



*Тур О. М., д-р наук із соц. комунікацій, доц.,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук*

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ У ГАЗЕТИ «КРЕМЕНЧУЦЬКІ НОВИНИ»

У лютому 2020 р. вийшов перший номер газети «Кременчуцькі новини». Це безкоштовна щотижнева кольорова газета на 16 сторінках, наклад якої – 44 тисячі примірників. Редакторський колектив – група молодих амбітних журналістів, які для свого «дітища» обрали такий салоган: «Головна газета твого міста». Дійно, кременчужани оцінили видання як корисне та цікаве, що містить мінімум політики та максимум потрібної для містян інформації. Редакторський колектив започаткував такі актуальні рубрики: про заробітну плату, пенсії, субсидії, тлумачення юридичних питань, екологічний стан міста, стан води у Кременчуці тощо. Фотоконкурс спрямований на діалог між газетою та читачем.

Газетний заголовок цікавить дослідників в аспекті багатьох актуальних лінгвістичних проблем, серед яких на окрему увагу заслуговують їхні стилістичні особливості. У сучасних наукових працях проблема заголовків газетних матеріалів висвітлювалася по-різному: з погляду їхньої структури, синтаксичної природи, функціонального розвитку, семантики, стилю, прояву законів заощадження мовних засобів тощо. Попри те, що журналістами накопичено багатий досвід творення заголовків, у лінгвістиці все ж відчувається брак належної інтерпретації заголовка. У науковій літературі заголовки вивчали переважно у плані синтаксично-композиційної структури; менше уваги приділяли дослідженню лексико-семантичних, експресивно-емоційних та естетичних особливостей назв журналістських матеріалів. У науковій літературі репрезентовано спроби вчених систематизувати напрацьовані матеріали (О. П. Безсонова, С. М. Гуревич, В. Ф. Іванов, О. Н. Кулаков, Е. О. Лазарева, І. П. Лисакова, І. Л. Михайлин, Д. М. Прилюк, В. В. Різун, О. О. Тертичний, М. С. Тимошик, Є. В. Толкачов, В. Е. Шевченко та ін.), проте проблема газетних назв донині залишається малодослідженою [1, с. 233].

Сучасний український дослідник В. Й. Здоровега за змістовим наповненням виділяє такі типи заголовків: інформаційний, спонукально-наказовий, проблемний, констатуючо-описовий, рекламно-інтригуючий [2, с. 108–109].

Інформаційні заголовки найчастіше використовуються в подієвій інформації: «У Кременчуці смерділо, але підстав для виїзду спецлабораторії не виявилось», «АвтоКрАЗ» працює над випуском електромобілів». Можемо стверджувати, що в газеті «Кременчуцькі новини» на перших шпальтах переважають інформаційні заголовки: «Триває реконструкція мосту через Сулу», «„АвтоКрАЗ” залучає 115-мільйонний кредит», «Сьогодні відзначається День туризму», «Кабмін заборонив ввозити секонд-хенд до України» та інші.

Спонукально-наказовий різновид заголовків досить поширений в сучасній журналістиці: «Дізнайтесь про організацію навчального року!», «Не пали, а компостуй!», «Приходьте до ЦНАПу!». Є певна кількість окличних заголовків: «Шановні працівники машинобудівної галузі!», «До уваги водіїв!», «Шановні жителі та гості міста!» тощо.

Проблемні заголовки стилістично можуть бути виражені у формі питального речення: «Як відпочивати на воді безпечно?», «Третя хвиля коронавірусу. Коли вона прийде і як врятуватися?», «Як правильно заморозити фрукти та овочі на зиму?», «Як врятуватися від спеки?». Проте є і проблемні заголовки, виражені розповідним реченням: «Як торговці людьми втягують підлітків у злочин».

На нашу думку, патріотичними за семантикою варто вважати заголовки: «Вогнеборці Кременчука рятують Грецію від масштабних пожеж», «У Кременчуці на Дніпрі планують встановити новий Рекорд України?». Як бачимо, тут порушуються важливі суспільні проблеми.

У матеріалах прослідковується патріотична позиція тижневика «Кременчуцькі новини». Отже, газета показує свою небайдужість до проблем регіонального та державного масштабу.

За нашими спостереженнями, досить часто трапляється констатуючо-описовий різновид заголовка: «Частина Раківки залишилася без холодної води», «Близько 500 кременчужан вакцинували минулого тижня», «Шахрай „розвів” мешканку Горішніх Плавнів», «На Молодіжному побили 17-річного хлопця» тощо.

Рекламно-інтригуючий заголовок націлений на створення певного елемента загадковості, інтриги, навіть сенсаційності: «Сусідські війни у Кременчуці», «Холод дограється...», «Яка доля чекає на Кременчуцький військовий ліцей», «Двоє на одного».

На шпальтах газети «Кременчуцькі новини» трапляються також заголовки змішаного типу. Зокрема до інформаційно-констатуючих можна зарахувати такі: «Начальник поліції Полтавської області стане головним поліцейським в Києві», «Укрпошта на Полтавщині втілюватиме проєкт пересувних відділень поштового зв'язку» та ін.

Проблемно-інформаційними є такі заголовки: «У спорткомплексі в Полтаві успішно випробували гідроізоляцію басейнів», «Нічого конкретного про закупівлю 5 дизель-поїздів вагонобудівникам Кременчука під час візиту Міністра інфраструктури не повідомили» та інші.

Нерозривний зв'язок заголовка та змісту газетного матеріалу часто розкривається через взаємодію різних прийомів okazіонального перетворення фразеологічних одиниць: «Кременчужани вказують на безлад прямо під носом у мера», «Скільки разів прилітав лелека до кременчужан у липні».

Отже, проаналізувавши заголовки щотижневика «Кременчуцькі новини», ми дійшли висновку, що вони представлені різними типами, виконують при цьому функції, спрямовані на формування масової свідомості, а також прищеплення моральних, естетичних, патріотичних якостей. Заголовок координується із семантикою тексту, є домінантою, яка утворює в журналістському творі смислову єдність усіх ознак і функцій. Він виступає невід'ємною частиною композиційної структури тексту. Назви матеріалів вказують на те, що тексти розраховані на широку читацьку аудиторію, оскільки теми публікацій є актуальними і не залишають байдужими різні вікові категорії. Отже, вибір заголовка цілком закономірно залежить від інформації, представленої в тексті, і проблематики, яка в ньому порушується [1, с. 236–237].

Список використаних джерел

1. Микитів Г. В., Попруга Т. В. Інтерпретація газетних заголовків у сучасному інформаційному просторі. *Вісник Запорізького національного університету*. 2010. № 1. С. 233–237.
2. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. Львів: ПАІС, 2004. 268 с.