

12. http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=tppsf_2015_1_24
13. Элиаде М. Избранные сочинения. Очерки сравнительного религиоведения / М. Элиаде / пер. с англ. – М. : Ладомир, 1999. – 488 с.

Колесник Н.

Науковий керівник – доц. Кушнір О. В.

СТРУКТУРНО-ЗМІСТОВІ ДОМІНАНТИ ЗАГОЛОВКОВИХ КОМПЛЕКСІВ У ТЕКСТАХ ТЕРНОПІЛЬСЬКИХ ОНЛАЙН-ЗМІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ВИДАНЬ «ПРО ВСЕ», «ТЕРНОПІЛЬСЬКІ ГАРЯЧІ НОВИНИ» ТА «ФАКТОР ТЕРНОПІЛЬЩИНИ»)

Актуальність дослідження обраної теми зумовлена значущістю заголовкового комплексу, який несе важливу інформацію. Саме заголовку відводиться роль сигналу, який спонукає до читання. Також заголовок газетної смуги має своє емоційне забарвлення, яке пробуджує читачку зацікавленість і залучає її увагу. Такий компонент журналістського матеріалу відіграє важливу роль у сприйнятті реципієнтами будь-якого матеріалу в газеті.

Мета дослідження – здійснити змістовий та структурний аналіз заголовкового комплексу на сторінках тернопільських інтернет-медіа («Про все», «Тернопільські гарячі новини», «Фактор Тернопільщини»).

Методологічну основу вивчення теми складають підручники з основ журналістики, зокрема книги В.Й. Здоровеги «Теорія і методика журналістської творчості» [12], М. Тимошика «Книга для автора, редактора, видавця» [6], І.Л. Михайлина «Основи журналістики» [4].

Заголовковий комплекс як узагальнення змісту журналістського твору складається з двох частин: назви і передтексту. До назв належать шапки, рубрики, заголовки, підзаголовки, внутрішні заголовки; до передтекстів – анонси, епіграфи, врізи, ліди. Здебільшого заголовок справляє вирішальний вплив на сприйняття всього тексту, передаючи його зміст у спресованій, згорнутій формі. За заголовком можна визначити концепцію видання, його спрямованість, можливу аудиторію. Часто лише завдяки одному інтригуючому або сенсаційному заголовку люди купують газету чи журнал [4, с. 102].

О.О. Тертичний наголошує, що заголовок – слово головне. І саме тому воно повинно бути сказане усвідомлено, чітко та яскраво, так, щоб читачеві не важко було зрозуміти, що перед ним саме той текст, який потрібно прочитати. Текст, не увінчаний вдало підібраним заголовком, не можна вважати завершеним [5, с. 80].

Не можна говорити лише про єдність заголовка й тексту. На сторінках газети заголовок не має самостійності, тому що виступає частиною заголовного комплексу. Усі елементи заголовкового комплексу формують «обличчя видання».

Підзаголовок – це фраза, яка пояснює. Підзаголовок виконує такі функції: розшифровує заголовок та уточнює зміст. Наприклад: «У селі Плотича горить очерет. Є загроза підпалу будинків» (Про все, 30.03.16), «О 20.30 на Тернопільщині вимкнуть світло. Заради Землі» (Фактор Тернопільщини, 03.04.16), «Інтерактивна карта зробить Тернопіль чистішим. Можливо...» (Фактор Тернопільщини, 14.03.16), «Депутати й апарат облради торік обійшлися майже у 5 млн грн. На програму «Турбота» не використано й півтора» (Фактор Тернопільщини, 30.03.16).

До підзаголовків можна зарахувати і ту частину заголовка, яка стоїть після двокрапки і виконує одну з функцій підзаголовка. Наприклад: «До уваги керівників навчальних закладів по підготовці водіїв: зміни правил» (Про все, 30.03.16), «Загадкова смерть зборівського вояка на Луганщині: нещасний випадок чи... вбивство? (Тернопільські гарячі новини, 28.03.16)».

Лід – це передтекст, розміщений після заголовка й надрукований іншим шрифтом або виділений нешрифтовим засобом. Перший абзац тексту є найважливішим у публікації. Ліди аналізованих матеріалів викликають у читача бажання дочитати текст. Перші фрази одразу привертають увагу адресата і задають відповідний тон тексту. Ліди чіткі та зрозумілі, не переобтяжені зайвими відомостями. Вони самодостатні. Оскільки аналізовані видання інформаційні, найважливіші інформаційні аспекти зазначено на початку. Ліди, які супроводжують заголовки й аналізовані вище підзаголовки, відповідають змістові, а також виправдовують очікування читачів. Наприклад: «Міноборони розбирається, чому українсько-американські навчання проходили в природному заповіднику «Медобори» у Тернопільській області» (Фактор Тернопільщини, 30.03.16).

Рубрика – особливий різновид газетного заголовка і розділ газети, що підтримується з певною періодичністю. Інтернет-видання «Про все» має такі сталі рубрики: «Новини», «Політика», «Кримінал», «Фото», «Надіслати новину». Рубрика «Новини», у свою чергу, включає в себе додаткові підрубрики: «Спорт», «Культура», «Економіка», «Здоров'я», «Особистості». Такі рубрики є інформаційними. Вони привертають увагу читачів до найактуальніших тем сьогодення.

Інтернет-видання «Тернопільські гарячі новини» має такі постійні рубрики: «Події», «Самоврядування», «Політика», «Особистість», «Кримінал», «Гроші», «Світське життя», «Тернопільщина». Рубрика «Самоврядування» включає такі підрубрики, як «Культура», «Освіта», «Медицина», «Спорт», «Транспорт», а рубрика «Тернопільщина» містить перелік усіх районів Тернопільщини. Тут висвітлено події, що відбувалися в районах. Більша кількість рубрик повніше задовольняє інформаційні запити читачів, оскільки тематика деталізована максимально, з урахуванням усіх сфер людського життя.

В онлайн-виданні «Фактор Тернопільщини» наявні такі рубрики: «Події», «Політика», «Соціум», «Економіка», «Кримінал», «Культура», «Спорт», «Здоров'я», «Депутатський пасьянс». Проте остання рубрика узагалі не містить матеріалів, тому вона недоречна і зайва.

Таким чином, рубрикація розкриває композицію матеріалу, визначає зв'язок та взаємозалежність усіх його структурних частин, а також допомагає краще зорієнтуватися у змісті.

Відокремленими складовими онлайн-видання «Тернопільські гарячі новини» виступають шапки. Заголовки і, відповідно, публікації, які знаходяться під покриттям шапки «Гарячі новини» – це підбірка найсвіжіших матеріалів. Вони є життєво важливими для жителів міста, тому що сповіщають цінну інформацію. Наприклад: «У Тернополі робитимуть щеплення від сказу».

Шапка під назвою «Новини державних органів влади» містить матеріали від тернопільських державних органів влади. Для прикладу: «На Тернопільщині проходить реорганізація управлінь Пенсійного фонду», «У Тернопільській ОДА нові кадрові призначення».

В онлайн-виданні «Про все» є лише одна шапка «Актуальні новини», у якій відібрані матеріали першочергової ваги. Наприклад: «Тиждень сталої енергії: від акції до модернізації», «У Бережанах обікрали костел».

В онлайн-виданні «Фактор Тернопільщини» функціонує єдина шапка – «Новини», у якій одна за одною з'являються нові публікації у хронологічному порядку. Наприклад, в 11.40 було добавлено матеріал під назвою «Тернопіль: вчиста бізнесу змолоду».

Газетним заголовкам текстів у тернопільських онлайн-медіа властиве семантичне розмаїття, зумовлене необхідністю вираження емоційно-оцінної та образної експресії. Найчастіше автори використовують такі лексико-семантичні прийоми:

Введення в заголовок архаїзмів, жаргонізмів, діалектизмів, слів просторічної лексики («Після представлення нового керівника Тернопільської області Порошенко потратить у «дурдом») (Про все, 01.04.15).

Заголовки-парадокси – висловлення, що різко розходяться із загальноприйнятою думкою («Свобода – це сестра Партії регіонів. Тільки у вишиванках») (Про все, 04.03.15), «Тернопільські міліціонери хочуть самі себе спалити?» (Про все, 03.02.15).

Використання метафори («Риба гниє з голови, або клоунада на засіданні уряду») (Про все, 27.03.15.), «Чортківська рухівка отримала «жирну» посаду в районній раді») (Про все, 19.03.15.), «Коваль кує перемогу») (Про все, 29.04.15).

Слова-новотвори – неологізми («Політичний труп» розкритикував Яценюка») (Про все, 17.02.15), «Після переможної «атоиної» технології навіть регіонали побігли пірнитись на АТО») (Про все, 10.01.15).

Використання фразеологізму («Симененко «дав Драпака» з мітингу комуністів») (Про все, 01.05.15), «На ідеї боротьби з корупцією можна буде поставити хрест») (Про все, 06.01.15).

Розмовна лексика («У Чернівцях Дайшники вже недопалки сигарет збирають») (Про все, 30.04.15).

У структурі газетних заголовків тернопільської інтернет-періодики використано різні типи синтаксичних конструкцій. Переважають на сторінках онлайн-медіа прості речення. Односкладні прості речення широко вживаються у заголовках газетних статей, адже виражають думку в максимально стислій формі, що привертає та зосереджує увагу читача на найголовнішому у публікації. Наприклад: «Про рівень прозорості Збаразької міської ради») (Про все, 14.03.16).

Неповне речення з пропущеними підметом чи присудком експресивно забарвлює контекст чітким акцентуванням на основному об'єкті публікації, нестандартністю початку, відтінком розмовності («Тернопільські армреслери – з медалями», Тернопільські гарячі новини, 07.04.15).

Заголовки, представлені двоскладним реченням, також часто вживаються. Наприклад, «У Тернополі буде восьме чудо світу») (Про все, 14.03.16), «На донецькому напрямку за минулу добу відбулося 62 обстріли») (Про все, 13.03.16), «На Тернопільщині зникла 20-річна жінка») (Тернопільські гарячі новини, 15.03.16).

Основні моделі заголовків в аналізованих онлайн-медіа:

- **короткі** («Студія «87» святкуватиме іменини в «Є») (Фактор Тернопільщини, 27.03.16), «Всесвітній день поезії відбувся у Тернополі») (Про все, 23.03.16), «14 липня до Тернополя привезуть моці святого») (Тернопільські гарячі новини, 09.07.16);

- **розгорнуті** («Кіноклуб у Тернополі збиратиме любителів нетипового кіно») (Фактор Тернопільщини, 25.03.16), «15 квітня у Тернополі відкриється виставка генія сучасності Івана Марчука») (Про все, 31.03.16).

• **виразно стверджувальні** («Дулеба вже накерувався...») (Фактор Тернопільщини, 28.03.16), «У Бережанському районі – найздоровіші мешканці» (Фактор Тернопільщини, 24.11.15), «Тернопільська лікарня №2 – лікарня, доброзичлива до дітей» (Фактор Тернопільщини, 18.11.15).

Можна стверджувати, що в текстовому просторі онлайн-видань «Про все», «Тернопільські гарячі новини» та «Фактор Тернопільщини» компоненти заголовкового комплексу формують специфічну архітектонічну модель.

Заголовки в інтернет-ресурсах конкретні, яскраві, образні, свіжі, точно передають зміст матеріалу. У заголовках, залежно від мети і потреби, автори публікації досягають лаконічності, інформативності та експресивності за допомогою найрізноманітніших видів експресивно-емоційного обрамлення, оновлення різних загальнономовних стандартів, сталих словосполучень, фразеологізмів, використовуючи варіювання їхньої семантики і структури, особливості сполучуваності слів, різних типів синтаксичних конструкцій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Григорян М. В. Пособие по журналистике / М.В. Григорян. – М. : Центр экстремальной журналистики, 2007. – 194с.
2. Желтоногова Т. Заголовок як компонент структури українського поетичного тексту: автореф. дис. ... канд. філол. наук / Т. Желтоногова. – Кіровоград, 2004. – 19 с.
3. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : [підручник]. – 2-ге вид., перероб. і допов. / В.Й. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.
4. Михайлин І. Л. Основи журналістики: підручник. – 3-тє вид., доп. і поліпш. / І.Л. Михайлин. – К. : ЦУЛ, 2002. – 284 с.
5. Перша трійка результатів пошуку збирає 58% переходів. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/2376>. 34
6. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця: [Практичний посібник]. – 2-ге вид., стереотипне / М.С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2006. – 560 с.

Данилевич А.

Науковий керівник – проф. Поплавська Н.М.

ОБРАЗ УКРАЇНИ В СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ ПРЕСІ

Актуальність теми. Українська тематика в зарубіжній пресі представлена ще з часів краху радянської держави. Однак доволі довго вона була вкрай обмеженою. Україна слабо ідентифікувалася як окрема самостійна держава як у розумінні видавців, так і читачів. Зрушення настали після народних виступів, які увійшли в історію як Помаранчева революція і Революція гідності. Від тоді провідні світові видання стали приділяти значну увагу суспільним, економічним і політичним змінам в Україні та розмірковувати про майбутнє держави.

У сучасному українському журналістикознавстві дослідження німецької преси є досить популярною темою. Прикладом можуть послужити праці Білоус О. М. «Типологія газетної періодики сучасної Німеччини», «Інформаційна модель сучасної аналітичної преси Німеччини», В.В.Мальцевої «Ринок економічної інформації Німеччини» і «Frankfurter Allgemeine Zeitung» - одне з найвпливовіших видань у світі» та інші. Поширеними і продуктивними для наукового осмислення темами є також типологія, специфіка та історія німецьких газетних видань, особливості висвітлення економічної проблематики, зокрема на прикладі «Frankfurter Allgemeine Zeitung» як одного з провідних економічних ЗМІ у світі. Проте незаслужено поза увагою українських науковців залишається комплексне вивчення давно назрілої теми образу України та способів його творення на шпальтах німецької преси.

Варто зазначити, що окремі дослідження з цієї проблематики існують як в українській, так і німецькій науці. Так, у монографії Сузання Шпан «Образ України в Німеччині - роль російських мас-медіа. Як Росія впливає на німецьку громадськість» проблема розглядається під кутом зору вивчення сірої зони між журналістикою і пропагандою. У книзі йдеться про те, наскільки легко в Україні та Німеччині одне з основних прав - право на свободу преси та інформації - піддається маніпулюванню. Російську систему впливу на громадську думку й на творення образу України німецька дослідниця характеризує так: «Vor dem Hintergrund des Ukraine-Konflikts intensiviert Russland seine Informationspolitik in Deutschland: Russische Staatsmedien werden massiv ausgebaut, gleichzeitig wird ein Netz an deutschen Kooperationspartnern, russischen und deutschen Experten und Unterstützern geschaffen, die russische offizielle Positionen in den deutschen Medien verbreiten und damit das Ukraine-Bild in der Öffentlichkeit prägen»[1, с.8]. «На фоні українського конфлікту Росія посилює свою інформаційну політику в Німеччині: російські державні ЗМІ масово розширюються, в той же час створюється мережа німецьких партнерів, російських і німецьких експертів, поширюється офіційна позиція Росії в німецьких ЗМІ і тим самим формується російський образ України» (переклад наш - А.Д.). Головне питання дослідження - міра ефективності маніпуляцій.

Мета роботи - визначити сутність і тематичну структуру контентного наповнення образу України в надрегіональних німецьких газетах «Frankfurter Allgemeine Zeitung» і «Die Welt» у період з жовтня 2015 року по квітень 2016 року.

Досягнення зазначеної мети передбачає розв'язання таких **завдань**: