

Алла Коваленко



### ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ПОЛЕ ЗАГОЛОВКІВ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТВОРІВ І. БАГРЯНОГО

*Стаття присвячується дослідженню функціонального поля заголовків і підзаголовків публіцистики І. Багряного. Встановлено, що в заголовкових і підзаголовкових комплексах домінують такі функції, як вираження високого ступеня суб'єктивізації змісту, активізація читачького інтересу, інтерпретація авторської інтенції, посилення комунікативності, дискурсивності та інтертекстуальності, а також вони виконують дидактичну та жанрово-організувальну функції.*

**Ключові слова:** текст, функція, заголовок, підзаголовок, публіцистика.

*Статья посвящается исследованию функционального поля заголовков и подзаголовков публицистики И. Багряного. Установлено, что в заголовковых и подзаголовочных комплексах доминируют такие функции, как выражение высокой степени субъективации содержания, активизация читательского интереса, интерпретация авторской интенции, усиление коммуникативности, дискурсивности и интертекстуальности, а также они выполняют дидактическую и жанровоорганизующую функции.*

**Ключевые слова:** текст, функция, заголовок, подзаголовок, публицистика.

*The article is dedicated to the research of functional headings and subheadings in the journalistic works of Ivan Bahryany. It is established that the headline complexes perform functions such as expression of a high degree of content subjection, leading open dialogue and debate, increasing reader interest in the text's content, interpretation of the author's intentions, organization and ensuring the completeness of the material.*

**Key words:** text, function, title, pamphlet, journalism.

Загально визнаним і незаперечним залишається факт про майстерність публіциста-політика І. Багряного й найголовніше — важливість його публіцистики. Актуальність дослідження насамперед зумовлена тим, що такі вчені, як Ю. Лавріненко, Л. Череватенко,

Г. Костюк, І. Дзюба, Н. Шаповаленко та інші аналізували різні аспекти публіцистики І. Багряного, натомість неповною мірою вивчені заголовкові та підзаголовкові комплекси. До того ж наукова література з теорії заголовка здебільшого літературно-художніх текстів не відображає комплексного підходу до їх вивчення, у дослідженні функцій заголовка, їх типологій науковці в основі аналізу використовують тільки окремі принципи, а у світлі нових методів досліджень теорії тексту називаються нові функції, констатується їхня складність.

Метою нашої розвідки стало дослідження функціональних властивостей заголовків і підзаголовків, їх особливостей із застосуванням прагматичного, формально-структурного та функціонального принципів.

Завдання, що поставили в роботі: з'ясувати суть дефініції «заголовок» та «підзаголовок»; визначити функції заголовкових і підзаголовкових комплексів, їхні специфічні особливості, виявлені через семантичні, синтаксичні та графічні актуалізатори; застосувавши контент-аналіз, здійснити моніторинг публіцистики І. Багряного з метою виявлення особливостей, зумовлених специфікою газетного та публіцистичного тексту.

Заголовкові та підзаголовкові комплекси як частина журналістського та публіцистичного тексту досліджувалися багатьма вченими (В. Іванов, Д. Прилюк, В. Різун, Л. Грицюк, Т. Сулима, М. Шостак, В. Галич та ін.). Один зі словників подає таке визначення: «Заголовок — назва будь-якого твору, його частини, розділу або статті, повідомлення, назва газети, журналу і т. ін.» [14, 277]. У більшості визначень акцентується на відповідності між текстом і заголовком, їх взаємозв'язках. Серед функцій заголовка виділяються такі: номінативна, привернення уваги та рекламна (залежно від типу видання) (А. Тертичний); номінативна, інформаційна та рекламна (М. Бахарев); номінативна, комунікативна та рекламно-цільова (М. Шостак). Побіжно М. Шостак зазначає, що заголовок виконує іміджеформувальну функцію [13, 76]. К. Святчик і Л. Кудрявцева до основних додають такі заголовкові функції: орієнтаційну, спонукальну, виражальну та оцінну [3, 318–320]. С. Лазаренко у зв'язку зі станом сучасної журналістики та відвертим рекламним характером матеріалів наголошує на естетично-виховній функції [10, 149]. Підзаголовку, як прави-

ло, відводиться функція уточнення, інтригування, розкриття ідеї та розширення смислу заголовка.

Натомість природа публіцистичних текстів, на думку Д. Прилюка, В. Здоровеги, В. Галич та ін., вимагає від заголовкових і підзаголовкових комплексів не тільки т. зв. типових функцій, а й посилення іншого функціонального навантаження: вираження головної ідеї та змісту твору, ступеня образності, оцінка суспільно-політичних і літературно-критичних явищ, визначення літературного таланту та професіоналізму. Л. Грицюк виділяє три типи назв за ступенем семантичної потенції заголовків: заголовки-індикатори, заголовки-образи та заголовки-символи. Заголовки першого типу застосовуються в газетних текстах, демонструючи найнижчу образність і не змінюючи своєї смислової структури в процесі сприйняття тексту. Заголовки другого типу вказують на можливу еволюцію їхнього розуміння, оскільки містять вторинну номінацію, здійснювану за традиційними риторичними моделями творення мовних образів: метафора, метонімія та іронія. У заголовках третього типу репрезентація тексту здійснюється через символічне, алегоричне, підтекстове значення заголовка. У них спостерігається повний розрив між актуальним та підтекстовим значенням заголовка [5, 53]. В. Здоровега, використавши функціональний підхід, пропонує таку класифікацію заголовків: інформаційний, спонукально-наказовий, проблемний, констатуючо-описовий та рекламно-інтригуючий [7]. Досліджуючи публіцистичні тексти О. Гончара, В. Галич до основних функцій (номінативна, інформаційна, рекламна) заголовків додає текстоформувальну, текстоутворювальну, систематизувальну, кодувальну, а для підзаголовків — жанровоорганізувальну та конткретизувальну (інформаційну) [4, 601–635].

Специфіка письменницької публіцистики І. Багряного полягає в тому, що при дослідженні функціонального навантаження заголовкових і підзаголовкових комплексів слід враховувати особливості газетного та публіцистичного тексту, оскільки більшість аналізованих нами творів була опублікована в газетах та журналах і сам публіцист був редактором газети «Українські вісті» [6]. Маємо підстави застосувати прагматичний підхід до аналізу, однак через брак газет не можемо оцінити ґрунтовно їхні функції при створенні композиції номера газети. Дискурсивність та інтертекстуальність заголовків публіцистики

автора простежуються вже з першого резонансного у всьому світі памфлета «Чому я не хочу повертатись до СРСР?» не тільки на рівні змісту й форми, авторського задуму й оцінки явищ, а й на функціональному та образному (образ радянської системи, України, вождів та ін.) рівнях і демонструють тісний зв'язок як з його художньою творчістю, зокрема романами «Тигролови» (1944), «Сад Гетсиманський» (1950), «Антон Біда — герой труда» (1956) та інші, так і з політичною діяльністю.

Вся публіцистика І. Багряного, вміщена в збірці «Іван Багряний. Публіцистика» (Київ, 2006), налічує 204 твори. Вони публікувалися окремими творами («Чому я не хочу повертатись в СРСР?»), у збірках («Наша боротьба») — 2 твори, у журналах «Наші позиції» — 11, «Ми ще повернемося» — 13 та найбільше в газеті «Українські вісті» — 169.

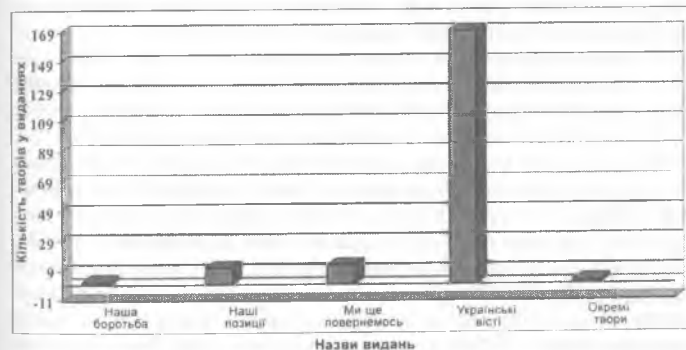


Рис. Порівняльно-кількісний аналіз публіцистики І. Багряного (1946–1963)

Місце публікації багато в чому визначило характер творів, їхню тематичну, жанрову спрямованість тощо, а їх зміст — демократичний характер видання, його послідовність, відстоювання своїх принципів у полеміках з радянськими, еміграційними українськими, американськими та європейськими ЗМІ. Іміджеформувальна функція заголовків визначила не тільки інформаційну політику видання, а і його місце серед еміграційної преси: «Українські вісті» залишались оплотом українства за кордоном, українського національного руху,

органом Української революційно-демократичної партії, яку організував і в еміграції і впродовж 1948–1963 років очолював публіцист, та органом Українського молодіжного руху ОДУМ, організатором якого теж став І. Багрянний. Саме у цьому виданні він показав свої погляди на радянську систему, національний рух, проблеми молоді, принципи побудови незалежної України, хоч видання й зазнавало цензурних переслідувань, здійснювалися погрози депортацією тощо.

Переважає більшість заголовків публіцистики І. Багряного виконує номінативну функцію, що поєднується з іншими. Номінативним заголовкам («День жалоби», «З форуму вільної думки...», «Під знаком скорпіона» та ін.) властива частіше за все однокленна чи двокленна структура, використання називних речень і словосполучень, переважно загальних назв, що зумовлено специфікою газетних текстів, однак вони часто мають оцінний чи емоційний характер.

Інформаційна функція переважно виражена в тих заголовках, що більшою мірою стосувалися політичної діяльності автора, виступів офіційних радянських лідерів, певних суспільних процесів, що відбувались у СРСР і діяльності українських емігрантів (див. табл.).

Використання в заголовках риторичних фігур, синтагм, неповних речень, інтонаційного оформлення та інших засобів відбиває стратегію формування дискурсу публіцистики І. Багряного, посилює дискурсивні можливості творів, їх прагматичне спрямування і не тільки спонукає, а й *інтригує* читача. Зокрема, для зацікавлення читачів текстом повідомлення автор використовує в заголовку або підзаголовку цитати: «Отам-то милостивії ми ненагодовану і голу застукали сердешну воло...», «Чуєш, брате мій, товаришу мій!...» та ін. Імена та прізвища учасників подій стимулюють інтерес до викладеного матеріалу і створюють враження достовірності фактів, підвищують довіру («Противо революційна профілактика Сталіна», «Відповідь Д. Донцову і його деяким учням» та ін.). Активізації, приверненню читачької уваги, домисленню змісту тексту також сприяє використання публіцистичним фразеологізмів, але не тих, що склалися історично, а перекладених, адаптованих до сучасних авторів подій, як і графічних актуалізаторів (лапки) («Партія «останніх могікан», «Тріумф» рабовласників» та ін.).

Спонукальна й наказова модальність як вияв публіцистичності в І. Багряного, виражена через риторичні фігури, наказовий спосіб

дієслова (I та II особа одними і множини), інфінітив, звертання, допомагає не тільки донести до аудиторії думку автора, а й мобілізує суспільство у вирішенні нагальних проблем, виконуючи рекламно-інтригувальну, оцінну, спонукальну функції («Хіба це не жах?», «Розб'їд і паніка?», «Помийте руки!»). Автор передає свої симпатії чи антипатії до предмета зображення, відтворює спектр різних почуттів: від злості, сарказму, ненависті («Фронт брехні й аморальності», «Крокодиляче милосердя») до вболівання, співчуття й любові, прагнення застерегти від нещастя («Чуєш, брате мій, товаришу мій!...», «Обережно! Пастка!» та ін.). Часто оцінну функцію виконує заголовков-резюме, використання алегорії, образів грецької міфології, іронії, гри власними й загальними назвами («Маніфестація мерзості», «Крокодиляче милосердя», «Смітник імперії й сталінські «апельсини»), чим посилює сатиризацію тексту. Через графічні актуалізатори (лапки, фрагментація семантико-синтаксичної структури) заголовки сприймаються як експресивно-закличні, рекламні, виражають високий рівень суб'єктивності навіть у полемічних статтях, незважаючи на їх аналітизм, чітку аргументацію та логічну послідовність («Чому я не хочу вертатись до СРСР?», «Між «трупом» і «привидом», «Читаючи друзів» та ін.). Надають експресивної забарвленості заголовковим комплексам і тавтології («Відповідь ворогам великим і ворогам манюньким», «Поновне вбивання вбитих» та ін.).

Особливістю й перевагою заголовків І. Багряного є посилення комунікативної функції, що зумовлено насамперед помірною цензурою на відміну від радянської журналістики та творчими особливостями його публіцистики. Адже І. Багрянний, перебуваючи в еміграції, постійно вів відкритий діалог і дискусію, адресатами яких були опоненти в еміграції (комуністичні і відверто бандерівські українські виданнями) та опоненти в СРСР (бюрократична верхівка, уособлювана генсеками, інтелігенти, преса й пересічні українці). Тому можемо відзначити *гіперактивну комунікативність* заголовків аналізованих творів, реалізовану через використання рекламно-інтригувальної (властиво журналістичної. — А. К.) функції й послаблення інформативності. По суті комунікативність цих заголовків дозволила перевести авторський монолог у статус квазікомунікації. І. Багрянний розраховує на інтелектуальний рівень читача, високо оцінює його горизонт очікування. Комунікативність сприяє, з одного боку, визначенню

конфлікту, маркуванню історичної епохи, чіткому відображенню топосу опонентів за допомогою опозицій «свій» / «чужий» («ворожий»), створенню затекстового простору, з другого — вираженню власної позиції, симпатії чи антипатії до об'єкта повідомлення, автобіографізму («Чому я не хочу вертатись до СРСР?», «Наша Правда та ін.) тощо.

Орієнтувальну функцію також виконують заголовки на означення певних політичних понять, назв положень окремих політичних поглядів і переконань (див. табл.), вони вимагають обізнаності читача зі світовими політичними тенденціями.

Таблиця

## Функції заголовків та підзаголовків публіцистики І. Багряного

№	Види функцій	Кіл. %	Приклади	Засоби
основні				
1.	імідже-форму-вальна		«Доповідь на П з'їзді УРДП», «З форуму вільної думки...», «Фіаско комунізму», «Фарватер п'ятої колони»	політична лексика, іронія, риторичні фігури, синтагми
2.	номіна-тивна	100	«З форуму вільної думки...», «Під знаком скорпіона», «Цирк»	одно- та дво-членна структура, метафори
3.	інформа-ційна	14	«Розмова в Бі-Бі-Сі», «Нова фаза наступу на еміграцію і наша відповідь», «Хрущов хвилюється», «Конфуз Хрущова, що буде далі?», «Інтерв'ю з Каракозовим»	одночленна та дво-членна структура, власні назви
4.	оцінна	60	«Агонія банкрутів», «Велике здемаскування малих шахраїв», «Смітник імперії й сталінські «апельсини», «Феєрверк «колективної» демагогії (Слово по доповіді Хрущова)	іронія, метафори, алегорії, цитати, фразеологізми, використання народних пісень
5.	орієнту-вальна	45,5	«Шовінізм», «Молодь Великої України і наші завдання», «Для чого створено УРДП? (Звернення до учасників ІВПленуму ЦК УРДП)», «Так тримати!!»	політична лексика, абрєвіатури, назви жанрів, риторичні фігури

Закінчення табл.

№	Види функцій	Кіл. %	Приклади	Засоби
5.	рекламно-інтригу-вальна	19,2	«Пошесть уніфікації», «Движення води», «Героїка і бізнес?», «В чому ж різниця?», «Ціна хрущовського ведмедика», «Отже?», «Між Сццлою і Харибдою», «Коли гримлять літаври і б'ють барабани» (Першотравневі рефлексії)	імена відомих осіб, джерела цитування, заголовки-парадокси, риторичні фігури, синтагми, росіянізми
7.	комуника-тивна	34	«Чуєш, брате мій, товаришу мій!..» (Слово до воєка Радянської Армії), «Юпітере, ти злотишся...», «Щоб не було ілюзій» (До нескінченного діалогу), «Відповідь ворогам великим і ворогам манюньким (Абрамовичам, Державіним та іншим)», «Наша Правда»	вказівка на адресата та адресанта мовлення, метафори, риторичні фігури, цитати
додаткові				
8.	дидактична (естетично-виховна)	26	«Так тримати!!», «Діло честі, діло слави...», «Дивись у корінь!», «Не хлібб самим... (про те, як не треба робити пропаганди)»	риторичні фігури, метафори, фразеологізми, прислів'я
9.	жанрово-організувальна	8,3	«Слово на той бік», «Відповідь І. Багряного п. В. Чапленкові», «Коли гримлять літаври і б'ють барабани» (Першотравневі рефлексії)	назви жанрів публіцистичних і газетних текстів
10.	конкретизувальна	13	«Оракул чорної імперіалістичної ночі (Рефлексія з приводу нової «Програми КЛРС)», «Що ж він напише? (Про мемуари Поскрюбишева)»	власні назви, дати, слова з прямим значенням

Орієнтувальна функція у публіциста часто поєднана з дидактичною. Використання жанрових підзаголовків значною мірою позначилося на ступені їх публіцистичності, завданням яких є жанрове визначення тексту, що не тільки відтворює розмаїту палітру жанрів,

характеризує автора як творця оригінальних жанрів (рефлексії. — А. К.), а й допомагає інтерпретувати матеріал. Пояснення, уточнення (жанрова природа, місце, час, особа, факт та ін.) виконують конкретизувальну функцію підзаголовків, допомагають відтворити ситуацію публіцистичного мовлення. Такі підзаголовки у Багряного мають вторинне значення, оскільки використані з метою посилення суб'єктивності, вираження, уточнення авторської думки тощо. Також підзаголовки поетапно пояснюють зміст тексту і заголовка та аргументують його. Разом із заголовком підзаголовки заключних частин творів утворюють або кільцеве обрамлення, або підводять до висновку реципієнта і сприяють підвищенню їхньої функціональності (рекламує, інформує, уточнює, визначає жанр та ін.).

Композиційну функцію заголовків важко виокремити, оскільки збірка публіцистики тематично не скомпонована, як самим автором, так і упорядниками виданнями, без вказівки рубрик, що не вплинуло на формування заголовків.

Отож, заголовкові та підзаголовкові комплекси в публіцистиці І. Багряного поліфункціональні. Вони не лише відтворюють тематичні горизонти, порушують актуальні проблеми тогочасної дійсності, відтворюють стиль автора, а й виконують основні та додаткові функції. Редакторська та журналістська діяльність зумовили посилення іміджеформувальної, рекламно-інтригувальної функції, натомість специфіка публіцистики вплинула на зменшення інформативності й посилила спонукальну, оцінну, дидактичну функції, дискурсивність заголовків, їх інтертекстуальність у контексті всієї художньо-публіцистичної творчості, політичної та громадської діяльності. Заголовки та підзаголовки як елементи зовнішньої та внутрішньої композиції виконують жанроформувальну та конкретизувальну функції. Визначення горизонту очікування читача та опонента, використання лексичних, графічних і синтаксичних актуалізаторів, образності, фольклорного матеріалу та засобів сатири скероване на реалізацію зазначених функцій. Комунікативність, активізація читачького інтересу до змістового наповнення тексту, інтерпретації авторської інтенції, вираження високого ступеня експресивності сприяло формуванню квазикомунікації.

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Багрянний І. Публіцистика : доп., ст., памфлети, рефлексії, есе / І. Багрянний. — К. : Смолоскип, 1996. — 856 с.
2. Бахарева Н. Е. Структурно-функциональное развитие заголовков : автореф. дисс. ... д-ра филол. наук / Н. Е. Бахарева. — Алма-Ата, 1971. — 37 с.
3. Гаврилова Я. Роль лінгвістичних засобів виразності газетних заголовків у сприйнятті тексту повідомлення / Я. Гаврилова // Діалог : Медіа-студії : зб. наук. праць / [вип. ред. О. В. Александров]. — Одеса : Астропринт, 2006. — Вип. 4. — С. 130–137.
4. Галич В. М. Олесь Гончар — журналіст, публіцист, редактор: еволюція творчої майстерності : монографія / В. М. Галич — К. : Наук. думка, 2004. — 816 с.
5. Грицюк Л. Ф. Образно-семантичний підхід до класифікації заголовків / Л. Ф. Грицюк // Мовознавство. — 1992. — № 2. — С. 51–56.
6. Дзюба І. Громадянська снага і політична прозорливість (Про публіцистику Івана Багряного) / І. Дзюба // Слово і час. — 1996. — № 10. — С. 82–84.
7. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Й. Здоровега. — 2-ге вид. — Львів : ПАІС, 2004. — 268 с.
8. Козлов С. Л. К поэтике заглавий в русской лирике первой половины XIX в. / С. Козлов // Вопросы жанра и стиля в русской и зарубежной литературе. — М. : Изд-во МГУ, 1979. — С. 20–29.
9. Коротков Є. Заголовки для нашої безтолковки / Є. Коротков // Робітничая газета. — 2007. — № 27. — С. 2.
10. Лазаренко С. Графічні актуалізатори зв'язності в заголовках газетних текстів / С. Лазаренко // Діалог : Медіа-студії : зб. наук. праць / [вип. ред. О. В. Александров]. — Одеса : Астропринт, 2006. — Вип. 4. — С. 149–158.
11. Прилюк Д. М. Теорія і практика журналістської творчості : Проблеми майстерності / Д. М. Прилюк. — К. : Вища школа, 1983. — 280 с.
12. Тертичний А. А. Жанры периодической печати : [учебн. пособие] / А. А. Тертичный. — М. : Аспект Пресс, 2000. — 312 с.
13. Шостак М. И. Журналист и его произведение : [практ. пособие] / М. И. Шостак. — М. : ТОО «Гендальф», 1998. — 96 с.
14. Літературознавчий словник-довідник / [ред. кол. Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін.]. — К. : ВЦ «Академія», 1997. — 752 с.