

## ЗНАЧЕННЯ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ У ПОЛІТИЧНОМУ МОВЛЕННІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ З ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ

**Пустовойт Н. І.**

*кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри філології та перекладу*

*Дніпровський національний університет залізничного транспорту  
імені академіка В. Лазаряна*

*вул. Академіка В. Лазаряна, 2, Дніпро, Україна*

*[orcid.org/0000-0002-2711-4572](https://orcid.org/0000-0002-2711-4572)*

*[meetnatalipost@gmail.com](mailto:meetnatalipost@gmail.com)*

**Ключові слова:** *семантична структура, функціональність, привабливий характер, стилістично-забарвлений, графічно-видільний, експресивно-оцінний.*

У статті розглянуто питання особливостей функціонування газетних заголовків, проаналізовано різні точки зору щодо визначення заголовку, який є не тільки носієм інформації, але має привабливий, неординарний характер. Це відносно незалежна змістовна структура, якій властива закінченість думки автора або його міркування. Визначено, що заголовок може бути простим з точки зору семантичної структури, але частіше зустрічаються складні заголовки, які включають тему статті та ставлення автора до інформації. Як основний компонент статті він нерозривно поєднаний своєю семантичною структурою з текстом і є продовженням діалогу автора з читачем. Визначені такі функціональні характеристики заголовку: графічно-видільна, номінативно-інформативна, експресивно-оцінна, інтегративна та пошукова. Заголовок повинен приваблювати читача за допомогою немовних і мовних засобів, тому що його мета – спонукати адресата до читання статті. Аналіз французьких газетних заголовків показав, що їх семантична структура може мати номінативний, питальний, декларативний, модальний характер. Питальна форма заголовку містить запитання, на яке автор може дати відповідь у тексті статті, або він не впевнений у інформації, він також може закликати читача до дискусії. З'ясовано, що більшість заголовків відрізняється своєю експресивністю, яка визначається вживанням емоційно забарвленої лексики. Оцінний характер заголовку може бути позитивним або негативним. Інтенсивність оцінки є різною: від прихованих, стриманих та дипломатичних до різких, яскраво виражених. Визначено, що семантична структура заголовків представлена метафоричними виразами, фразеологізмами, штампами, повторами, порівняннями, синонімами, антонімами. Переклад французьких заголовків українською характеризувався лексичними та граматичними трансформаціями, додаваннями та опущеннями, вживанням особових займенників, які зустрічалися частіше безособових, тому що останні стилістично обмежені.

## SIGNIFICANCE OF NEWSPAPER HEADLINES IN POLITICAL SPEECH AND THEIR TRANSLATION FROM FRENCH INTO UKRAINIAN

**Pustovoit N. I.**

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,  
Associate Professor at the Department of Philology and Translation  
Dnipro National University of Railway Transport named  
after Academician V. Lazarian  
Lazarian str., 2, Dnipro, Ukraine  
orcid.org/0000-0002-2711-4572  
meetnatalipost@gmail.com*

**Key words:** *semantic structure, functionality, attractiveness, connotative words, graphically-highlighted, expressive-evaluative.*

The article deals with the peculiarities of functioning newspaper headlines, analyses different points of view on the definition of the headline, which does not only convey the information but attracts readers. It is a relatively independent structure that is inherent in the author's thoughts and intentions. The headline is determined to be simple in terms of semantic structure, but more often there are complex headlines, which include the topic of the article and the author's attitude to information. As the main component of the article, it is inextricably connected with its semantic structure to the text and it is a kind of the author's dialogue with the reader. The following functional characteristics of the headline are defined: graphic and highlighting, nominative and informative, expressive and evaluative, integrative and search. The headline is to attract the reader through non-verbal and verbal means as its purpose is to encourage the addressee to read the article. Analysis of French newspaper headlines has demonstrated that their semantic structure can be nominative, interrogative, declarative, and modal. The interrogative form of the headline contains a question that the author can answer in the text of the article or he/she is not sure of the information, he/she can also invite the reader to the discussion. Most of the headlines have been found to be expressive, characterised by the use of emotional vocabulary. The evaluative nature of the headline can be positive or negative. The intensity of the assessment varies from covert, restrained and diplomatic to, pronounced. It is determined that the semantic structure of headlines is represented by metaphorical expressions, phraseology, clichés, repetitions, comparisons, synonyms, and antonyms. The translation of French headlines into Ukrainian is characterised by lexical and grammatical transformations, additions and omissions, the use of personal pronouns.

**Постановка проблеми.** У сучасному житті людина має багато можливостей спілкування зі світом завдяки розвинутій мережі засобів масової інформації. Інтернет відкрив нову епоху розвитку людства, розширив межі комунікації і вплинув на швидкість отримання необхідної інформації. Великий потік інформації викликає необхідність вибирати повідомлення, які заслуговують більше уваги для людини. Тому, щоб зберегти свій час, люди переглядають газетні заголовки, які не тільки інформують людину, але й ще часто мають привабливий, неординарний характер подачі матеріалу, щоб спонукати адресата до читання всієї статті. Газетний заголовок є важливим еле-

ментом статті, він має свої засоби вираження та функції, тому вивчення особливостей його функціонування викликає інтерес вчених. Багато лінгвістів розглядали назви політичних статей з точки зору їх функціональності (В.Г. Костомаров, Ю.М. Пешкова, С.М. Гуревич), вони склали різні функціональні класифікації, але більшість із них визнають такі функції: номінативно-інформативну, графічно-видільну, оцінно-експресивну, інтегративну та пошукову. Такий підхід до визначення особливостей функціонування заголовка має рацію, але не вирішує всіх питань, пов'язаних із цим явищем, тому на сучасному етапі ця проблема залишається актуальною.

**Мета статті.** Дослідження передбачає семантичний аналіз матеріалу заголовків політичних статей і способів їх перекладу з французької мови українською. Завданням статті є виявлення типових рис, особливостей подачі матеріалу та інструментів впливу заголовків на читача. Вивчення механізму впливу заголовків на читача є актуальним не тільки для політології, психології, але й для лінгвістики, одним із завдань якої є визначення особливостей формування заголовків та способів їх вираження. Наше дослідження доповнює та поглиблює вже наявні теорії сучасного підходу до вивчення проблеми функціонування заголовків.

**Виклад основного матеріалу.** Різноманітність та великий обсяг інформації, який щохвилини поступає до адресату, сприяли тому, що заголовки, які раніше були лише джерелом інформації, стали ще й засобом впливу на читача. У цьому полягає новизна підходу до заголовка як інструмента впливу.

Є багато дефініцій поняття заголовку, кожна з них додає більше інформації про цю частину тексту. Наприклад: «Один-другий десяток букв, що ведуть за собою тисячі знаків тексту прийнято називати заголовком» [1, с. 3]. Г.Я. Солганик називає заголовок згорнутою, гранично стислою своєрідно ущільненою аббревіатурою тексту [5, с. 75]. Мала Ю.В. вважає, що «заголовок – компонент тексту, назва якого (або його частина) пишеться на титульній сторінці рукопису, машинопису, видання або над текстом» [2, с. 155]. В. Різун дає характеристики заголовковим комплексам і визнає, що у сучасній пресі використовують не просто заголовки, а цілі заголовкові комплекси з різними варіантами поєднання у них таких архітектонічних та номінативних компонентів, як рубрика, шапка, власне заголовок, підзаголовок, внутрішні заголовки, підписи до фотографій (підтекстові), анонс, епіграф, врізка, графічно виділені окремі фрагменти змісту [4].

У цілому заголовок презентує якусь інформацію, це його перша задача, але багатогранність інформаційного простору і питання часу спонукає видавництва в першу чергу подбати про графічно-видільну функцію, яка здійснюється немовними засобами і має за мету привернути увагу адресата.

Перше враження неминуче поступиться свідомому сприйняттю змісту заголовка, таким чином буде реалізована інша функція – номінативно-інформативна. Заголовок повинен викликати у адресата бажання прочитати цю статтю. У вирішенні цього питання дуже важливо придати заголовку привабливу, неординарну форму.

Якщо заголовок включає в себе експресивний складник і навіть інтригу, що приваблює та спонукає читача прочитати статтю, реалізується

оцінно-експресивна функція, яка стає дуже важливою для сучасного життя, наповненого інформацією. Ця функція необхідна для того, щоб автор зміг донести до читача свою концепцію, свої політичні погляди або створити інтригу чи прорекламувати щось.

Коли читач звертається до інформаційних джерел, він переглядає заголовки статей і вибирає ті статті, які йому до вподоби чи які мають необхідну для нього інформацію. В такий спосіб реалізується пошукова функція.

Газетні статті, які носять політичний характер, відносяться до публіцистики. Публіцистичний стиль характеризується логічністю викладеного матеріалу, експресивністю, оцінним характером.

Суспільно-політична лексика, яка притаманна цьому стилю, представлена політичними термінами, фразеологізмами, вона може бути емоційно забарвленою, риторичною. Для публіцистичного стилю взаємовідносини між заголовком та текстом мають визначений характер: від графічного зображення заголовка до його змістовного наповнення, яке породжує у читача бажання отримати відповідь на запитання у статті. Іноді сам заголовок вже відповідає на запитання, а стаття лише детальніше розкриває суть цього явища. Незважаючи на деяку самостійність заголовка, вважаємо, що він все ж таки доповнює статтю, визначає її характер та анонсує інформацію, яка може зацікавити читача.

Щоб привернути увагу читача, автор статті намагається вплинути на адресата за допомогою експресивної лексики, риторичних запитань або вживання образних фразеологізмів та метафоричних виразів.

Наприклад, *Sur la laïcité, le gouvernement a mis des oeillères.* – Уряд забовтує питання світського характеру виховання.

У цьому прикладі автор вживає метафоричний вираз *mettre des oeillères*, щоб показати своє негативне ставлення до цієї ситуації. Заголовок має емоційно-забарвлений характер і повноту й закінченість думки. Відтак він відрізняється складною змістовною формою, до якої входить як тема статті, так і позиція автора по відношенню до проблеми. При перекладі французького речення мали місце синтаксичні та лексичні трансформації: перестановка членів речення, лексичні доповнення.

Щодо характеру іншого прикладу, то заголовок має теж складну змістовну форму у вигляді питального речення, яке поєднує в собі тему і ставлення автору до проблеми.

*Religion ou laïcité ostentatoire ? – Релігія або показна світськість виховання?*

Питальні та риторичні речення часто вживаються у публіцистичному стилі для того, щоб виділити та підкреслити думку автора, зробити

текст більш експресивним та емоційно забарвленим. Питальна форма заголовку свідчить про те, що автор статті запрошує до дискусії, він до кінця не впевнений у фактах, які зображені в статті, або ця інформація недостатньо вивчена. Вираз *показна світськість* підкреслює негативне ставлення автора до того, як вирішуються проблеми, пов'язані з взаємовідносинами між релігійною та світською формою виховання у Франції. Оцінка автора, яку можна відчутти завдяки окремим словам чи виразам, буває більшої або меншої інтенсивності та стилістичної експресивності, позитивною чи негативною. Негативне ставлення автора може виражатися стримано або різко. У наведеному прикладі негативне відношення є достатньо стриманим та дипломатичним. При перекладі слова *laïcité* дається розгорнуте визначення цього терміна. Отже, заголовок має закінчену думку і попереджає про те, що буде обговорюватися у статті. Якщо в заголовку автор ставить питання, як правило, він на нього відповідає у статті. У будь-якому разі заголовок і стаття поєднані лексичними та синтаксичними зв'язками між питанням та відповіддю.

Наступний приклад теж має експресивну форму вираження.

*New York: foire d'empoigne à la primaire démocrate.* – Нью Йорк: конфлікт інтересів під час попередньої виборчої кампанії.

Складна форма заголовку включає не тільки тему статті, але і думку автора щодо ситуації, яка склалася під час виборів. Заголовок має номінативний характер. Це найбільш поширений вид заголовків. Привабливість такого заголовку визначається інтригою, яка представлена виразом *конфлікт інтересів*. Якщо текст має описовий характер з елементами оцінки подій, заголовок відтворює ту ж саму структурно-функціональну форму. Л. Павлюк вважає: «Якщо текст має помітно виражені риси описової, оповідної чи аналітичної форм зображення, то заголовок закономірно відтворює особливості структурно-функціонального тексту: для наративу природним є використання темпоральних індексів, увага до часових обставин і послідовності подій у назвах текстів...» [3, с. 287]. Переклад цього заголовку відрізнявся труднощами лексичного характеру, тому що вираз *foire d'empoigne* міг би перекладатися по-іншому, наприклад, *сутички* або *розлад*, але словосполучення *конфлікт інтересів* більш відповідає змісту статті. У перекладі виразу *la primaire démocrate* слово *démocrate* опущено, тому що воно ускладнює речення, і його значення мається на увазі.

Емоційно-забарвлений характер наступного заголовку анонсує явище, яке привертає увагу читача своєю виразною назвою.

*Les frasques de «Carlos danger»* – Вумівку «божевільного Карлоса».

Вживання особових форм або імен у заголовках зустрічається частіше, ніж безособові види речень, тому що реальність відображення події та дії її учасників приваблює читача більше, ніж безособові структури, які мають стилістично обмежений характер. Зміст статті у заголовку можна представити різними засобами, у наведеному прикладі репрезентація матеріалу представлена ім'ям учасника події. Назва статті характеризується експресивністю, яка межує на рівні образи. Тобто ставлення автору до особистості, про яку він розповідає, відрізняється різко негативним характером. Проаналізувавши особливості перекладу цього заголовку, треба відмітити, що вживання стилістично-забарвленої лексики може викликати труднощі для перекладача лише у виборі відповідних для цього випадку слів серед безлічі синонімів.

**Висновки і перспективи подальших розробок у цьому напрямку.** Газетний заголовок є основним компонентом статті і має відносно незалежний характер зі своєю семантичною структурою і закінченістю думки.

Заголовок залежить від функціональної направленості статті і виконує різні функції. У сучасних умовах політична стаття повинна мати виразний заголовок, тому багато уваги приділяється графічно-видільній функції. Змістовний характер заголовку реалізується через номінативно-інформативну функцію. Привабливість статті багато в чому визначається заголовком, тому йому притаманна оцінно-експресивна функція. Пошук інформації починається з ознайомлення з різними заголовками, завдяки яким адресат краще орієнтується в інформаційному просторі. Отже, здійснюється пошукова функція.

Політична стаття відноситься до жанру публіцистики, який характеризується логічністю викладеного матеріалу, експресивністю, оцінним характером. Суспільно-політична лексика, яка властива публіцистичному стилю, включає політичні терміни, фразеологізми, експресивні вирази, риторичні запитання.

Між основним текстом статті та заголовком є складні взаємовідносини. З одного боку, заголовок має відносну самостійність і закінченість думки, а також свою структурно-стилістичну форму, з іншого боку, заголовок є невід'ємною частиною тексту, де точка зору автора має розгорнутий характер, як відповідь на те, що анонсувалося у заголовку.

Особливості функціонування заголовків визначаються різними семантичними та структурно-стилістичними засобами:

1. Заголовок може мати просту або складну семантичну форму. Складна форма включає тему статті і ставлення автору до питання, яке розглядається у статті, тобто носить оцінний характер.

2. Заголовок відрізняється своєю семантичною структурою номінативного характеру, якщо розповідається про якісь факти чи події. Він може бути представленим запитальним або риторичним реченням, якщо автор сумнівається у фактах, які він подає у статті, або він сам відповідає на запитання. Питальна форма заголовка може свідчити також про те, що автор запрошує читача до дискусії. Як правило, заголовок відрізняється своєю експресивністю і емоційною забарвленістю. У сучасній журналістиці цей фактор став невід'ємним елементом публіцистичного стилю. Саме експресивність дозволяє автору виразно показати своє ставлення до фактів, викладених у статті.

3. Оцінний характер висловлювання може бути позитивним чи негативним, стриманим або різким, стилістично-забарвленим, прихованим або яскраво вираженим.

4. Лексико-граматична структура заголовків представлена різними лексико-стилістичними засобами. Серед них зустрічаються метафоричні вирази, фразеологізми, порівняння, синоніми, антоніми.

5. Під час перекладу французьких заголовків українською застосовувалися лексичні та синтаксичні трансформації, додавання або опущення.

Вважаємо перспективним напрямком подальші дослідження семантико-стилістичної структури заголовків різних засобів масової інформації.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Кржижановский С. Поэтика заглавий. Москва, 1931. 35 с.
2. Мала Ю.В. Газетний заголовок як засіб експресивізації в політичному дискурсі. *Донецьк. ДНУ, Серія Б. Гуманітарні науки*. 2015. № 1-2. С. 155–159.
3. Павлюк Л. Заголовок у дискурсі мас-медіа: семантико-змістові риси і функціонально-структурні типи. *Теле- та радіожурналістика*. 2010. № 9. Ч. 2. Львів. С. 285–292.
4. Різун В. Літературне редагування, Київ, 1996. 75 с.
5. Солганик Г.Я. Общие особенности языка газеты. *Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды*. Москва, 1988. С. 5–22.

#### REFERENCES

1. Krzhizhanovskiy S. (1931) Noetika zaglaviy [Noethics of Titles]. Moscow, 35 p.
2. Mala Yu.V. (2015) Gazetniy zagolovok yak zacib eksprecivisatsii v politichnomu discoursi [Newspaper Headline as a Means of Expression in Political Discourse]. Donetsk. DNU, Series B. Humanities, № 1-2, pp.155 - 159.
3. Pavluk L.(2010) Zagolovok u discoursi mas-media semantiko-zmistovi rici i funtsionalno-structurni tipi [Title in the Discourse of Mass Media: Semantic Features and Functional and Structural Types ]. TV and radio journalism. № 9, h. 2. Lviv, pp. 285-292.
4. Rizun V. (1996) Literaturne redaguvannia [Literary Editing ]. Kyiv. 75 p.
5. Solganik G.Ya. (1988) Obschiye osobennosti yazika gazeti. Yazik i styl sredstv massovoy informatsii i propagandi [General Features of the Language of the Newspaper.Language and Style of Mass Media and Propaganda ]. Moscow, pp. 5-22.