

5. Совтис Н. М. Білінгвізм як результат міжмовних контактів: причини виникнення та наслідки функціонування / *Наукові записки/ Національного університету «Острозька академія»*. Сер. : Філологічна. 2013. Вип. 38. С. 273-275. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf\\_2013\\_38\\_85](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2013_38_85).

6. Українська мова. Енциклопедія. Київ : Вид-во «Українська енциклопедія», 2000. 752 с.

### КОМУНІКАТИВНО-ІНФОРМАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАГОЛОВКІВ У НІМЕЦЬКОМОВНІЙ ПРЕСІ

**Бияк Н.Я.**

*кандидат філологічних наук, доцент кафедри німецької філології  
та методики навчання німецької мови,  
Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка  
м. Тернопіль, Україна*

Заголовок як один з найважливіших елементів організації тексту є особливим фрагментом публікації друкованого чи онлайн-видання. Дослідники вважають його самостійним повідомленням, яке має тісний семантичний і функціональний зв'язок із текстом публікації, але в той же час не належить до нього, тобто є «з одного боку, компонентом тексту, а з іншого — самостійною інформативною одиницею» [1, 258].

Завдання автора публікації — сформулювати заголовок так, щоб познайомити читача із змістом статті і одночасно зацікавити його, спонукати прочитати текст. Якщо проаналізувати функції заголовків, то зрозуміло, що номінативна — первинна функція, яка називає публікацію, не є головною у медійних текстах. На перший план виходять стилістичні функції. Інформативна функція заголовка полягає у швидкому інформуванні читача у стислій формі про тему публікації, але щоб отримати більш детальну інформацію, необхідно прочитати статтю. Так, заголовок *Margot Friedländer mit Bundesverdienstkreuz 1. Klasse ausgezeichnet* інформує про те, що Маргот Фрідлендер отримала федеральну відзнаку — орден «За заслуги перед Федеративною Республікою Німеччина», а вже із статті дізнаємося, що у часи Голокосту родину М. Фрідлендер переслідували нацисти, вона потрапила до концтабору, але змогла вижити. За захист прав людини та боротьбу з антисемітизмом столітня ораторка отримала федеральну відзнаку [3]. Заголовок *Berlin verhängt Zwangsgeld gegen Straßenblockierer* повідомляє про штраф для тих, хто блокує рух на вулицях німецької столиці, а вже із статті дізнаємося, що штраф у 2 тис. євро за постійні і тривалі блокування природоохоронцями став вимушеним заходом державного управління федеральної землі Берлін, щоб полегшити поліції розблокування заторів для зручного руху дорогами міста [3].

Такі інформативні заголовки можна зустріти у різних рубриках:

## V MIJHNAPODNA HAHKOBO-PAKTYHHA KONΦEPENHIA

*Dennis Thering ist neuer Vorsitzender der CDU Hamburg* (політика); *Diebstahl aus Grünem Gewölbe – Großteil der entwendeten Schmuckstücke gefunden* (правосуддя та злочинність); *Axel-Springer-Chef Döpfner soll »Bild«-Kampagne gegen Adidas initiiert haben* (економіка); *Freddy Quinn will offenbar heiraten* (суспільство); *Holzbauwerk aus dem 15. Jahrhundert in Berlin entdeckt* (наука); *Deutscher Star-Regisseur Wolfgang Petersen ist tot* (культура); *Dortmund holt wohl Unions Ryerson als Meunier-Ersatz* (спорт) [3]. Вони відносно самостійні, містять певні ключові слова, які анонсують інформацію із медійного тексту, одночасно приховуючи якісь важливі деталі, що спонукає прочитати статтю для отримання повної інформації.

Однак заголовків такого типу у мас-медіа сьогодні відносно небагато. Адже навіть без перечитування статті можна мати загальну уяву про події із самого заголовка. Доступ до інформації з різних джерел призводить до того, що читач знаходить у заголовку якийсь новий факт про згадану медійну персону і доповнює ним вже відомі з інших джерел факти. Ось приклад. Із газетних заголовків які публікувалися в одній з найпопулярніших фінансово-економічних ділових газет Німеччини “Handelsblatt” впродовж року, ми дізнаємося про діяльність Ілона Маска, навіть не відкриваючи статей — журнал Time називає його людиною року, Маска вважають трудоголіком, Ілон Маск стає найбільшим акціонером Твіттера, а потім і очолює його, що призводить до незадоволення та побоювань про майбутнє у працівників та користувачів цієї соціальної мережі, а сам Маск втрачає позицію найбагатшої людини світу:

*Elon Musk ist 'Person of the Year' des Time Magazine; Brandenburgs Wirtschaftsminister: "Elon Musk ist ein totaler Workaholic - ich weiß nicht, wann der Mann schläft"; Elon Musk übernimmt Twitter; Elon Musks Massenentlassung gefährdet die Zukunft von Twitter; Elon Musk ist nicht mehr der reichste Mensch der Welt - neuer Spitzenreiter ist ein Franzose; Elon Musk, ein Donald Trump für Nerds; Musks Abo führt zu neuem Chaos* [2].

Звісно що журналісти і видавці зацікавлені мати більше читачів свого видання, тому автор і редактор прагнуть створити такі заголовки, які містять менше інформації. Вони зумисне випускають прізвиська, сподіваючись, що заінтригований читач таки прочитає публікацію, щоб дізнатись, про кого йде мова, особливо, коли публікація стосується відомої особи:

*Wie ein Hamburger Milliardär sein Imperium übergibt* (Альберт Бюль — власник імперії нерухомості та інвестицій); *Ex-Bundeskanzler hat mögliche neue US-Sanktionen gegen die Erdgaspipeline Nord Stream* (Герхард Шрьодер); *Königliche Euphorie am Hamburger Rathaus* (візит Чарльза III до Німеччини); *Beide »Geo«-Chefs treten zurück* (шеф-редактори журналу Маркус Вольф і Єнс Шредер) [3].

Окрема група заголовків без прізвиськ стосується маловідомих або й зовсім невідомих людей, про яких повідомляє стаття або новини. У такому випадку ім'я особи не зможе привернути увагу до статті, тому автори називають за певною ознакою — професією або діяльністю, зовнішністю, віком, певним вчинком тощо:

*Millionenspenden für angeschossenen schwarzen Jugendlichen in Kansas City; Bildungsökonom warnt vor Entwertung der Abiturnoten; Das Geheimnis des alten Mannes; Musiker soll eigene Mutter und zwei Kollegen vergiftet haben* [3].

## V MIJHNAPODNA HAHKOBO-PAKTYHHA KONΦEPENHIA

Звичним є також відсутність імен у численних заголовках до статей про відомих політиків. Автор сподівається, що його читач орієнтується у сучасній політиці і зрозуміє, про кого мова у публікації.

*Mexikos Präsident sichert Biden Kooperation in Migrationsfragen zu* (Андрес Мануель Лопес Обрадор); *Ukrainischer Außenminister dämpft Erwartungen an Offensive* (Дмитро Кулеба); *Vorwurf der Vetternwirtschaft gegen Ex-Premier* (Боріс Джонсон); *Japans Premier treibt viele politische Projekte an, an denen Vorgänger gescheitert sind* (Кісіда Фуміо) [3].

В інших публікаціях спостерігаємо заголовки-інтриги. Такий прийом поширений зокрема у німецькому щотижневику „Spiegel“. Чимала група заголовків розпочинається словами „Der Mann, der...“, „Die Frau, die...“ або „Dieser Mann...“, наче запрошуючи читача перевірити свою ерудицію та отримати нову інформацію:

*Der Mann, der über 160 Millionen Euro für einen Aufsteiger ausgegeben hat; Der Mann, vor dem sich Erdoğan fürchten muss; Der Mann, für den Hitler ein Freiheitskämpfer war; Die Frau, die Microsoft den Krieg erklärt; Dieser Mann bestattet jeden Tag zehn Menschen* [3]. Звісно, що такий матеріал не залишиться поза увагою читача.

Ще один дієвий прийом — заголовки-запитання. Одна група представлена реченнями із питальними словами *wer, was, wann, warum, wohin* (із знаком питання або без нього):

*Warum ein Museum seine Kunst vermietet. Was bringt der Einspruch gegen den Grundsteuer-Bescheid? Wie finde ich als Chinaexperte einen neuen Job? Wann endet die Roller-Anarchie?* [2]; *Wer traut sich, diesen Pitbull zu streicheln?* [3].

Інша група заголовків — основна тема публікації, оформлена у питальне речення:

*Ist der IQ von Schülern in der Pandemie gesunken? Wird Deutschland beim Gaspreisdeckel überstimmt? Können die Klimademonstranten belangt werden? Schaffen wir das noch mal?* [3].

Такі заголовки знаходимо у рубриках, які мають практичне значення для читача — порадиниках та сервісах: *Influencer: Wann und worauf sie Steuern zahlen müssen* [2]; *Könnte ein neuer RSV-Impfstoff zu Frühgeburten führen?* [3], а також у рубриках «політика», «суспільство», де представлено актуальні теми, які неодмінно викликають суспільний резонанс: *Droht Deutschland eine Flüchtlingskrise wie 2015, Frau Kipping? Wurde das Handy von Liz Truss gehackt? Kann Rishi Sunak Großbritannien heilen? Kommt der Exit vom Brexit?* [3].

Прагнучи завоювати увагу читача, автор добирає до своєї публікації той чи інший тип заголовка, найбільш вдалий для теми. Таким чином він реалізовує комунікативну функцію. Більшість заголовків виконує кілька функцій, тобто є поліфункціональними.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Тимченко Є.П. Заголовки в романі Томаса Бруссіра «Am kürzeren Ende der Sonnenallee» та їхнє відтворення в українському перекладі. Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філологія, 2020, Вип. 22. С. 258-266.

2. Handelsblatt. URL: <https://www.handelsblatt.com/>.

3. Spiegel. URL: <https://www.spiegel.de/>.

## ТИПОЛОГІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ ПРО УКРАЇНУ

**Гапонюк С. В.**

*студентка спеціальності*

*«Германська мова та літератури. Англо-український переклад»*

*Галицького фахового коледжу імені В'ячеслава Чорновола*

*м. Тернопіль, Україна*

*Науковий керівник:*

**Гайда О. М.**

*кандидат філологічних наук, викладач англійської мови*

*Галицького фахового коледжу імені В'ячеслава Чорновола*

*м. Тернопіль, Україна*

Сучасний світ перебуває у постійному потоці інформації, яку транслюють зокрема і друковані видання: газети, журнали. За допомогою заголовків представники ЗМІ приваблюють читача до прочитання статті, адже це перше, що спонукає звернути увагу на текст публікації. Тому заголовки відіграють одну із ключових ролей щодо оформлення публікації, а також є невід'ємним елементом газетного видання.

Читачі часто роблять висновки щодо усієї публікації, навіть не прочитавши половини, лише за заголовками, які приховано впливають на свідомість людей. Саме тому багато дослідників-лінгвістів займаються вивченням цього питання. Виокремлюють такі важливі риси заголовків як актуальність, чіткість, точність, ясність, відповідність змісту, саме вони відіграють особливу роль у їх оформленні [5, с. 697]. Головними функціями заголовків є зацікавлення, інформування та структурування [4, с. 137].

Заголовки можуть містити декілька функцій, проте головною метою є зацікавлення читача й передача інформації [2]. Зокрема, за інформаційним наповненням виділяють такі типи заголовків: інформаційний (найчастіше використовують для точної передачі змісту статті); спонукально-наказовий (коли заголовок спонукає до дій); проблемний (також може бути виражений у формі питального речення); констатуючо-описовий (коли заголовок констатує важливі факти зі змісту публікації); рекламно-інтригуючий (завжди містить інтригуючий елемент, який приваблює читача до прочитання); заголовок – резюме (через нього дається певна рекомендація крізь крилатий вираз; заголовок-інтрига (функцією якого є передати інформацію таким чином, щоб примусити читача звернути увагу на певну статтю або замітку); заголовок-локалізатор (він вказує на предмет