

О. О. Порпуліт

РОЛЬ ВЛАСНОЇ НАЗВИ У ГАЗЕТНОМУ ЗАГОЛОВКУ

Спосіб подання новин так само, як і спосіб верстки газети, певним чином впливає на заголовок. Газетні заголовки часто зберігають сліди так званого "телеграфного стилю" повідомлень, які отримують пресагентства, оскільки для журналіста найважливішим є зберегти початкову свіжість інформації, донести її "вибуховий" потенціал, зосередивши всю інформацію в декількох легких для сприйняття очима й розуміння слів. Особливість газетних повідомлень, таким чином, обумовлена прагматичною настановою цього типу комунікації, а саме, укласти якомога більше інформації у можливо меншу кількість рядків. Така лапідарність тексту підвищує роль у заголовках власних назв, які мають міцні зв'язки з загальновідомими референтами, оточені колом сталих культурних асоціацій, стереотипів, конотацій, оцінних суджень і т.ін.

З іншого боку, зазначимо, що газетні заголовки, як правило, розташовані не лінійно, як того вимагає звичайна типографська норма. Сторінка газети являє собою мозаїку, де винесене слово є значущим вже з зображальної точки зору. При наборі таких речень використовуються великі літери, а іноді й декілька різних шрифтів. Речення можуть бути розташовані на всю довжину полоси, шпальти чи іншим способом, тут все залежить ще й від малюнків і світлин, які супроводжують текст. Одним словом, супорт

1 графічна субстанція з самого початку руйнують нормальну структуру речення, впливаючи на значення власної назви, використаної в заголовку.

Тобто, в заголовку поєднуються дві тенденції : тенденція до стислості інформації та тенденція до нагромадження інформації. Ця подвійність і лежить в основі дуже яскравої, але стислої стилістики заголовку.

Під інформативністю заголовка ми маємо на увазі його спроможність забезпечити адекватне уявлення про мету повідомлення. "Інформативність" заголовка слід відрізнати від "привабливості". Разом з тим, ці дві ознаки відбиваються на загальній інформативності будь-якого друкованого видання, оскільки остання, щонайменше, не повинна відштовхувати читача від публікації. Інформативність характеризує не абсолютну кількість інформації в заголовку, не загальну його "інформативну насиченість", а лише ту смислову інформацію, яка стане набутом реципієнтів. Тобто інформативність заголовка - це відносна інтерпретація реципієнтом задуму, мети, основної ідеї повідомлення, комунікативного наміру його автора. Якщо заголовок виявляється незрозумілим читачеві, якщо зміст заголовка неадекватно пов'язаний з текстом, не відбиває мету повідомлення, якщо в заголовок виноситься стандартна мовленнєва формула, що втратила як інформативність, так і привабливість, оскільки створює відчуття відомості інформації, яке, в свою чергу, ґрунтується на стереотипних, свідомо сформованих асоціаціях,- виникає ефект " смислових ножиць".

Найменшим об'єктом, що може виступати в заголовку носієм інформації, є власна назва. Крім семантичної, номен може нести інформацію контекстну, тобто додатково накладену контекстом на повідомлення, стильову, асоціативну (множина відношень, які зафіксовані в асоціативному словнику або словнику-тезаурусі) тощо.

Тобто власна назва в заголовку багатофункціональна. На об- лігаторні мовні функції онімів - номінативну, ідентифікаційну, диференціюючу-нашаровується багато інших, що дозволяє використовувати власні назви в заголовках із зображальною метою. Так, за допомогою онімів імпліцитно або експліцитно здійснюється характеристика суб'єкта або об'єкта, про який буде розповідатися в газетній публікації. Приклади яскравої характеристики предмета розповіді за допомогою власного імені: *Робінзон на надувному матраці* [9: 14 серпня]. Використання імені відомого літературного

персонажа в заголовку публікації прогнозує зміст тексту. Дійсно, мова в замітці йде про 10-12-річного хлопчика, якого віднесло в Чорне море й прибило до безлюдного острова-скелі Ведмідь-гора, де й провів ніч маленький шукач пригод. *"Мокра" справа харківського Отелло* [9: 19 січня], *Отелло з каністрою сів за грати* [9:25 січня], *Карлсон дістав батьків* [9: 17 січня], *Греї поліських горизонтів* [9:11 січня].

Уживання в заголовку широко відомих власних назв викликає до життя ті їх потенційні можливості, які сприяють підсиленню виразності назв газетних творів. Так, імена міфологічних або історичних персонажів, позначаючи такі поняття, які виділяються своєю визначеністю, довговічністю і широкою відомістю, є стійкими лексичними одиницями, що мають значні сугестивно-асоціативні можливості й спроможні входити і в загальнолітературну мову, й в окремі її стилі. Часто вони можуть включати у своє значення і деякі характерні риси відповідних носіїв: пор., *"Горинич", який живе на кухні* [9: 4 січня], *Феміда зав'язала очі на власні фінансові зловживання* [9: 11 серпня], *Фото в стилі Адама і Єви стає обов'язковим в колекції порядних китайців* [9: 14 серпня]

Істотним фактором підвищення смислового й емоційного змісту як самого заголовку, так і газетної публікації в цілому є звукова форма власного імені, використаного в назві твору. Будь-яке слово, сприймається воно візуально чи на слух, діє на свідомість реципієнта насамперед матеріально, стаючи джерелом подразнення слухових аналізаторів або прямо, або опосередковано: графічний образ імені "озвучується" у внутрішньому мовленні. Незвичне або особливим чином організоване сполучення звуків викликає природну слухову реакцію, яка і стає джерелом породження насолоди або невдоволення. І хоча реакція на звучання імені має, безперечно, суб'єктивний характер, психометрія багатьох актів сприйняття дозволяє усереднити й об'єктивізувати індивідуальні враження, тобто передбачити реакцію аудиторії на використання "робленого" оніма у заголовку. Зрозуміло, було б перебільшенням стверджувати, що "звуковий символізм" власних назв є здобутком виключно авторських (художніх і публіцистичних) творів. В повсякденній мовній практиці ми постійно стикаємося із загостреною увагою до того, як звучить той або інший онім. Наприклад,

одним із чинників вибору імені немовляти для батьків є співзвуччя власного імені з прізвиськом і по батькові. Проте тільки творці текстів свідомо "експлуатують" розмаїття засобів і прийомів актуалізації фонетичної виразності власних назв.

Пропріальні одиниці мови мають особливу семантику. Декодування і співвіднесення звукової оболонки оніма з деяким семантичним комплексом відбувається, як правило, якщо не специфічно, то все-таки дещо по-іншому, ніж це відбувається при усвідомленні загальних назв. І хоча, за О.Ф.Лосевим, будь-яка конкретизація тільки огрублює картину діалектичного уявлення про ім'я, а структуру справжнього спілкування можна зрозуміти, тільки побачивши в слові зовсім інший логічний склад, ніж "звуки" і "значення", характеризуючи "до-предметну" структуру власної назви, дослідник на перше місце поставив фонематичну структуру або оболонку слова, а оскільки звуки, що входять у "фонему" імені, щось позначають, виділив і перший семантичний момент-фонематичну семему [5]. У граничному випадку, як зазначає В.М.Калінкін, власне ім'я сприймається носіями мови як членороздільний звуковий комплекс, знак певного конкретного об'єкта чи суб'єкта. Крім власної назви позначуваний предмет має родову або видову назву. Тому не завжди семантизація оніма зводиться до інтуїтивного співвіднесення звучання з якими - небудь асоціативними уявленнями. "Акустична інформація при цьому сприймається як своєрідний атрибут іменованого предмета, його невід'ємна властивість" [3: 306] Цілком зрозуміло, що склад асоціативного комплексу не є стабільним утворенням, бо сприйняття носить індивідуальний характер, а сам іменований предмет у різних частинах публіцистичного твору висвітлюється по-різному і сприймається в різних ракурсах, що не заважає пов'язувати звучання імені в заголовку й викликані ним асоціації зі змістовною інформацією, що стосується описуваного предмета, в єдиний комплекс. І хоча "саме лише звучання імені спроможне багато про що повідомити нашому емотію", "на сприйняття фоносимволіки іменувань впливає не тільки сам звуко-символізм, але й асоціативний зв'язок відапелятивного значення імені з лексемами одного семантичного ряду, а також фонові знання" [2:16].

Зазначене вище добре ілюструє заголовок публікації про

пошук у сучасному українському літературному середовищі справжнього митця: *Де наш Толстojський?* [9: 24 січня].

В рамках лінгвістики тексту вже доволі давно висловлювалася думка, що повнозначне слово само по собі є "частковим знаком", дійсною ж одиницею значення може бути тільки текст, за яким визнається номінативна функція й знакова природа. "Ніякий знак не мислиться в абсолютній смисловій порожнечі і ... навіть найпримітивніше своє значення він тільки й отримує в тому чи іншому, але теж смисловому оточенні" [4:59]. На думку великої кількості дослідників, значущість власних назв певною мірою може бути обмежена тим, що це власні назви. Так, Д.І. Руденко, звернувшись до семантичної проблематики власних назв, прийшов до висновку, що у сферу узуально-мовного у власній назві входить тільки імпліцитна вказівка на ономастичне поле, до якого, власне, належить ім'я. Розглядаючи власні назви у межах парадигми, іменованої "філософія егоцентричних слів", дослідник зазначає, що специфіка семантики номенів полягає в референції, позначенні одного конкретного об'єкта певним іменем. Така семантика є не стільки значенням як таким, скільки пресупозицією або прагматичною конвенцією. Нерозрізненість узагальнюючих значень власних назв дозволяє авторові зближувати їх з дейктичними елементами мови (займенниками в широкому розумінні). Як і оніми, дейктичні елементи здатні виступити засобом ідентифікації об'єктів, можуть мати диференційні ознаки роду, числа і т. д.. Ідея про наявність у власних назв і дейктичних слів спільних властивостей дозволяє досліджувати не тільки спільне, але й те, що відрізняє власні назви й дейктичні слова, а саме наявність у власних назв похідного від контексту значення [6].

Розуміння власних назв — породження системи, в якій вони існують. Про цінність окремого імені можна міркувати тільки тоді, коли розглядається вся система імен у цілому і місце конкретного імені в цій системі. Що до інформації, яку передають власні назви, то вона неоднорідна. Розрізняють мовну, мовленнєву й енциклопедичну інформацію онімів. В мовному плані значущість власної назви "зрівнює оніми з іншими частинами мови, виділяючи з невласних і об'єднуючи їх. При цьому основним на рівні мови виявляється віднесення слова до власних назв - цього звичайно буває

досить для того, щоб безпосередні учасники мовленнєвого акту правильно зрозуміли мовлене" [7:257]. Мовленнєва інформація забезпечує зв'язок імені з об'єктом, виявляє "ставлення мовця до об'єкта. Під енциклопедичною інформацією О.В.Суперанська розуміє "багатство значення, яке належить не до самого імення, а до об'єкта, який воно називає" [8:11]. Тобто, енциклопедична інформація являє собою комплекс знань про об'єкт, доступний кожному члену певного колективу, але індивідуальна та суб'єктивна з причини різного рівня володіння мовою, інтелектуальної ерудованості, а також індивідуальності сприйняття. Деяка мінімальна кількість енциклопедичної інформації розподілена між кому-нікантами для того, щоб використана в акті комунікації онімна одиниця виконала покладене на неї завдання передачі відомостей. Цю частину знань прийнято називати апперцепційною базою.

Апперцепційна база носіїв мови обов'язково враховується авторами газетних публікацій, оскільки твір - це "факт і результат не тільки тим або інакшим чином переживаної автором дійсності, але й сприйнятої читачем авторської рефлексії" [3:123]. Вводячи в газетний заголовок ту чи іншу власну назву журналіст своє "свавілля" у виборі, винайденні й використанні певного оніма обмежує прагненням до взаєморозуміння з читачем. Це наслідок авторського переживання через побоювання виявитися незрозумілим.

Таким чином, власна назва набуває своєї повноцінної значущості не тільки в контексті інших знаків твору, але й в контексті історико-культурному. Пор., заголовки, складовою частиною яких є міфоніми: *Велеса згадали себе показали* [9: 8 серпня], *Ольгу оберіг Перун* [9: 13 липня], *Юрист зіпсував день народження Христа* [9: 10 січня], *Німецька Фемідарозтрат не вибачає* [9:1 липня] Ці слова й поза заголовком володіють значним арсеналом смислів, які виношені культурною свідомістю народу, але позиція заголовка, його інтонація, пауза між заголовком і текстом надзвичайно активізують пам'ять людства. В результаті читач настроюється на сприйняття тексту не як ізольованого явища, а у співвіднесеності з іншими, асоціативно виниклими текстами. Взаємовідношення між змістом, переданим власною назвою, і інформацією про

названий об'єкт в газетній публікації, на відміну від загальнономовних ситуацій, завжди експліковані, перебувають у стані постійного взаємовідображення.

Найважливішою ознакою правильного тексту, поряд з наявністю прагматичної настанови й цілеспрямованості, І.Р.Гальперін вважає відповідність зміста тексту його заголовку, завершеність публікації відносно заголовку [1:25]. Заголовок то в ясній, конкретній формі, то в завуальованій, імпліцитній виражає основний задум, ідею, концепт творця тексту. Цікавим у зв'язку з цим виявляється зв'язок заголовка з категоріями ретроспекції і проспекції. Прикладом ретроспективного сприйняття назви газетної публікації є заголовок: ***Роман Дюма на нари кличе*** [9:23 січня]. У замітці розповідається про зловживання экс-міністром закордонних справ Франції, Ро ланом Дюма, службовим становищем. Цей факт став відомим з книги-сповіді Крістіни Дев'єр-Жонкур "Курва Республіки", яка тривалий час була коханкою Дюма. Як бачимо, справжнє значення заголовка розуміється тільки після прочитання публікації. Виразність назви підвищується за рахунок співпадання імені відомого французького письменника з прізвищем героя публікації. Крім того переосмислюється й загальне ім'я роман: відбувається актуалізація семи "любовна пригода".

Основний шлях читання, сприймання будь-якого твору-від початку до кінця. Тексти сприймаються не миттєво, одночасно, а поступово. При лінійном сприйнятті кожний елемент сигналізує про наступний і сам частково міститься в цьому наступному елементі. Починаючи читання, ми прогнозуємо подальшу частину тексту й далі перевіряємо наші припущення. Саме заголовок спрямовує увагу читача. Інформація, закладена в заголовку, уточнюється й конкретизується. Але часто в процесі читання людина знову й знову повертається до назви твору, намагаючись зрозуміти його значення й співвіднесеність зі змістом. Процес сприйняття системи "заголовок-текст" ускладнюється, в ньому присутня осциляція, за рахунок чого підвищується виразність тексту. Таким чином, заголовок за своєю природою є виразником категорії проспекції, в той же час володіє властивостями ретроспекції.

1. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. - М., 1981.
2. Иванова Е.Б. Стилистические функции собственных имен: На материале произведений К.Паустовского: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. - Одесса, 1987.
3. Калінкін В.М. Теоретичні основи поетичної ономастики: Дис. ... докт. філол. наук. - Донецьк, 2000.
4. Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф. - М., 1982.
5. Лосев А.Ф. Философия имени. - СПб., 1994.
6. Руденко Д.И. Имя в парадигмах "философии языка". - Харьков, 1981.
7. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. - М., 1973.
8. Суперанская А.В. Языковые и внеязыковые ассоциации. - М., 1970.
9. Україна молода. - 2001.

