

Л. П. Васильєва

Львівський національний університет імені Івана Франка  
(м. Львів)

### ЗАГОЛОВКИ З ФРАЗЕОЛОГІЧНИМИ ОДИНИЦЯМИ У СУЧАСНИХ ХОРВАТСЬКИХ ЗМІ (СЕМАНТИЧНА І ФОРМАЛЬНА СТРУКТУРА)

Сучасний текст ЗМІ, писаний будь-якою мовою, – доволі динамічний об'єкт дослідження, оскільки відображає рух мовної системи. У ньому нерідко віддзеркалюються певні тенденції в розвитку мовної ситуації. ЗМІ неодмінно реагують на зміни в соціальному, політичному житті суспільства, зокрема, такими змінами можна назвати нещодавнє отримання Хорватією незалежності, а сьогодні – вступ до ЄС, що спричинили надзвичайно важливі зрушення в суспільстві. ЗМІ відображають і прогрес у науково-технічній галузі, економічному житті, поступальний розвиток інформаційної і комунікативної сфери. Усі ці чинники впливають на мовну систему, певною мірою видозмінюючи її.

Мова ЗМІ водночас перебуває під впливом інших суперечливих чинників: у ній співіснують, з одного боку, динамізм, прагнення до якнайбільшої інформативності та забезпечення експресії будь-якими засобами (найчастіше електронні ЗМІ), а з другого – консервативність, традиційність, існування певного еталону висловлювання, залежність від мовних пріоритетів соціуму (ці чинники більше властиві передусім друкованим виданням), а також мода чи наслідування. Саме перелічене зумовлює певну стійкість узусу тексту ЗМІ, але воно є водночас і важливим імпульсом для розвитку їх мови.

Газетні статті, як ми зазначили вище, не лише відіграють важливу роль в різних сферах життя суспільства, а й впливають на напрям формування суспільної думки. З огляду на це мова газети тривалий час не перестає бути предметом наукового зацікавлення багатьох лінгвістів.

Розгортаючи газету і оглядаючи її сторінки, читач зазвичай насамперед звертає увагу на заголовки. Заголовок з комунікативного погляду є важливою передумовою ефективного входження читача в комунікативне середовище і у „своєму найширшому значенні тим змістом ідеї комунікації, який комунікант має намір передати реципієнту” [6, с. 41]<sup>1</sup>. Саме у заголовку міститься інформація про задум автора, яка згодом знаходить своє відображення в тексті, тобто він (автор) репродукує в тексті саме ту інформацію, яку із заголовка отримує і інтерпретує читач. Так відбувається інтерактивний взаємозв'язок автора і читача. Читач починає сприймати текст через заголовок, який в концентрованій формі передає головну тему чи ідею тексту, збуджується діяльність адресата на сприйняття нової інформації, яка розкриває позиції свідомості для сприйняття позначуваного на основі того, що позначає [7, с. 370]. Автор тексту (журналіст) розраховує на те, що заголовок свідомо вплине на сприйняття читача. В останнього виникає відчуття очікування, що скеровує його на сприйняття тексту. Заголовок має викликати зацікавлення, тоді текст неодмінно стає предметом уваги читача, якщо заголовок не привертає уваги, текст залишається поза його сприйняттям. Цими якостями передусім володіють заголовки, у складі яких містяться фразеологізми, у тому числі й трансформовані.

Таким чином, заголовок не лише репрезентує текст, а є елементом комунікативного зв'язку між читачем і автором [8, с. 295]. Інформація заголовка є „засобом відтворення його інформативного поля” [8, с. 295]. М. Ціхоньська акцентує увагу ще на двох важливих функціях заголовка на семантичному рівні – повідомленні головної думки, атмосфери чи жанру газетного тексту, а також на донесенні інформації до того, для кого призначений текст [10, с. 104]. Заголовок входить в структуру тексту як семантичний і структурний стрижень статті. Полемічна загостреність звучання заголовка активізує увагу читача і з огляду на це вона є обов'язковою для цього типу висловлювання вимогою. Глибокий зміст заголовка поступово розкривається в самому тексті. Так заголовок поступово реалізує свої асоціативні і реальні зв'язки з ним, стає початковою ланкою зв'язку читацького сприймання з художньою системою різних повідомлень, на які певною мірою орієнтований заголовок [4, с. 38].

<sup>1</sup> Визначаючи роль заголовків у художньому тексті, дослідники схиляються до думки про те, що заголовки є першим знаком художнього твору [4, 9].

Н. Конопленко справедливо зазначає, що „якщо газетний текст розглядати як структуру, що відповідає відомій загальній формулі „увага – інтерес – бажання – дія“, то з першим елементом формули заголовків часто не просто привертає увагу, а й викликає інтерес, реалізуючи два, а подекуди й три елементи згаданої формули” [2, с. 331]. Отже, як ядро повідомлення, „як дуже сильно спресована аббревіатура тексту” заголовків прямує до повнішого вираження оцінки і інтерпретації змісту тексту [1, с.114]. Таким чином, на функціональному рівні заголовку властиві такі головні функції: дескриптивна (інформативна), номінативно-розрізнявальна та рекламно-емоційна [10, с. 104].

Останніми роками газетні заголовки стали предметом уваги багатьох лінгвістів різних країн [10, 11, 2, 8]. І це не випадково. Зростання обсягу інформації, яку можна отримати з ЗМІ, викликало пропорційне зростання ролі заголовка в структурі тексту: заголовки дає можливість довідатися читачеві про зміст друкованого чи Інтернет-матеріалу без тривалого заглиблення в інформацію усієї статі. „Спостереження над заголовками газет, – на думку В.Г.Костомарова, – проливає світло на особливості газетної мови загалом” [3, с. 211].

Для аналізу семантичної і формальної структури заголовків ми обрали Інтернет-видання низки хорватських популярних газет: „Vjesnik“, „Jutarnji list“, „Večernji list“, „Glas Slavonije“ тощо. Ці газети є доволі популярними серед читачів, що засвідчують, зокрема, їхні рейтинги в Інтернеті. Для аналізу було обрано заголовки з фразеологічними одиницями (далі – ФО), у тому числі з трансформованими.

Характерною рисою газет як офіційного джерела інформації є багатослівні заголовки. Наприклад, у газеті „Vjesnik” вони подекуди становлять навіть складні речення і зумовлюють інтерактивний взаємозв’язок автора і читача. Сприймаючи текст через заголовки, а він у концентрованій формі передає головну тему чи ідею статті, діяльність читача збуджується на сприйняття нової інформації. Свідомість читача повністю готова для її сприйняття. Не дивно, що такі заголовки найчастіше застосовуються саме в цьому виданні, яке насамперед має донести до читача головні новини, які охоплюють зовнішньо- і внутрішньополітичне, соціальне, правове життя держави. Граматична будова таких речень-заголовків здебільшого називна, хоча подекуди трапляються імперативні та питальні конструкції: *Tuđman je prema Bosanskoj Posavini vodio politiku s figom u džepu* (обіграно ФО *držati figu u džepu*) [<http://www.vjesnik.arhiva.hr/html/2005/07/23/Clanak.asp?r=pis&c=>]; *Grom iz vedra računala. Kad se sljedeći put, mokri od kiše, naljutite što ste povjerovali prognostičarima i ostavili kišobran kod kuće, znajte da se prognoze prognostičarima koje daju računala...* (обіграно ФО *grom iz vedra neba*) [Vjesnik, <http://www.vjesnik.hr/html/2005/07/23/Clanak.asp?r=pis&c=>], «Mali akcionari RBV-a ostali bez prebijene pare?» (фразеологізм: *ne vredi ni prebijene pare*) [<http://www.dnevnik.rs/ekonomija/mali-akcionari-rbv-ostali-bez-prebijene-pare>], *Predbračni ugovor: Ljubav u Hollywoodu nije slijepa i ima svoju cijenu; Dirnuti u Hrvatsku znači dirnuti u Europu. Odluka iz Luksemburga zauvijek je dokinula državu Jugoslaviju.* [Vjesnik <http://www.vjesnik.hr/Pdf/2005%5C20%5C14A14.PDF>], *Izađite iz začaranog kruga urogenitalnih infekcija* [URO-balans [www.blagoleks.net/strana.php?id=130](http://www.blagoleks.net/strana.php?id=130), [www.kurir-info.rs/stars/](http://www.kurir-info.rs/stars/)]; „Iskaz koji je otvorio lavinu” (ФО *pokrenuti lavinu čega*); *Izgubljeni u etičkim vrijednostima* (ФО *izgubljen u vremenu <i>prostoru</i>; *izgubljen u svemiru*); [<http://www.jutarnji.hr/arhiva/?refresh=1>].*

Семантична специфіка таких заголовків полягає в тому, що в них водночас відбувається конкретизація і генералізація значення. Одразу відбувається прив’язування до конкретної ситуації висвітленої в тексті, тобто заголовки є своєрідним узагальненням змісту тексту. Проте в цій газеті можна натрапити і на багатослівні заголовки, які, хоча і є узагальненням тексту, але прив’язування до конкретної ситуації з них читачеві вловити неможливо. Наприклад, у статті „Kao grom iz vedra neba” йдеться про прекрасного автомеханіка і водія Альфреда Танга, який здивував своїм зауваженням іншого нерадивого водія („Alfred Tang (Džeki Čen) je vrhunski automehaničar i još bolji vozač, koji se, tokom jedne ulične trke, zamjerio ozloglašenom vozaču Kugaru („Torsten Nickel”) [PTC, [www.rts.rs/page/tv/sr/story/20/RTS+1/731248/Kao+grom+iz+vedra+neba.html?email=yes](http://www.rts.rs/page/tv/sr/story/20/RTS+1/731248/Kao+grom+iz+vedra+neba.html?email=yes)].

Продуктивний тип заголовків становлять заголовки-фразеологізми, в яких предикативність виражається за допомогою особових форм дієслова. Вони характерні для всіх

досліджуваних нами видань: „Ja sam zadnji republikanac na nogama“ (тут у трансформованому фразеологізмі поєднано дві відомі ФО: *posljednji Mohikanac i biti na nogama*. [http://www.jutarnji.hr/arhiva/?refresh=1] „Na vrbi će roditi grožđe“ [http://www.sidskiportal.net/bilten/index.php?option=com\_content&view=article&id=761:2010-04-02-19-40-50&catid=47:predstavljamo&Itemid=77].

Бездієслівні назви статей теж є достатньо продуктивними в усіх досліджуваних нами виданнях: „Ružni ratuljak“ (за допомогою лексичної трансформації обіграно ФО *ružno pače*) [http://www.jutarnji.hr/arhiva/?refresh=1]; „Jaja “ispod tezge“ [http://www.politika.rs/rubrike/t35120.lt.html], „David i Golijat“: Zagrebova utakmica desetljeća“. [http://www.jutarnji.hr/arhiva/?refresh=1], „Sjednica do kraja sedmice“ [http://www.srna.rs/novosti/117594/sjednica-do-kraja-sedmice--ako-bude-kvoruma.htm], «Bure baruta ili bure bez dna» (за допомогою фразеологічної параномазії обіграно фразеологізм *bure bez dna*) [http://www.vreme.com/cms/view.php?id=299954], вони виражають предикативність за допомогою конотацій і відмінюванням.

Інший тип заголовків, який трапляється в хорватських виданнях є використання номінативної групи як способу синтаксичної побудови: „Bezobraznik našeg doba“ (обіграно ФО *junak našeg doba*), Šampion velikog srca (ФО *biti velikog srca*) [Vjesti, http://www.jutarnji.hr/template/article/article-print.jsp?id=150943]. Цей тип заголовків не можна назвати найпродуктивнішим, але вони все ж трапляються. Такі номінативні групи складаються з трьох членів, особливо характерними типом структурним типом таких заголовків є іменник+ прикметниково-іменникова група.

Уважаємо, що найчастіше такі заголовки називають матеріали публіцистичного типу, хоча й трапляються в інформативних статтях.

Оскільки всі матеріали ЗМІ цілеспрямовані й адресовані, то ж поширеним в публіцистиці прийомом є прагнення до нестандартності заголовків. Одним з таких нестандартних структурних видів заголовків є заголовки парцеляти. У структурному плані цей різновид є дуже різноманітним. Найчастіше трапляються заголовки-монопредикативні одиниці а з поліпредикативних – складнопідрядні одиниці. Наші спостереження засвідчують, що монопредикативних парцелятах-заголовках відбувається членування всіх поширювачів з будь-яким формальним зв'язком, який має місце в простих реченнях: *Potak unaprijed – Liverpoolov zaokret* (обіграно ФО *korak naprijed*) у статті йдеться про футбольний матч; *Šake i slatkiši: Najbogatiji ruski uznik* (обіграно ФО *mrkva i batina*) – у статті йдеться про ув'язненого російського бізнесмена Ходорковського [http://www.jutarnji.hr/arhiva/?refresh=1]. У таких утвореннях парцельовані компоненти в конструктивному плані факультативні, і тільки відмежування, активізуючи їх, мотивує увагу читача.

*Nježan kao poljubać. Traje kao ljubav*. [Duel Omekšivac Cvijet Kasmira [https://www.youtube.com/watch?v=Ir\_CLmdgRpA]. Друга частина заголовка становить ФО. У статті йдеться про пральний порошок, ніжний як поцілунок, аромат якого триватиме так довго, як кохання. У таких утвореннях парцельовані компоненти в конструктивному плані факультативні, і тільки відмежування, активізуючи їх, мотивує увагу читача; „Plazma. Pusti korak“ [https://www.youtube.com/watch?v=favvYpG5Z4o). Номінативне значення ФО, яка становить другу частину заголовка – залишити після себе слід (у статті йдеться про бажання повернутись до своїх близьких після навіть дуже цікавих подорожей і відкриттів). Зазвичай у таких конструкціях сильнокерованим є правий компонент, який з огляду на те, що становить фразеологічну одиницю володіє значним конотативним арсеналом.

У наведених прикладах семантико-граматичні властивості стрижневих слів потребують поширювачів, функцію яких виконують парцеляти. Відокремлення компонентів відіграє важливу роль у формальній побудові таких заголовків, у виокремлених компонентах міститься кінцева інформація, без неї висловлювання губить свою комунікативну достатність, а смислове навантаження парцелятив „має тут першорядне значення“ [2, с. 333]. Цей прийом привертає увагу читача до авторської оцінки фактів. Значна роль у цьому і ФО.

Семантичні та асоціативні зв'язки заголовка й статті по-різному трактуються різними читацькими колами. Дійсно, інформацію читають люди, для яких вишукані стилістичні прийоми, зрозумілі мовознавцям, заважатимуть зрозуміти головну думку статті. Щоб