

УДК 336.72

Голякова Наталія Володимирівна

студентка

Приазовського державного технічного університету

ЛЕКСИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕКСТІВ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ

Анотація: Стаття присвячена аналізу лексичних особливостей текстів газетних заголовків. У даній статті розглянуто тексти газетних заголовків, з точки зору їх лексичних характеристик. Досліджено поняття газетний заголовок. Описано лексичні характеристики та функції, які притаманні текстам газетних заголовків, представлені різноманітні скорочення та аббревіатури якими насичені газетні заголовки.

Ключові слова: газетний заголовок, газетний стиль, лексичні характеристики, функції заголовків, скорочення та аббревіатури.

Газета є однією з найстаріших форм засобів масової інформації. Для того щоб читачу швидко дізнатися останні світові або державні новини, знати що відбувається у культурному або політичному житті, необхідно лише взяти до рук газету. Важливу роль у газеті займає саме заголовок статті, оскільки він несе у собі головну інформацію повідомлення та надзвичайно сильно впливає на її сприйняття читачем [2, с.68]. У газетних заголовків є багато призначень, але найголовнішим з них є вираження головної мети повідомлення, встановлення контакту з читачем та звернення уваги читача до інформаційних повідомлень. Якщо б не було заголовку ми б губилися серед різноманітної інформації, постійно оминаючи головне та приділяючи увагу незначному. Заголовок формує у

читача загальне уявлення про матеріал статті і дозволяє вибрати найвагомішу інформацію. Тому в даній науковій статті ми перш за все акцентуємо увагу на лексичні характеристики газетних заголовків, ознайомимося з їх функціями та дізнаємося про найрізноманітніші скорочення та аббревіатури [3, с.176].

Газетні заголовки завжди привертали увагу лінгвістів з усього світу. Адже вони мають таке вагоме значення у мові газети. Газетним заголовкам приділялося багато досліджень та дискусій, вони завжди були цікавими для багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених та лінгвістів, таких як : Арнольд І.В., Лазарева О.О., Шевченко Н.В. та інші. На думку Ронгінського В.М., «заголовок» - це речення (або комплекс речень), які виконують функцію назви твору (або його частини), що стоять перед текстом твору й відображають деяку сторону його ідейно-тематичного змісту» [11, с.15]. Мужев В.С. поділяє наведену точку зору і також не відокремлює назву від поняття «текст»: «Заголовок» - це цілісна одиниця мови, яка стоїть перед тестом, яка вказує на зміст цього тексту та відокремлює даний відрізок мови від інших [9, с.79].

В епоху глобалізації з іншими країнами, вепоху інтеграції й постійної нестачі часу,аналіз засобів масової інформації з кожним роком стає все більш актуальним.

Метою дослідження є виявлення особливостей заголовків англійських газет, їх лексичних характеристик та функцій, а також ознайомлення з різноманіттям скорочень та аббревіатур.

Об'єктом дослідження статті є тексти англійських заголовків.

Предметом статті є лексичні характеристики газетних заголовків, а також функції та способи їх передачі з англійської мови на українську та навпаки, скорочення та аббревіації

Той хто володіє інформацією, той володіє світом. У сучасному світі надзвичайно важливу роль відіграють засоби масової інформації. У зв'язку

зі сформованою ситуацією в світі, ЗМІ значною мірою формують громадську думку, допомагають зробити світ таким, яким про нього пишуть у газетах. Перш за все, слід зазначити, що англomовні ЗМІ постачають різні мовні версії новин власними заголовками. Характерними особливостями газетного стилю є його інформативність, логічність, точність і об'єктивність.

Найчастіше лінгвісти, щоб дати визначення поняття заголовок звертаються в першу чергу до його функцій: «Заголовок - власне назва публікації, тобто гранично стислий і влучний вислів головної ідеї твору» [4, с.25]. «Заголовок - цілісна одиниця мови, що стоїть перед текстом, що є назвою тексту, яка вказує на зміст цього тексту і відокремлює даний відрізок мовлення від інших» [7, с.1]. Відомий лінгвіст М. Антонович вважає, що основною функцією заголовків є привернення уваги, суть якої полягає в тому, що заголовки містять чітке, стисле повідомлення, яке запалює іскру зацікавленості у потенційного читача [1, с.103].

В. Іллів вважає, що заголовок концентрує в собі властивості окремого слова й убирає в себе в узагальненому вигляді те, що потім знаходить своє втілення у художній системі [5, с.209].

Заголовок це така частина тексту, яка тісно зв'язана з іншими компонентами цієї системи, яка займає з стилістичної точки зору сильну позицію, що називає текст та надає первинну інформацію про нього [8, с.113].

Аналіз лексичних характеристик текстів газетних повідомлень, свідчить про те, що комунікативно-інформаційна та експресивна функції тексту газетних повідомлень, обумовлює їх лексичне наповнення.

Якщо розглянути тексти газетних заголовків з лексичної точки зору, то ми побачимо, що твори публіцистики виконують безліч функцій: інформаційну, виховну, функцію впливу, пропагандистську або агітаційно-

пропагандистську, просвітницьку, популяризаторську, організаторську, розважальну та ін.

- Експресивна функція (впливаюча) це функція переконання читача спираючись на факти, докази та образи. Ця функція передбачає формування світогляду читача, включаючи формування життєвих (соціальних та ін.) установок, мотивів поведінки, системи цінностей [12, с.87].

- Комуникативно - інформаційна функція - це функція повідомлення новин. Вона допомагає будь-яке періодичне видання, в найкоротший термін повідомити про останні події. Таку функцію виконують заголовки, які в стислій формі несуть інформацію про зміст заголовного тексту. Саме ці дві функції є найважливішими для мови газети [12, с.89].

- Далі йде експресивно-оціночна функція яка присвоюється заголовкам, у яких імена відомих політичних діячів, спортсменів, артистів, музикантів та вчених постають перед читачем у фамільярній формі [12, с.91].

- Побудительна функція притаманна заголовкам, у яких чітко виражений заклик до певної дії. Такі заголовки частіше всього являють собою головні пропозиції [12, с.92].

- Якщо казати про рекламну функцію заголовків, то слід розуміти що такі заголовки повинні бути яскравими, незвичайними, такими які зможуть привернути увагу читача [12, с.92].

Отже, ознайомившись більш детально з основними функціями газетних заголовків (як відносно самостійних субтекстів) ми дійшли висновку, що основна мета кожного заголовку полягає в тому, щоб охопити стислу форму, основний зміст цілої статті, тим самим спрямувати увагу читача на сторону повідомлення з яким він ознайомиться нижче.

Аналіз фактичного матеріалу дозволив нам виділити наступні групи лексичних одиниць, котрі характерні для газетних заголовків :

Вчені визначили, що у газетно-публіцистичному стилі важливу роль відіграють терміни певної тематики, назви та імена, незвичайний характер заголовків, поширене використання клішованих фраз, наявність жаргонізмів та елементів розмовного стилю і т.д.

Різноманітне використання в газетно-інформаційному стилі імен та назв робить статтю конкретною і співвідносить дані відомості з певними особами, закладами чи районами.

Досить часто в газетно-інформаційних джерелах імена та назви певних організацій, партій та установ надаються в скороченій формі. Інколи такі скорочення можуть бути невідомими широкому колу читачів, у такому випадку їх значення пишуть поряд із скороченням. Та існує багато скорочених назв, з якими читачі газети вже давно знайомі, і тому у їх тлумаченні не має жодного сенсу. Характерною рисою газетно-інформаційного стилю сучасної англійської мови, є велика кількість скорочень.

До таких скорочень відносяться назви різних установ, організацій, політичних партій та посад: "*ILM = Industrial Light & Magic (кінокомпанія, яка створює звукові та цифрові ефекти)*", прізвища відомих політичних діячів культури: "*RLS = Robert Louis Stevenson*", географічні назви: «*MO = Missouri*» «*Ala = Alabama*». Подібні скорочення можна побачити у газетних текстах та заголовках, незалежно від їх тематики [2, с.46].

В процесі аналізу англійських газетно-інформаційних матеріалів, можна сказати, що газетні тексти та їх заголовки рясно насичені спеціальними термінами, пов'язані з політичним і державним життям, нерідко представлені у вигляді скорочень та аббревіатур. Давайте наведемо приклад: "*OPEC = (Oil Producing European Countries)*", "*DD = Defense Department*", "*NATO = (North Atlantic Treaty Organization)*". Імена та назви

часто використовуються в газетних статтях та їх заголовках у скороченій формі. Нерідко такі скорочення можуть бути невідомі широкому колу читачів та їх значення тут же розшифровується в самій замітці або повідомленні. Часто використовуються абрєвіатури прізвищ або фамільярні прізвиська відомих політичних або громадських діячів: "JFK = John F", "Kennedy", "Rocky = Rockefeller", etc. [2, с.49].

Але є багато таких скорочених назв, до яких читачі газети давно звикли і які не потребують роз'яснень.

Попре усього цього, англійська газетна стаття зазвичай має певну політичну спрямованість. Газетний текст та заголовок дуже насичений спеціальними термінами, пов'язаними з політичним та державним життям; ми зустрічаємо тут назви політичних партій, державних установ, громадських організацій та терміни, пов'язані з їх діяльністю, наприклад: «*House of Commons* Палата громад», «*Trades Union Congress* Конгрес тредюніонов», та ін [4, с.70].

Тоді як технічна термінологія має дещо вузьку сферу обігу і, в основному, не виходить за межі певної спеціальності, суспільно-політичні терміни мають більш широке поширення: вони проникають в усі галузі життя і стають загальним надбанням [10, с.142].

Для газетного тексту в цілому характерні таку лексичні особливості:

1. Часте вживання фразеологічних сполучень, котрі носять характер свого роду лексичних штампів, наприклад: «*on the occasion of* з нагоди», «*by the decision of* за рішенням» [5, с.173].

2. При коментуванні заяв представників політичної сфери, при викладі чужого висловлювання, поширено використання таких конструкцій як «дієслово + that» приведемо приклад: «*The paper argues that this decision will seriously handicap the country's economy*. Газета стверджує, що це рішення спричинить серйозну шкоду в економіці країни» [5, с.178].

3. Для газетного тексту характерне вживання фразеологічних сполучень таких як «дієслово + іменник», наприклад: «*to give support* замість *to support*».

Також притаманне вживання неологізмів, утворених за допомогою деяких продуктивних суфіксів, наприклад: «-ist (*Gaullist*)». Та префіксів: «anti- (*anti-American campaign*)», «inter- (*inter-European relations*)» [5, с.174].

4. Поширено використання безособових зворотів в якості вступної частини повідомлень, наприклад: «*it is generally believed that ...* на загальне переконання ...», «*it is rumoured that ...* ходять чутки, що ...» [5, с.167].

5. Часто вживаються скорочення, наприклад: «*M.P. – Member of Parliament*», «*TV – Television*», «*BA = Bachelor of Arts*», «*DM = Doctor of Medicine*» [5, с.181].

У газетних заголовках часто зустрічаються скорочені назви та терміни. Статути різних установ можуть іменуватися по-англійськи: «*Regulations, Rules, Constitution, Statutes*». Широко відомі терміни часто вживаються в тексті у скороченій формі: «*Youth is also virtually excluded from Congress, the average age of members of the Senate being 56 years and of the House 51 years.*» У цьому реченні скорочене «*House*» вжито замість повного терміну «*The House of Representatives*» [12, с.38].

Надзвичайно поширені у англійських заголовках абрєвіатури. Знати і вміти перекладати абрєвіатури необхідно для правильного розуміння сучасних англомовних газетних статей наприклад: «*OPEC - Oil Producing European Countries нафтовидобувні європейські країни*», «*UNESCO - United Nations Economic, Scientific, Cultural Organization Організація економічного, наукового та культурного розвитку Організації Об'єднаних Націй*», «*AAC - alternative control center запасний центр управління*», «*ACC - area control center зональний центр управління*» [12, с.46].

Газетно-публіцистичні тексти відрізняються великою різноманітністю. Найбільш стисненими, діловими та сухими за стилем є статті інформаційного характеру.

В галузі лексики англійським заголовкам притаманне часте використання невеликого числа спеціальних слів, складових свого роду «заголовного жаргону»: «bid, claim, crash, cut, dash, hit, move, quit, quiz, rush, slash та ін». Відмінною рисою «заголовної лексики» являється не лише частота їх вживання, а ще й універсальні особливості їх семантики [11, с.17].

Газетні заголовки рясно насичені жаргонізмами та іншими лексичними елементами розмовного стилю: «Report Raps Lack of Law Reform», «Hits GOPers Housing Stand», etc. Навіть якщо в самій статті якась ситуація описується в більш стриманому стилі, заголовок найчастіше написан у більш розмовній формі [3, с.98].

Газетним заголовкам характерні і деякі граматичні особливості. В англійських газетах зустрічається більше дієслівних заголовків типу: «*Floods Hit Scotland*», «*William Faulkner Is Dead*». Зазвичай дієслівність зберігається й у заголовках, котрі містять питальні речення. Така незвичайна особливість англійського заголовка полягає в можливості опустити підмет [3, с. 107].

Яскраві відмінності від інших функціональних стилів сучасної англійської мови відзначаються в характері вживання у заголовках дієслівних часових форм. Англійські газети, найчастіше, використовують у заголовках неперфектну форму дієслова. Якщо йде мова про події, які відбулися в недавньому минулому, як правило використовується певний історичний час. Це найпоширеніший тип заголовків; вживання справжнього історичного часу надає їм жвавість, наближає події до читача, робить читача ніби учасником усіх цих подій і таким чином посилює його інтерес до статті. The Past Indefinite Tense вживається в заголовках, події

яких відносяться до минулого часу, в основному, в тих випадках, коли в заголовку є обставина часу, або якщо читачеві відомо, що описувана подія відбулася в певний момент у минулому [10, с.59].

Для позначення майбутнього часу англійські заголовки дуже часто обмежуються використанням інфінітиву наприклад: «*UK to announce refugee plan*», «*Whitney Houston hologram to tour*» etc.

Висновки. Отже, ми дійшли висноку, що заголовок являється невід'ємною частиною публіцистичного твору. Саме заголовок виконує такі важливі функції як: номінативна, графічно-видільна, інформативна і рекламна. Ці функції допомагають звернути увагу читача до статті, передати деяке смислове навантаження, стисло повідомити зміст усієї статті та вплинути на свідомість і підсвідомість читача.

Характерною рисою газетних заголовків є вживання великої кількості суспільно-політичних термінів, власних імен та назв, неологізмів та фразеологізмів, різноманітних скорочень і аббревіатур. Особливо рясно скороченнями та аббревіатурами насичені заголовки політичних статей. Адже саме в них назви партій, організацій, установ, географічних назв та політичних діячів, постають перед читачем у скороченій формі, або аббревіатурі.

Ця стаття це лише маленький шматочок з усіх досліджень, котрі проводилися и будуть проводитися багатьма лінгвістами та вченими по всьому світу. «Мова газети» завжди була та буде актуальною для досліджень та дискусій серед вчених по всьому світу.

Тому з впевненістю можна сказати, що подальші перспективи щодо дослідження у галузі публіцистичного стилю, ми вбачаємо у перекладацькому аналізі текстів газетних повідомлень.

Література

1. Антонович М. М. Функції газетних заголовків, виражених сполученням типу NNN / М. М. Антонович // Іноземна філологія. – 1992. – № 103. – С. 103–110.
2. Грицюк Л. Ф. До питання про лінгвістичний статус заголовка (на матеріалі англомовної поезії) / Л. Ф. Антонович // Мовознавство. – 1989. – № 5. – С. 196.
3. Дреселер В. Синтаксис текста / В. Дреселер // Новое в зарубежной лингвистике. – 1978. – Вып. 8. – С. 275.
4. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. / Т. Ф. Ефремова //.- М.: Русский язык, 2000. – С. 504.
5. Іллів І. І. Заголовок як проблема перекладу / Актуальні проблеми менталінгвістики: наук. Зб./Черкаський держ.ун-т. –Черкаси, 2001.– Вип.11, ч 1. – С. 209–214.
6. Качаев Д. А. Социо-культурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках (на материале российской прессы 2000-2006 гг.): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Д.А. Качаев. – Ростов-на-Дону, 2007. – С. 25.
7. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. М.: 1971. . – С.424.
8. Лазарева Е. А. Заголовок в газете / Е.А. Лазарева. – Свердловск: Изд-во Уральского Ун-та, 1989. – С. 96.
9. Мужев В. С. О функциях газетных заголовков / В. С. Мужев // Ученые записки МГПИИЯ им. Мориса Тореза. – М.: 1970. – т. 55. – С. 191.
10. Паршин А. Теория и практика перевода. – М.: Русский язык, 2000.– С. 161.
11. Ронгинский В. М. Синтаксические модели заголовков и их использование в различных стилях речи : автореф. дис. ... канд. филол. наук / В. М. Ронгинский. – Киев, 1965. – С. 20.

12. Харченко В. К. Заглавия, их функции и структура. На материале научного стиля современного русского литературного языка / В. К. Харченко.– СПб., 1990. – С. 123.