Олександр ВІЛЬЧИНСЬКИЙ,
асистент кафедри журналістики
Тернопільського національного
педагогічного університету
ім. В. Гнатюка

УДК 070 (477. 84) "1980/1990"

Функціональна специфіка газетних заголовків у процесі трансформації друкованих ЗМІ Тернопільщини кінця 1980-х - початку 1990-х рр.

У статті розглянуто структурно-змістові особливості заголовків тернопільської преси періоду суспільних змін 1985-1991 рр. , виявлено вплив трансформаційних процесів на роль та співвідношення типів заголовків, окреслено їхні семантичні ознаки.

Ключові слова: тернопільська преса, трансформаційні процеси, газетний заголовок, паратекстуальні зв'язки, номінативна функція.

Трансформаційні процеси у тернопільській пресі кінця 1980-х – початку 1990-х рр. знайшли відображення у такому важливому елементі архітектоніки тексту, "невід'ємній частині газетної публікації" [5, с. 7], як заголовок. Хоча його і виносять в окремий рядок, графічно виділяють, але при всій своїй зовнішній самостійності заголовок разом із текстом є елементами однієї структури, яким властиві паратекстуальні зв'язки.

Функціональну специфіку газетних заголовків вивчали: І. Вахель, В. Зайцева, В. Здоровега, Е. Лазарева, А. Люта, Л. Майборода, О. Мітчук, Г. Микитів, О. Мосієнко, Л. Солодка, Ю. Федорова та ін. Розвідок, присвячених газетним заголовкам української преси періоду суспільних змін 1985-1991 рр. , майже немає, тому дослідження друкованих ЗМІ у цьому аспекті є актуальним.

Метою запропонованої статті є аналіз структурно-змістових особливостей заголовків досліджуваного періоду.

Існують різні принципи систематизації й розподілу елементів тексту й заголовкового комплексу: за комунікативними інтенціями адресата, ступенем образності, комунікативними типами, семантикою, структурою тощо. Заголовок виконує певні функції, які й зумов-

люють його структуру, текстотвірну сполучуваність, а також особливості сприйняття читачем. Так, уже на етапі тематичної трансформації спостерігаємо тенденцію до урізноманітнення ролі й типів заголовків. До таких функцій, як "називна, або номінаційна, коли називається предмет розповіді, інформаційна, що відображає більшою чи меншою мірою зміст твору чи рубрики, та апеляційна, яка лежить у площині агітаційно-пропагандистській" [4, с. 108], усе частіше додаються рекламно-експресивна і графічно-розмежувальна.

Смисл заголовка формується поступово і може бути усвідомлений у повному обсязі тільки після прочитання тексту. Заголовок, перебуваючи над текстом, виступає самодостатньою одиницею, основною, найголовнішою функцією якої залишається номінативна. Вона властива кожному заголовку, який, незалежно від його структури та індивідуальних особливостей, "називає текст, виділяючи його з-поміж інших творів" [6, с. 79].

Із розвитком трансформаційних процесів у друкованих ЗМІ Тернопільщини заголовки втрачають апеляційну функцію, а номінативна часто доповнюється описовою, яка ускладнюється конотативною. Остання функція деталізує семантичні ознаки заголовка, властиві йому значною мірою завдяки авторському стилю. Конотації характерні для заголовків, які виражаються чужомовними фразами, що стали афоризмами, цитатами з фольклору.

Отже, заголовок – це змістова домінанта всього тексту, яка в окремих випадках не лише репрезентує текст, а й може заміщувати його в комунікативних процесах. З кінця 1980-х р. , коли набули розвитку трансформації у друкованих ЗМІ, заголовки стають більш інформативними, розгорнутими, нерідко використовуються підзаголовки.

Із розгортанням трансформаційних процесів, зумовлених поступовим зменшенням залежності друкованих ЗМІ від компартійних комітетів, поширення набувають рекламно-інтригуючі заголовки, які актуалізують відповідну функцію. Вони покликані встановити контакт із читачем, привернути його увагу та викликати зацікавленість текстом, оскільки саме в акті рецептивного сприйняття "реалізується перше розуміння заголовка як своєрідної враженнєвої формули, а з такого поодинокого враження виростає вся архітектонічна цілісність твору" [1, с. 40].

Особлива позиція перетворює вибраний для заголовка вислів на певну мовленнєву дію. Її адресантом є журналіст, "виконавець конвенційної ролі, що має певну комунікативну мету – привернути увагу до своєї публікації, стисло представити її тему, допомогти читачеві зорієнтуватися у величезному потоці інформації та обрати ту, яка буде корисною та цікавою" [2, с. 82].

Об'єктом дослідження стали заголовки у тернопільських газетах "Вільне життя" (ВЖ), "Ровесник" (РК), "Тернопіль вечірній" (ТВ), "Західна Україна" (ЗУ) за окреслений період.

Оперуємо кількома структурними категоріями, що визначають можливу впорядкованість та ієрархічну організацію газетного тексту. Зокрема, категорія заголовка у ньому має суворо визначену форму, певне місце і водночас виконує специфічну тематичну функцію: зазвичай виражає найважливішу тему газетного повідомлення. Загалом заголовок як важливий елемент паратексту в прагматичному аспекті виконує дві основні функції: а) впливу на читача та його емоційне сприйняття; встановлення контакту з адресатом; б) вираження авторської позиції (авторської модальності), на яку необхідно зважати, щоб адекватно інтерпретувати журналістський текст.

У друкованих ЗМІ Тернопільщини досліджуваного періоду, вслід за В. Здоровегою, виявляємо такі основні типи заголовків: номінативний (інформаційний), спонукально-наказовий, проблемний, констатуючо-описовий, а також рекламно-інтригуючий [4, с. 108-109]. Їх можна простежити в текстах ВЖ і РК. Якщо порівняти номери цих газет кінця 1985 р. , коли починалася трансформація, і кінця 1990 р. , коли трансформаційні процеси вже активно відбувалися, то можна помітити суттєві відмінності у співвідношенні заголовків інформаційних і констатуючо-описових та проблемних і рекламно-інтригуючих.

Наприклад, коли у ВЖ за 7 грудня 1985 р. (№ 236) співвідношення між інформаційними і констатуючо-описовими заголовками, з одного боку, та рекламно-інтригуючими – з іншого складає більше ніж 1 : 3 на користь перших, то у ВЖ за 9 грудня 1990 р. (№ 236) уже спостерігаємо перевагу проблемних та рекламно-інтригуючих заголовків над інформаційними і констатуючо-описовими у співвідношенні приблизно 1 : 2.

Подібний аналіз можна зробити і за матеріалами РК, взявши один із номерів кінця 1985 р. і порівнявши з іншим кінця 1990 р. Так, у РК за 30 листопада 1985 р. (№ 143) до інформаційних та констатуючо-описових заголовків належать: на першій шпальті – *"Резерви – є!"*, *"Екзаменує робота"*, *"Будуть нові висоти"*, *"Пропозиція комсорга"*, *"Запорука наших перемог"*; на другій – *"Актуальні завдання"*; на третій – "*Друге народження Юності"*, *"Знахідки краєзнавців"*; на четвертій – *"Турнірні закономірності і несподіванки"*, *"Моє захоплення – футбол"*, *"Поезія славить труд"*. У цьому ж номері знаходимо лише поодинокі проблемні та рекламно-інтригуючі заголовки: на першій шпальті – жодного; на другій – *"Куди спрямований промінь?"*, *"Прем'єра відбудеться через місяць"*; на третій – *"Квіти запізнілі"*, *"Ні – ядерному безумству"*; на четвертій – *"У пошуках… спортмайданчика"*. У цьому випадку маємо співвідношення на користь інформаційних та констатуючо-описових заголовків.

У 1990 р. РК уже виходить як тижневик, у якому внаслідок зменшення періодичності виходу втричі кількість шпальт зросла також утричі – до 12-ти. Отож, у номері від 25 листопада до інформаційних та констатуючо-описових належать лише два заголовки на другій шпальті – *"На сесії Верховної Ради України"* та *"На сесії обласної ради народних депутатів"* і заголовок на восьмій – "*Червоний терор"*. Всі інші заголовки є проблемними чи рекламно-інтригуючими, зокрема: на другій шпальті – *"Скільки впало того цвіту"*, *"Як справи, пане Демидась?"*; на третій – *"Вбито "при исполнении"*; на четвертій – *"Пропоную розпустити комсомол"*, на п'ятій – *"І живою буде душа наша"*, на шостій – *"Суд після мітингу, або Як збиралися посадити за грати Рух";* на сьомій – *"Хто чекає Брежнєва"*; на дев'ятій – *"Невже не стане України?"*; на десятій – *"Як тікав Кашпіровський з "Раю"*; на дванадцятій – *"Чи потрібна "Нива"?"*

Отож, за винятком першої шпальти, де є лише колаж та анонси, восьмої, заповненої рекламно-довідковою інформацією, та одинадцятої, яку займає програма телепередач, із розвитком трансформаційних процесів інформаційні та констатуючо-описові типи заголовків поступаються рекламно-інтригуючим. Ця тенденція знайшла продовження й у газеті "Західна Україна", що почала виходити замість "Ровесника".

Проте змінюється не лише співвідношення типів заголовків, а й їх будова, функціональна специфіка. Вони стають довшими, функції розподіляються між заголовком і рубрикою, заголовком і підзаголовком або заголовком, рубрикою і підзаголовком. Так, у ВЖ на початках трансформації публікації розміщено у рубриках, але майже не трапляються підзаголовки. Згодом підзаголовки використовують значно частіше. Це помітно в РК: коли газета починає виходити у форматі тижневика, то переважна більшість матеріалів публікується як під рубриками, так із підзаголовками.

Зауважимо, що в усіх аналізованих тернопільських газетах заголовки демонструють певні структурні особливості. До репрезентованих у ТВ, ВЖ, РК, ЗУ належать заголовки газетних текстів, виражені:

1) словом, у тому числі й власною назвою: *"Зграя"*(РК, № 40, 1989), *"КаГеБедейка"* (РК, № 42, 1990), *"Купонада"*(ТВ, № 34, 1990), *"Пожежа"*(ВЖ, № 134, 1990), *"Стахо"* (ВЖ, № 165, 1990), *"Номенклатура"*(ЗУ, № 13, 1991), *"Василинка"*(ТВ, № 44, 1991);

2) словосполученням: *"Фізкультура в офсайді"*(РК, № 5, 1990), *"Сметана з бородою"* (ВЖ, № 161, 1990), *"Під неослабним контролем"* (ВЖ, № 236, 1990), *"Пропагандистський трюк"*(ТВ, № 6, 1991);

3) простим повним двоскладним реченням: *"Що принесе економічна суверенність"* (ВЖ, № 66, 1990), *"Демократична платформа робить вибір"* (ТВ, № 21, 1990), *"Червона калина похилилася"* (ВЖ, № 231, 1990), *"Пласт – організація української молоді"* (ТВ, № 33, 1990);

4) простим повним односкладним реченням: *"Сій, сій, посівай…"* (ТВ, № 19, 1990), *"Бути чи не бути СРСР"* (РК, № 35, 1990), *"Правди не сховаєш"* (ВЖ, № 66, 1990), *"Плекаймо рідну мову!"* (ТВ, № 18, 1991);

5) простим неповним реченням: *"Куди ви, хлопці, запорожці!"* (РК, № 21, 1991), *"Вокзал для всіх"* (ТВ, № 27-28, 1990), *"Перед тобою – сонячні мости!"* (ВЖ, № 161, 1990);

6) складним реченням: *"Висновки, з якими забарилися"* (ВЖ, № 200, 1985), *"Про те, чим живемо"* (ТВ, № 38, 1990), *"Досвід, який не допомагає"* (РК, № 35, 1990);

7) прислів'ями, приказками, крилатими висловами та їх трансформованими варіантами: *"Українці всіх країн, єднайтеся"* (ТВ, № 19, 1990), *"Козацькому роду нема переводу"* (ТВ, № 21, 1990), *"9 заповідей від лукавого"* (РК, № 48, 1990), *"За бідного "шарлатана" замовте слово"* (ТВ, № 39, 1990), *"По кому подзвін?"* (ТВ, № 18, 1991);

8) цитатами: *"Треба пам'ятати одне: Україна, Україна!"* (ТВ, № 29, 1990), *"Свого не цурайтесь"* (РК, № 42, 1989), *"Манкурти, "п'ята колона"? Ні, твої діти, Україно!"* (ЗУ, № 17, 1989), *"Треба, щоб Галичина стала першопрохідницею не тільки у справі зняття з постаментів засновників державного тероризму, але й започаткувала справу успішної боротьби з мафією… "* (ТВ, № 70, 1991).

У ході аналізу заголовків у ВЖ, РК і ТВ за квітень-травень 1990 р. встановлено, що заголовки газетних текстів найчастіше виражені: простим повним двоскладним реченням, простим неповним реченням, словосполученням; складним реченням, словом, у тому числі власною назвою, цитатою, прислів'ями, приказками, крилатими висловами та їх трансформованими варіантами, а також визначено процентне співвідношення таких заголовків у названих виданнях. За формальними ознаками привертають увагу заголовки, в яких основний смисл виражають іменники: *"Лікар-психотерапевт"* (ТВ, № 4, 1990), дієслова: *"Рятуємо дитину"* (ТВ, № 29, 1990), займенники: *"Я плюс я"* (ТВ, № 61, 1991), числівники: *"239": стратегія і тактика "* (ТВ, № 38, 1990) та ін.

Із погляду семантико-стилістичних особливостей вирізняються заголовки, репрезентовані оксиморонами: *"Одружені холостяки"* (РК, № 10, 1990), *"Мовчазний крик"* (ТВ, № 39, 1990), *"Щасливий сумний день"* (ВЖ, № 190, 1991); тавтологічними конструкціями: *"Надія" хоче надіятись"* (ВЖ, № 70, 1990), *"Надія" і Надія"* (ВЖ, № 235, 1990), *"Мені ворожка ворожила…"* (ЗУ, № 16, 1991), *"Перші безробітні – не перші"* (ТВ, № 41, 1991). Заголовки можуть втілювати змістові контрасти: *"Шлюб, секс і… Біблія"* (РК, № 23, 1990); *"І не сонях, і не сонце…"* (ВЖ, № 65, 1990); реалізувати сакральний зміст: *"Хто, хто Миколая любить?"* (РК, № 49, 1990), *"Дорога до Бога"* (ВЖ, № 147, 1991); актуалізувати оцінку ситуації: *"Час збирати каміння"* (ЗУ, № 5, 1991) тощо.

У досліджуваний період у всіх без винятку друкованих ЗМІ Тернопільщини проявляється тенденція до розширення й урізноманітнення стилістичних прийомів у побудові заголовків. Так, усе частіше у ролі заголовків вживаються такі синтаксичні конструкції, як просте, зокрема й поширене, речення. У багатьох публікаціях функціонують заголовки, які або членують текст, або ж об'єднують кілька текстів. Такі заголовки ще називають композиційними [5, с. 17]. У першому випадку, залежно від прагматичної установки автора, весь текст ділиться на окремі, менші частини. Зокрема, у статті *"Стіна"* (ТВ, № 60, 1991) заголовки *"Так велить обряд"*, *"Перед страшним судом"*, *"Початок чи кінець"*, *"Варварство"* допомагають розчленувати текст. В іншому випадку композиційний заголовок *"Happy New Year!"* (ТВ, № 92, 1991) об'єднує в один текст різні, але тематично близькі матеріали: *"1992 – рік Чорної мавпи"*, *"Передноворічні*

факти", *"Новорічні (не) билиці"*, *"Спроба 1, 5"*. Відтак, архітектонічна функція заголовка реалізується як текстотвірна.

Серед заголовків трапляються такі, що виражають один або кілька елементів змістової схеми тексту. За цією ознакою можна виділити односпрямовані і комплексні заголовки. Перші співвідносяться з одним елементом змістової структури тексту, як-от: *"Якщо без зрівнялівки"* (ВЖ, № 115, 1986), *"Курінь Івана Леня"* (РК, № 42, 1990). Вони також актуалізують виражену саме в заголовках аналітичну оцінку ситуації, що відображена в публікації: *"До жнив – готові!"* (ВЖ, № 115, 1986). Загальна тональність тексту – мажорна, оптимістична, вона багато в чому зумовлена його заголовком.

Односпрямовані заголовки також можуть виражати одну із тез, що розвивають тему тексту, наприклад: *"Перші безробітні – не перші"* (ТВ, № 41, 1991). Крім основних елементів загального змісту тексту, заголовок може актуалізувати і його другорядні елементи: *"Дурний був…"* (РК, № 48, 1990). Такі заголовки є особливо експресивними, оскільки стають виразниками неосновного, неголовного текстового елемента. Своєрідна "необов'язковість", "вторинність" того, що містить заголовок, робить його особливо виразним, привертає читацьку увагу. Наприклад, одну з публікацій про зловживання у фінансово-господарській діяльності акціонерного товариства названо *"…і мастіть собі голову"* (ТВ, № 43, 1991). Для заголовка використано вислів одного із керівників цього акціонерного товариства. У тернопільській пресі досліджуваного періоду також трапляються заголовки, що співвідносяться з початком тексту, наприклад: *"Не відчаюйся, Вітю"* (ВЖ, № 131, 1990). Цей заголовок відображає емоційний стан юного вболівальника, наближає до читача опис основної події, пожвавлює осмислення тексту.

Газетний заголовок часто об'єктивує те оцінне тло, яке "забарвлює весь текст, присутнє у кожному елементі його змістової схеми, оцінні за своєю суттю заголовки актуалізують той додатковий конотативний зміст, що є у змістовій структурі тексту" [5, с. 12]. Пряме вираження оцінки – властивість газети, що випливає з її дієвої функції, оцінний заголовок налаштовує читача на певне сприйняття повідомлення, прогнозує ставлення до того, про що йде мова.

На відміну від односпрямованих, комплексні заголовки співвідносяться не з одним, а з кількома елементами структурної схеми тексту. Ступінь їх інформативності вищий, зв'язки цих заголовків із текстом більш різноманітні, ніж попередніх, що є одним із засобів підвищення виразності тексту. Комплексний заголовок одночасно актуалізує тему та аналітичну оцінку ситуації, якусь тезу чи ілюстрацію і т. ін.

Комплексне вираження окремих частин структурної схеми може бути передане порізному. Найпростіший приклад актуалізації двох змістових компонентів тексту забезпечує сам заголовок, який складається із двох частин, з'єднаних сполучником "або". Як-от у полемічному репортажі із панахиди на могилах українських січових стрільців і жертв сталінізму: *"Чим слово озветься, або Що відбулося минулої неділі на тернопільському міському кладовищі"* (ВЖ, № 148, 1989). Наведемо інші подібні заголовки: *"Алібі для директора, або Як створюють "міфи" про всесильних керівників"* (РК, № 35, 1989); *"Голгофа, або Фрагменти з історії до питання Української греко-католицької церкви"* (РК, № 13, 1990); *"Їх єднала ненависть, або Погляд на тоталітаризм через призму першопричин Другої світової війни"* (ТВ, № 51, 1991). Перша частина наведених комплексних заголовків – це образна актуалізація за допомогою крилатих висловів, тез. Використані прийоми умовно можна назвати композиційною інверсією, де перша висновкова частина заголовка співвідноситься з елементом, розташованим майже наприкінці тексту, а друга – з початком тексту. Таким чином виникає зворотне композиційне співвідношення заголовка і тексту.

Кілька елементів комплексної структури тексту заголовок може виражати тоді, коли

репрезентований ускладненою синтаксичною конструкцією, наприклад, із звертанням: *"Прощайте, "наш дорогий Ілліч"* (ТВ, № 21, 1990). Друга частина заголовка, в якій Ленін названий "наш дорогий Ілліч", реалізує іронічний підтекст. Два змістових елементи тексту комплексний заголовок може відображати і тоді, коли він базується на багатозначності слова. Це ілюструє назва нарису *"Пожежа"* (ВЖ, № 134, 1990), яка в прямому значенні співвідноситься з темою дитячих пустощів із вогнем. Таке пряме значення заголовка сприяє сприйманню тексту. Після того, коли автор з'ясовує деталі ситуації (самотня багатодітна матір через відсутність у селі дитячого садка змушена залишати дітей надовго без нагляду), виникає інший, метафоричний зміст заголовка, що корелює з ідеєю тексту ("пожежа" – важка поразка системи дошкільного виховання). Це вторинне значення заголовка актуалізується ретроспективно, після сприйняття тексту.

За ознакою повноти вираження певного смислового елемента твору заголовки поділяються на повноформатні, які повністю актуалізують змістовий компонент тексту, і неповноформатні, пунктирні. Ці заголовки можуть виражати тему всього тексту або основну його думку чи будь-яку із тез, що розвиває її. Залежно від ступеня розгорнутості повноформатні заголовки поділяють на предикативні і номінативні.

Номінативні заголовки із невербалізованим предикатом називають тему всього тексту: "*Сесія міської ради народних депутатів"* (ТВ, № 39, 1990), *"Дачний соціалізм"* (РК, № 43, 1990). З одного боку, такі назви – нейтральна частина заголовкової системи газетного номера, з іншого – на їх тлі більш яскраво сприймаються інші, експресивні. Предикативні заголовки представляють розгорнуту тезу, що містить предмет мовлення і його предикат: *"Бути чи не бути СРСР"* (РК, № 35, 1990), *"Пропоную розпустити комсомол"* (РК, № 47, 1990), *"Не хочу бути Буратіно"* (ТВ, № 69, 1991). На нашу думку, такі заголовки більшою мірою прогнозують текст.

Неповноформатні, пунктирні заголовки експлікують інформацію, якій у тексті відповідає той чи інший смисловий фрагмент. Інформативність пунктирних заголовків нижча, ніж повноформатних, зате вони більше привертають читацьку увагу. У тернопільській пресі досліджуваного періоду неповноформатні, пунктирні заголовки широко використовуються в усіх жанрах, навіть у коротких замітках: чи то про вшанування пам'яті Т. Шевченка: *"У вінок Кобзареві"* (ВЖ, № 48, 1990), чи то про завершення сівби цукрових буряків: *"На останніх гонах"* (ВЖ, № 70, 1990).

Іноді заголовки, виражені неповними двоскладними чи односкладними простими реченнями, тісно пов'язані з початковими висловлюваннями публікації, які завершують думку, вербалізовану в назві тексту. Порівняймо заголовок *"Знак питання?"* і початок інформаційного повідомлення: *"Він, образно кажучи, залишився після двох днів перебування на конференції Тернопільської обласної організації НРУ, яка проходила 2-3 грудня"* (РК, № 49, 1989); назву *"Мово моя калинова"* і початок інформаційного повідомлення: *"Так називається книжково-ілюстративна виставка, що відкрилася у третьому філіалі Тернопільської міської бібліотеки…"* (РК, № 34, 1991). Така змістова бінарність є своєрідним стилістичним авторським прийомом, спрямованим на поглиблену актуалізацію нейтрального змісту заголовка, що, безперечно, спонукає адресата до прочитання з метою усунення змістової невизначеності. До того ж, речення з пропущеними членами з притаманними їм нестандартністю і розмовністю посилюють експресивність заголовків, що сприяє чіткому акцентуванню основного об'єкта, про який ідеться в публікації.

Газетним заголовкам, як свідчить фактичний матеріал, властиве структурне й семантичне розмаїття, зумовлене необхідністю вираження емоційно-оцінної та образної експресії. Щоб надати заголовкам, як і газетному тексту загалом, виразності, використовують і метонімічну вторинну номінацію, як-от: *"Читати Шевченка"* (РК, № 33, 1990), *"Демократична платформа робить вибір"* (ТВ, № 23, 1990), *"Скільки коштує Ленін?"* (ТВ,

№ 33, 1990). У структурі газетних заголовків тернопільської преси досліджуваного періоду застосовуються певні різновиди метонімічних перенесень, що ґрунтуються на просторових відношеннях між істотами та відповідними об'єктами. "Частотність вживання локальних метонімій зумовлена як загальномовними принципами виникнення асоціацій, так і характером газетної інформації" [3, с. 15]. Експресивність указаних заголовків залежить і від частоти вживання типових метонімій, і від фонових знань читачів, які мають перебувати з автором публікації в одному національно-культурному просторі.

Для заголовків тернопільської преси кінця 1980-х – початку 1990-х рр. характерне використання основних світоглядно-ідеологічних концептуальних компонентів як важливих тематичних векторів й актуалізаторів національно-патріотичної, релігійної, соціальної проблематики. Завдяки заголовкам формуються виразні орієнтири, а заголовкові комплекси стають своєрідними семантичними векторами, які спрямовують осмислення значень слів, що виражають нові суспільно-політичні та інші поняття, як у конкретному текстовому використанні таких лексем, так і в їх узагальненому соціальному сприйнятті. Якщо у текстах журналісти намагаються повніше розкрити зміст вербальних засобів, що забезпечують цілеспрямоване виявлення типових ознак соціальних та інших образів, то у заголовках прагнуть стисло і влучно передати, актуалізувати певні змістові моменти.

ЛІТЕРАТУРА

1. Агєєва В. М. Ритм як засіб подолання фабули / В. М. Агєєва // Слово і час. – 1997. – № 10. – С. 36–44.

2. Вахтель И. М. Газетный заголовок как речевой акт / И. М. Вахтель // Вестник Воронежского государственного университета. Серия : Филология, Журналистика. – Воронеж, 2004. – № 1. – С. 81–87.

3. Зайцева В. В. Метонімія як спосіб вторинної номінації у мові друкованих засобів інформації : автореф. дис… канд. філол. наук : спец. 10. 02. 01 "Українська мова" / В. В. Зайцева. – Дніпропетровськ, 2009. – 20 с.

4. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Й. Здоровега. – 2-ге вид. , перероб. і допов. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.

5. Лазарева Э. А. Заголовок в газете / Э. А. Лазарева. – Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1989. – 96 с.

6. Ронгинский В. М. Синтаксические модели заголовков и их использование в различных стилях речи / В. М. Ронгинский. – К. : АКО, 1965. – 325 с.

Александр Вильчинский

Функциональная специфика газетных заглавий на этапах трансформации печатных СМИ Тернопольщины конца 1980-х – начала 1990-х гг.

В статье рассмотрены структурно-смысловые особенности заглавий тернопольской прессы периода перемен в обществе 1985–1991 гг., выявлено влияние трансформационных процессов на роль и соотношение типов заглавий, определено их семантические признаки.

Ключевые слова: тернопольская пресса, трансформационные процессы, газетное заглавие, паратекстуальные связи, номинативная функция.

O. Vilchynskyj

Functional specificity of newspaper titles on the stages of transformation of the Ternopil print media in late 1980's – early 1990's

The article considers structural-content peculiarities of Ternopil press titles during the period of social changes in 1985-1991; identifies influence of transformational processes on the role and change of title types correlation; outlines their semantic features.

Key words: Ternopil press, transformational processes, newspaper headline, paratextual relations. nominative function.