

УДК 070 : 82-92 Багрянний «1945-1964»

КОВАЛЕНКО А. Ф.

ПОЕТИКА ЗАГОЛОВКІВ ПУБЛІЦИСТИКИ І. БАГРЯНОГО

У статті доводиться, що можна виокремити певні типи заголовкових та підзаголовкових комплексів публіцистики І. Багряного, що відзначаються яскравою образністю, чому сприяють такі прийоми, як цитація, використання стійких словосполучень, фразеологізмів, двозначності слів, макаронізмів тощо. Заголовки виконують такі функції, як вираження високого ступеня суб'єктивності змісту, активізація читацького інтересу, інтерпретація авторської інтенції, систематизація та надання завершеності матеріалу, посилення комунікативності, дискурсивності та інтертекстуальності.

Ключові слова: образ, поетика, публіцистика, заголовок, підзаголовок.

Загальноновизнаним і незаперечним залишається факт про майстерність, прозорливість 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 його публіцистики, натомість неповною мірою вивчені особливості поетики заголовкових та підзаголовкових комплексів публіцистичних творів І. Багряного, їхні функціональні властивості, що й стало метою нашої розвідки. До того ж наукова література з теорії заголовка здебільшого літературно-художніх текстів не відображає комплексного підходу до їх вивчення. У дослідженнях функцій заголовка, їх типологій науковці в основі аналізу використовують тільки окремі принципи (прагматичний, формально-структурний чи функціональний) [4], а у світлі нових методів

досліджень теорії тексту називаються нові функції, констатується їхня складність.

Завдання, що постали в роботі: здійснити моніторинг публіцистики І. Багряного, застосувавши контент-аналіз; з'ясувати суть дефініції заголовків та підзаголовків; визначити специфічні особливості заголовкових комплексів публіцистики автора, виявлені через семантичні, синтаксичні та графічні актуалізатори; визначити функції заголовкових і підзаголовкових комплексів.

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 із словників подає таке визначення: «Заголовок – назва будь-якого твору, його частини, розділу або статті, повідомлення, назва газети, журналу і т. ін.» [10, 277]. Це назва твору, що пронизує й корелює всі рівні публіцистичного тексту: жарово-тематичний, сюжетно-композиційний, лексико-семантичний, образно-стилістичний, ритмічний.

У більшості літературознавчих та журналістикознавчих визначеннях акцентується на відповідності між текстом та заголовком, їх взаємозв'язках, враховуються комунікативні можливості або вивчається прагматика тесту. Натомість бракує «всебічного висвітлення теорії заголовка, відсутність фундаментальних праць, де б у всій повноті розглядалася назва твору з урахуванням специфіки публіцистичного тексту й такого різновиду літературної творчості, як письменницька публіцистика, та сучасних підходів до їх дослідження» [4, 606].

Вся публіцистика Івана Багряного, вміщена у збірці «Іван Багряний. Публіцистика» (Київ, 2006), налічує 204 твори. Вони публікувалися окремими виданнями («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.

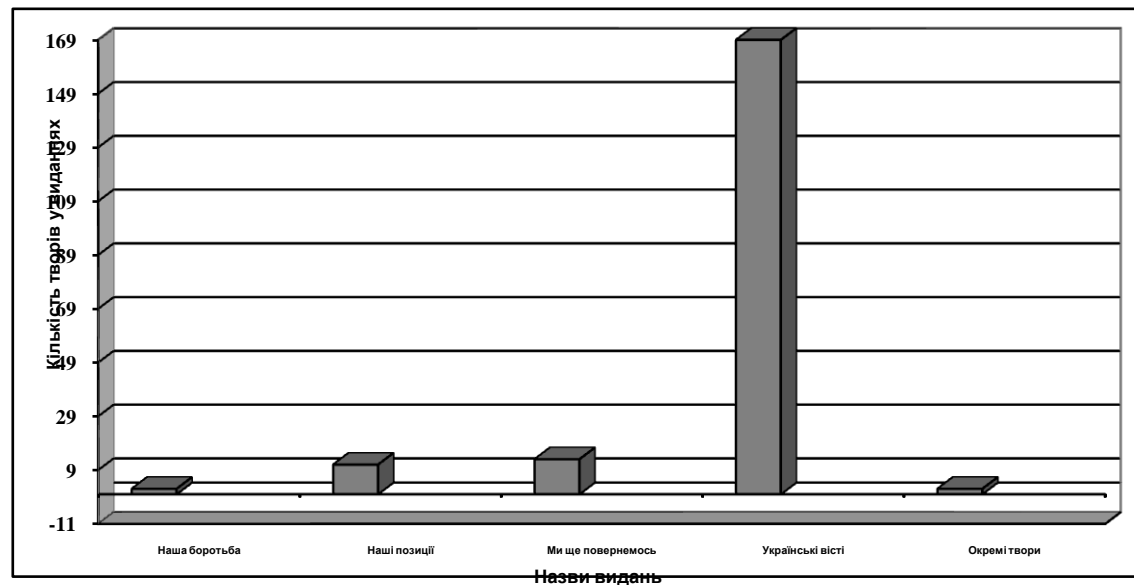


Рис. Порівняльно-кількісний аналіз публіцистики І. Багряного (1946–1963).

Місце публікації багато в чому визначило характер творів, їхню тематичну, жанрову спрямованість тощо, а їх зміст – демократичний характер газети «Українські вісті», його послідовність, відстоювання своїх принципів у полеміці з радянськими, еміграційними українськими, американськими та європейськими ЗМІ. Саме у цьому виданні публіцист відкрив свої погляди на радянську систему, національний рух, проблеми молоді, принципи побудови незалежної України, хоч видання й зазнавало цензурних переслідувань, неодноразово здійснювалися погрози депортацією тощо.

Комплексний підхід у дослідженні поетики заголовка зумовлює виокремлення певної типології заголовків і дає можливість підійти до його вивчення як до багатоаспектного явища. В. Галич пропонує класифікацію заголовків за актуальним членуванням заголовка, виділяючи, зокрема, заголовки-теми (або текстоформуєчі) та заголовки-

реми, що виражають ідею. Аналізуючи заголовки публіцистики І. Багряного можна виділити заголовки-теми, що називають: а) персонаж («Юпітере, ти злостишся...»); б) простір, місце дії («Коли постаріє Китай...», «Чи можлива революція в СРСР?», «Над труною тирана (СРСР під знаком «розброду й паніки»)), «Слово на той бік», «Росія і ми»); в) подію, явище («Комунізм, фашизм і революційна демократія», «На новий шлях», «Як українці програли процес Кравченка (довідка для українського громадянства)», «Фронт брехні й аморальності», «Тільки не ксенофобія»).

Заголовки-реми (вони переважають. – А. К.) виражають ідею, основну думку твору, виступають сюжетотворчими хрематонімами і характеризують: а) особу («Бідна Ніна», «Пам'яті Анатолія Григоровича Рябишенка», «Хрущов хвилюється», «Конфуз Хрущова. Що буде далі?», «Чудова» і «злочинна» людська приязнь (Поправка до спогадів Івана Ле про Юрія Яновського)», «Противореволюційна профілактика Сталіна»), б) подію («Чого вчить повстання в Тімертау?», «Подія особливого значення», «Блискуча перемога»), в) стан («Оракул чорної імперіалістичної ночі», «Епоха мильної баньки»). Заголовки-реми містять: а) проблеми («Молодь Великої України і наші завдання», «До проблеми молоді», «Національна ідея і «націоналізм», «Реабілітація чи експлуатація», «Чи розв'яже Хрущов третю світову війну?»), б) висновки, повчання («Дивись у корінь!», «Повчальний приклад», «Не хлібом самим... (Про те, як не треба робити пропаганди)», «Якщо вчитись – то вчитись!») та ін.

Високий ступінь образності аналізованої публіцистики з огляду на письменницький доробок І. Багряного дає можливість застосувати образно-семантичний підхід до поетики заголовка. Навіть номінативні заголовки не мають підкреслено непоетичного характеру. Усі заголовки творів виступають індикаторами змісту тексту, і зважаючи на те, що

образність домінує над номінативністю, можна виділити такі типи заголовка-образу: заголовки-метафори (вони домінують): «Під знаком скорпіона», «Чад імперії», «Смітник імперії й сталінські «апельсіни», «Спілка «рідної» глупоти й московської злоби в єдиному фронті проти Хвильового й хвильовізму», «Линвоходи», «Танець живота»; заголовки-перифрази: «Ахінея з маслом», «Квадратура кола», «Хвилювання в «сторозтерзанному Києві», «Діло честі, діло слави...», «Чуєш, світе?», «За заслоною з «диму отечества»; заголовки-метонімії: «Московська крапка над «і», «Оракул чорної імперіалістичної ночі (Рефлексія з приводу нової «Програми КПРС»)), «Супутники й біломорканали», «Чий Шевченко?», «Відповідь ворогам великим і ворогам манюньким (Абрамовичам, Державінім та іншим)»; заголовки-символи: «На новий шлях», «Зруйнований міф», «Троянський кінь», «Між Сціллою і Харібдою», «Фронт брехні й аморальності», «Епоха мильної баньки», «Чад імперії»; заголовки-сinekдохи: «Черевик», «Ахінея з маслом», «І ще один цирк», «Позов мільйонів», «Репліка безіменним «іукам» та іменитим редакторам», «Під кригою сталінсько-хрущовської реакції».

Природа публіцистичних текстів вимагає від заголовкових та підзаголовкових комплексів певних функцій, не тільки т. зв. типових, а й посилення іншого функціонального навантаження: вираження головної ідеї та змісту твору, ступеня образності, надання присуду явищу, оцінки суспільно-політичних і літературно-критичних явищ, визначення літературного таланту та професіоналізму (Д. Прилюк, В. Здоровега, В. Галич) та ін. Серед функцій заголовка виділяються такі: номінативна, привернення уваги та рекламна (залежно від типу видання) [7]; номінативна, інформаційна та рекламна [2]; номінативна, комунікативна та рекламно-цільова [8]. Побіжно М. Шостак зазначає, що заголовок виконує іміджеформуєчу функцію [8]. С. Лазаренко у зв'язку зі станом сучасної журналістики та відвертим рекламуванням

наголошує на естетично-виховній, орієнтаційній, спонукальній та оцінній функціях [Див: 6]. Слід наголосити й на інших функціях, таких як прагматична (попередження читача про зміст матеріалу) (І. Рудницька), організаційна (Г. Конторчук), а також додати виражальну (зміст, стиль автора, задум) та ін. Підзаголовку, як правило, відводиться функція уточнення, розкриття ідеї та розширення смислу заголовка [4].

Специфіка письменницької публіцистики І. Багряного полягає в тому, що при дослідженні поетики заголовкових і підзаголовкових комплексів слід враховувати особливості газетного та публіцистичного тексту. Дискурсивність та інтертекстуальність заголовків публіцистики автора простежуються вже з першого резонансного у всьому світі памфлету «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.

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 одночленна чи двочленна 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 та 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 волю...», «Чуєш, брате мій, товаришу мій!..» та ін. Імена та прізвища учасників подій стимулюють інтерес до викладеного матеріалу і створюють враження достовірності фактів, підвищують довіру («Протиревольційна профілактика Сталіна», «Відповідь Д. Донцову і його деяким учням» та ін.). Активізації, приверненню читацької уваги, домисленню змісту тексту також сприяє використання публіцистом фразеологізмів, але не тих, що склалися історично, а переосмислених, 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, що 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?», «Розбрід 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 заголовок-резюме, використання алегорії, образів грецької міфології, іронії, гри власними й загальними назвами («Маніфестація мерзості», «Крокодиляче милосердя», «Смітник імперії й сталінські «апелсьіни»), чим посилює сатиризацію тексту. Через графічні актуалізатори (лапки, фрагментація семантико-синтаксичної структури) заголовки сприймаються як експресивно-закличні, рекламні, виражають високий рівень суб'єктивації 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. Багряний, перебуваючи в еміграції, постійно вів відкритий діалог і дискусії, адресатами яких були опоненти в еміграції (комуністичні і відверто бандерівські українські видання) 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 журналістичі. – А. К.) функції й послаблення інформативності. По суті комунікативність цих заголовків дозволила перевести авторський монолог у статус квазікомунікації. І. Багряний 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 іншого – вираженню власної позиції, симпатії чи антипатії до об'єкта повідомлення, автобіографізму («Чому я не хочу вертатись до СРСР?», «Наша Правда» та ін.) .

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.

Функції заголовків та підзаголовків публіцистики І. Багряного

	Види функцій	іл. %	Приклади	Засоби
	основні			
1	іміджефор мувальна		«Доповідь на II з'їзді УРДП», «З форуму вільної думки...», «Фіаско комунізму», «Фарватер п'ятої колони»	політична лексика, іронія, риторичні фігури, синтагми
2	номінативна	00	«З форуму вільної думки...», «Під знаком скорпіона», «Цирк»	одно- та двочленна структура, метафори
3	інформаційна	4	«Розмова в Бі-Бі-Сі», «Нова фаза наступу на еміграцію і наша відповідь», «Хрущов хвилюється», «Конфуз Хрущова, що буде далі?», «Інтерв'ю з	одночленна та двочленна структура, власні назви

			Каракозовим»	
4	оцінна	0	«Агонія банкрутів», «Велике здемаскування малих шахраїв», «Смітник імперії й сталінські «апельсіни», «Феєрверк «колективної» демагогії (Слово по доповіді Хрущова)	іронія, метафори, алегорії, цитати, фразеологізми, використання народних пісень
5	орієнтувальна	5,5	«Шовінізм», «Молодь Великої України і наші завдання», «Для чого створено УРДП? (Звернення до учасників ІVПленуму ЦК УРДП)», «Так тримати!!»	політична лексика, аббревіатури, назви жанрів, риторичні фігури
6	рекламно-інтригувальна	9,2	«Пошесть уніфікації», «Движеніє води», «Героїка і бізнес?», «В чому ж різниця?», «Ціна хрущовського ведмедика», «Отже?», «Між Сціллою і Харибдою», «Коли гримлять літаври і б'ють барабани»	імена відомих осіб, джерела цитування, заголовки-парадокси, риторичні фігури, синтагми, росіянізми

			(Першотравневі рефлексії)	
7	комунікативна	4	«Чуєш, брате мій, товаришу мій!..» (Слово до вояка Радянської Армії), «Юпітере, ти злостишся...», «Щоб не було ілюзій» (До нескінченного діалогу), «Відповідь ворогам великим і ворогам манюньким (Абрамовичам, Державінім та іншим)», «Наша Правда»	вказівка на адресата та адресанта мовлення, метафори, риторичні фігури, цитати
	додаткові			
9	дидактична (естетично-виховна)	6	«Так тримати!!», «Діло честі, діло слави...», «Дивись у корінь!», «Не хлібом самим... (про те, як не треба робити пропаганди)»	риторичні фігури, метафори, фразеологізми, прислів'я
8	жанровоорганізувальна	,3	«Слово на той бік», «Відповідь І. Багряного п. В. Чапленкові», «Коли гримлять літаври і б'ють барабани» (Першотравневі	назви жанрів публіцистичних і газетних текстів

			рефлексії)	
10	конкретизувальна	3	«Оракул чорної імперіалістичної ночі (Рефлексія з приводу нової «Програми КПРС»)), «Що ж він напише? (Про мемуари Поскрьобишева)»	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 у публіцистиці І. Багряного яскраві та образні, відтворюють тематичні горизонти, маркують актуальні проблеми тогочасної дійсності, відтворюють стиль автора. Серед них виділяються заголовки-метафори, -метонімії, -перифрази, -синекдохи та -символи. Переважно заголовки та підзаголовки виконують основні (номінативну, інформаційну, рекламно-інтригуючу, іміджеформуючу) та додаткові (оцінну, спонукальну, комунікативну, дидактичну, дискурсивну, інтертекстуальну, жанроформуючу та ін.) функції з допомогою використання лексичних, графічних та синтаксичних актуалізаторів, образності, фольклорного матеріалу, засобів сатири тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Багряний І. Публіцистика : доп., ст., памфлети, рефлексії, есе / І. Багряний. — К. : Смолоскип, 1996. — 856 с.
2. Бахарев Н. Е. Структурно-функциональное развитие заголовков : автореф. на соискание науч. звания д-ра филол. наук / Н. Е. Бахарев. — 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. 4. — Одеса : ОНУ імені І.І.Мечникова, 2006. — 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. Лазаренко С. Графічні актуалізатори зв'язності в заголовках газетних текстів / С. Лазаренко // Діалог. Медіа-студії : зб. наук. праць. — Вип. 4. — Одеса : ОНУ імені І.І. Мечникова, 2006. — С. 149—158.
7. Тертичный А. А. Жанры периодической печати : [учебн. пособ.] / А. А. Тертичный. — М. : Аспект Пресс, 2000. — 312 с.
8. Шостак М.И. Журналист и его произведение / М.И. Шостак. — М. : 1998. — 96 с.

КОВАЛЕНКО А. Ф.

ПОЭТИКА ЗАГЛАВИЙ ПУБЛИЦИСТИКИ И. БАГРЯНОГО

В статье доказываем, что можно выделить определенные типы заглавных и подзаглавных комплексов публицистики И. Багряного, которые отмечаются яркой образностью, чему способствуют такие приемы, как цитации, использование стойких словосочетаний, фразеологизмов, двусмысленности слов, макаронизмов и т.п. Заглавия выполняют такие функции, как выражение высокой степени субъективации содержания, активизация читательского интереса, интерпретация авторской интенции, систематизация и предоставление завершенности материала, усиление коммуникативности, дискурсивности и интертекстуальности.

Ключевые слова: образ, поэтика, публицистика, заглавие, подзаголовок.

KOVALENKO A.

THE POETICS OF TITLES IN THE JOURNALISTIC WORKS BY IVAN BAHRYANY

The poetics of titles in the journalistic works by Ivan Bahryany are very original. The complexes of headings and subheadings create vivid systems of images, illustrating the concepts of ideological leaders, the Soviet system, Ukrainian immigrants, the author himself etc. The journalist uses political

terms, sociological concepts, defines his opponents and uses their given names, characteristics and qualities of the human personality, even elements or images of ancient mythology. Vivid imagery is supported by quotations, use of common phrases and idioms, word ambiguity, graphic means, which make the content more up-to-date, use of folk materials and satire - sarcasm, irony and even grotesque.

Key words: image, poetics, journalism, title, subtitle.

Стаття надійшла до редколегії 7.11.2012 р.

