.03) (про собачий “кримінал”); “Великі сподівання” (про українсько-російські відносини) (18.03.). У запропонованих заголовках актуалізовано назви або цитати з творів Т. Шевченка, Лесі Українки, М. Стельмаха, Е. Хемінгуей, М. Коцюбинського, Ч. Діккенса.

У заголовках “ТСН” деколи натрапляємо на використання як застарілої (“Комоїдиця” (комоїдиця — свято пробудження весни) (08.03.), “Збанкрутіла Еллада” (про страйки в Греції) (16.03.); “Лещатарський табір” (про катання на лижах) (18.03.), так і неологічної, точніше okazіональної лексики (“Дітко-бум” (про збільшення народжуваності серед українців) (13.02.), “Антитабачна хвиля” (про страйки з вимогою відставки Міністра освіти і науки України Д. Табачника) (16.03.); “Байконемо!” (про відкриття байкерського сезону в Києві) (17.04.), “Ошибана” (про мистецтво малювати рослинами)).

Інколи журналісти вдаються до використання в назві антонімічної пари для вираження різкого протиставлення: “Наші жертви чужої війни” (про теракт в Ізраїлі, який скоїла українка) (18.04).

Також натрапляємо на римовані заголовки, які привертають нашу увагу милозвучністю: “Обмін бази на газу” (про продовження терміну перебування російського флоту в Криму) (25.04), “Фонтани на майдані” (про функціонування фонтанів на майдані Незалежності в Києві) (27.04).

Переважно заголовковий дискурс “ТСН” охоплює словосполучення, однакові за морфологічним складом (заголовки здебільшого іменникові, дієслівні за стрижневим словом), за будовою (заголовки-словосполучення переважно прості, тобто складаються з двох слів), за типом зв’язку (між словами в назві спостерігаємо підрядний зв’язок; рідше слова поєднані в словосполучення сурядним зв’язком).

Негативною, на нашу думку, є тенденція до однотипних (у одному випуску три заголовки з однаковим головним словом: “Котяче свято”, “Спортивне свято”, “Шоколадне свято”) (07.03.) або навіть ідентичних заголовків “Прощавай, зброе” (26.03., 05.04., 13.04.).

Отже, ми проаналізували мовне наповнення заголовкового комплексу. Варто також з’ясувати його особливості на когнітивному рівні.

Позитивною є змістова спільність від сюжету до сюжету, від заголовка до заголовка: один телевізійний матеріал продовжує тему попереднього, одна назва доповнює іншу й допомагає розкрити її. Таким чином, можемо говорити і про зв’язність телевізійного дискурсу, і знову ж таки про заголовок як частину дискурсу і навіть окремий дискурс. З нього, як правило, впливає буттєвий контекст, який домінує над контекстом ситуації. Контекст (латинське *contextus* — з’єднання, зв’язок) — це семантично-прагматичне оточення фрагмента дискурсу, обставини формування тексту [6, с. 17]; головна ознака будь-якого дискурсу. Сюжети автори будуть так, що для повного розкриття теми обов’язково вдаються до історичних реалій. До прикладу, згадаймо авіакатастрофу 10 квітня під Смоленськом, в якій загинула польська еліта. Телевізійна служба новин в обідню пору вийшла в ефір зі спеціальним випуском новин. Він складався з п’яти сюжетів: “Президент загинув”, “8-й президент Польщі”, “Польща без Президента”, “Співчуття”, “Фатальний випадок”. Журналісти розкривали події 10 квітня у взаємодії з історичними фактами, згадуючи знову ж таки трагічні сторінки вбивства польських офіцерів під російською Катинню. Це формує в глядача цілісне бачення тієї чи тієї ситуації. Таким чином, реципієнт може самостійно

проаналізувати відповідні події, стати учасником чи навіть уже творцем телевізійного дискурсу.

Ще однією важливою особливістю заголовкового комплексу “ТСН” є те, що в ньому переважають слова з негативним забарвленням, що логічно впливає із сучасних українських і світових реалій. На слушну думку організатора проекту “Заголовок тижня” інформаційно-аналітичного центру “Publicity”, через соціальну й політичну напругу найближчим часом “у позитивних заголовків перспективи наразі нерадісні” [8].

Заголовковий комплекс інформаційної програми “Вікна-новини” на каналі “СТБ”, як і в “ТСН”, складається із власне заголовка, підзаголовка і анонсу. Ми виокремили такі найголовніші його ознаки:

1) власне заголовок тісно переплетений із підзаголовком, що є ознакою цілісності новинного дискурсу. Як правило, підзаголовок деталізує заголовок (“Вільне небо” — “Особливий доступ” (28.10) про будівництво в центрі Києва майданчика для перезидентського гелікоптера; “Право вибору” — “У наклад” (28.10) про друк бюлетнів для місцевих виборів в Одесі тощо);

2) заголовки переважно однакові за синтаксичними ознаками: вони іменникові або дієслівні за головним словом, побудовані підрядним зв’язком узгодження, а також складаються з двох слів, тому прості за будовою (“Управлінські навички” (24.10), “Закритий показ” (12.10), “Модельний ряд” (15.10), “Право вибору” (29.10) тощо);

3) журналісти “Вікон-новин” у назвах вдаються до нового стилістичного прийому, спеціально припускаючись різних помилок. Це також один із способів увиразнити заголовок і актуалізувати увагу глядача на сюжеті (“Привед, медвед!” (28.10), “Смашного!” (29.10));

4) головною особливістю заголовкового комплексу є його мовне оформлення, яке адаптоване до “Проекту українського правопису” (“Євро 2012” (06.10); “Важкий б’юджет” (11.10), “Соціальний проєкт” (04.10), “День толерантності” (04.10).

Наголосімо на тому, що ці правописні зміни наразі не набули чинності. Отже, де-юре ми не можемо послуговуватися ними в інформаційному просторі, але де-факто вони вже звучать в українському ефірі, бачимо їх на шпальтах друкованих видань. Канал “СТБ” активно послуговується правописними змінами небезпідставно. Журналісти покликаються на авторитет Інституту української мови Національної академії наук України, який разом з телеканалом “СТБ” видав книгу “PROMOVA, або Де ми помиляємося” [11], де всі ці зміни докладно потлумачено.

Висновки. Заголовкові комплекси інформаційних сюжетів “ТСН” і “Вікон-новин” провідних телевізійних каналів “1+1” і “СТБ” з погляду лінгвістичного майже не відрізняються. Вони однакові за синтаксичними ознаками. Але, на нашу думку, заголовки “ТСН” виграють перед заголовками “Вікон-новин” лексико-фразеологічним різноманіттям. У “Телевізійній службі новин” назви більше образні, дотепні, з цікавою грою слів. З когнітивного погляду заголовкові комплекси двох телевізійних каналів цілісні, взаємопов’язані, що дає підстави говорити про заголовок не тільки як про важливий елемент тексту з номінативною функцією, але й як про самостійний дискурс.

1. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творості / Володимир Йосипович Здоровега. — Львів : ПАІС, 2004. — 268 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. — К., Ірпінь : ВТФ “Перун”, 2007. — 1736 с.
3. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту / Ірина Миколаївна Кочан. — К.: Знання, 2008. — 423 с.
4. Лазарева Э. А. Заголовок в газете / Э. А. Лазарева. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2004. — 84 с.
5. Мелешенко О. Який газетний заголовок кращий — “радянський”, “американський” чи “український”? / Олександр Мелешенко // Вісн. Київ. ун-ту ім. Т. Шевченка. Сер. Журналістика. — К., 1997. — Вип. 4.
6. Павлюк Л. С. Текст і комунікація: Основи дискурсного аналізу / Людмила Степанівна Павлюк. — Львів : ПАІС, 2009. — 76 с.
7. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови / Олександр Данилович Пономарів. — Тернопіль : Навч. книга — Богдан, 2000. — 248 с.
8. Про що говорять заголовки // Дзеркало тижня. — 2010. — 19 верес.
9. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручн. для студ. галузі 0303 “журналістика та інформація” / Володимир Володимирович Різун. — К.: Просвіта, 2008. — 260 с.
10. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище : методологія, архітектоніка, варіативність / Катерина Степанівна Серажим. — К. : Видавн. ц-р “Київський університет”, 2002. — 392 с.
11. ПРОМОБА, або Де ми помиляємося / [відп. ред. К. Г. Городенська, В. Л. Кабак]. — К. : Стандарт, 2006. — 99 с.

**TITLE COMPLEXES OF NEWS ITEMS FOR “TSN” OF “1+1” CHANNEL
AND “VIKNA-NOVYNY” OF “STB” CHANNEL: COMPARATIVE ASPECT**

Andrij Yatsenko

Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
E-mail: andrij-jacenko@i.ua

The article deals with the comparison of title complexes of news items of “TSN” that goes on the air daily on the “1+1” channel, and information program “Vikna-Novyny” that goes on the air on the “STB” channel from Tuesday till Friday. The titles are emphasized, for they are the most essential components of any journalistic material, the visit card of the journalist that introduces him to the audience.

Key words: title, title complex, title discourse, “1+1” channel, “STB” channel, “TSN”, “Vikna-Novyny”.

**ЗАГОЛОВОЧНЫЙ ДИСКУРС НОВОСТЕЙ “1+1”, “СТБ”:
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ****Андрей Яценко**Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. Генерала Чупрынки, 49, 79044, Львов, Украина**E-mail:** andrij-jacenko@i.ua

В этой статье мы сравнили заголовочный комплекс сюжетов “Телевизионной службы новостей”, которая ежедневно выходит в эфир на канале “1+1”, и информационной программы “Окна-новости”, которая выходит в эфир на канале “СТБ” с понедельника по пятницу. Обращено наше внимание именно на названиях, поскольку они — очень важный компонент любого журналистского материала, его визитная карточка, с которой начинает знакомиться зритель.

Ключевые слова: заголовок, заголовочный комплекс, дискурс, канал “1+1”, канал “СТБ”, “ТСН”, “Окна-новости”.

Стаття надійшла до редколегії 08.09.2011

Прийнята до друку 26.09.2011