

Міністерство освіти і науки України

Державний заклад
«Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка»

Присвячується 10-річчю кафедри
журналістики та видавничої справи

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ: ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ, РЕГІОНАЛЬНИЙ ДИСКУРС

Збірник наукових праць



Рівне – 2015

УДК 316.26
ББК 71.063.14
С 69

*Друкується за рішенням Ученої ради Державного закладу
«Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»
(протокол №4 від 27 листопада 2015 р.)*

Рецензенти:

Бутиріна М. В. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри реклами і зв'язків з громадськістю Дніпропетровського національного університету ім. Олеса Гончара;

Безчотнікова С. В. – доктор філологічних наук, професор кафедри соціальних комунікацій Маріупольського державного університету;

Пономаренко Л. Г. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри видавничої справи та редагування Класичного приватного університету (м. Запоріжжя).

С 69 Соціальні комунікації: теорія, історія, регіональний дискурс: науковий збірник / Редкол.: В. М. Галич (гол. ред.), К. М. Ульянова (заст. гол. ред), О. С. Куцевська, Ю. Є. Соловійова, Н. Є. Манич. Передм. К. М. Ульянової. – Рівне: О. Зень, 2015. – 232 с.

ISBN 978-617-601-128-6

У збірнику оприлюднено результати наукової роботи професорсько-викладацького колективу кафедри журналістики та видавничої справи, а також діяльності дослідницьких лабораторій аспірантів, магістрантів та студентів над кафедральною темою «Соціальні комунікації: теорія, історія, регіональний дискурс», яка реалізується в декількох напрямках: вивчення концептуальних засад регіональної та всеукраїнської журналістики в просторі соціальних комунікацій; теоретичні пошуки та соціальні ефекти у видавничій справі та редагуванні; дослідження сучасних підходів та технологій у рекламній комунікації.

Для науковців, викладачів, докторантів, аспірантів, студентів та працівників ЗМІ.

ISBN 978-617-601-128-6

УДК 316.26
ББК 71.063.14

©ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2015



**Соловйова Юлія Євгеніївна,
кандидат наук із соціаль-
них комунікацій, старший
викладач**

СТРУКТУРНО- СЕМАНТИЧНІ ТИПИ ЗАГОЛОВКІВ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ

Заголовок як структурний компонент і репрезентант журналістського твору становить значний інтерес для наукового дослідження. Активне вивчення тексту як комунікативної системи, що спостерігається останнім часом, включає й аналіз такого його складника, як хрематонім. Поліфонічність функцій, структурні моделі, семантичні типи, експліцитні або імпліцитні відношення в системі «заголовок – текст», скомпресована форма вираження текстової інформації – ті ознаки заголовка, що сприяють фокусуванню уваги реципієнта на друкованому матеріалі й від яких залежить його прочитання.

Домінування документальної (реальної) основи інформації в поєднанні з художньою (емоційно-образною) системою відображення у творах письменницької публіцистики вимагає від авторів і особливої майстерності, лаконічності й

влучності під час творення хрематонімів. Ураховуючи вплив публіцистики на думку соціуму, її намагання зацікавити адресата певною проблемою й сприяти формуванню в нього схожих із публіцистом оцінних позицій і поглядів, заголовки як «опорна точка» [10, с. 193] змісту тексту вже на етапі споглядання назви повинна привертати увагу й спонукати реципієнта до ознайомлення з твором. У цьому ж полягає й прагматична спрямованість хрематоніма.

У численних дослідженнях заголовки розглядається в різних напрямках. Структурно-семантичні, функціонально-стилістичні особливості заголовків вивчали: газетних – І. Артамонова, М. Бахарєв, Х. Дацишин, А. Дубова, А. Загнітко, А. Коваленко, Л. Коробова, М. Луценко, В. Погребенков, А. Попов, А. Сафонов, О. Сибиренко-Ставроян, Л. Солodka, С. Хомінський; художніх – Л. Грицюк, Т. Желтоногова, Н. Кожина, С. Козлов, М. Челецька. Співвідношення семантики хрематоніма й тексту, актуалізацію елементів тексту в заголовку аналізували І. Гальперін, В. Ільченко, Н. Кожина, О. Кулініч, Г. Пранцова, А. Сафонов, І. Стем. Прагматична спрямованість заголовка описана в працях Т. ван Дейка, А. Негришева, І. Рудницької. Інтертекстуальність хрематонімів досліджували А. Євграфова, О. Рябініна, графічні заголовки та їх візуальне зображення – В. Ворошилов.

На особливу увагу заслуговують намагання науковців розробити класифікацію заголовків, унести корективи до вже існуючих парадигм (В. Галич, Л. Грицюк, Л. Каніболоцька, А. Коваленко, Е. Лазарева, А. Попов, Г. Пранцова та Г. Сазонова, В. Різун, А. Сафонов та ін.).

Метою статті є комплексний аналіз заголовків публіцистичних текстів обраних нами письменників із урахуванням їх семантичних типів, структурної організації, функціонального призначення, засобів вираження й комунікативно-прагматичного потенціалу. У публіцистичних творах, зважаючи на їх підсилену зверненість до реципієнта, вплив на сприйняття пропонованої інформації й формування суспільної думки навколо соціальних рішень, заголовкові належить особлива роль у процесі зацікавлення адресата й формування в нього оцінних характеристик.

Джерельну базу нашої наукової розвідки становлять публіцистичні тексти О. Гончара, І. Драча, П. Мовчана, Ю. Мушкетика, Б. Олійника, Д. Павличка й В. Яворівського, надруковані в періодиці кін. ХХ – поч. ХХІ ст., а також представлені в їхніх книгах. Відсутність досліджень заголовкової системи публіцистичних текстів зазначених вище постатей посилює актуальність нашої наукової студії.

Для зручнішого й компактнішого опису заголовків текстів письменників-публіцистів зазначатимемо тільки перші літери їх імен і прізвищ (Олесь Гончар – ОГ, І. Драч – ІД, П. Мовчан – ПМ, Ю. Мушкетик – ЮМ, Б. Олійник – БО, Д. Павличко – ДП, В. Яворівський – ВЯ).

Спираючись на теоретичні напрацювання науковців і беручи до уваги специфіку журналістського твору, спробуємо дослідити класифікаційні особливості заголовків публіцистичних творів вищезазначених письменників. Так, за принципом актуального членування речення І. Рудницька, В. Галич виділяють дирему як тип заголовка, у якому перша частина – це тема, друга – рема. Серед назв текстів, досліджуваних нами, до таких відносимо: «Геноцид України – виклик ХХ століття» (ІД), «Україна – в центрі Європи!» (ІД), «Культура – це грядуще нації» (БО), «Мова – це голос народу» (БО), «Моя позиція: порядок і справедливість» (ПМ), «Мислеобраз у нас один: вільна Україна!» (ПМ), «Вижити – і жити!» (ДП), «Братерство – це справедливість» (ДП), «Третя світова – Чорнобильська» (ВЯ), «Рух – це союзник оновлення» (ВЯ), «Нашій мові – жити!» (ОГ).

Заголовок може становити собою тему або рему висловлювання. Дослідженням цих особливостей хрема-тоніма як комунікативної одиниці займалися В. Галич, Г. Пранцова й Г. Сазонова, А. Сафонов. Так, Г. Пранцова й Г. Сазонова виокремлюють заголовки, пов'язані зі змістом тексту (заголовки-теми) й такі, що виражають основну думку тексту, ідею (заголовки-реми), та «художні» заголовки (назви-метафори, назви-антитези, назви-оксиморони) [9, с. 33]. Ураховуючи певні зауваження В. Галич щодо такого поділу, що ґрунтується на різних оцінних рівнях хрема-тоніма – функціональному й образного вираження [1, с. 607], проаналізуємо досліджувані нами назви публіцистичних текстів.

Заголовки-теми називають: а) персонаж («Про А. М. Зленка» (ДП), «Іван Виговський» (ДП); б) простір, місце дії: («На Майдані» (ВЯ), «Україна і світ» (ДП), «Вступне слово на ІХ з'їзді письменників України» (ОГ); в) час дії («Той, тридцять третій...» (ОГ), «П'ять років гласності» (ДП); г) подію, явище: «Інтелігенція і вибори» (ІД), «Свято рідної мови» (ДП), «Гігантоманія» (ВЯ), «Свято українського прапора» (ДП), «Свято Соборності України» (ДП) тощо.

Заголовки-реми характеризують: а) особу («Воїстину народний» (БО), «Енергія таланту» (ОГ), «Вічний громадянин лемківського села Новиці» (ДП); б) подію, явище («Дзвони Чорнобиля» (ОГ), «Випробування істиною» (БО), «Я весь пішов у політику» (ВЯ), «Україна виходить з безодні» (ДП); в) стан («Криза духу» (ЮМ). Містять: а) проблеми («Чи можна нам сьогодні укласти Союзний договір?» (ЮМ), «Зайняти місце, що належить нам історично» (БО), «Потрібно відійти від економічної прірви» (ІД); б) висновки й повчання («Час прозріння настав» (ІД), «Будемо рівними серед рівних» (ІД), «Без мови немає народу» (ЮМ), «Більше совісті, людяності, більше правди в усьому» (ОГ), «Україна є, Україна буде!» (ДП).

Знайомство з текстом починається з прочитання хрематоніма, який має закріплену щодо нього позицію. Заголовок відкриває текст, у скомпресованій формі передає його зміст і має певну самостійність, виступаючи як міні-текст. Водночас хрематонім є невід'ємним структурно-семантичним елементом тексту, який у поєднанні з іншими компонентами твору становить його архітекtonіку [6, с. 3]. Заголовок має свого роду два різноспрямовані вектори – зовнішній і внутрішній. Перший презентує текст, а другий заглиблює в нього. Беручи це до уваги, простежимо види зв'язку в системі «заголовок – текст».

Існують експліцитна та імпліцитна форми зв'язку. Прямо вираженим є зв'язок між хрематонімом і текстом у таких публіцистичних творах: «Інтелігенція і вибори» (ІД), «Берегти Українську державу» (ІД), «Реальність української єдності» (ІД), «Вимагаю створити Комітет захисту української мови» (БО), «Не всім до вподоби наша незалежність» (БО), «Культура і суверенітет» (ОГ), «Нашій мові – жити!» (ОГ), «Криза духу» (ЮМ), «Я вибрав демо-

кратію» (ПМ), «Про Гуцульщину» (ДП), «Сучасні проблеми України» (ДП), «Україна в Європі» (ДП), «Гігантоманія» (ВЯ) тощо.

За словами дослідниці заголовків художніх текстів Н. Кожинної, основним засобом вираження експліцитного зв'язку є дистантний повтор – повторення елементів хремотоніма напочатку, всередині або наприкінці тексту [5, с. 169–170]. Експліцитний повтор у тексті може зустрічатись як один, так і багато разів. У публіцистиці письменників частіше спостерігається однократне повторення «експліцитної лінгвістичної вказівки [5, с. 171]». Зокрема, в інтерв'ю «Народній газеті», що мало назву «Берегти Українську державу» (1995), І. Драч, відповідаючи на запитання інтерв'юера, говорить: «Закликаю берегти Українську державу. Це наш найбільший здобуток, на який ми спромоглися три роки тому. За всіх «накладних витрат» і наших претензій до керівних структур держави маємо думати про основне й, полишивши чвари, все зробити, щоб була Українська держава, – й тоді зможемо згодом виплекати справжню демократію, вибудувати себе як сильну, повноцінну націю, яка здатна забезпечити собі гідне життя [3, с. 107]». У цьому прикладі лінгвістична вказівка експліцитного зв'язку знаходиться наприкінці тексту (т. зв. «рамковий повтор»), і така її позиція є домінуючою в структурі публіцистичних текстів письменників. Протягом усього матеріалу автор ніби підводить адресата до головного висловлювання, у якому сконденсована сила й впливовість публіцистичного слова.

Менш характерним є розташування дистантного повтору всередині тексту. Так, Ю. Мушкетик, розмірковуючи в 1990 р. після поїздки до Малайзії над нашими та їхніми реаліями суспільно-політичного й економічного життя, констатував поразки не тільки в економічній площині, але й на національному рівні, на терені духу. Усередині статті він писав: «Я сказав би – криза духу. Криза віри. В перші пореволюційні роки ми жили набагато бідніше, в повоєнні також, але й тоді, після війни, віра не була розтрачена, багатьма людьми рухав ентузіазм, живив їхні тіло і душу. Нині віра на мірній лінійці сягнула найнижчих поділок. Криза ідей, а від неї і криза духу поширилися по всьому світу. Великою мірою породили її ми [7, с. 5]». Хремотонім цієї статті «Криза духу».

Наприкінці тексту лінгвістична вказівка експліцитного зв'язку між заголовком і текстом у проаналізованих нами публіцистичних зразках письменників зустрічається рідко.

Наступна форма зв'язку – імпліцитна, яка дозволяє розкодовувати зміст тексту тільки після його прочитання. Наприклад: «Криниці моралі та духовна посуха» (БО), «І все ж – розвидняється» (ОГ), «Останній притулок свободи» (ІД), «Коріння – у віках, крона – у майбутті» (ПМ), «Подорож в окопи» (ДП), «Три Європи» (ДП), «Оглянься з осені в кінці століття» (ВЯ), «Що ж ми за народ такий?» (ВЯ). При такій формі зв'язку хрематонім має глибшу семантику: виступає символом і колоритним носієм інтертекстуального змісту; становить собою метафору; семантика заголовка й тексту можуть протиставлятися, що призводить до їх зіткнення у свідомості читача й породження нових відношень [5, с. 171-172]. Крім зазначеного, ми помітили, що хрематоніми публіцистичних текстів державотворчого змісту позначені інтертекстуальністю, заснованій на семантичних перегуках із міфопоетичними та біблійними образами, крилатими висловами, цитатами з художніх творів, фразеологізмами. Заголовкова інтертекстуальність, виконуючи інформаційну, рекламну й впливогенну функції, покликана зацікавити реципієнта публіцистичним твором, налаштувати його на інтелектуальне сприйняття тексту, заінтригувати, задіяти емоційно-експресивну сферу читача й викликати в нього бажання розкодувати підтекст запропонованого матеріалу, підсвідомо звернувшись до первинного джерела.

Вагомим у дослідженні заголовків публіцистичних текстів письменників є вивчення їх образного наповнення. Зважаючи на мовну майстерність кожного з митців, досконале володіння словом і наявність художнього відображення в публіцистиці, її тенденцію до творення оригінальних хрематонімів, які б могли зацікавити реципієнта, простежимо на образно-семантичному рівні особливості заголовків текстів письменників-публіцистів. Науковець Л. Грицюк, аналізуючи хрематоніми поетичних творів, в основу класифікації поклала «діалектичну єдність знакової й образної засад у заголовку [2, с. 51]». Використовуючи знаково-образний принцип, дослідниця виокремлює заголовки-індикатори, заголовки-образи й заголовки-символи [2, с. 51-52]. З них перший тип має найнижчий рівень образності, і в процесі спри-

йняття тексту зміст заголовка не змінюється. Хремотоніми другого типу представлені тропами й мають високий ступінь образності. Заголовки-символи характеризуються найвищою образністю й переважанням підтекстового значення хремотоніма [2, с. 52-55]. В. Галич у запропоновану класифікацію вносить певні корективи. Наголошуючи, що всі хремотоніми виступають індикаторами змісту твору, дослідниця заголовоків публіцистичних текстів пропонує за ступенем вияву образності поділяти заголовки на номінативні й заголовки-образи [1, с. 609].

Номінативними є такі хремотоніми: «Право на критику» (БО), «Культура і суверенітет» (ОГ), «Доповідь І. Драча», «Про незалежність, якої ще немає» (ІД), «Україна і світ» (ДП), «Розмова Ендрю Тейлора з Дмитром Павличком», «Про національну безпеку» (ДП), «Україна, Польща, Німеччина» (ДП), «Просвіта» і національна ідея» (ПМ), «Зі співповіді П. Мовчана», «Виступ Ю. Мушкетика».

Значно більше хремотонімів належить до другої групи, серед яких виділяємо: заголовки-метафори – «Випробування словом» (БО), «Криниці моралі та духовна посуха» (БО), «Жива сув'язь поколінь» (ОГ), «Час прозріння настав» (ІД), «Простір, напоєний словом» (ПМ), «Допоможе невмируще слово» (ПМ), «Перед лицем історії» (ЮМ); заголовки-метонімії – «Україна стукає у двері європейського дому» (ДП), «Читаючи Бориса Олійника» (ОГ); заголовки-синекдохи – «Прихилимо одне до одного свої серця» (ДП), «Наш народ встає з колін» (ДП), «Подаймо один одному добру думку і добре серце» (ДП), «Весь у політиці» (ВЯ); заголовки-перифрази – «Світочі українсько-польського єднання» (ДП), «Творчий неспокій дипломата» (ДП), «Польський геній – пророк України» (ДП), «Різдвяне слово вразливого автора» (ОГ); заголовки-символи – «Дзвони Чорнобиля» (ОГ), «Чорнобильський хрест» (ВЯ).

Оригінальний хремотонім є засобом зацікавлення реципієнта, він «змушує» прочитати публікацію. Майстерність автора полягає у творенні заголовка за допомогою вдалого використання лексико-фразеологічних, стилістико-синтаксичних можливостей мови, які підсилюють і увиразнюють функціональне навантаження заголовка. Учені В. Ільченко, Е. Лазарева, А. Сафонов у своїх наукових розвідках приділяють увагу «актуалізаторам» газетних хремотонімів (В. Ільченко), засобам підвищення їх виразності. Так,

А. Сафонов, говорячи про лексико-фразеологічні прийоми підсилення змістового навантаження заголовка, слушно наголошує на спланованому журналістом «порушенні прийнятого способу висловлювання, <...> введені в заголовок «неочікуваних» слів, що мають мінімальну передбачуваність, а також в оновленні стійких сполук шляхом структурно-семантичної трансформації [11, с. 216]».

Серед лексико-фразеологічних засобів актуалізації хремотонімів власних публіцистичних текстів Олесь Гончар, І. Драч, П. Мовчан, Ю. Мушкетик, Б. Олійник, Д. Павличко й В. Яворівський часто використовують антонімію. З її допомогою створюється контрастність думки, показуються зіткнення понять і позицій, протиріччя, покладені в основу публікації. Вживання слів-антонімів підсилює комунікативно-прагматичний потенціал заголовка. Такими прикладами є: «Віра проти безвір'я» (БО), «Закон про мову та беззаконня» (ПМ), «Свобода зовнішня і внутрішня» (ПМ). Контекстуальні антоніми є яскравим виявом індивідуального стилю митця: «Криниці моралі та духовна посуха» (БО), «Коріння – у віках, крона – у майбутті» (ПМ), «З москалями чи з ляхами?» (ДП).

Як до засобу підвищення виразності заголовка вдаються письменники-публіцисти й до метафори: «Випробування істиною» (БО), «Геноцид України – виклик ХХ століття» (ІД), «Ми стоїмо на порозі великих духовних зрушень» (ДП), «Хай живе чиста і здорова українська земля!» (ДП) тощо.

Ще одним засобом привертання уваги реципієнта є фразеологізми – джерела емоційного наповнення й експресивного забарвлення публікації. Вони можуть як у незміненому вигляді входити до складу заголовка – «Кравчук з Плющем не поб'ють горшки, бо між ними стоїть Кучма» (ІД), так і зазнавати різних трансформацій. Зокрема, назва інтерв'ю Д. Павличка «Як гриб у політичному борщі» зазнала змін унаслідок розширення фразеологічної одиниці «як гриб у борщі» за рахунок додавання нового компонента – прикметника «політичний» у формі давального відмінка. Така трансформація не тільки підвищила комунікативність хремотоніма, але й конкретизувала сам фразеологізм, наблизивши його до змісту друкованого матеріалу.

Прикладом заголовка-парадокса є назва статті Б. Олійника «Пишучи «сало» із заголовної». Такий несподіваний хремотонім

викликає зацікавлення читача порушенням звичного стану речей – написанням загальної назви з великої літери.

Задля актуалізації заголовка використовують письменники-публіцисти й різні вияви інтертекстуальності: цитати, ремінісценції, алюзії. Це свого роду інтелектуальна гра з читачем, побудована на впізнаванні вкраплень чужих текстів. Чим вищий рівень знань у реципієнта, тим глибше сприйняття й розуміння семантики заголовка, його зв'язку зі змістом твору.

Так, хрематонім Олесь Гончара «То звідки ж явилась «звізда Полин?» є алюзією на біблійний текст. В Об'явленні св. Івана Богослова читаємо: «... засурмив третій Ангол, – і велика зоря спала з неба, палаючи, як смолоскип. І спала вона на третину річок та на водні джерела. А ймення зорі тій Полин. І стала третина води, як полин, і багато людей повмирали з води, бо згіркла вона... [8, с. 285]». Оскільки трав'яниста рослина чорнобиль є різновидом полину, письменник підібрав вдалу семантично ємну назву до свого виступу, присвяченого страшній трагедії на ЧАЕС, розшифрувавши біблійне пророцтво.

Наступними є заголовки, елементом інтертекстуальності яких є ремінісценції художніх творів. До таких належать хрематоніми текстів Д. Павличка «Спільні кайдани треба разом рвати» й «Життя не може бути вишите тільки червоними нитками». Після прочитання першого пригадується «Заповіт» Т. Шевченка, другого – «Два кольори» Д. Павличка.

Цитатою з поезії Лесі Українки «Слово, чому ти не твердая криця...» є заголовок інтерв'ю П. Мовчана кореспондентові М. Литвіну «Слово, моя ти єдина зброе!».

Також більш семантично навантаженими й виразними для сприйняття адресатом стають заголовки, до складу яких входять «актуалізатори». За основу візьмемо визначення В. Ільченка: «Актуалізатор – це власна чи загальна назва предмета або ознака предмета, які встановлюють зв'язки заголовка з конкретними реаліями (особою, місцем, часовим проміжком, етносом, професією, кількісними вимірами чогось, унікальною подією тощо) [4, с. 172]».

Такими актуалізаторами можуть виступати: власні назви («Дзвони Чорнобиля» (ОГ), «Великдень у Харкові» (ДП); дати, часові проміжки: «Той, тридцять третій» (ОГ), «П'ять років глас-

ності» (ДП); небезпечні явища, джерела загрози: «Чорнобиль. Третій ядерний удар» (БО), «Третя світова – Чорнобильська» (ВЯ); присвійні займенники: «Нашій мові – жити!» (ОГ), «Наш порятунок у духовній стійкості» (ПМ).

Зробити хрематонім виразнішим, емоційнішим допомагає й синтаксична актуалізація, яка, за словами А. Сафонова, «виявляється в пристосуванні синтаксичної структури речення-заголовка до конкретної комунікативної мети цього висловлювання, у вияві в мові різноманітних мовних опозицій [11, с. 206]». До синтаксичних засобів підвищення виразності хрематоніма відносимо: заголовки-антитези («Бог не в силі, а в правді» (ПМ), «Фронт єдності, а не розколу» (ДП); заголовки-інверсії: («Слава Україні, незалежній, соборній» (ОГ), «Свобода зовнішня і внутрішня» (ПМ), «Початок праці великої» (ДП), «Нам пора для України жити» (ДП); заголовки-риторичні оклики: («Єдність – понад усе!» (ОГ), «Я вибрав демократію!» (ПМ), «Була, є і буде!» (ПМ); заголовки-риторичні питання: («За чийм сценарієм?» (ДП), «Європейська конфедерація?» (ДП), «Що ж ми за народ такий?» (ВЯ); заголовки-еліпсиси: («Україна – в центрі Європи!» (ІД), «Уважному читачеві – на роздум» (ОГ), «Український дух – у державності» (ДП); заголовки-парцельовані конструкції («Прилучення до Європи? Ми завжди до неї належали!» (ДП).

Ураховуючи те, що публіцистична творчість обраних нами письменників просякнута ідеями становлення й утвердження незалежної України, спробуємо запропонувати власний розподіл заголовків їх творів за *державотворчим змістом*. Отже, хрематоніми публіцистичних творів письменників: 1) *окреслюють загальні реалії державотворення* («Відчувши себе суверенними» (ОГ), «Інтелігенція і вибори» (ІД), «Криза духу» (ЮМ), «Україна – десять років незалежності» (ДП); 2) *вказують на конкретні проблеми державотворчого характеру: національну* («Національна консолідація історично неминуча» (ІД), «Національна гідність. І – національне надбання» (БО), «Українська національна ідея» (ДП), *мовну* («Нашій мові – жити!» (ОГ), «Рідній мові – шану всенародну» (ОГ), «Слово, моя ти єдина зброє!» (ПМ), «Без мови немає народу» (ЮМ), «Мова – це голос народу» (БО), *соціокультурну* («Чим засіяне інформаційне поле?» (ПМ), «Джерела вічної

мудрості» (БО), «Культура – це грядуще нації» (БО), *екологічну* («Дзвони Чорнобиля» (ОГ), «Чорнобиль. Третій ядерний удар» (БО), «Чорнобильський хрест» (ВЯ), *зовнішньої інтеграції* («Нас потребує Центральна Європа» (ДП), «Україна в Європі» (ДП); 3) *відображають громадянську позицію письменника-публіциста* («Сприймаю народні болі і проблеми як свої власні» (ІД), «Мене цікавить виключно Україна» (ПМ), «Я весь пішов у політику» (ВЯ); 4) *містять повчання, спонукання до дії* («Будьмо на висоті» (ОГ), «Єдність – понад усе!» (ОГ), «Будуймо стратегічне партнерство» (ДП), «Єднаймося під одним прапором!» (ДП).

Таким чином, заголовок є невід’ємним, постійним елементом архітектоники публіцистичних текстів Олеся Гончара, І. Драча, П. Мовчана, Ю. Мушкетика, Б. Олійника, Д. Павличка й В. Яворівського. Наголошуючи в конденсованій формі на актуальних проблемах, важливих на шляху поступального розвитку України, заголовки увиразнюють державотворчий зміст публіцистичних творів письменників. Існуючі класифікаційні парадигми дозволили нам провести комплексне дослідження структурно-семантичних особливостей хрематонімів їхніх публікацій, простежити форми зв’язку між заголовком і текстом, лексико-фразеологічні прийоми підвищення виразності хрематоніма, оцінити значення заголовка як яскравого виразника змістового наповнення друкованого матеріалу й репрезентанта публіцистичного тексту. Багатофункціональність хрематоніма, його впливогенний потенціал підвищують комунікативно-прагматичну спрямованість заголовка й роблять його першорядним засобом формування читацького інтересу. Публіцистичні твори обраних нами письменників, уже починаючи із заголовка, напружують думку адресата й запрошують його до діалогу та вироблення оцінних суджень щодо висвітлюваних у публікації подій і реалій.

Список використаної літератури

1. Галич В. М. Олесь Гончар – журналіст, публіцист, редактор : еволюція творчої майстерності : монографія / В. М. Галич. – К. : Наук. думка, 2004. – 816 с. **2. Грицюк Л. Ф.** Образно-семантичний підхід до класифікації заголовків / Л. Ф. Грицюк // Мово-

знавство. – 1992. – № 2. – С. 51-56. **3. Драч І.** Берегти Українську державу // Драч І. Від Форуму до Форуму / І. Драч. – К. : Форум творчої молоді України, 2006. – С. 106-107. **4. Ільченко В. І.** «Актуалізатори» в газетному заголовку / В. І. Ільченко // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2002. – Т. 8. – С. 172-175. **5. Кожина Н. А.** Заглавие художественного произведения : онтология, функции, параметры типологии / Н. А. Кожина // Проблемы структурной лингвистики. 1984 : сб. науч. трудов ; отв. ред. В. П. Григорьев. – М. : Наука, 1988. – С. 167-183. **6. Лазарева Э. А.** Заголовок в газете : учеб. пособ. для студентов-журналистов / Э. А. Лазарева. – Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1989. – 96 с. **7. Мушкетик Ю.** Криза духу / Ю. Мушкетик // Літ. Україна. – 1990. – 27 верес. **8. Об'явлення** св. Івана Богослова // Біблія. – Об'єднання Біблійних товариств, 1990. – С. 285. **9. Пранцова Г. В.** «Выдумывание названий – особый талант». Роль заглавия в речевом произведении / Г. В. Пранцова, Г. М. Сазонова // Русская словесность в школах Украины. – 2000. – № 1. – С. 31-33. **10. Різун В. В.** Літературне редагування : підручник / В. В. Різун. – К. : Либідь, 1996. – 240 с. **11. Сафонов А. А.** Стилистика газетных заголовков / А. А. Сафонов // Стилистика газетных жанров ; под ред. Д. Э. Розенталя. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1981. – С. 205-228.

В статье исследуются структурно-семантические типы заглавий публицистических текстов писателей. Также анализируются лексико-фразеологические приемы повышения выразительности хрематонома, оценивается значение заглавия с позиции привлечения внимания читательской аудитории к публицистическому произведению. Автором статьи предложена типология заглавий публицистических текстов писателей на основе государствообразовательной доменанты.

Ключевые слова: заглавие, писательская публицистика, государствообразование, прагматика

In the article the structural and semantic types of writers' publicistic texts headings are analyzed. Lexical and phraseological methods of hrematonim expressiveness growth are also analyzed; the meaning of heading from reader's point of view in the aspect of involvement of reader audience attention to the publicistic work is evaluated. The author of the article proposed the typology of writers' publicistic texts headings on the basis of state-forming dominant.

Keywords: heading, writer's publicistic works, state-forming, pragmatics

Наукове видання

**Соціальні комунікації:
теорія, історія, регіональний дискурс:**

Науковий збірник

За науковою редакцією професора В. М. Галич

Збірник видано за кошти
держбюджетної наукової теми
*«Дослідження в галузі соціальної комунікації:
історія, теорія, регіональний дискурс».*

С 69 Соціальні комунікації: теорія, історія, регіональний дискурс:
науковий збірник / Редкол.: В. М. Галич (гол. ред.), К. М. Ульянова (заст.
гол. ред), О. С. Куцевська, Ю. Є. Соловійова, Н. Є. Манич. Передм.
К. М. Ульянової. – Рівне: О. Зень, 2015. – 232 с.

ISBN 978-617-601-128-6

У збірнику оприлюднено результати наукової роботи професорсько-викладацького колективу кафедри журналістики та видавничої справи, а також діяльності дослідницьких лабораторій аспірантів, магістрантів та студентів над кафедральною темою «Соціальні комунікації: теорія, історія, регіональний дискурс», яка реалізується в декількох напрямках: вивчення концептуальних засад регіональної та всеукраїнської журналістики в просторі соціальних комунікацій; теоретичні пошуки та соціальні ефекти у видавничій справі та редагуванні; дослідження сучасних підходів та технологій у рекламній комунікації.

Для науковців, викладачів, докторантів, аспірантів, студентів та працівників ЗМІ.

ISBN 978-617-601-128-6

**УДК 316.26
ББК 71.063.14**

Зд. до наб. 30.11.2015. Підп. до др. 07.12.2015.
Формат 60 x 841/4. Папір офсетний. Друк цифровий.
Гарнітура Times. Ум. др. арк. 14,1. Обл. вид. арк. 14,5. Наклад 50 прим.

Видавець О. Зень: свідоцтво РВ №26 від 6 квітня 2004 рр.
пр. Кн. Романа, 9/24, м. Рівне, 33022;
тел.: 0-362-24-45-09; 068-025-067-4; olegzen@ukr.net

Друк: ФОП Колодяжний Р. М., Україна, Рівненська обл., Рівненський р-н,
смт Квасилів, вул. Молодіжна, 1/14, свід. В03 №329286 від 11.02.2008 р.