

## СТРУКТУРНО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (на матеріалі видання «National Geographic»)

І. Савчук, Н. В. Стрюк

*Анотація.* У статті розглядаються заголовки у лінгвістичній площині на базі англomовного видання «National Geographic», де робиться спроба аналізу структурно-граматичних особливостей заголовків. Описовим методом осмислені теоретичні засади у вивченні заголовків в англійськомовному публіцистичному дискурсі для комплексної презентації результатів дослідження; на основі кількісного аналізу виявлена наявність частотності певних структурних типів заголовків; за допомогою структурного аналізу систематизовані та класифіковані аналізовані заголовки та інтерпретовані їхні структурні особливості.

*Ключові слова:* заголовок, структура, прості заголовки, складні заголовки, заголовки-парцеляти.

### 1. Вступ

Дослідження заголовків в публіцистичному дискурсі є актуальним з наукової точки зору, особливо в межах комунікативно-прагматичного підходу, адже успіх публікації, як слушно помітила С. А. Суворова, багато в чому залежить від того, наскільки точно та вичерпно названа стаття [1, с. 166].

Слід зазначити, що прагматично орієнтоване мовознавство інтенсивно розвивається останні десятиліття у зв'язку з інтересом до проблем функціонування мови в різних сферах комунікативної діяльності людини [2, с. 58]. Текст у цьому випадку розглядається як одиниця дискурсу, організована з певними намірами та цілями. Намір автора тексту реалізується лінгвістичними та екстралінгвістичними засобами, отже є важливим аналіз ключових лінгвістичних ознак того чи іншого виду наукового тексту із прагматичних позицій [3, с. 23–25].

В умовах сучасного інформаційного простору прагматична роль заголовка статті помітно зростає. Будучи мінімальною одиницею мовної діяльності, заголовок є цілеспрямованою мовленнєвою дією автора. Перше, із чим стикається читач при знайомстві з публікаціями – це їх заголовки, що є сигналом, який спонукає до прочитання/не прочитання матеріалу. Заголовки не тільки несуть інформацію про зміст статті, порушують читачський інтерес, а й залучають чи не залучають увагу [4, с. 5].

З огляду на всезростаючий обсяг інформації, читач часто обмежується лише переглядом назв, отже, орієнтується в потоці матеріалів багато в чому завдяки заголовкам. Це значною мірою пояснює **актуальність** досліджень заголовків у сучасній науці.

**Мета** роботи полягає у з'ясуванні структурно-граматичних особливостей заголовків в англійськомовному публіцистичному дискурсі на матеріалі видання «National Geographic». Досягнення мети стає можливим за умови вирішення таких **завдань**: дослідити сучасні підходи до потрактування публіцистичного дискурсу та проаналізувати структуру заголовків журналу «National Geographic».

**Об'єктом дослідження** виступають заголовки зафіксовані у виданні «National Geographic». **Предметом дослідження** є структурно-граматичні особливості заголовків видання «National Geographic».

Мета та завдання, окреслені в роботі, а також специфіка об'єкта дослідження зумовили використання таких **методів** та **прийомів** лінгвістичного аналізу: описовий метод; метод кількісного аналізу; метод структурно-граматичного аналізу.

**Матеріалом** дослідження виступають заголовки видання «National Geographic» за 2019–2021 роки [5], загальна кількість яких становить 300 одиниць.

### 2. Теоретичні засади дослідження

Основу аналітичних підходів до дослідження дискурсу становить положення структуралістської та постструктуралістської філософії лінгвістики: реальність

сприймається нами за допомогою мови, і саме за допомогою мови ми створюємо уявлення про реальність, яка не просто відображає, а й конструює її [6, с. 55].

Феномен «дискурс» завжди відіграв найголовнішу роль серед мовознавчих напрямів. У сучасній лінгвістиці дискурс потрактовується як складне комунікативне явище та відображає залежність мовного твору від багатьох екстралінгвістичних обставин [7, с. 35].

Публіцистичний дискурс розглядаємо в якості окремого типу дискурсу як корелят публіцистичного стилю. Тлумачення дискурсів за «стилем спілкування» виходить із процесуально-результативного розуміння самого стилю як комплексу «когнітивних процедур обробки знань, що знаходить відповідну вербальну реалізацію. Являючи собою певну техніку організації актів спілкування у відповідності з конкретною прагматикою мовця, стиль виступає феноменом функціонального порядку» [8, с. 24].

Газетна публіцистика, як вид масової комунікації, є складним явищем. З одного боку, ставиться безліч неоднорідних задач, з іншого боку, її екстралінгвістична основа має низку особливостей [9, с. 96]. Мовні жанри цього функціонального стилю, на думку М. П. Брандес, виражають комунікативну модель тексту, яка охоплює прагматичну функцію переконання та конструктивну будову тексту, що визначає загальну синтаксичну схему його оформлення [9, с. 152].

### 3. Результати дослідження

Граматичні особливості чітко відображаються в структурі заголовка. Таким чином, відповідно до класифікації А. М. Коваленка [10, с. 7] на структурному рівні заголовки видання «National Geographic» можна поділити на три групи: прості, складні та заголовки-парцеляти.

Проведене дослідження надало можливість визначити структурні особливості заголовків журналу «National Geographic». Було з'ясовано, що більше половини складають прості заголовки – 65 % (169 од.); майже чверть – це складні заголовки 24 % (64 од.); парцельовані заголовки представляють лише 11 % (28 од.). Розглянемо їх детальніше.

**3.1 Прості заголовки.** До простих заголовків ми відносимо ті заголовки, які складаються лише з одного простого речення, наприклад:

(1) *Australia's beloved kangaroos are now controversial pests.*

Слід зазначити, що прості заголовки представлені двома типами речень: двоскладними та односкладними. За кількісним показником двоскладні прості заголовки виражають більше половини емпіричного матеріалу 65 % (169 од.) від усіх простих заголовків, наприклад:

(2) *This bird's drumming on his body lures the ladies.*

На відміну від двоскладних, односкладні не поширені на сторінках «National Geographic», на що вказує їх невелика кількість, а саме 35 од., що становить 21% серед простих заголовків. В цій розвідці встановлено два види простих односкладних заголовків: прості дієслівні та прості іменні заголовки. Односкладні прості дієслівні заголовки складають більшість серед цієї групи, а саме 74 % (26 од.), наприклад:

(3) *Go underwater into the overlooked world of freshwater animals.* Відповідно, односкладні прості іменні заголовки складають лише 26 % (9 од.), наприклад:

(4) *Our three favorite scientific breakthroughs this month.*

**3.2 Складні заголовки.** До складних заголовків ми відносимо ті заголовки, які складаються з двох та більше речень. В залежності від зв'язку, такі заголовки представлені двома типами складених речень – складносурядними та складнопідрядними. За кількісним показником, майже у двічі переважають складносурядні речення – 63 % (40 од.), в той час як складнопідрядних лише 37 % (24 од.). Розглянемо кожний тип детальніше.

**3.2.1** Серед складносурядних заголовків можна виділити три групи відповідно до типу з'єднання речень: безсполучникові, складносурядні з єднальним та протиставним сполучниками.

Безсполучникові складносурядні заголовки, які переважають за кількістю, а саме 62 % (15 од.). Безсполучниковий тип зв'язку можливий за допомогою коми, двокрапки або тире, наприклад:

(5) *How we're covering migration, one of this century's critical stories.*

Сполучникові складносурядні заголовки з єднальним сполучником *and* складають 33 % (8 од.) серед складносурядних речень, наприклад:

(6) *What happens to brain in space, and more breakthroughs.*

Сполучникові складносурядні заголовки з протиставним сполучником *but* складають 5 % (1 од.) серед складносурядних речень, наприклад:

(7) *It's like the apocalypse, but smaller.*

**3.2.2** Складнопідрядні заголовки. В залежності від функцій, які виконують підрядні речення, встановлено чотири види: з підрядним присудковим, з підрядним додатковим, з підрядним означальним та з підрядним обставинним.

Складнопідрядні з підрядним присудковим складають 20 % (8 од.) серед усіх складнопідрядних речень, наприклад:

(8) *Here's why women may be the best for spaceflight.*

Складнопідрядні з підрядним додатковим складають 38 % (15 од.) серед усіх складнопідрядних речень, наприклад:

(9) *The five maps reveal how transit and geography can shape a city.*

Складнопідрядні з підрядним означальним складають 22 % (9 од.) серед усіх складнопідрядних речень. Серед аналізованих заголовків зафіксовано усі три типи складнопідрядних з підрядним означальним з однаковим показником.

Складнопідрядне з підрядним обмежувальним означальним представляють 33,3 % (3 од.), наприклад:

(10) *Can you match these tools to the movie sound effects they make?*

Складнопідрядне з підрядним описовим означальним представляють 33,3 % (3 од.), наприклад:

(11) *He created an app that put China's worst polluters on watch.*

Складнопідрядне з підрядним класифікуючим означальним представляють 33,3 % (3 од.), наприклад:

(12) *12 innovations that will revolutionize the future of medicine.*

Складнопідрядні з підрядним обставини складають 20 % (8 од.) серед усіх складнопідрядних речень. Серед аналізованих заголовків зафіксовано два типи складнопідрядних з підрядним місця та часу.

Складнопідрядні з підрядним обставини часу складають 88 % (7 од.), наприклад:

(13) *As wolverines battle to survive, warming poses a new threat.*

Складнопідрядні з підрядним обставини місця зафіксовано лише один приклад, що складає 12 %:

(14) *Memories of D-day come alive on the beaches where it happened.*

**3.3. Заголовки-парцеляти.** До заголовків-парцелятів відносяться ті заголовки, які складаються з двох та більше окремих речень. В емпіричному дослідженні встановлено 28 заголовків-парцелятів, які складають 11 %. Усі встановлені приклади мають наступну схему: S<sub>1</sub> MAIN + S<sub>2</sub> SUBORDINATE, де S<sub>1</sub> – це перше речення (the first sentence); S<sub>2</sub> – це друге речення (the second sentence). В усіх прикладах друге речення залежить від першого, якщо перше прибрати, то головна ідея втрачається, наприклад:

(15) *What's in your medicine cabinet? These people opened theirs.*

У результаті лінгвістичного аналізу встановлено один тип зв'язку – сурядний, який у свою чергу ділиться на:

Безсполучникові складносурядні заголовки-парцеляти, які складають абсолютну більшість парцельованих заголовків, а саме 89 % (25 од.), наприклад:

(16) *Arctic permafrost is thawing fast. That affects us all.*

Сполучникові складносурядні заголовки-парцеляти з протиставним сполучником *but*, які складають меншість парцельованих заголовків, а саме 11 % (3 од.), наприклад:

(17) *Digital cadavers are replacing real ones. But should they?*

#### 4. Висновки

4.1 Таким чином, заголовок публіцистичного твору – це його невід’ємна частина, яка знаходиться в сильній для сприйняття всього тексту позиції, закладаючи та структуруючи подальше сприйняття всього твору. Під час проведеного дослідження було проаналізовано структурно-граматичні особливості, які сприяють досягненню основної мети публіцистичного дискурсу, у співвіднесеності з основними тенденціями мовного розвитку на сучасному етапі. Заголовок – це не просто яскрава та нестандартна назва журналістського матеріалу, як і будь-який елемент публікації, він грає свою роль і виконує різні функції.

4.2 На підставі проведеного огляду характеристик публіцистичного дискурсу можна зробити висновок, що досліджуваний дискурс має визначальні ознаки як на лексичному, так і на граматичному рівнях мовної системи. Сукупність цих особливостей дозволяє виданню найбільш ефективно виконувати властиві йому функції, а в дослідному аспекті дозволяє правомірно виділяти цей дискурс. Специфіка публікацій як продукту суспільної діяльності, а також особливості масової комунікації та засобів масової інформації об’єктивно призводять до необхідності визнання публіцистичного стилю як одного з функціональних стилів.

4.3 На структурному рівні заголовки видання «National Geographic» було поділено на три групи: прості, складні та заголовки-парцеляти. Проаналізувавши три великі структурні групи заголовків, було з’ясовано, що прості виражають більше половини емпіричного матеріалу; складні заголовки становлять майже чверть, і найменший відсоток зафіксовано заголовків-парцелятив. Кожний структурний тип заголовків має свою розгалужену систему.

4.4 Перспективою подальшого дослідження вбачається у продовженні вивченні заголовків на базі інших відомих сучасних видань для контрастного аналізу.

*Abstract.* The article considers the headlines in the linguistic framework on the basis of the English-language magazine «National Geographic», where an attempt is made to analyze the structural-grammatical features of the headlines. The descriptive method was used to comprehend the theoretical principles in the study of headlines in the English journalistic discourse for the comprehensive presentation of research results; on the basis of the quantitative analysis the frequency of certain structural and semantic types of the headlines is revealed; with the help of the structural analysis the headlines under study are systematized and classified and their structural features are interpreted.

*Key words:* headline, structure, simple headlines, complex headlines, parcelling headlines.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Яров С. В. Пролетарий как политик: Политическая психология рабочих Петрограда в 1917–1923 гг. СПб. : Дмитрий Буланин, 1999. 226 с.
2. Kornilov G. E. Migration Policy and Nation-State Building in the Urals in 1920–1930. Forced Migration: Causes, Consequences, Responses. Bath, 2002. P. 92–100.
3. Криштопа А. А. Поняття прагматики в сучасній лінгвістиці. *Підсумкова науково-практична конференція курсантів, слухачів і студентів*. 31 березня 2021 р., м. Харків. 2021. С. 23–25.
4. Рянская Э. М., Алексеева Л. В. Прагматический компонент заголовков научных текстов (на примере англо- и русскоязычных публикаций по истории): монография. Нижневартовск: Нижневартовский государственный университет, 2020. 99 с.
5. National Geographic. URL : <https://www.nationalgeographic.com/> (дата звернення 15.03.2022)
6. Владиченко К. М. Структура дискурсу: підходи до трактування. *Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації: Збірник студентських наукових робіт* / За заг. ред. В.О.Папіжук, Ю.О. Лісової, Ю.Ю. Климович. Житомир: Видавництво Житомирського державного університету імені Івана Франка, 2020. С. 55–59.
7. Гончар О. С. Публіцистичний дискурс та його функції. *Новітня філологія*. 2010. №16 (36). С. 35–41.
8. Приходько А. Н. Таксономические параметры дискурса. *Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК*. 2009. Вып. 7. С. 22–30.
9. Брандес М. П. Стилистика немецкого языка (для институтов и факультетов иностранных языков). Учебник. Москва: Высшая школа, 1990. 271 с.
10. Коваленко А. М. Заголовок англомовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04.К., 2002. 7 с.