

Ірина Мариненко

кандидат філологічних наук, доцент,

Навчально-наукового інституту журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка,

Київ, Україна

ORCID: 0000-0002-2836-758X

ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ МЕДІЙНИХ ЗАГОЛОВКІВ

Стрімкі зміни всіх без винятку сфер життя людини за останні пів століття відображаються і на способах отримання актуальної інформації. На зміну вдумливому й неквапливому читанню паперових періодичних видань прийшов поспішливий перегляд новин на сучасних електронних пристроях: ноутбуках, планшетах, смартфонах. Та тлі цього зазнала змін сама процедура отримання інформації: на газетній шпальті реципієнт бачив заголовок, лід, весь текст, графічні й ілюстративні матеріали, а тепер на екрані пристрою можна побачити здебільшого заголовки в стрічці новин, і, щоб ознайомитися з усім текстом публікації, потрібно розгорнути її, натиснувши на назву. І перед журналістом постає непросте завдання привернути читацьку увагу, змусити реципієнта перейти до читання повного тексту повідомлення. Це завдання покликаний розв'язувати заголовок – той компонент публікації, який першим привертає увагу читача або залишає його байдужим. Збільшення функціонального навантаження на заголовок спричинило й значні зміни в його структурі. Так, традиційно вважалося, що повністю запам'ятовується заголовок із 12 слів, а в довших назвах залишається в пам'яті лише перші сім [2, с. 98], тож наполегливо радили журналістам не перевищувати цю кількість слів. Однак сучасні медійники часто нехтують цим правилом, даючи своїм матеріалам розлогі й багатослівні найменування, намагаючись втиснути в них весь основний зміст публікації: *Роспрон поширив фейк про вивезення з Харкова культурних цінностей до Польщі «на тлі наступу» РФ* (УІ, 06.05.25), *Чотиризірковий американський генерал Девід Маккірнан: «Я сподіваюся, що допомога США Україні не лише не припиниться, а й збільшиться»* (ДТ, 06.05.25). Вкладаючи практично всю суть повідомлення в його заголовок, автор наражається на те, що повний текст публікації прочитають лише одиниці.

Сучасний заголовок у медіа вже цілком втратив такі риси, як лаконічність, недоговореність, інтригування, які властиві коротким заголовкам із щонайбільше 3–4 слів. Компактні заголовки за структурою

граматичної основи часто являли собою односкладні номінативні речення і були доволі поширені в друкованих ЗМІ ХХ ст. Цифровізація й інформатизація сучасного життя зумовили потребу у швидкому ознайомленні з інформаційною картиною, досягти якого вдається одним лише переглядом новинних заголовків, часто перебуваючи в транспорті або на роботі. Для такого поверхового перегляду недостатньо лаконічних номінативних або інших односкладних та неповних речень (*Війна і школа* (ДТ, 13.01.24), *Нищать скарби минушини* (СВ, 24.10.23), *Серед лідерів* (СВ, 03.12.24)), оскільки такі заголовки переважно не дають навіть уявлення про основний зміст, тему публікації. Для того щоби привабити читача до свого видання, редакції вчиняють передбачувано – розширюють, конкретизують, деталізують відомості, винесені в заголовки. За таких умов суттєво страждає майстерність створення назв для публікацій, але зростає відвідуваність сайту.

Отже, сучасні заголовки являють собою повноцінні речення різної структури й наповненості. Поміж простих речень-заголовків найуживанішими є поширені двоскладні неускладнені структури, які дають відповіді на ключові запитання: хто? Що? Коли? Де? Чому? Навіщо? – або на важливу їх частину, наприклад: *Роспрон вигдав фейк про трансляцію акції «Безсмертного полку» на білбордах у Берліні* (УІ, 09.05.25); *Трамп прийме в подарунок від Катару «летючий палац»* (УП, 11.05.25); *Учені навчилися переробляти електронні відходи на самородки 22-каратного золота* (УНІАН, 10.05.25). Із сучасних медіа практично зникли непоширені речення, які ще 6–7 років тому доволі активно використовувалися в ролі заголовків [1], пор.: *Німеччина зосереджується* (ДТ, 14.02.19); *Університет лихоманить* (День, 07.09.18); *Хай запанує мир* (СВ, 21.12.18). Такі непоширені (або поширені одним-двома другорядними членами) речення-заголовки траплялися переважно в тих виданнях, які мали довгу й успішну історію видання друкованих версій іще з радянських часів (як-от «Сільські вісті», «День», «Україна молода», «Дзеркало тижня» та ін.).

Дещо менш активно вживаними є односкладні речення, причому з-поміж усіх видів журналісти віддають перевагу неозначено-особовим (*Росію закликають виключити з Міжнародної ради музеїв за привласнення української культурної спадщини* (УТ, 05.05.25); *У ГУР розповіли про нову російську крилату ракету «Бандероль»* (Сід, 12.05.25); *На міжнародному фестивалі у Британії покажуть документальне кіно про українських парамедиків* (УІ, 08.05.25)), безособовим (*Необхідно стимулювати виробництво українських фільмів* (ГУ, 01.04.25); *На росії знищено ворожий*

літак Су-30СМ – ГУР (УМ, 24.04.25); *В Україні ліквідовано командира Псковської дивізії, – росЗМІ* (УНІАН, 07.05.25)) і номінативним поширеним (*Міжнародний день дитячої книги* (ГУ, 02.04.25); *Довгий день Фрідріха Мерца і всієї Європи* (УІ, 06.05.25)). Порівняно із зовсім недалеким минулим (2017–2019 рр.), сьогодні номінативні речення у функції заголовків значно менше використовуються, натомість набагато активніше залучаються неозначено-особові моделі. До чинників популярності неозначено-особових і безособових речень зараховуємо потребу акцентування уваги на самій дії, події, а не на її суб'єкті, а також, хай і несуттєве, але зменшення довжини заголовка.

Бажання привабити реципієнта певними важливими або цікавими деталями веде до ускладненого речення-заголовка. Найчастіше заголовки містять такі компоненти ускладнення, як однорідні члени речення (*Українська культура завжди була не лише вираженням національного духу, а й щитом у боротьбі за незалежність* (ГУ, 10.03.25); *Жителям окупованої Нової Каховки доступні три послуги: вивіз сміття, вода по годинно і поховання* (УІ, 07.05.25)) та відокремлені члени (*Гідрогелеві пов'язки для ран, розроблені львівськими хіміками, рятують життя захисників* (ДТ, 25.11.24); *Поезія – це мова, здатна торкнутися серця* (ГУ, 21.03.25); *ISW: Путін намагається обманути Захід, висуваючи умови «раціональної» капітуляції України* (УНІАН, 12.05.25)), поміж яких переважають відокремлені означення, виражені дієприкметниковими й прикметниковими зворотами, та відокремлені обставини, вражені дієприслівниковими зворотами. Відокремлення, з одного боку, розширює смислові межі заголовка, сприяє глибшому розумінню суті пропонованої інформації, з іншого – часто обтяжує заголовок не властивою йому деталізацією.

Складні речення у функції заголовків притаманні саме інтернет-медіа, оскільки дають змогу викласти не тільки суть новини, а й найважливіші її деталі. Зазвичай для заголовка журналісти обирають складнопідрядні речення (*В Італії археологи виявили прихований палац, де колись могли жити Папи Римські* (УНІАН, 09.05.2025); *На Одещині етнографка збирає унікальні болгарські рушники, яким понад 100 років* (УІ, 09.05.25)), значно рідше – безсполучникові (*У Румунії стався землетрус, поштовхи відчували на Одещині* (Сід, 12.05.25); *У росії помер один із розробників засобів РЕБ: його авто підірвали поблизу кордону з Україною* (День, 26.04.25)). Переважання складнопідрядних речень у заголовках можна пояснити бажанням розширити, уточнити інформацію, подану в головній частині, що суперечить вимозі до стислості заголовка.

Структурно близькими до складних безсполучникових речень вважаємо подвійні заголовки, у яких кожна частина може бути самостійною комунікативною одиницею, водночас друга частина уточнює зміст першої, деталізує її (*Сільська глибинка у фокусі волонтерів: як на Миколаївщині опікуються родинами захисників* (УІ, 09.05.25); *Травневі морози вбили врожай: українці можуть залишитися без овочів і ягід* (УНІАН, 11.05.25); *МОЗ затвердив проєкт капітального ремонту "Охматдиту" – вартість зросла до понад ₪407 млн* (5 к., 06.05.25)).

Ще однією невластивою для друкованих ЗМІ особливістю онлайн-медіа є заголовки, що складаються з двох або й більше окремих речень. Такий заголовок втрачає деякі свої властивості, оскільки містить усю основну інформацію повідомлення, позбавляючи реципієнта потреби розгортати весь текст, пор.: *220 вольт йдуть у минуле. Як Україна декомунізує напругу і що це означає для споживача* (Главком, 26.04.25); *Наука та досвід поколінь. Як молодий винороб з Кідьоша повертає славу закарпатським винам* (УП, 09.05.25).

Отже, технологічні інновації внесли кардинальні зміни в спосіб подання новин і, зокрема, у правила створення новинних заголовків. Водночас і надалі вважаються вдалимими, майстерними заголовки, що не розкривають усієї суті повідомлення, а містять елемент інтриги, недоговореності, чим спонукають читача до ознайомлення з повним текстом новини.

Список використаної літератури та джерел

1. Мариненко І., Михайленко В. Граматична структура заголовка сучасних українських медіа. *Наукові записки. Вип. 187. Серія : Філологічні науки (мовознавство)*. Кропивницький : Вид-во «КОД», 2020. С. 367–375.
2. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. Львів : ПАІС, 2010. 244 с.

Список скорочень назв медіа

- Главком – онлайн-медіа «Главком»: <https://glavcom.ua/>
ГУ – Голос України: <https://www.golos.com.ua/>
День – щоденна всеукраїнська газета: <https://day.kyiv.ua/>
ДТ – Дзеркало тижня: <https://dt.ua/>
СВ – Сільські вісті: <http://www.silskivisti.kiev.ua/>
СіД – Слово і діло: <https://www.slovoidilo.ua/>
УІ – українське національне інформаційне агентство Укрінформ: <https://www.ukrinform.ua/>

УМ – Україна молода: <http://umoloda.kiev.ua/>

УНІАН – інформаційна агенція УНІАН: <https://www.unian.ua/>

УП – Українська правда: <https://www.pravda.com.ua/>

УТ – Український тиждень: <https://tyzhden.ua/>

5 к. – український інформаційно-просвітницький телеканал «5 канал»:
<https://www.5.ua/>