

УДК 811.134.2+ 81`33

**ЗАГОЛОВКИ НОВИН У ДРУКОВАНИХ ІСПАНСЬКИХ ЗМІ:
ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНИЙ ТА ГРАМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ**

Маталігіна Л. М.

Викладач кафедри романської і новогрецької філології та перекладу
Київський національний лінгвістичний університет

Статівка Н. Ю.

Магістрант, спеціальність – Іспанська філологія та англійська мова:
комунікація, інтерпретація та переклад
Київський національний університет ім. Тараса Шевченка

Статівка Ю. І.

Доцент, к.т.н., доцент кафедри автоматизації проектування енергетичних
процесів та систем

Національний технічний університет України «КПІ ім. Ігоря Сікорського»

Розглядаються граматичні, лексико-стилістичні та квантитативні особливості заголовків жанру новини в іспанській пресі.

Ключові слова: заголовок жанру новини, тип заголовка, іспанські ЗМІ, граматичні особливості, лексико-стилістичні особливості, квантитативні особливості.

Matalygina L. M.

Lecturer of the Department of Roman and Greek Philology and Translation
Kyiv National Linguistic University

Statyvka N. Yu.

Master Student, Specialty – Spanish and English philology: communication,
interpretation and translation

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Statyvka Yu. I.

Docent, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department
of automation design of energy processes and systems

National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Grammatical, lexical and stylistic features and quantitative characteristics of news headlines in the Spanish press are considered.

Key words: news headlines, type of headline, the Spanish mass media, grammatical features, lexical and stylistic features, quantitative characteristics.

В дослідженні мови друкованих ЗМІ особливий інтерес становить один з ключових елементів газетного тексту – заголовок. Він не тільки є засобом репрезентації самого тексту, але й відіграє важливу роль у сприйнятті та розумінні його реципієнтом, оскільки подальша інтерпретація тексту відбувається саме крізь призму інформації, представленої у заголовку. Вимога комунікативної успішності газетних текстів в умовах зростаючої суспільної та медійної динаміки обумовлює **актуальність теми дослідження.**

Метою дослідження є аналіз практики використання заголовка в сучасній іспанській періодиці.

Об'єктом дослідження є іспанські газетні заголовки як текстові одиниці в газетному дискурсі, **предметом дослідження** – граматичні, лексико-стилістичні та квантитативні особливості заголовків жанру новини в іспанській пресі.

Матеріалом дослідження є заголовки в публікаціях сучасних іспанських періодичних видань «El País», «El Mundo», «ABC» за період 2015 – 2016 р. Обсяг

вибірки становить 132 заголовки.

Попри велику кількість існуючих поглядів на жанрову парадигму текстів друкованих ЗМІ, у питанні відносно інформативних жанрів іспанські дослідники одноставно погоджуються щодо жанру новини (ісп. «noticia») як такого, що містить стислий і виразний виклад подій, новизну, оперативне та своєчасне повідомлення про конкретні факти, події і явища дійсності [2, с. 76]. Ця обставина визначила вибір досліджуваного жанру нашої розвідки.

У ході дослідження було виявлено низку специфічних рис газетних заголовків жанру новини. Серед граматичних особливостей заголовків новин були зафіксовані такі.

Вживання переважно простих двоскладних розповідних речень з дієсловом у третій особі однини з прямим порядком слів: «*El Rey no propuso de nuevo a Rajoy para mantener la neutralidad*» («El País», 03/02/16); «*Nicolás Maduro anuncia un aumento salarial del 30%*» («El Mundo», 01/05/16); «*El Gobierno valenciano patrocina un libro con insultos a España*» («ABC», 30/04/16). Така структура є загальноприйнятою для заголовків інформаційних текстів, оскільки вона у стислій лаконічній формі доносить читачеві основну інформацію. Інверсія у заголовках новин зустрічається дуже рідко – вона є емпатичною структурою, а її використання більш характерне для заголовків аналітичних жанрів.

Використання дієслів теперішнього часу дійсного способу (Presente de Indicativo) становить 47% від загального числа проаналізованих заголовків та 62% від кількості заголовків, що містять дієслово. Часто дієслово у теперішньому часі вживається навіть у тих випадках, коли йдеться про дію у минулому або майбутньому: «*Cientos de seguidores del clérigo Al Sadr irrumpen en el Parlamento iraquí en Bagdad*» («El País», 30/04/16); «*Una persona muere y dos resultan heridas graves al salirse de la vía su coche en Algemés*» («ABC», 01/05/16). За допомогою дієслова теперішнього часу в заголовку відбувається актуалізація події, створюється ефект причетності – читач наче стає свідком події, спостерігає все своїми очима. Як правило, заголовки такого типу використовуються у новинах, що відбулися тільки-но або в період часу, який ще триває.

Часте вживання безособових форм дієслова з метою наголошення на аспекті дії (завершеність або незавершеність дії, її потенційна реалізація). У більшості випадків використовується дієприкметник (Participio Pasado), зокрема у кримінальних новинах: «*Herido el trabajador de un estanco de Illescas durante un atraco con arma de fuego*» («ABC», 22/02/16); «*Detenido el jefe de la Unidad de Estupefacientes de Ourense*» («El País», 11/11/15). Рідше у заголовках трапляються герундій та інфінітив: герундій робить акцент на динамізмі, у той час як заголовки з інфінітивом виражають майбутню або потенційну дію.

Вживання так званого «condicional citativo» – умовного способу, що виражає припущення, достовірність якого не перевірена (2,3% від загального числа проаналізованих заголовків та 3% від кількості заголовків, що містять дієслово). За допомогою такої конструкції автор, цитуючи чийсь слова, частково знімає з себе відповідальність за достовірність наданої інформації. У заголовках такого типу часто використовується дієслово poder: «*El PP podría gobernar con Ciudadanos ante el desplome de Podemos*» («El País», 04/03/16); «*La suma Podemos-IU sería un escollo para formar un Gobierno estable*» («ABC», 01/05/16).

Застосування «Futuro de mandato» – майбутнього часу з наказовою модальністю, що як правило, позначає обов’язкове виконання якоїсь дії або спонукання до її виконання: «*El presidente Zuma será investigado, de nuevo, por corrupción*» («El País», 29/04/16); «*Un grupo alemán gestionará 14 aeropuertos griegos*» («El País», 19/08/15). Заголовки з дієсловом у майбутньому часі становлять 7,6% від загального числа проаналізованих заголовків та 9,6% від кількості заголовків, що містять дієслово.

Економія мовних засобів шляхом опущення дієслів «ser» та «estar»: «*Todos contra el 'alcalde' musulmán de Londres*» («El Mundo», 01/05/16) та дієслів мовлення у заголовках-цитуваннях: «*Mick Jagger, a los cubanos: "Las cosas están cambiando, ¿no?"*» («El País», 03/25/16). Ця риса зумовлена необхідністю стислого викладу інформації у заголовку.

На лексико-стилістичному рівні заголовкам жанру новини властиві наступні специфічні риси.

У заголовку переважає нейтральна лексика задля посилення об’єктивності викладу та уникнення емоційної забарвленості.

Активно вживаються англіцизми, зокрема лексика інформаційних технологій. Процес глобалізації, розвитку технологій та статус англійської мови як міжнародної, зумовлює запозичення лексичних одиниць англійської мови та їх використання в різних сферах функціонування мови – розмовній, науковій, мові реклами тощо: «*China reprende a su 'youtuber' estrella*» («El País», 28/04/16); «*El riesgo de un 'Chernóbil' provocado por 'hackers'*» («El Mundo», 28/04/16); «*Los cargos por 'roaming' vuelven a bajar en la Unión Europea*» («El Mundo», 29/04/16).

Часто використовуються цитування (політичних та державних лідерів, діячів культури), як повні, так і часткові (близько 15% відсотків проаналізованих заголовків): «*Ban Ki-moon: "Más del 50% de las infraestructuras en Siria han sido destruidas"*» («El País», 25/03/16); «*Nadal: "No entiendo los Juegos sin estar en la Villa"*» («ABC», 29/04/16); «*Podemos propone "poner límites a la propiedad" en televisiones y radios*» («El Mundo», 29/04/16); «*Un padre pide a un instituto de Valencia que exima a su hijo de la lectura de un libro «escrito en catalán»*» («ABC», 26/11/15). Пряме цитування посилює змістовність заголовку, допомагає актуалізувати семантичний потенціал новини та привернути увагу читача.

Вживання тропів та фігур не є дуже розповсюдженим у заголовках новин, оскільки вони надають емоційної забарвленості. Проте іноді використовується метонімія: «*El PSOE seguirá el ejemplo andaluz para batir a la derecha y a Podemos*» («El País», 29/03/15); метафори: «*La ikurriña enciende Eurovisión*» («El Mundo», 30/04/16). Метонімія дозволяє скоротити висловлювання, лаконічно окреслити або назвати суб’єкт дії – чого, власне, і вимагає заголовок новини.

Сталі вирази, зокрема притаманні розмовному стилю, використовуються з метою привернення уваги читача: «*El presidente de Ausbanc a una de sus víctimas "Es verdad, tengo muy mala leche"*» («El País», 30/04/16).

Для того, щоб узагальнити низку закономірностей вживання заголовків новин в сучасних іспанських друкованих ЗМІ, ми звернулися до класифікацій за різними аспектами: функціональним (за М. Бонвін), смисловим (за Є. Лазаревою) та граматичним (С. Уртадо Гонсалес). Кількісний розподіл типів проаналізованих заголовків показано у табл.1.

Під час дослідження було встановлено, що згідно з класифікацією М. Бонвін [3, с. 44], *інформативні* заголовки у жанрі новини є превалюючим типом – їх кількість становить 74,2%; *референційні* заголовки, що містять повне або часткове цитування тексту статті, вживаються рідше – у 15,2% випадків. До *сенсаційних* заголовків ми відносимо усі ті, що виконують апелятивну або емоційну функцію – їх частка становить 10,6% від загальної кількості проаналізованих заголовків. Отримані показники свідчать про те, що домінуючою функцією заголовка у жанрі новини залишається інформативна, у той час як референційна та сугестивна функції мають другорядне значення. Важливо також враховувати, що кожне видання має свою специфіку написання новин: так, наприклад, використання референційних заголовків характерне більше для видання «El País», де відсоток вживання таких заголовків становить 25,5%, у той час як у виданнях «El Mundo» та «ABC» – 15,0% та 2,4% відповідно.

Таблиця 1

Джерело	Кількість	Інформативні	Референційні	Сенсаційні	Заголовки з дієсловом	Номінативні	Повноінформативні	Пунктирні
El País	51	34 (66,7%)	13 (25,5%)	4 (7,8%)	44 (86,3%)	7 (13,7%)	39 (76,5%)	12 (23,5%)
El Mundo	40	29 (72,5%)	6 (15,0%)	5 (12,5%)	29 (72,5%)	11 (27,5%)	32 (80,0%)	8 (20,0%)
ABC	41	35 (85,4%)	1 (2,4%)	5 (12,2%)	31 (75,6%)	10 (24,5%)	39 (95,1%)	2 (4,9%)
Разом	132	98 (74,2%)	20 (15,2)	14 (10,6%)	104 (78,8%)	28 (21,2%)	110 (83,3%)	22 (16,7)

Класифікація, запропонована С. Уртадо Гонсалес [4, с. 33], дозволяє визначити закономірності функціонування заголовків з огляду на їх граматичні особливості. У ході дослідження було встановлено, що інформативному жанру притаманні *заголовки з дієсловом* (78, 8%), переважна більшість яких вживається у третій особі однини, у той час як *номінативні* заголовки зустрічаються рідше – у 21, 2% випадків. Цю закономірність вживання можна пояснити тим, що жанр новини за характером повідомлення потребує від заголовку динамізму, який забезпечують саме ті заголовки, що містять дієслово.

Розглядаючи заголовок у системі відношень «заголовок-текст», важливо встановити закономірності його використання з огляду на ступінь інформативності заголовка та повноти відображення у ньому смислового елемента всього тексту. Беручи за основу поділ заголовків на *повноінформативні* та *неповноінформативні* або *пунктирні*, запропонований Є. Лазаревою [1, с. 57], було встановлено, що жанру новини притаманне часте використання повноінформативних заголовків (83,3% від загальної кількості проаналізованих заголовків). Повноінформативні заголовки представлені здебільшого у формі

розповідного речення та висловлюють основну думку, рідше – просто окреслюють тему статті.

Порівнюючи розподіл типів заголовків у вибірках (див. рис. 1), можна помітити чітку відповідність, характерну для кожного видання та усієї вибірки загалом, між часткою заголовків повноінформативного та інформативного типів згідно класифікацій за смисловим та функціональним аспектами відповідно. Помітний взаємозв'язок між частками заголовків номінативного і сенсаційного та референційного і пунктирного типів виглядає менш регулярним, що, можливо, пояснюється їх недостатньою загальною кількістю у розглянутій вибірці.

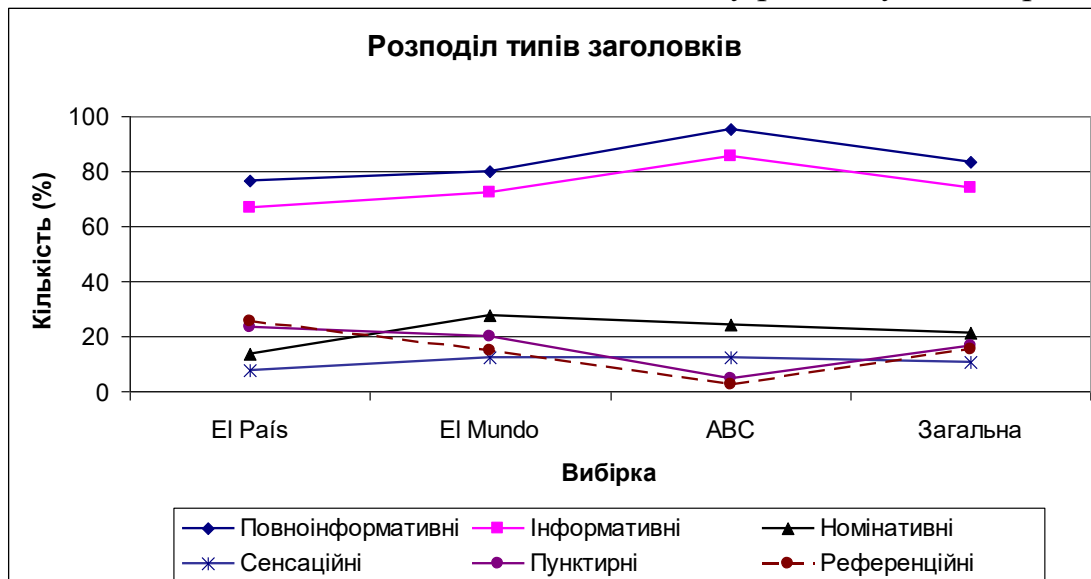


Рис. 1. Розподіл типів заголовків у вибірках

Висновки. У результаті розвідки на матеріалі вибірки виявлено, що заголовки жанру тяжіють до: максимальної інформативності та динамізму, що досягається шляхом використання структур з дієсловом; об'єктивності через вживання стилістично нейтральних лексичних та граматичних засобів; повноінформативності – максимального відображення теми чи ідеї тексту у заголовку. Кількісні результати дозволяють стверджувати наявність зв'язку між парами таких типів заголовків: інформативного та повноінформативного; референційного та пунктирного; номінативного та сенсаційного.

Перспективи подальших досліджень. Розширення обсягу вибірки для з'ясування значущості статистичного зв'язку між низькочастотними у жанрі новини заголовками референційного та пунктирного, номінативного та сенсаційного типів. Перевірка застосовності виявленого зв'язку для автоматичної оцінки сигнатури вибірки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мацько Л. І. Стилїстика української мови : Підруч. для студ. вищ. закл. освіти / Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько. – К. : Вища шк., 2003. – 462 с. 2. Mejía Chiang, Cesar Géneros y estilos de redacción en la prensa. Desarrollo y variantes taxonómicas [Електронний ресурс] // Correspondencias & Análisis. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/pe/2_generos.pdf. 3. Casado, Manuel. Nuevas tendencias del lenguaje periodístico. [Електронний ресурс] // Universidad del País Vasco. – 1992. – Режим доступу до ресурсу: <http://hdl.handle.net/10171/18429>. 4. Lázaro Carreter, Fernando: “El lenguaje periodístico entre el literario, el administrativo y el vulgar”, en F.Lázaro Carreter (ed.): Lenguaje en periodismo escrito, Madrid, Fundación Juan March, 1997. – págs. 9-32.