

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СХОДОЗНАВСТВА
Кафедра корейської філології

Кваліфікаційна робота магістра з філології
на тему:

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНА СПЕЦИФІКА ЗАГОЛОВКІВ
КОРЕЙСЬКОМОВНИХ НОВИНИХ ТЕКСТІВ
(НА МАТЕРІАЛІ ОНЛАЙН-ВИДАНЬ)

Студентки групи МПкор 56-18
факультету сходознавства
денної форми здобуття освіти
Освітньо-професійної програми
Галузевий переклад:
корейська мова, англійська мова
Спеціальності 035 Філологія
Спеціалізації 035.066 Східні мови та літератури
(переклад включно), перша – корейська
Лукович Марії Володимирівни

Науковий керівник:
доктор політ. наук, проф. Кан Д.С.

Допущена до захисту
«___» _____ 2019 року

Завідувач кафедри

(підпис) Кан Д.С.
(ПІБ)

Національна шкала	_____
Кількість балів	_____
Оцінка ЄКТС	_____

Київ – 2019

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1.....	7
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	7
ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНОЇ СПЕЦИФІКИ ЗАГОЛОВКІВ.....	7
НОВИННИХ ТЕКСТІВ.....	7
1.1 Новинний дискурс та його реалізація у сучасних онлайн-виданнях.....	7
1.2 Лінгвостилістичні особливості корейськомовних новинних текстів.....	13
1.3 Заголовок новинного тексту як лінгвістична одиниця.....	20
Висновки до розділу 1.....	31
РОЗДІЛ 2.....	32
МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	32
ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНОЇ СПЕЦИФІКИ ЗАГОЛОВКІВ.....	33
НОВИННИХ ТЕКСТІВ.....	33
2.1 Підходи до дослідження заголовків новинних текстів у сучасній лінгвістиці.....	33
2.2 Методика дослідження лінгвостилістичної специфіки заголовків новинних текстів.....	36
Висновки до розділу 2.....	38
РОЗДІЛ 3.....	39
СПЕЦИФІКА КОРЕЙСЬКОМОВНИХ ЗАГОЛОВКІВ.....	39
НОВИННИХ ТЕКСТІВ.....	39
3.1 Лексико-граматичні засоби компресії тексту в заголовках корейськомовних новинних текстів.....	39
3.2 Синтаксичні структурні моделі корейськомовних заголовків.....	48
3.2.1 Структурні моделі заголовків оперативно-новинних статей 보도기사.	
Основною функцією оперативно-новинних статей є передача фактів та водночас зацікавлення темою реципієнтів. Аналіз фактичного матеріалу заголовків корейсько мовних статей жанру 보도기사 обсягом 110 одиниць дозволив виявити продуктивні синтаксичні моделі, що виражені наступними структурами:.....	50
3.2.2 Структурні моделі заголовків дослідницько-новинних статей 사설.	
Для досягнення прагматичної мети в заголовках дослідницько-новинних текстів використовуються синтаксичні структури речень різного типу.....	57

В межах нашого дослідження було проаналізовано 87 одиниць, і виявлено, що на відміну від заголовків оперативно-новинних текстів, найпродуктивнішою структурною моделлю заголовків текстів цього жанру є повне речення, що становить 63% (55 од.). Еліптичні речення становлять 22% (19 од.), а номінативні фрази — 15% (13 од.) серед опрацьованого фактичного матеріалу, як ілюструє діаграма на рис. 3.2.....	57
<i>Рис. 3.2</i>	58
Це можна пояснити тим, що стверджувальні, заперечні, наказові речення та риторичні питання дозволяють вже в заголовку точно сформулювати позиційний вектор автора, напрям якого стає очевидним для читача ще до того, як буде проглянуто текст статті.....	58
3.3 Особливості лексичного наповнення корейськомовних заголовків та засоби їх стилістичного увиразнення.....	63
Висновки до розділу 3.....	68
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	76
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	84

ВСТУП

Поява та існування таких термінів, як «читачі заголовків» (헤드라인 독자) [86, с. 2] та «споживачі заголовків» (제목 소비자) [87, с. 208] красномовно свідчить про те, що для сучасної людини роль газетних заголовків як джерела актуальної інформації набуває все більшого значення. Через занадто великий інформаційний потік, що прогресує з розвитком Інтернету та брак часу більшість людей схильні черпати новини соціополітичного простору лише із заголовків, дуже вибірково переглядаючи новинні статті повністю. Саме тому газетні заголовки на матеріалі різних мов не раз були в центрі уваги сучасних лінгвістичних розвідок і як специфічне лінгвістичне явище досліджувались науковцями з різних точок зору.

В науковій літературі заголовок текстів публіцистичного стилю розглядався в різноманітних аспектах: питання синтаксичної організації

газетних заголовків досліджували В.П. Вомперський [7], Т.Ф. Карімова [15], В.М. Ронгінський [32], А.В. Швець [32]; інтертекстуальності присвячені праці І.Р. Гальперіна [8] та А.А Сафонова [34]; комунікативний аспект висвітлював В.В. Виноградов [6]; прагматичний аспект детально аналізували Б.А. Зільберт [14], Е.А. Лазарева [19].

Корейськими мовознавцями розглядались такі питання, як функції заголовків та їх класифікація (Й.Х. Чон [86], Дж.Й. Лі [80], У.Дж. Квон [51], Х.Дж. Лі [81]), значна увага приділялась дослідженню лексичних особливостей заголовків в залежності від ідеологічної спрямованості видання (Й.Ш. Нам [65], С.Х. Кім [57], Б.Х. Кім [53; 54; 55]), досліджувались також окремі граматичні характеристики (К.С. Пак [69]) та відмінності в заголовках друкованих газет і їхніх онлайн-версій (Дж.В. Кім [61]). Низка розвідок вчених присвячена питанню інтертекстуальності заголовка і його співвідношенню з основним текстом статті (С. Рє [74], Дж.В. Лі [78]). З точки зору соціолінгвістики досліджувався вплив заголовків на сприйняття реципієнтами новин і формування в них певної думки (І.Б. Чан [85]).

Серед вітчизняних корезнавців тему медіа дискурсу корейської мови, зокрема проблеми перекладу газетних публікацій корейської сучасної преси досліджував В.В. Литвиненко [20], проте досі питання специфіки заголовків корейськомовних новинних текстів не було розглянуто детально.

Актуальність теми визначається тим, що в руслі загальної спрямованості сучасних лінгвістичних розвідок на вивчення заголовків як особливого типу тексту, що слугує комунікативною одиницею, лінгвостилістична специфіка корейськомовного заголовка ще не була об'єктом комплексного дослідження.

Мета дослідження – виявити специфічні лінгвостилістичні особливості корейськомовних заголовків, зумовлені їх жанровими особливостями як репрезентанта новинного тексту.

Для реалізації поставленої мети необхідно розв'язати такі **завдання**:

– визначити лінгвістичний статус заголовку новинного тексту;

– проаналізувати лінгвостилістичні особливості корейськомовних новинних текстів;

– вивчити функції та класифікацію заголовків новинних текстів;

– проаналізувати синтаксичні структурні моделі корейськомовних заголовків, встановити частотність їх вживання;

– виділити лексико-граматичні особливості та вияви стилістичних мовних засобів у заголовках корейськомовних новинних текстів.

Об'єктом дослідження є корейськомовні заголовки новинних текстів сучасної корейської преси в онлайн-ЗМІ.

Предметом дослідження є граматична, синтаксична, лексична та стилістична специфіка заголовків корейськомовних новинних текстів.

Матеріалом дослідження слугують заголовки новинних текстів за 2019 рік онлайн-версій популярних корейських видань, загальним обсягом 197 одиниць, відібраних з чотирьох головних щоденних газет Південної Кореї: «Чосон ільбо» (조선일보), «Тона ільбо» (동아일보), «Чунан ільбо» (중앙일보) та «Ханкьоре» (한겨레).

Теоретичну базу роботи складають наукові праці із дискурсу новин у ЗМІ (А. Белл [45], І.Р. Гальперін [8], Т.А. ван Дейк [50], Т.Г. Добросклонська [10], В.Г. Костомаров [16], М.Л. Макаров [24], Р. Нір [48], Г.Я. Солганік [36]), стилістики та лінгвістики тексту (М.Й. Кім [52]), теоретичної граматики корейської мови (Ю.Н. Мазур [23], Г.Й. Рамстедт [31], І. Лі [47], І.С. Лі [77]), та досліджень газетних заголовків на матеріалі української, російської, англійської, корейської мов у прагматичному [25; 44; 46], комунікативному [51; 89], функціональному [26; 37; 75; 86] та структурно-семантичному [33; 79] аспектах.

У роботі використовуються такі **методи дослідження**, як логіко-семантичний аналіз для зіставлення заголовка із змістом основного тексту; метод дистрибутивного та конструктивного аналізу для виявлення основних синтаксичних структур; метод кількісного аналізу для встановлення

частотності основних структурних моделей; та дескриптивний метод для опису виявлених закономірностей.

Наукова новизна роботи полягає у дослідженні синтаксично-структурних та лексико-семантичних особливостей корейськомовних заголовків з урахуванням їх специфіки як репрезентантів новинних текстів власне інформаційного та аналітичного жанрів. *Уперше* встановлено найпродуктивніші синтаксичні моделі заголовків оперативно-новинних та дослідницько-новинних текстів корейської сучасної преси. Визначено лексичні та граматичні засоби створення стислого тексту у корейськомовних заголовках. Виявлено мовні засоби актуалізації інтригуючої функції у заголовках оперативно-новинних текстів та функції впливу у заголовках дослідницько-новинних текстів.

Практичне значення полягає в можливості використання результатів дослідження у подальших розробках із стилістики корейської мови, теорії мовленнєвої комунікації, лінгвістики тексту, у процесі викладання практичного курсу корейської мови та практичного курсу перекладу корейськомовних суспільнополітичних текстів. Результати дослідження можуть бути застосовані також в практичній діяльності перекладачів при перекладі текстів масмедіа на корейську мову.

Апробація результатів дослідження проведена на міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми сучасного корезнавства у контексті глобального світового розвитку» (м. Київ, 18 жовтня 2019 р.) та науково-практичній конференції «Актуальні питання філологічних наук: наукові дискусії» (м. Одеса, 22-23 березня 2019 р.), основні положення викладено у науковому збірнику в тезах доповідей конференції в одній одноосібній статті [21].

Структура роботи зумовлена її метою та поставленими завданнями і складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (89 найменувань, з них 6 англійською та 38 корейською мовами), списку

ілюстративного матеріалу (4 позиції) та двох діаграм. Повний обсяг роботи складає 86 сторінки, основний текст викладено на 76 сторінках.

Перший розділ присвячений теоретичним засадам дослідження заголовку як лінгвістичного явища та одиниці мовлення. Вивчено різні підходи вчених до аналізу заголовних конструкцій, з'ясовано мовну специфіку корейськомовних новинних текстів. Розглянуто поняття заголовку та його функції, що зумовлюють використання відповідних лінгвостилістичних мовних засобів.

В другому розділі розглянуто методологію досліджень лінгвостилістичної специфіки заголовків новинних текстів, поетапно окреслено методи, що використовувались у дослідженні.

В третьому розділі проаналізовано корейськомовні заголовки оперативного новинних та дослідницько-новинних текстів, виокремлено їх основні засоби стислої подачі на морфемному на лексичному рівнях. Виокремлено найпродуктивніші синтаксичні конструкції та з'ясовано вияви лінгвостилістичних засобів, що посилюють експресивність корейськомовних заголовків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНОЇ СПЕЦИФІКИ ЗАГОЛОВКІВ

НОВИННИХ ТЕКСТІВ

1.1 Новинний дискурс та його реалізація у сучасних онлайн-виданнях

Заголовки як перший орієнтир у сприйнятті новинного тексту займають особливе місце в новинному дискурсі. Відомий європейський дослідник дискурсу новин Т.А. ван Дейк зробив висновок, що за допомогою новинних текстів, поданих у пресі, у читачів формуються знання і сприйняття подій, що

відбуваються на світовій арені, а заголовок є тим ввідним елементом, що формує комунікативну поведінку [50, с. 80].

У сучасній лінгвістиці під терміном «дискурс» розуміється текст, що має динамічний характер мовної діяльності у соціальному контексті та її результат. Ван Дейк розглядає дискурс як сукупність висловлювання і фреймів, що визначають його форму і зміст [50, с. 11]. Т.Г. Добросклонська [10, с. 17] визначає новинний дискурс як сукупність текстів, які розглядаються через призму лінгвістичних і екстралінгвістичних особливостей, що перебувають у зв'язку з виробництвом, розповсюдженням та сприйняттям цих текстів.

Науковці виокремлюють такі основні ознаки, що властиві дискурсу новин: актуальність інформації; значущість новини; близькість теми реципієнту; особливий формат подачі [10, с. 28; 45, с. 41].

За Й.Х. Чоном [86], одним із типових способів розрізнення видів новин є класифікація їх на «м'які» (연성 뉴스) та «жорсткі» (경성 뉴스). Варто відмітити, що чітких меж поділу не існує, і особливо з активізацією нових медіа провести ці межі стає дедалі важче. Огляд попередніх розвідок на цю тему показав, що дослідники користуються різними критеріями для класифікації, як-от тематика події, характер, цінність новини, джерело тощо.

Найчастіше за тематикою до «жорстких» відносять новинні статті, в яких повідомляються проблеми політики, економіки, міжнародних відносин, освіти чи релігії, а до «м'яких» – повідомлення про побутові злочини, насилля, та будь-які інші події з елементом саспенсу. Водночас за характером жорсткими новинами вважають такі, в яких акцентується увага та актуальній проблемі, на констатуванні причинно-наслідкових зв'язків та коректній передачі конкретних фактів, а м'якими – новини, які сфокусовані на особистості, чи події, що становлять інтерес для великого кола споживачів.

Класифікація новин може проводитись враховуючи різні критерії, наприклад лінгвіст-дослідник Кім Є Ран у своєму дослідженні робить висновок, що «жорсткі новини» зазвичай мають такі характеристики: побудовані за структурою перевернутої піраміди; першочерговою постає важливість

оперативного висвітлення; повідомлення зазвичай пов'язані з політикою; піднята тема стосується громадськості. А визначаючи характеристику «м'яких новин», називає наступні: побудовані як оповідання; не чутливі до часу; не мають відношення до державної політики; стосуються приватної сфери; в новинах цього типу акцентується увага на буденних інтересах [59, с. 43].

Тобто жорсткі новини – це відносно коротке повідомлення про важливі події, інциденти чи конфлікти, які щойно відбулися. Актуальність таких новин сильно залежить від часу, тому вони завжди подаються стисло та оперативно. В корейських газетах це переважно новини з розділів політика, суспільство, бізнес, де друкуються офіційні заяви, нещасні випадки, демонстрації.

Новинні тексти такого типу мають офіційну стилізацію та чітко регламентовану структуру: стаття розгортається за принципом перевернутої піраміди (або принципом «6 запитань») даючи відповідь на такі питання: Хто? Що? Де? Коли? Чому? Як? Також характеризуються великою кількістю топонімів і антропонімів, цитат-посилань на першоджерело, що підсилює довіру реципієнта до поданої інформації.

М'які новини – це повідомлення, які теж містять новизну і становлять громадський інтерес, проте вони не втрачають своєї актуальності миттєво, наприклад, це можуть бути новини з розділу культура. Такі тексти орієнтовані на те, щоб викликати у читача певні емоції, як-от співчуття або здивування, адже акцентують увагу на захоплюючій стороні події чи факту; тому за своєю структурою вони менш регламентовані і часто можуть бути написані в розмовній стилізації.

Кожен із функційних стилів має свої характерні ознаки, і мову ЗМІ традиційно розглядають як підстиль публіцистичного стилю. Специфікою цього стилю є одночасна направленість на стандарт та експресивність, їх уміле поєднання зумовлене інформативною та впливовою функціями, які є головними для медіатекстів. Орієнтація на стандарт характеризується чіткою логікою викладу інформації, стандартні мовленнєві конструкції та нейтральна лексика, що характерно для ділового та наукового стилів. Експресивність посилює

образність тексту, поліпшує його виразність, що характерно для розмовного та художнього стилів. Таким чином риси всіх функційних стилів певною мірою поєднуються в публіцистиці [9].

Новинні тексти можуть бути реалізовані у вигляді публікації в друкованій пресі, радіопередачах, телепередачах та коротких повідомленнях в соціальних мережах. Жанрова класифікація текстів ЗМІ змінювалась з плином часі і на сьогодні науковцями прийнято [4, с. 234] виділяти такі типи публіцистичних текстів:

- 1) оперативно-новинні статті, що представлені новинними замітками;
- 2) дослідницько-новинні статті, до яких входять інформаційно-аналітичні тексти;
- 3) оперативно-дослідні тексти, як репортаж чи інтерв'ю;
- 4) дослідницько-образні статті, або художня публіцистика.

В корейській мові з лінгвістичної точки зору мовознавцями прийнято виділяти дві категорії мовлення: усне 구어 та писемне 문어, в кожній з яких вирізняють письмовий стиль 문어체 та усний 구어체 [83, с. 146].

Тобто будь-який корейськомовний текст можна віднести до одного з наступних варіантів [67, с. 38]:

- 1) усний стиль усного мовлення (구어체 구어);
- 2) письмовий стиль усного мовлення (문어체 구어);
- 3) усний стиль писемного мовлення (구어체 문어);
- 4) письмовий стиль писемного мовлення (문어체 문어).

Усний стиль усного мовлення обслуговує побутове мовлення; письмовий стиль усного мовлення реалізується в промовах, доповідях, випусках новин на телебаченні, які вимагають завчасно підготовленого тексту; усний стиль писемного мовлення актуалізується в оповіданнях, сценаріях до фільмів та серіалів, текстах п'єс та рекламних слоганах, що орієнтовані на звукове відтворення та сприйняття; а письмовий стиль писемного мовлення використовують для написання наукових робіт, газетних статей, та інших

матеріалів, призначених для сприйняття реципієнтами у друкованому вигляді [74, с. 62].

Таким чином, новинні тексти корейської мови можуть бути реалізовані або в усному підстилі писемного мовлення (новини на телебаченні чи радіо), або в письмовому (новини у пресі). В нашому дослідженні ми зосереджуємо свою увагу на останніх.

В межах підстилю *문어체* *문어* публіцистичного стилю корейські дослідники класифікують новинні тексти в залежності від їх функціонального значення на два основні типи: власне інформаційні жанри (*순수 뉴스* або *스트레이트*) – статті, фокус яких зосереджений на об'єктивній передачі фактів, так звані оперативно-новинні тексти; та аналітичні жанри (*논평 기사* або *해설 기사*) – статті, в яких окреслюється оціночний погляд редактора або висловлюється думка видавництва щодо піднятого питання, його контексту, суспільного значення та можливих перспектив розвитку, так звані дослідницько-новинні тексти. Аналітичні жанри таким чином сприяють утворенню у реципієнтів погляду на певні події чи конкретних діячів під визначеним оціночним кутом зору.

До оперативно-новинних жанрів відносять тексти *보도 기사* (новинна стаття, замітка), які публікують в категорії *뉴스* під різними розділами, в залежності від тематики новини. Більшість онлайн-версій корейських щоденних газет виокремлює такі основні розділи, як політика, економіка, суспільство, розваги та спорт, в кожному з яких визначають більш вузькі тематичні підрозділи, які можуть дещо відрізнятись у різних видавництвах. Статті цього жанру характеризуються об'єктивністю, в них не містяться особисті висновки щодо значущості новини та оціночного забарвлення [65, с. 16].

Новинні тексти аналітичного жанру публікують в категорії *오피니언*, і серед статей цього жанру виокремлюють *사설* (редакторська стаття) та *칼럼* (авторська колонка). Тексти цього типу зазвичай висловлюють погляд щодо коментованої суспільнополітичної події чи актуального економічного явища. За словами А.А. Тертичного, запитання, на які дається відповідь з розгортанням

такого тексту є наступні: «Хто насправді? Чому? За яких умов? Кому це вигідно? Які тенденції розвитку? Які тактики варто обрати?» [38, с.79].

Отже, такі публікації, а особливо «редакторська стаття» або «передовиця» є своєрідним обличчям редакції, адже розкривають ідеологічну спрямованість та політичну позицію видання щодо найактуальніших проблем сучасності, до того ж в самій статті ім'я автора не вказується, підкреслюючи, що це думка не однієї особи, а всього колективу.

Головне завдання передовиці полягає не у повідомленні нових фактів, а у розкритті значимості вже відомих і актуальних питань внутрішнього чи міжнародного суспільно-політичного життя, та формуванні у реципієнта певного відношення до них. Таким чином в аналітичних текстах не йде полювання за новизною фактів, і якщо в інформаційних статтях копають вшир, то тут – вглиб. Факти не просто констатуються, вони аналізуються та інтерпретуються автором, який підтримує певну особу, уряд чи компанію, або навпаки, критикує їх. У такий спосіб, як зазначають науковці, зокрема мовознавці Кім Хе Йон та Кан Бом Мо в своєму дослідженні, передові статті спонукують читачів мислити певними категоріями, а отже і діяти в певному руслі [62, с. 94].

В залежності від прагматичної установки редакційної колегії стосовно відібраної події, передова стаття буде мати роз'яснювальний, осуджуючий, або закликаючий характер. Такі тексти мають нагадати читачам про контекст важливих подій, пред'явити логічну аргументацію власної позиції, висвітлити документальні підтвердження, та на основі логічних роздумів витлумачити майбутні наслідки таким чином, щоб реципієнт слідкуючи за доводами та ходом міркувань автора, прийшов до такого самого висновку і сприйняття, що і автор передовиці.

Стиль мовлення та засоби виразності передових статей характеризуються передусім ясністю, чіткістю, не рідко відображають активний, категоричний, та дещо різкий відтінок. У манері викладення зберігається аналітичність, розв'язність уникається, хоча в цілому дозволяється істотна свобода

вираження. Оскільки в тексті висловлюється колективне бачення, воно подається від першої особи множини за допомогою лексем **국민** і **우리**, що було підтверджено аналізом вибраного матеріалу.

Розглянувши обрані статті, ми помітили, що здебільшого в статтях цього жанру міститься від трьох до п'яти абзаців. Інформація подається в логічному порядку, тому можна виокремити наступні чотири структурні складові: 1) номінація піднятого питання; 2) висловлення власного ставлення до неї; 3) наведення ґрунтовних аргументів; 4) пропозиція вирішення проблеми (цей пункт може опускатись).

Варто також розглянути класифікацію корейської преси. Поділяючи популярні корейські щоденні газети за ідеологічною спрямованістю, до консервативних (**보수** або **우파**) зазвичай відносять «Чосон ільбо» та «Тона ільбо», до прогресивних (**진보** або **좌파**) – газету «Ханкьоре», а нейтральну позицію найчастіше займає «Чунан ільбо» [58, с. 64].

Отже, заголовки є важливим компонентом новинного дискурсу, оскільки актуалізують основну прагматичну мету повідомлення. За змістовим наповненням та методом подачі новини умовно поділяють на м'які та жорсткі. Окрім цього, новинні тексти, спрямовані на оперативне повідомлення інформації класифікують як оперативно-новинні, які репрезентовані жанром **보도기사**, а тексти, що пояснюють значимість поданих раніше подій – як дослідницько-новинні, типовим представником яких є жанр **사설** в корейській пресі.

1.2 Лінгвостилістичні особливості корейськомовних новинних текстів

Новинні тексти інформаційного жанру фіксують динамічні зміни суспільно-політичного життя та інформують про них реципієнтів. Текст будується смисловими блоками і має чітко виражену семантичну структуру речень, яка зумовлена їх прагматичною установкою, необхідністю оперативно створювати статті та публікувати актуальну інформацію.

Серед структурних компонентів корейськомовних статей новин виокремлюють заголовок (표제), ввідне речення (전문 або 리드) – часто це перший абзац статті, так званий лід-абзац, та основний текст (본문) [84, с. 141]. Головне інформаційне навантаження припадає на заголовок і лід-абзац, а додаткові подробиці та деталі пишуться в основному тексті. Таким чином чим ближче до кінця повідомлення, тим інформаційне напруження зменшується.

Ще одним типовим індикатором жанрової специфіки є середня довжина речення, яка в новинних текстах, на відміну від текстів інших газетних жанрів, є максимальною. Характерною особливістю є використання громіздких, ускладнених різними зворотами речень. В корейській статті речення за довжиною нерідко займає цілий абзац, наприклад: «이번 설문은 마이클 그린 CSIS 일본실장, 빅터 차 CSIS 한국실장 등 워싱턴 내의 대표적 한국·일본 전문가는 물론 40 년 넘게 백악관·국무부에 근무했던 앨런 롬버그 스티븐슨센터 선임연구원 등 중립적 인사, 지난 5 월 ‘ 아베 역사인식 비난 집단성명 ’ 을 이끌었던 알렉시스 더든 코네티컷대 교수 등 다양한 성향의 인사들을 모두 포함했다» [74, с. 70]. Якщо проаналізувати дане речення, то можна виокремити в ньому чотири повних речення, перше з яких буде головним, а три інші – другорядними уточненнями: 1) «이번 설문은 다양한 성향의 인사들을 모두 포함했다»; 2) «마이클 그린 CSIS 일본실장, 빅터 차 CSIS 한국실장 등 워싱턴 내의 대표적 한국·일본 전문가»; 3) «40 년 넘게 백악관·국무부에 근무했던 앨런 롬버그 스티븐슨센터 선임연구원 등 중립적 인사»; 4) «지난 5 월 ‘ 아베 역사인식 비난 집단성명 ’ 을 이끌었던 알렉시스 더든 코네티컷대 교수». При перекладі на українську мову, як влучно підмічає В.В Литвиненко [20] в таких випадках доцільним буде розбивати речення на смислові складники і перекладати кожний з них окремим реченням, що більш природно для української граматики.

Відомий корейський лінгвіст, професор Сеульського національного університету Пак Кап Су (박갑수) в своїх розвідках особливостей газетної мови корейських видань зауважує, що така громіздка структура речень зумовлена комунікативною метою статей. Необхідність передати максимальну кількість

інформації відбувається шляхом утворення складних синтаксичних структур. Проте в цілому для носіїв мови це не створює труднощів у сприйнятті новин, адже на відміну від новин у аудіовізуальному форматі, друквані тексти при потребі можна перечитувати декілька раз [68, с. 77].

У структурі речення стандартизованість корейськомовних інформаційних текстів актуалізується у визначеній послідовності наступних семантичних компонентів: спершу вказується подія чи явище, що відбулись; потім конкретизуються часові та просторові рамки; в кінці подається джерело інформації. Наприклад: «*일본 오사카에서 28~29 일 열리는 주요 20 개국(G20) 정상회의 기간 한일 정상회담이 열리지 않게 됐다고 청와대가 25 일 밝혔다*» [74, с. 52]. Таким чином зміст повідомлення розгортається у формі перевернутої піраміди, логічно та послідовно даючи реципієнту відповіді на шість основних питань (Хто? Де? Коли? Що? Чому? Як?).

Граматичні особливості. У переважній більшості інформаційних текстів корейської преси використовується стиль мовлення *해라체*, що граматично реалізується афіксами *~ㄴ다/~는다* в реченнях розповідного типу. Хоча в усному мовленні він використовується як стиль низької форми ввічливості, у писемному мовленні вважається нейтральним [72, с. 14].

Оскільки в новинах переважно висвітлюють події, що вже відбулись, частотним є використання дієслівних форм минулого часу. Предикат часто виражений дієсловом у пасивній формі, дуже поширена структурна модель «...것으로 V(пасивний стан)», наприклад «...*긍정적 평가를 내리고 있는 것으로 조사됐다*», «...*어려울 것으로 전망된다*» [74, с. 73]. Пасивні конструкції такого типу дозволяють подати інформацію об'єктивно, підкреслюючи нейтральну позицію автора. Особливо часто за допомогою пасивних форм вказується джерело отримання інформації.

Також поширене використання іменникових предикатів, утворених за допомогою приєднання предикатної частки *~이다*. Однією з найчастотніших є номінативна конструкція «...*~는 것이다*» [79, с. 36]. Лінгвісти підкреслюють, що номіналізація дієслова відокремлює мовця від самої дії, дозволяючи

висловлюватись з позиції стороннього спостерігача, а не безпосереднього учасника події чи явища. Зазвичай фраза у такій формі використовується для того, щоб підсумувати зміст попереднього висловлювання, або щоб іншими словами коротко передати його резюмований зміст, підкреслюючи важливі моменти [70, с. 251]. Тому у реченні така конструкція часто вживається разом з узагальнюючими словами *그러므로, 따라서, 마침내, 즉* тощо. Частотність вживання можна пояснити тим, що корейськомовні газетні тексти нерідко дуже довгі та ускладнені за будовою речень, тому для поліпшення сприйняття реципієнтами стрижневих думок в новинному тексті робляться логічні узагальнення.

Досить частотною є предикативна конструкція, утворена іменником із значенням дії та дієсловом-зв'язкою *~이다*: «... *이 어질 전망이다*», «... *정상회담을 가질 예정이다*», «... *교체한다는 구상이다*» [74, с. 74]. У наведених прикладах кожному з іменників *전망, 예상, 구상* відповідають дієслова *전망하다/전망되다, 예상하다/예상되다, 구상하다/구상되다*, проте використання предиката у номінативній формі дозволяє не тільки зекономити місце за рахунок меншої кількості символів, але і виразити думку більш лаконічно.

Характерними є стандартизовані звороти, що вказують на першоджерело інформації, наприклад: «...*에 따르면*», «...*에 의하면*», «...*다고 신문이 밝혔다*», «...*라고 신문은 전했다*», «...*에게 정보를 흘렸다*» [79, с. 25]. Використання низки таких штампів чітко вказує звідки походять наведені слова чи дані, і тим самим підвищує довіру читачів до поданих фактів.

Достовірність інформації також підкреслює велика кількість цитат очевидців події, експертів та політичних діячів. Таким чином, новинні замітки є синтезом декількох видів тексту: власне висловлювання кореспондента та вкраплення прямих цитат, які дослівно повторюють слова учасників події.

При цитуванні прямої мови за правилами корейської граматики ставляться лапки, після яких вживається цитувальна частка *~라고* і повідомлююче слово-предикат, наприклад типове корейськомовне речення з

прямовою мовою буде мати наступний вигляд: «“ 특수부대 군인이었다.” 라면서…» [65, с. 95].

Проте в газетних статтях нерідко цитувальна частка опускається і просто використовуються з'єднувальні закінчення ~고, ~며, ~면서, ~는: «“ 특수부대 군인이었다 ” 면서…»». Така структурна схема більш характерна для непрямой мови. Відомий корейський мовознавець, автор цілої низки наукових праць з лінгвістики корейської мови Нам Йон Шін (남영신) проаналізувавши таку особливість цитування пояснює її тим, що автор тексту, відтворюючи слова мовця, як правило, замінює кінцеві закінчення на закінчення нейтрального писемного стилю, тобто сказане людиною «그렇지 않다고 생각합니다» подає у вигляді «그렇지 않다고 생각한다», додаючи до нього відповідні з'єднувальні закінчення [65, с. 97].

Щодо особливостей використання розділових знаків, варто відмітити, що в корейськомовних газетних текстах при переліченні однорідних іменників спостерігається тенденція до вживання не коми, а інтерпункту чи внутрішньорядкової крапки (가운뎃점): «아이돌 그룹 방탄소년단(BTS)이 지난 12 일 미국·캐나다·브라질·인도·일본 등 세계 86 국 아이튠즈 앨범 차트 1 위에 올랐다» [65 с. 70].

Лексичні особливості. Оскільки в інформативних новинних текстах головним завданням є необхідність передати точні факти, велике значення надається термінам, власним назвам, топонімам і датам, які вказуються на початку статті і без жодних двозначностей дозволяють зрозуміти предмет думки [20].

Так, імена та посади політичних діячів вказують повністю, причому ім'я пишеться перед посадою: 문재인 대통령, 이낙연 총리, 강경화 외교부 장관 тощо, а у випадку іноземних діячів їх імена вказують у порядку прізвище-країна-посада, наприклад: 도널드 트럼프 미국 대통령, 아베 신조(安倍晋三) 일본 총리, 김정은 북한 국무위원장, 시진핑(習近平) 중국 국가주석.

На початку новинних текстів назви міжнародних та корейських організацій подаються повністю, а в круглих дужках зазначається їх

абрєвіатура, наприклад: 석유수출국기구(OPEC), 태평양경제협력체(APEC), 세계보건기구(WHO), 경제협력개발기구(OECD), 한국야구위원회(KBO).

Лексичне наповнення текстів корейської преси характеризується частотним вживанням ієрогліфів, особливо ними насичені заголовки. Ієрогліфи часто пишуться для уточнення значення поняття в круглих дужках після слова китайського походження, звучання якого може збігатись зі словом, що має зовсім інше денотативне значення. В реченні «완주군이 60세 이상 노인을 대상으로 무료 안(眼) 검진을 실시했다» використано ієрогліф ханча 眼, що має читання 안 an і означає 눈 (око). Оскільки в корейській мові існує також заперечна частка 안, для однозначності поняття прописують і відповідний ієрогліф. Окрім цього, мовознавці [79, с. 4] наголошують, що ієрогліфи можуть також вживатись з метою економії місця і часто зустрічаються в статтях з економічної та спортивної тематики.

Варто відмітити, що останнім часом дослідники зауважують тенденцію до максимально частотного використання хангілю, тому замість ієрогліфічного позначення чи запису латинськими літерами певних термінів, деякі видання відтворюють їх переважно корейськими літерами, наприклад, подаючи у вигляді 한·미 자유무역협정, а не 韓·美 FTA, 케이팝 замість K-Pop, 오펙 замість OPEC.

Як зауважує корейський мовознавець Лі Джу Хен (이주행), це особливо помітно в газетних заголовках. Предметом його дослідження був лексичний склад п'яти популярних корейських щотижневих видань, серед яких він виділив «Чосон ільбо» як газету, в заголовках якої найчастіше вживається ханча(한자) та газету «Ханкьоре», в заголовках якої ієрогліфів найменше [79, с. 27].

Розвідки корейських мовознавців [61; 65; 69] також виявили, що в газетних текстах сучасної корейської преси спостерігається тенденція вживати ханмунну лексику (한자어) чи слова власне корейського походження (고유어), які в повсякденному житті не є часто уживаними. На противагу цьому у

випусках теленовин поширені більш легкі слова китайського походження, а також вища частотність використання власне корейської лексики.

Така тенденція спостерігаються також і у заголовках. Якщо порівняти відповідні заголовки каналу JTBC «일본으로 간 신동주 ‘법적 대응’», «한미 정상, “북핵 해결 가장 시급”» та газети «Чунан ільбо» «신동주 일본행 “신동빈 상대로 법적대응할 것”», «한미 정상: 북핵 최고로 시급하게 다룰 것», то можна побачити, що в телевізійних текстах вживається більш проста лексика: книжне газетне «일본행» (прямуючи в Японію) подається у більш розмовному варіанті «일본으로 간다», а «최고로 시급하게» (першочергово) як «가장 시급», що є широко вживаним у повсякденному мовленні [74, с. 64].

В корейськомовних газетних статтях нерідко вживається і розмовна лексика, наприклад такі неологізми, як 꽃남, 비호감. Однак мовознавці часто критикують такі випадки у своїх лінгвістичних доробках, пропонуючи вживати літературну лексику, наприклад, замість скороченого 열공 використовувати 열심히 공부하다, а замість 알바 писати 아르바이트, що відповідає більш офіційному рівню мовлення [65, с. 25].

Функція емоційного впливу в публіцистичних газетних текстах реалізується використанням різноманітних засобів. Наприклад, для надання текстам дослідницько-новинних жанрів більшої виразності замість нейтральних дієслів мовлення, що використовуються у оперативно-новинних статтях, наприклад 했다, 말했다, 밝혔다, 덧붙였다, 발표했다, 드러났다, 보도했다, 설명했다, 전했다 та ін. при оформленні цитат поширена тенденція після цитувальної частки вживати лексеми, що мають експресивне чи оціночне забарвлення: 주장했다, 강조했다, 폭로했다, 해명했다. При уведенні власної точки зору чи пояснення причин, поширене вживання таких лексем як 믿기지 않다, 다행스럽다 тощо. Частотним є використання прикметників на позначення ступеню ознаки, як 어렵다, 힘들다, 많다, 적다, 심각하다 [61, с. 48].

Також характерними є ідіоматичні вирази, наприклад: 첫발을 내딛다 (робити перші кроки), 마음먹다 (вирішити), 귀를 기울이다 (прислухатись) [18].

Посилюють виразність тексту фразеологізми та прислів'я, наприклад в уривку із статті «“바늘 가는 데 실 간다.” 감독이 바늘이라면 수석 코치는 실이다» [42, с.40] використовується прислів'я 실 가는 데 바늘 간다 (куди голка, туди і нитка). В уривку «‘원숭이도 나무에서 떨어질 때가 있다’는 말이 있듯이, 삼성도 믿을 수 없는 패배를 당하고 말았다» [42, с.51] описується провальну гру в бейсбол і для вжито прислів'я 원숭이도 나무에서 떨어질 때도 있다, яке означає, що навіть мастер своєї справи може помилитись.

Отже, у новинних текстах корейської преси речення мають ускладнену структуру, що зумовлює їх громіздку конструкцію. Використовується нейтральний стиль мовлення. Характерна частотність вживання пасивних та номінативних предикатів та велика кількість стандартизованих штамів. При цитуванні вживаються спрощені конструкції. Окрім цього, в корейськомовних новинних текстах спостерігається частотне вживання ієрогліфів та ханмунної лексики.

1.3 Заголовок новинного тексту як лінгвістична одиниця

Як лінгвістичну одиницю заголовок досліджують такі вчені, як А.О. Євграфова [12], Б.А. Зільберт [14], В.Л. Музикант [27], А.А. Сафонов [34], И.А. Серов [37], Е.І. Турчинська [40], у корейській мові – Б.Х. Кім [54 55], Й.Х. Чон [86]. На сьогодні серед лінгвістів не існує єдино прийнятого трактування поняття «газетний заголовок», тому перш за все вбачаємо доцільність окреслити його дефініцію.

Метафорично заголовок порівнюють з компасом [43, с. 19], візитівкою статті [27, с. 208], аббревіатурою тексту [36, с. 75], підкреслюючи особливе функціональне навантаження заголовку як структурного елемента медіатексту.

В корейськомовній науковій літературі на позначення заголовків дослідниками використовуються такі синонімічні терміни, як 기사제목, 기사표제 та 헤드라인. Заголовок розглядається як «вислів, який узагальнює та представляє зміст статті, але має самостійне значення та функції» [86, с. 13].

За іншим визначенням, заголовок — це висловлювання, що «містить компонент графічного оформлення, передує основному тексту газетної статті та акцентує увагу на головній темі матеріалу або резюмує зміст» [56, с. 289]. Також цікавим є порівняння із «статтею, написаною великим шрифтом», що підкреслює його самодостатність як згустку інформації [60, с. 4].

Заголовки публіцистичних текстів багатьма лінгвістами вважаються особливим видом висловлювання, при цьому форма та характер їх структури головним чином визначається заданою прагматичною установкою [40, с. 97]. В.Г. Костомаров навіть називає їх особливим жанром публіцистичного мовлення [16, с. 165]. З точки зору текстуальності заголовок може розглядатись як унікальний вид тексту, оскільки йому властиві такі ознаки, цілісність, завершеність змісту, він має визначену структуру, що часто запрограмована цілою низкою функцій [49, с. 43].

Щодо місця заголовку у тексті публіцистичного жанру, серед мовознавців спостерігається два полярних погляди: одні стверджують, що заголовок характеризується певною самостійністю і може бути розглянутий окремо від тексту [22, с. 129], в той час як інші – що він є структурним компонентом тексту, і невід'ємною його частиною [40; 41].

Огляд теоретичних джерел свідчить, що заголовки характеризуються дуальністю, адже з одного боку, вони мають сильну позицію як мовленнєва структура, що стоїть поза текстом і в ролі комунікативної одиниці мовлення наділена автономністю. Але водночас заголовок є компонентом тексту, що складає його структуру [19, с. 12].

Таким чином, можемо стверджувати, що між публіцистичним текстом та його заголовком завжди існує логічний зв'язок, і оскільки заголовок і основний текст статті є компонентами взаємозумовленими, осмислення структурної організації заголовків та прийомів виразності доцільно здійснювати лише в контексті.

Як підкреслює у своїй лінгвістичній розвідці О.М. Максютова, в заголовках новинних текстів відображені всі прагматичні установки газетного

тексту і присутні типові жанрові показники газетно-інформаційного підстилю [25]. Подібно висловлюється і відомий лінгвіст, фахівець в галузі стилістики І.Р. Гальперін, який підкреслює, що саме прагматична установка повідомлення слугує відправною точкою і визначає, які мовні засоби та в якій комбінаториці будуть використані для реалізації цієї мети [8, с. 80]. В зв'язку з цим вбачаємо необхідність розглянути і визначити основні функції заголовків.

Отже, узагальнено заголовок можна визначити, як репрезентант тексту, що виражає його комунікативну установку та характеризується відносною самостійністю, що зумовлює його структуру.

Функції заголовків. Мовознавці, які займались дослідженням заголовків, говорять, що їм притаманна поліфункціональність як одна з ведучих характеристик. Газетний заголовок виконує одразу декілька функцій: графічно відділяє текст і розмежовує газетні статті; допомагає реципієнту оцінити значущість новинної замітки; інформує про предмет обговорення; розкриває, якої ідеології дотримується видання [82, с. 225].

Наводять також наступні: 1) привернення уваги читачів до статей; 2) узагальнення або стислий виклад основного тексту; 3) опис атмосфери статті; 4) натяк для прогнозування подальшого змісту; 5) орієнтація на тон тексту [63, с. 98]. Кожна з цих функцій вимагає певної форми заголовку, і її актуалізація відбувається за допомогою використання різних засобів мови.

Досліджуючи заголовки у функціональному аспекті, В.А. Вомперський [7, с. 4] та З.М. Тураєва [39, с. 54] основними визначили такі функції: номінативну, інформативну, рекламну та графічно-видільну.

Графічно-видільна функція єдина, що реалізується екстралінгвістичними засобами шляхом підбору візуальних компонентів організації тексту, наприклад колір і розмір шрифту.

Номінативна функція має на меті окреслити ключову тему статті, тому із заголовків, в яких ця функція є домінуючою, реципієнти з легкістю розуміють про яку сферу піде мова, хоча конкретно про підняте питання дізнаються в процесі ознайомлення з основним текстом. Ця базова властива всім заголовкам

і реалізується, називаючи публіцистичний текст, тим самим відокремлюючи його від інших на шпальтах газети.

Інформативна функція вважається провідною для новинних текстів інформаційного жанру. Якщо заголовок містить цікаві для реципієнта прецедентні дані, він його зацікавлює. Зважаючи на повноту відображення смислових елементів тексту, заголовки можуть бути різного ступеню інформативними. Повноінформативні заголовки можуть цілком задовольняти потреби читача, якщо відповідає основні питання (хто? коли? де? що?).

Повнота інформативності не завжди прямо пропорційна кількості слів, оскільки довгі заголовки можуть містити другорядну інформацію. Проте варто зазначити, що ця функція вимагає синтаксичної структури завершеного речення. Прикладом можемо навести заголовок «*김정은-푸틴, 정상회담서 러시아산 무기도입 논의*» [73, с. 121]. В цьому заголовку міститься вся головна інформація статті, стає зрозуміло хто, де, що обговорював і з ким, тому прочитавши заголовок, можна зрозуміти суть публікації. Опущення важливих структурних елементів цього висловлювання знизило б інформативність, так само як і використання питальних конструкцій.

Рекламна функція спрямована на те, щоб захопити увагу реципієнта, викликавши його подив, здивування чи будь-яку іншу емоцію. В заголовку актуалізується шляхом використання експресивних та оціночних засобів. Газетні заголовки, в яких цій функції відводиться перше місце часто схожі на рекламні слогани, часто можуть вживатись слова як-от *사상 최강* *найсильніший*, які викликають у читачів міркування про можливі сенсаційні подробиці, що спонукує їх звернутись до основного тексту.

Отже, ознайомившись з працями вітчизняних та іноземних, зокрема російських, англійських, та корейських дослідників, можемо стверджувати, що більшість функцій заголовків, виділених різними вченими, збігаються між собою. Провідними функціями більшість мовознавців одностайно виділяють інформативну та рекламну.

Класифікація заголовків. Класифікація заголовків як об'єкт лінгвістичного дослідження розглядалась у наукових роботах низки корейських мовознавців з точки зору відповідності передачі змісту статті. Зауважується, що від мети, яку головним чином переслідує редактор, великою мірою залежить не лише об'єм інформації, що виноситься в заголовок, але і вибір лінгвістичних засобів для реалізації його прагматичної мети в кожному конкретному випадку.

З огляду на це лінгвісти Чон Йо Хун [86], Кім Кван Гю з Кім Джін Вон [61], Пак Сон Хі [71] та Кім Хі Джін [63] в своїх лінгвістичних розвідках виділяють дві основні категорії: заголовки, що головним чином інформують (정보전달형 헤드라인) та заголовки, які інтригують (관심유도형 헤드라인), тобто викликають інтерес та спонукують реципієнта звернутись до основного тексту статті.

Таким чином, можемо стверджувати, що хоча заголовок може одночасно виконувати декілька функцій, у більшості випадків їх можна звести до двох: або збудити інтерес у реципієнта, або повідомити точні факти.

В інформативних заголовках подання інформації зосереджено виключно на достовірній передачі фактів, тому не використовуються додаткові стилістичні засоби, які могли б привернути увагу реципієнта. З іншого боку, інтригуючі заголовки будуються так, щоб справити емоційний вплив на читача. В рамках кожної з цих категорій спостерігаються деякі відмінності у класифікаціях, розроблених різними дослідниками.

Найбільш повною вважаємо класифікацію, представлену вище, тому розглянемо її детальніше. Чон Йо Хун [86, с. 32-34] розподілює заголовки за двома основними критеріями:

- 1) ступінь повноти поданої в заголовку інформації;
- 2) спосіб подачі матеріалу та структурна організація заголовку.

Його умимовивід полягає в тому, що всі заголовки можна поділити на два основних типи: інформативні та інтригуючі. Розглянемо далі кожен з цих категорій, та визначимо властиві їм мовні засоби.

В інформативних заголовках повною мірою актуалізовано смисловий компонент тексту, вони мають на меті узагальнити зміст статті та повідомити реципієнту головні та найбільш важливі факти, тому стрижнева інформація виноситься в заголовок.

За типом подачі інформації серед інформативних заголовків виділяють заголовки-резюме (요약형) та заголовки-цитати (전언형), останні класифікують ще на власне цитування (기사문 인용형), в яких висловлювання із тексту статті переносять в текст заголовку, та авторське цитування (편집자 해석 인용형), які характеризуються тим, що містять висновок чи узагальнення, зроблене автором тексту.

Заголовки-резюме містять ключові факти із основного тексту статті, їх найчастотніше використання спостерігається у статтях з розділу суспільство. Це можна пояснити специфікою тематики, адже статті з цього розділу зазвичай повідомляють про нещасні випадки, інциденти, їх причини та наслідки, і така інформація відображується в заголовку.

Наприклад, в заголовку «*암 억제 도와주는 유전자 발견*» скомпресовано відображена ключова інформація статті, яка більш детально подається ще раз в лід-абзаці: «*포천 중문의대 백광현 교수에 의해 암 억제를 도와주는 유전자가 발견되었다*». Так само заголовок «*대학 편입학 경쟁률 사상 최고*» резюмує зміст статті, і в заголовку винесений основний факт, як бачимо з першого речення: «*수도권 대학의 편입학 경쟁률이 사상 최고치를 기록...*» [86, с. 38-39].

Таким чином, заголовки такого типу інформують реципієнтів про найактуальніші події, даючи змогу ще до ознайомлення з текстом статті мати уявлення про саму суть повідомлення. Не зважаючи на високу інформативність, їх недоліком є те, що вони зазвичай не викликають достатнього зацікавлення читачів продовжити читати основний текст.

Як зазначає у своїй науковій розвідці з соціолінгвістики корейський дослідник Квон У Джін [51], читачі надають перевагу заголовним конструкціям, що побудовані з використанням експресивних засобів.

Заголовки-цитати часто використовуються щоб скорочено повідомити про результати якогось дослідження, висновки зі статей-інтерв'ю, промов чи доповідей. В заголовку цього типу використовують пряме цитування із подальшого тексту статті. Наприклад, в заголовок виноситься пряма цитата з лапками «“조류 독감 사망 남의 일 아니다”», що містить скорочений зміст інтерв'ю, поданого в статті «...교수는 “동남아의 조류독감으로 인한 사망자 발생은 결코 남의 일 아니다” 라고 말했다» [86, с. 41].

Відмічається також, що заголовки-цитати можуть містити висновки, які зроблені автором матеріалу, і не є об'єктивною інформацією на момент мовлення, хоча подані в такій формі. Наприклад, прочитавши заголовок «*바이오산업 육성해 일자리 10 만개 창출*», складається враження ніби в ньому йде мова про вже відкриті робочі місця, проте після ознайомлення з текстом статті, де говориться, що «*바이오산업 육성 방안과 관련한 계획안이 실행되면 9 만 8500 명의 고용 창출 효과를 거둘 수 있을 것으로 복지부는 예상했다*», стає зрозуміло, що мова йде тільки про пропозицію проекту, задуманого для реалізації в майбутньому [86, с. 44].

Інтригуючі заголовки можна охарактеризувати як пунктирні, оскільки смисловий компонент тексту в них актуалізовано не повністю. Такі заголовки мають на меті не тільки повідомити реципієнтам узагальнений зміст статті, але і викликати у них інтерес та бажання прочитати статтю, тому в заголовок виноситься відносно невеликий обсяг інформації.

В заголовках інтригуючого типу певною мірою відображені враження автора до поданого матеріалу, що підсилює експресію висловлювання, а скомпресована подача зумовлює частотність еліптичних конструкцій. Ставлення автора до обговорюваного явища або враження від нього передаються за допомогою використання різноманітних лексико-граматичних засобів.

На морфемному рівні це реалізується вживанням певних афіксів та допоміжних часток, серед яких в корейській мові є не тільки ті, що передають

визначену граматичну ознаку, але і такі, що можуть акцентувати увагу на відповідному слові, або додати йому якогось конотативного значення.

Наприклад, в заголовку «80 만원대 초콜릿이라니…» використовується закінчення ~라니, яке в даному контексті передає критичне ставлення автора до інформації [86, с. 46]. За визначенням, цей кінцевий афікс виражає відтінок недовіри чи навіть шоку до сказаного, і використовується у ситуаціях, коли якийсь факт здається неймовірним чи абсолютно неможливим [81, с. 579].

Окрім цього уваги заслуговують відмінкові частки, вжиті в заголовках. Оскільки в корейськомовних заголовках спостерігається тенденція до опущення таких службових часток, як ~이/가, ~을/를, ~은/는, ~도, ~만 тощо, вони вживаються рідко, і їх наявність свідчить про певний задум редактора. Це ілюструє заголовок «농협이 중국産을 속여팔아», в якому вжито відмінкові частки на позначення суб'єкта ~이 та об'єкта ~을 висловлювання. Якщо розглянути їх функційно-прагматичне значення, то згідно з визначенням [81, с. 94] відмінкова частка ~이/가 підкреслює або ставить акцент на певному суб'єкті, вказуючи саме на нього з декількох можливих, а відмінковий афікс ~을/를 позначає вибраний об'єкт направленої дії. Тому вищенаведений заголовок можна інтерпретувати наступним чином: вжиті відмінкові афікси посилюють наголошення автора на тому, що саме 농협, а не якесь інше підприємство видало китайські товари за корейські і таким чином збували їх, обманюючи споживачів. Таким чином, автор акцентує на цьому увагу реципієнтів і виражає своє невдоволення [86, с. 48].

На рівні слова інтригуючі заголовки утворюються шляхом підбору відповідних іменників, прислівників та прикметників на висвітлення подій, персонажів та явищ, про які йдеться у статті, підбираючи їх так, щоб вони спонукували читачів переглянути повний текст. Наприклад, це може проявлятися у використанні таких іменників, як 충격 (шок), 세계 최강 (найсильніший у всьому світі), 대재앙 (величезна катастрофа), які провокують прагнення дізнатись більше, або будь-яких інших іменників, що містять

позитивну або негативну конотацію. З цією метою вживаються і прислівники, що акцентують увагу чи передають відтінок жалю, як 벌써 чи 도대체 [61, с. 50]

Використовуються неологізми, як наприклад в заголовку «손 꼭 잡고 눈물의 위로… ‘훈남’ 원자바오» [61, с. 53] вжито скорочений розмовний варіант 훈남, що утворений із словосполучення 훈훈한 남자 (*щиросердний чоловік*), і підвищує образність заголовку.

Також нерідко застосовують повтор чи протиставлення слів. В заголовку «고혈압엔 '보약' 비만엔 '독약'... 초콜릿의 두 얼굴» [80, с. 292] використовується антонімічна пара 보약 (*ліки*) і 독약 (*отрута*), що посилюють експресію висловлення.

З метою більш точно і яскраво висвітлити в заголовку певне явище в заголовках часто вживається ономатопеїчна лексика в ролі прислівника. Такі звуконаслідувальні та образотворчі слова, як 흔들, 기웃기웃, 쓱쓱, 경총, 출렁 та ін. дозволяють зрозуміти стан особи чи її відчуття не вдаючись до довгих описових пояснень.

Дослідники [61, с. 51] наголошують, що хоча в заголовках найважливішим є точна передача інформації, водночас в них мають використовуватись мовні засоби, що захоплюють увагу реципієнтів, адже один і той самий факт в залежності від методів подачі буде сприйматись читачами по-різному, тому в заголовних конструкціях не можна ігнорувати ритм. З цієї точки зору використання ономотопів є дуже продуктивним.

Такі заголовки, як «연휴 '덜덜덜'» та «휴대폰 배터리 이불속에서 "평"» [86, с. 51], повідомляють про морозну погоду, що очікується на період вихідних та про телефон, який розірвало на шматки, і містять відповідно образотворче слово 덜덜덜, яке імітує образ людини, що дрижить від холоду, та звуконаслідувальне слово 평, яке відтворює звук від вибуху. Таким чином використання ономотопів дає можливість не тільки подати інформацію образно, але і водночас скоротити кількість символів у заголовку, що для газет є важливим критерієм.

Образність заголовку можуть утворювати і прикметники, наприклад *무서운* (страшний), *착한* (добрий), *속타는* (стривожений), *달콤한* (солодкий), *날뜨거운* (запеклий) тощо. В заголовку «*용감한 주부*» вживається прикметник *용감하다* (хоробрий). В статті розповідається про домогосподарку, яка власноручно затримала злодія та передала його до поліції. Щоб підкреслити відвагу цієї жінки, редактор в заголовку називає її хороброю, чим збуджує цікавість реципієнтів до історії [86, с. 53].

Неоднозначність і певною мірою дуальність понять у заголовкових конструкціях досягається шляхом використання омофонів (*동음이의어*), що представлені ієрогліфами ханча, які мають однакове звучання, проте відрізняються за своїм значенням. В заголовку «*몸으로 때우는 '身 직업' 뜬다*» вжито ієрогліф 身, що має значення *몸* (тіло) і читається як *신 shin*. Тут використана схожість за звучанням з ієрогліфом 新, який теж читається як *신 shin*, проте означає *새, 새로운* (новий). Тож хоча виходячи із значення вжитого ієрогліфу, заголовок слід інтерпретувати як «*몸을 사용하는 직업*», орієнтуючись на звучання ієрогліфу, можлива також його інтерпретація як «*새로운 직업*» [80, с. 290].

Ще одним продуктивним засобом є використання порівняння, метафор, ідіом, прислів'їв та перифраз популярних висловів з різних джерел. В заголовку «*경기도 교실難… 초등-고교 '동거'*» слово *동거* (спільне проживання) метафорично описує ситуацію недостачі шкіл в південнокорейській провінції Кьонгі, внаслідок чого старшокласники вимушені були слухати уроки в приміщенні молодшої школи.

Використання алюзій на твори художньої літератури ілюструє заголовок «*여대생 장발장*», в якому ім'я героя відомого роману Віктора Гюго «Знедолені», Жана Вальжана, використовується для опису інциденту із студенткою, яку поліція затримала за крадіжку хліба.

Заголовок «*법의 잣대 안으로 굶나*» є перифразою прислів'я *팔이 안으로 굶는다* [86, с. 60]. В статті під заголовком «*中 진출 국내 기업 “땅 짚고 헤엄치다가 큰물 만난 격”*» [61, с. 53] йде мова про корейські компанії, які

вийшли на ринок Китаю і спочатку мали успіх в реалізації своїх товарів, проте з покращенням конкурентоспроможності китайських підприємств, компанії Південної Кореї почали відчувати труднощі. Період, коли на китайському ринку для них не було прямих конкурентів, в заголовку описується прислів'ям 땅 짚고 헤엄치기.

Інтригуючі заголовки можуть актуалізувати задану прагматичну мету і в синтаксичних структурах, серед яких особливо частотними є еліптичні фрази (생략형) та питальні конструкції (의문형).

Еліптичні фрази цього типу заголовків містять лише частину висловлювання, а рема опускається і позначається трикрапкою, вимагаючи у реципієнта перегляду повного тексту статті для розуміння змісту новини. В заголовках «고향이 저긴데…»», «비자 편히 받으려면…» [86, с. 60] не можливо точно зрозуміти, про що буде йти мова далі, оскільки тема не актуалізується в самому заголовку. Таким чином читач ще до початку ознайомлення з текстом може прогнозувати декілька варіантів подальшого розвитку теми.

Схожі властивості мають і конструкції у формі загадок, в яких ключове слово замінюється знаками □□, ○○, або займенниками 그것, 이것, 그, провокуючи таким чином цікавість реципієнтів: «질 좋은 한우 값싸게 먹으려면 □를 한다» [61, с. 55].

В інтригуючих заголовках, що виражені питальними конструкціями, ключова інформація також не виражається експліцитно, змушуючи реципієнта звернутись до основного тексту. Використовуються питальні слова 왜, чому, 무엇, що, 어떻게, як та ін., наприклад: «한국인이 즐겨찾는 해외도시 1 위는 어디?» [61, с. 56], «설 연휴 한파 원인 뭘까» [86, с. 62].

Отже, заголовки новинних текстів корейської преси класифікують на інформативні та інтригуючі. Інформативні заголовки містять опорні факти із основного тексту статті, і в їх конструкціях не використовуються стилістичні засоби. Натомість інтригуючі заголовки актуалізують змістове навантаження тексту не повною мірою, окреслюючи лише узагальнений зміст відповідної статті. При цьому ставлення адресанта до обговорюваної події передаються за

допомогою використання різноманітних лексико-граматичних засобів корейської мови.

Висновки до розділу 1

1. Визначено, що заголовок як репрезентант оперативно-новинного та дослідницько-новинного тексту наділений конкретними граматично-синтаксичними і лексико-семантичними характеристиками. Таким чином, мовленнєва структура заголовків впливає з їх прагматичної установки.

2. Розглянуто особливості корейськомовних текстів оперативно-новинного та дослідницько-новинного жанрів і визначено, що текст будується смисловими блоками і основним стилем написання статей є стиль 해라체 з кінцевим афіксом ~다. Серед граматичних особливостей виокремлено наступні: частотність вживання предикатних структур у вигляді «... 것으로 V», де дієслово у пасивній формі; частотність узагальнюючих номінативних конструкцій «...~는 것이다»; поширене вживання іменникових предикатів.

3. Визначено, що жанровою ознакою інформаційних текстів є їх насиченість точними термінами, антропонімами та датами, які без жодних двозначностей дозволяють зрозуміти головну тему висловлювання. Однозначність викладу досягається висвітленням повного імені та посади особи, у порядку прізвище – ім'я(може опускатись) – посада. У випадку іноземного політичного діяча вказується і назва країни у порядку ім'я – прізвище – країна – посада. Назви організацій та установ подаються повністю, а в круглих дужках зазначається їх загальновідома аббревіатура.

4. Виділено, що лексична специфіка проявляється у тенденції використання ханмунної лексики чи слів власне корейського походження, що не є часто уживаними в повсякденному житті. Для оперативно-новинних текстів характерними є стандартизовані звороти, що вказують на першоджерело інформації та підвищують довіру до поданих фактів. Окрім цього, на достовірність інформації вказує велика кількість прямих цитат, проте

їх оформлення відрізняється від стандартного тим, що за структурною схемою спостерігається подібність до непрямої мови: опускається цитувальна частка, вживаються з'єднувальні закінчення ~ 고 , ~ 며 , ~ 면 서 , ~ 는 . Частотним є використання ієрогліфів для уточнення значення поняття, якщо вжите слово китайського походження має звучання подібне до слова з зовсім іншим денотативним значенням. Виразність тексту посилюють ідіоматичні вирази та прислів'я.

5. З'ясовано, що з точки зору текстуальності заголовки інформаційних текстів може розглядатись як унікальний вид тексту, оскільки йому властиві такі ознаки, як цілісність, завершеність змісту, визначена структура. Окреслено його дефініцію як вислову, що висвітлює сконденсований зміст статті, і виконує роль комунікативної одиниці мовлення. Особливо роль заголовка як самостійної інформативної одиниці проявляється у випадку Інтернет-газет.

6. Визначено, що основними функціями заголовків є інформативна та рекламна (інтригуюча), вони актуалізовані у будь-якому заголовку, проте у різному співвідношенні. З огляду на це, заголовки класифікують на дві базові категорії: інформативні та інтригуючі. Інформативні заголовки мають на меті точно передати ключові елементи події, тому використання в них стилістичних засобів є обмеженим. Поділяються на заголовки-резюме та заголовки-цитати. В інтригуючих заголовках головною метою є емоційний вплив на читача, що досягається використанням різноманітних лексико-граматичних засобів та стилістичних прийомів. На морфемному рівні – використання афіксів та допоміжних часток, що надають додаткових відтінків, як закінчення ~ 라니 ; на рівні слова – використання ономапопеїчної лексики, неологізмів; в синтаксичних структурах – еліптичні фрази та питальні конструкції. Для посилення експресивності вживаються епітети, метафори, ідіоми та перифрази популярних висловів з різних джерел.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНОЇ СПЕЦИФІКИ ЗАГОЛОВКІВ НОВИННИХ ТЕКСТІВ

2.1 Підходи до дослідження заголовків новинних текстів у сучасній лінгвістиці

Огляд наукової літератури говорить про те, що заголовки як лінгвістичне явище найчастіше розглядались українськими та російськими мовознавцями крізь призму лінгвістики тексту (І.Р. Гальперін [8]), а також синтаксичного (А.С. Попов [28]), прагмалінгвістичного (В.П. Вомперський [7], М.Ю. Доценко [11]), структурно-семантичного (Е.І. Турчинська [41]), функціонально-стилістичного (В. Г. Костомаров [16; 17], В.С. Мужев [26]) та когнітивного (Ю.А. Белова [3], С.І. Потапенко [29]) підходів.

Корейськими мовознавцями заголовки новинних текстів досліджуються здебільшого у функціональному аспекті (Й.Х. Чон [86], Дж.Й. Лі [80]), з позиції соціолінгвістики (У.Дж. Квон [51], І.Б. Чан [85]) та лінгвістики тексту (М.Й. Кім [52]).

Питання лінгвістичного статусу газетного заголовку довгий час розглядалось науковцями крізь призму синтаксичного підходу. Вивчення граматичних особливостей заголовкових конструкцій мало на меті визначити, до якої категорії віднести заголовок: до речення, чи до особливої синтаксичної конструкції.

В цьому контексті однією з фундаментальних праць є лінгвістична розвідка російського мовознавця А.С. Попова, який постановив, що заголовок новинного тексту є комунікативною одиницею мовлення, хоча і має форму речення, тому має розглядатись не як синтаксична категорія, а як одиниця лінгвістики тексту [28, с. 97].

Синтаксичний підхід також використовує М.Ю. Доценко [11], виокремивши у своїй науковій праці найпродуктивніші синтаксичні структури російськомовних заголовків.

На рівні синтаксису тексту заголовки розглядаються як невід'ємний елемент тексту, і в такому баченні їх досліджував І.Р. Гальперін. Мовознавець наголошує, що ключова ознака заголовку полягає в розмежуванні тексту та створенні певних рамок, завдяки яким текст сприймається завершеним [8, с. 135].

Подібне до цього визначення заголовку наводить у своєму доробку І.А. Сиров, виокремлюючи, що заголовок по своїй суті є комунікативною одиницею з визначеною синтаксичною організацією, що водночас вказує на змістове наповнення тексту та відокремлює висловлювання [37, с. 60].

Заголовок як самостійний компонент тексту визначає Е.А. Лазарева, акцентуючи увагу на перед-текстовій позиції заголовків, що свідчить про їх автономність [19, с. 11].

З точки зору прагмалінгвістики заголовки новинного тексту розглядається як мовленнєвий акт, оскільки відповідає його критеріям, наприклад, висловлювання у заголовках завжди є цілеспрямованими та інтенціональними. Такий висновок робить дослідниця Н.М. Вахтель, у своїй науковій праці висвітлюючи властивості заголовку газетних текстів, і називаючи їх «сигналом, спрямованим на потенційного читача» [5, с. 82].

Прагмалінгвістичний підхід до аналізу заголовків відображено у дослідженні М.Ю. Доценко [11], яка наголошує, що саме прагматичні фактори і прагматична установка адресанта зумовлює вибір структурно-семантичної конструкції, якою буде реалізований заголовок.

Аналіз заголовків у прагмалінгвістичному аспекті таким чином дозволяє виявити, як феномен маніпуляції актуалізовано в заголовках публіцистичних текстів, виявляючи тактики та стратегії мовленнєвого впливу, що особливо є актуальним для новинних текстів з чітко окресленим оцінним вектором, як наприклад, редакційна стаття. Застосування елементів даного напрямку у нашому дослідженні передбачає дослідження зв'язків між інтенцією адресанта і добором синтаксичної організації повідомлення та вживання засобів вираження висловлювання.

Нідерландський лінгвіст Т.А. ван Дейк досліджуючи дискурс новин зауважує, що саме в заголовках актуалізується найважливіша інформація відповідної статті, підкреслюючи таким чином, що заголовки наділені прагматичною установкою, що відображає комунікативний намір адресанта повідомлення [50, с. 226].

Функціональний підхід до аналізу заголовків використовував Д. Дор, який визначивши комунікативну функцію ключовою, робить висновок, що заголовки головним чином відіграють роль медіаторів між реципієнтом та основним текстом, повідомляючи його основну суть [46, с. 720].

Дослідники А. Белл [45] та Р. Нір [48] порівнювали співвідношення заголовків і основного тексту новинних статей.

Лексико-семантичне наповнення заголовків було предметом дослідження низки мовознавців. Лінгвіст Но Бо Гьон [66] висвітлює відмінності у лексичному виборі одиниць для актуалізації однієї і тієї ж теми в американській та корейській пресі.

Серед лінгвістичних розвідок корейськомовних заголовків варто також відмітити працю Й.Ш. Нама [86], яка присвячена аналізу лексичного наповнення заголовків новинних текстів у сучасних корейських ЗМІ. Вчений підраховує кількісну частотність вживання ієрогліфів, запозичень та іншомовних слів, неологізмів, вжитих у заголовках, та встановлює, які із популярних корейських щоденних газет характеризуються широким вживанням хангілю, а які за традицією продовжують вживати ієрогліфи ханча.

Підсумовуючи діяльність вищезгаданих мовознавців, робимо висновок, що лінгвостилістичний напрям дослідження заголовків орієнтовано на виокремлення жанрової специфіки та мовних особливостей на різних мовних рівнях, а семантичне наповнення розглядається як у традиційному лінгвістичному аспекті, так і у функціонально-прагматичному.

Застосування елементів цього напрямку у нашій розвідці дасть змогу виокремити прийоми та засоби у корейськомовних заголовках, за допомогою

яких у реципієнтів викликають певні емоції чи оцінку щодо висвітлюваної події для досягнення комунікативної цілі автора.

Отже, у сучасній лінгвістиці дослідження заголовків новинних текстів ведуться у кількох напрямках. В залежності від предмету дослідження, заголовок може розглядатись з позицій функціонального, структурно-семантичного, стилістичного та прагматичного аспектів.

2.2 Методика дослідження лінгвостилістичної специфіки заголовків новинних текстів

Дослідження специфіки корейськомовних заголовків з лінгвостилістичних позицій передбачає комплексне використання різноманітних мовознавчих та загальнонаукових методів і підходів на різних етапах для всебічного їх аналізу, що відповідає тенденціям сучасних лінгвістичних досліджень. Так, поширеною видається методика комплексного лінгвістичного аналізу, що охоплює більшість методів різноманітних лінгвістичних течій та напрямів.

Серед основних мовознавчих методів виокремлюють наступні:

- 1) описовий, що дозволяє інвентаризувати та пояснити структурну будову мовних одиниць;
- 2) зіставний, що використовується для виявлення специфічних ознак мови у порівнянні її з іншою;
- 3) гіпотетико-дедуктивний, що застосовує прийоми індукції для узагальнення матеріалу та дедукції для перевірки зроблених узагальнень;
- 4) структурний, що досліджує мовні факти в синхронному аспекті;
- 5) дистрибутивний, що аналізує мовні одиниці на основі розподілу їх у тексті [2, с. 34-65].

Мовознавці визначають лінгвостилістику як «розділ мовознавства, який вивчає цілеспрямований вибір мовних засобів, що відповідає стильовим і стилістичним нормам» [35, с. 564]. З цього випливає, що в залежності від

комунікативної установки висловлювання, принципи вибору і поєднання мовних засобів відрізняються.

У межах нашого дослідження, що має на меті аналіз лінгвостилістичної специфіки заголовків корейськомовних новинних текстів, передбачається проведення певної послідовності етапів нашої розвідки. Розглянемо, які конкретні методи використовувались для аналізу фактичного матеріалу поетапно.

Після окреслення основних теоретичних засад нашого дослідження, на першому етапі було здійснено відбір фактичного матеріалу з онлайн-видань корейської преси методом суцільної вибірки за встановлений часовий проміжок.

На другому етапі було встановлено, які прийоми компресії у корейськомовних заголовках на лексичному та граматичному рівнях є продуктивними. Оскільки заголовки визначаються мовознавцями як скомпресований виклад повідомлення, що міститься в основному тексті, для вияву конкретних засобів мовної компресії було використано структурний та семантичний аналіз, а одночасне звернення до компаративного аналізу шляхом порівняння заголовків з відповідними реченнями новинних текстів дозволило виявити засоби актуалізації стисненого викладу.

На третьому етапі для визначення основних моделей синтаксичної організації заголовків було взято до уваги функціональний аспект, і шляхом застосування методу синтаксичного аналізу розглянуто заголовки оперативно-новинних та дослідницько-новинних корейськомовних текстів окремо, що дозволило виявити їх диференційні ознаки.

Після цього за допомогою проведення кількісного аналізу було підраховано частотність репрезентації виявлених синтаксичних моделей та встановлено закономірності вживання продуктивних синтаксичних конструкцій у корейськомовних заголовках новинних текстів з урахуванням їх жанрової специфіки.

На четвертому етапі методом семантико-стилістичного аналізу було визначено, за допомогою яких мовних одиниць надається експресивність висловлюванню у заголовках корейськомовних статей власне інформаційного жанру (оперативно-новинні) та аналітичного жанру (дослідницько-новинні).

На останньому, п'ятому етапі було зіставлено отримані дані та виведено узагальнену характеристику лінгвостилістичної специфіки корейськомовних заголовків, використовуючи описовий метод.

Отже, методика дослідження лінгвостилістичної специфіки корейськомовних заголовків нараховує п'ять послідовних етапів, у процесі виконання яких використовується низка загальнонаукових та власне лінгвістичних методів.

Висновки до розділу 2

1. У сучасній лінгвістиці дослідження заголовків новинних текстів ведуться у різноманітних напрямках. В залежності від предмету дослідження заголовки новинних текстів розглядають у функціональному, структурно-семантичному, стилістичному та прагматичному аспектах.

2. У межах нашого дослідження відповідно до поставлених завдань, методика дослідження лінгвостилістичної специфіки корейськомовних заголовків складається з п'яти етапів. В процесі дослідження використано такі методи і прийоми: метод суцільної вибірки, компаративний аналіз, контент-аналіз, кількісний аналіз, семантико-стилістичний аналіз та елементи статистичного аналізу даних.

РОЗДІЛ 3

СПЕЦИФІКА КОРЕЙСЬКОМОВНИХ ЗАГОЛОВКІВ НОВИНИХ ТЕКСТІВ

3.1 Лексико-граматичні засоби компресії тексту в заголовках корейськомовних новинних текстів

Зважаючи на обмежену кількість символів, що можуть бути використані у заголовку, а також їх прагматичну мету, використання прийомів мовної економії є надзвичайно продуктивним. В корейськомовних заголовках компресія на різних рівнях мови дозволяє досягнути максимального комунікативного ефекту, вимагаючи при цьому найменшу кількість мовних знаків.

Грамматичні засоби компресії. З граматичної точки зору компресія тексту в корейськомовних заголовках досягається шляхом опущення допоміжних часток різного типу, які використовуються для виокремлення важливих частин речення, акцентують увагу або надають додаткових відтінків змісту. Розглянемо наступний заголовок:

(01) «*김정은 내일 푸틴과 루스키섬 정상회담*» [92]

Порівнявши його з першим реченням відповідної статті («*김정은은 내일 푸틴과 루스키섬에서 정상 회담을 한다*» [92]), яке побудовано за всіма правилами корейської граматики, бачимо, що в заголовку окрім єднальної частки ~ 과 всі інші службові частки опущені. Однак, висловлювання залишається абсолютно зрозумілим. Можна це пояснити тим, що корейськомовні речення мають чіткий порядок слів, де підмет завжди тяжіє до початку речення, а присудок завжди стоїть в кінці, тому навіть відсутність допоміжних афіксів, що позначають ці граматичні відношення не перешкоджає осмисленню значення висловлювання [23, с. 99].

Проаналізувавши фактичний матеріал даного дослідження, ми зробили висновок, що стиснення тексту в корейськомовних заголовках на граматичному рівні найчастіше досягається завдяки використанню наступних прийомів:

- 1) опущення відмінкових часток;
- 2) опущення предикативних часток або формотворчих афіксів кінцевого дієслова;
- 3) опущення цитувальних часток.

Розглянемо кожен із названих прийомів детальніше.

Опущення відмінкових часток в заголовках новинних текстів корейської преси є одним з найпродуктивніших засобів, що дозволяє завдяки специфічним особливостям корейського синтаксису та правил побуди речень стиснути текст повідомлення, не змінюючи його змістове наповнення. Найчастотніше виражається опущенням допоміжної виокремлюючої частки (보조사) ~은/는, відмінкових часток підмета (주격 조사) ~이/가 та додатку (목적격 조사) ~을/를.

Вказані допоміжні граматичні маркери елімінують наскільки це можливо зробити у конкретному висловлюванні без зміни його комунікативної мети та якщо вони не призводять до втрати однозначності смислу.

Наприклад, в заголовках після підмету, особливо якщо в його ролі виступають топоніми, особисті імена чи назви організацій, спостерігається тенденція на місці видільної частки ~은/는 або об'єктної відмінкової частки ~이/가 ставити кому, або навіть не вказувати їх взагалі, що в першу чергу характерно для заголовків-цитат, наприклад:

(02) «트럼프 “이란 국영은행 제재”» [90]

(03) «정부, 아프리카 돼지열병 대책 강화» [90]

(04) «예멘인 난민심사, 이르면 이번주 시작» [90]

У вищенаведеному заголовку стиснуто зміст речення «도널드 트럼프 미국 대통령이 이란 국영은행에 대한 제재를 단행했다» [90], у наступному скомпресовано подано повідомлення «정부는 아프리카 돼지열병을 예방하기 위해 대응을 강화한다» [90], а в останньому – «난민 심사가 빠르면 이번 주에 시작된다» [90], при цьому відмінкові частки підмета не вказуються. З цього

приводу вчений-мовознавець, дослідник корейської мови та автор низки наукових праць, присвячених особливостям слововживання Нам Йон Шін (남영신) у своєму дослідженні мови масмедіа у пресі та телебаченні, зазначає, що у заголовку кома часто виконує функцію розмежовувача групи підмета та присудка [86, с. 94].

Таким чином, часто опускаються допоміжні частки, які можна відтворити з контексту заголовку, ґрунтуючись на типову схему побудови корейськомовного речення. З метою економії мовних засобів, частотним є також скорочення обставинної частки місця (부사격 조사) ~에서 до ~서 в заголовках, наприклад:

(05) «김정은-푸틴, 정상회담서 무기 도입도 논의할까» [90]

(06) «다음달 1일부터 마트서 비닐봉투 사용하면 과태료» [93]

Перед предикатом, який виражений дієсловом зі значенням цілеспрямованості дії або направленого руху спостерігається опущення обставинної частки місця ~에, наприклад:

(07) «현대홈쇼핑, 중소 협력업체 호주시장 진출» [90]

(08) «회사교육 도중 빈 사무실 들어가 동료 지갑 텅 20대 입건» [90]

У вищенаведеному прикладі перед дієсловом 들어가다 - *заходити* за правилами корейської граматики вимагається наявність частки ~에, утворюючи словосполучення 사무실에 들어가다, а у сьомому заголовку перед дієсловом 진출하다, що у даному контексті має значення *виходити на ринок*, повинна стояти частка ~에 чи ~(으)로, утворюючи колокацію 시장에 진출하다 або 시장으로 진출하다. Ці допоміжні частки в такому контексті встановлюються імплікаційно, і можна зробити висновок, що для носія корейської мови таке опущення не складає труднощів їх відновити та зрозуміти логіку висловлювання.

Слід зауважити, що незважаючи на переважну направленість до елімінації службових часток, вони зберігаються в заголовках з метою підкреслити поставлений акцент на чомусь, а також у випадках, коли відсутність частки

приведе до втрати прозорості чи перекручення змісту. Про це свідчать наступні приклади:

(09) «美, 日에도 첫 실망감 표명» [90]

(10) «11 개 저개발국에 중고 소방차 22 대 지원» [90]

У вищеподаному заголовку йдеться про те, що США висловили розчарування щодо конфлікту між Кореєю та Японією, і в цьому заголовку допоміжна включаюча частка ~도 є важливим структурним елементом, оскільки передає значення «також». За її відсутності змінюється зовсім змістове значення речення, і може скластись враження, що невдоволення ситуацією висловлено лише Японії, що прямо протилежно тексту статті: «미국 측이 한국뿐 아니라 일본에도 '실망했다'고 공개적으로 언급했다» [90]. В заголовку 10 повідомляється про те, що у одинадцять найменш розвинених країн (із подальшого тексту статті стає зрозуміло, що маються на увазі Філіппіни, Монголія, Перу, Камбоджа, М'янма, Малайзія, Шрі-Ланка, Камерун, Індонезія, Лаос і Бангладеш), в якості допомоги було відправлено двадцять дві пожежних машини, що вже були у вжитку. Оскільки підмет опущений, в заголовку не повідомляється, хто є донором. В такому контексті елімінація частки ~에 змінює змістове значення повідомлення на протилежне, оскільки за відсутності допоміжного обставинного афіксу місця, перше слово в заголовку (저개발국 – *найменш розвинені країни*) за правилами, визначеними синтаксисом корейської мови, буде сприйматись підметом, тобто донором, що не відповідає дійсності. Тому в цьому заголовку службова частка зберігається.

Опущення предикативних часток є ще одним продуктивним засобом мовної редуції і трансформації корейськомовних розгорнутих речень у стислі, проте такі, що водночас є максимально інформативними. Розбір ілюстративного матеріалу виявив, що специфічною особливістю корейськомовних заголовків є опущення предикативних часток ~하다 та ~되다 присудка. Особливо така тенденція поширена, коли кінцевим словом заголовка виступає двоскладовий іменник китайського походження із значенням дії (동작성 명사) чи стану (상태성 명사), наприклад:

(11) «제6호 태풍 나리 발생… “27일 타 통과”» [90]

(12) «文대통령-트럼프, 9번째 한미 정상회담 시작» [90]

У наведених заголовках кінцевими іменниками є слова 발생, 통과, 시작 відповідно. Подібні іменники відносяться до ханмунної лексики і поєднуються з частками ~하다 чи ~되다 можуть утворювати дієслова чи прикметники, як-от 발생하다 - з'являться, 통과하다 - проходити через, 시작하다 - починати. Таким чином навіть опущення цих предикативних часток дозволяє зберегти зміст та інформативність повідомлення, оскільки все смислове навантаження зосереджене і передається іменниками.

В корейськомовних заголовках компресія також досягається опущенням дієслівної зв'язки ~이다 в конструкціях іменного присудка, наприклад:

(13) «“현 시점 중요한 건 북미협상 재개”» [90]

Окрім цього, для досягнення мовної економії та компактного викладу відбувається опущення предикативної частки ~이다 в конструкції складного майбутнього часу ~(으)ㄹ 것이다. Ця конструкція утворюється шляхом поєднання дієприкметника майбутнього часу та службового слова 것 з дієслівною зв'язкою ~이다. Оскільки основне граматичне вираження категорії часу припадає на дієприкметник, елімінація дієслівної зв'язки не спричинює втрату однозначності змісту висловлювання. Наприклад:

(14) «태영호 “김정은, 북러 회담에서 많은 것 얻어낼 것”» [92]

(15) «문 대통령 “가급적 빨리 김정은 위원장 만날 것”» [93]

Ще однією специфічною особливістю корейськомовних заголовків є елімінація предикативної частки ~하다 в конструкції ~아/어야 하다, що граматично позначає модальність обов'язковості дії:

(16) «청소년 6명 중 1명 스마트폰 중독... 더이상 방치 말아야» [90]

(17) «2030년 약사 1만명 부족... 지방 거점국립대 약대 육성해야» [90]

Окрім цього, частка ~하다 елімінується в конструкції ~듯하다:

(17) «2차 북미정상회담서 평화체제 논의될 듯» [90]

(18) «“우리가 아는 핵시설에 대해 北 놀란듯”» [90]

Таким чином, вилучення предикативних часток призводить до номіналізації висловлювань. Спостерігаємо, що в заголовках корейськомовних текстів продуктивним є використання іменників як частини мови, що є носієм найбільшого інформаційного навантаження.

Окрім елімінації предикативних часток в заголовках частотним видається також опущення афіксів минулого часу кінцевого дієслова:

(19) «김정은 오늘 오후 평양 귀환길 올라» [90]

(20) «中여행객이 반입한 피자 토핑에서 돼지열병 바이러스 나와» [90]

Порівнявши текст заголовків з першими реченнями відповідних статей, можна побачити, що в обох випадках елімінуються суфікси минулого часу.

Опущення цитувальних часток є найрозповсюдженішим методом стиснення у заголовках-цитатах. В розглянутих корейськомовних заголовках було відмічено, що при оформленні цитат прямої мови опускаються цитувальні частки ~라고/하고 та дієслова говоріння, такі як 말하다, 보도하다, 밝히다 тощо. Таким чином цитувальні конструкції подаються у спрощеній структурі:

(21) «팬스 美부통령, “지금은 금리 내려야 할 시점” 재강조» [93]

(22) «푸틴 “북러, 비핵화 입장 유사”» [93]

Як ілюструють вищенаведені приклади, дієслова мовлення завжди опускаються в цитуваннях, що містяться у заголовках, проте вони можуть бути приблизно встановлені реципієнтом і поза контекстом, оскільки є очевидними.

Отже, в корейськомовних заголовках досить продуктивним прийомом є опущення службових часток, що дозволяє стиснути текст, та передати водночас максимальне змістове наповнення.

Лексичні засоби компресії тексту. Корейськомовні газетні заголовки характеризуються частотним використанням різноманітних лексичних прийомів стиснутої подачі інформації. У більшості випадків редукція знаків полягає в скороченому записі загальноприйнятих термінів, як наприклад AI для 인공지능 (*штучний інтелект*):

(23) «카카오, AI 번역 경쟁에 가세» [90]

Окрім термінів, проаналізувавши відібрані заголовки, було виділено три типи найпродуктивніших скорочень найменувань для позначення: 1) власних імен політичних діячів; 2) назв країн; 3) назв установ, об'єднань та організацій. Розглянемо на ілюстративному матеріалі детальніше.

Власні імена політичних діячів у корейськомовних заголовках завжди позначаються скорочено, на відміну від основного тексту статті, де значна увага приділяється точному і максимально повному відображенню антропонімів. Якщо в корейськомовних новинних статтях вказується не тільки індивідуальне ім'я особи, але і її прізвище та посада, то в заголовках — навпаки, спостерігається тенденція до скороченого запису. Так, імена корейських політичних діячів нерідко відображають ієрогліфами, записуючи ієрогліфічно їхнє прізвище, наприклад: *헌대통령* (*Президент Мун Чже Ін*), *潘총장* (*Генеральний секретар ООН Пан Гі Мун*).

Також за вже складеною традицією власні імена деяких корейських експрезидентів прийнято позначати абрєвіатурами, що записуються латиницею і утворені поєднанням початкових літер двох складів імені, як наприклад DJ (*Kim De Чжун*), YS (*Kim Йон Сам*), MB (*Ли Мьон Бак*) [21]. А коли в заголовках йде мова про відомих іноземних політичних діячів, то як правило, вказується лише їхнє прізвище:

(24) «*헌대통령에게 北편에 서라고 요구한 김정은*» [91]

(25) «*폼페이오 “3 차북미회담 시기 모르겠다”*» [90]

Як бачимо, у вищенаведеному заголовку скорочено позначено імена лідерів Південної Кореї (*헌대통령* - *президент Мун*) та Північної (*김정은* - *Kim Ченин*), а у заголовку 25 цитуються слова держсекретаря США Майка Помпео, і вказується лише його прізвище. Оскільки такі імена відомі широкому загалу, опущення їх в заголовку не призводить до незрозуміння читачами суб'єкту події, а навпаки, викликає зацікавлення до предмету повідомлення.

Назви країн у газетних заголовках корейської преси зазвичай теж позначають скороченим записом з метою конденсації викладу. Складноскорочені слова утворюються шляхом відображення лише першого

складу назви країни, який записується хангілем або відповідним ієрогліфом ханча, наприклад:

(26) «한·미 훈련 '중단' 이 아니라 없어지는 길로 갈 수 있다» [90]

(27) «北러·中러·美日 연쇄 정상회담» [90]

У першому з вищенаведених прикладів йде мова про припинення військових навчань між США та Південною Кореєю, і для економії місця назви країн записують поєднанням їх перших складів: 한 від 한국 – *Корея* та 미 від 미국 – *США*. Продуктивність та високий потенціал цього способу компресії демонструє заголовок 27, в якому за допомогою скороченого запису вдається вказати п'ять країн всього лише п'ятьма складами: ієрогліфом 北 позначено перший склад від 북한 – *КНДР*, 러 як перший склад від 러시아 – *Росія*, ієрогліф 中 для відображення першого складу від 중국 – *Китай*, ієрогліф 美 від 미국 – *США*, а ієрогліф 日 від 일본 – *Японія*.

Розвідки дозволили зробити висновок, що в цілому в заголовках активно використовуються наступні скорочення для назв країн: 韓 (한) – Південна Корея, 北(북) – Північна Корея, 日(일) – Японія, 中(중) – Китай, 美(미) – США. А в деяких публікаціях зустрічається скорочений запис ієрогліфами наступних країн: 英(영) – Великобританія, 印(인) – Індія, 獨(독) – Німеччина, 佛(불) – Франція [21].

Назви організацій та установ в заголовках також можуть подаватись скорочено та записуватись ієрогліфом, як наприклад резиденцію президента 청와대 – *Чхонваде (або Синій Дім)* часто відображують ієрогліфом 靑 cheong, а 검찰 – *Верховна прокуратура* записується ієрогліфом 檢 keom.

Окрім цього, часто назви установ у корейськомовних заголовках подаються у вигляді абрєвіатури або складноскорочених слів, що теж слугує вдалим засобом компресії, оскільки такі слова точно і разом з тим дуже коротко називають предмет, економлячи зусилля для його вимови та запису.

Таким чином назви міжнародних організацій, а також деяких корейських, в заголовках подаються у вигляді абрєвіатури, яка може бути записана

латиницею або хангілем. Повна назва завжди розшифровується в основному тексті статті, зазвичай одразу при першій згадці в першому реченні.

(28) «“유엔과 안보리, 국제관계 기준 지킬 수 있도록 협력”» [93]

(29) «천연가스 최대 수출국 카타르 “오펙 탈퇴” » [93]

(30) «OECD 이어 KDI도 “韓경제 어렵다” » [90]

У вищенаведених заголовках 28 і 29 вжито записані хангілем аббревіатури UN – ООН та ОПЕК – ОПЕК відповідно. А у заголовку 30 на позначення Республіки Кореї вжито ієрогліф 韓 *han*, окрім цього використано аббревіатури двох організацій, повна назва яких наводиться в подальшому тексті як 경제협력개발기구(OECD) та 한국개발연구원(KDI).

Довгі назви різноманітних фестивалів теж скорочують, позначаючи буквенною аббревіатурою латинськими літерами, яка може бути також записана хангілем, в цьому випадку вказується її звукове відображення, наприклад:

(31) «딤프 ‘뮤지컬 스타’, 실력은 ‘최고’ 무대환경은 ‘글썩’ » [90]

(32) «태풍에 해운대 비프빌리지 포기한 영화제» [91]

(33) «‘관객과 영화’가 먼저다...내실 다진 BIFF»[90]

У заголовку 31 повідомляється про враження адресанта щодо єдиного в Кореї музичного фестивалю, присвяченого мюзиклам, що має повну назву 대구 국제뮤지컬페스티벌 – Міжнародний фестиваль мюзиклів у місті Тегу. В заголовках скорочено позначається аббревіатурою DIMF, або її записом корейськими буквами 딤프, як у вищенаведеному прикладі. Подібно і у заголовках 32 та 33 аббревіатура BIFF, і її звукове позначення хангілем 비프 використовуються для редукції довжини у повній назві 부산국제영화제 – Пусанський міжнародний кінофестиваль.

Також прийнято скорочувати назви корейських установ, закладів, організацій та заходів культури, що складені з кількох слів шляхом складання їх основ в одну лексему. У більшості випадків такі назви скорочуються за правилами, визначеними граматиною корейської мови і подаються у вигляді зіставного слова, утвореного з перших складів слів, що входять до складу власної назви, наприклад:

(34) «무협 “EU 환경규제 강화… 한국기업 대비해야”» [90]

(35) «민노총 “구속간부 석방 안하면 내달 대정부 총파업”» [90]

(36) «왜 이 정부만 유독 '자사고 죽이기'에 매달리나»[91]

У вищенаведеному заголовку 34 використано скорочене слово *무협*, що утворене шляхом складання основ складнозіставної назви *한국무역협회 - Корейська асоціація міжнародної торгівлі*, на позначення якої також використовують абrevіатуру КІТА, а у заголовку 35 лексема *민노총* використовується для компресії *전국민주노동조합총연맹 - Корейська національна конфедерація профспілок*, повна назва якої розшифровується у відповідній новинній статті. Один з видів середньої школи у Південній Кореї, *자율형 사립고등학교* у заголовках позначається складноскороченим словом *자사고*, як і у вищенаведеному прикладі.

Варто зауважити, що скорочення назв і утворення складнозіставних лексем не завжди відбувається за стандартним правилом поєднання перших складів, що ілюструє наступний заголовок:

(37) «2025 년엔 전국 어디서나 고속철로 서울 간다» [91]

Термін *고속철도* - *швидкісна залізниця*, скорочено подано не як *고철*, а як *고속철*, що можна пояснити тим, що в разі випадків значення новоутвореної лексеми може викликати нерозуміння у реципієнтів, тому редактори беруть до уваги зрозумілість слова у стисненому вигляді [79, с. 35].

Отже, на лексичному рівні специфічною особливістю корейськомовних заголовків спостерігається тенденція до використання скороченого запису імен, які можуть замінити на ієрогліфи, та складноскорочених назв організацій, замість яких можуть вживатись абrevіатури.

3.2 Синтаксичні структурні моделі корейськомовних заголовків

Проаналізувавши відібраний матеріал, ми виділили основні чотири структурні моделі заголовків і пропонуємо наступну класифікацію заголовних конструкцій інформаційних текстів корейськомовних видань:

- 1) заголовки-номінативні конструкції;
- 2) заголовки-еліптичні речення;
- 3) заголовки-повні речення;
- 4) заголовки у формі складених конструкцій.

Перш ніж розглянемо кожен з поданих схем більш детально, вважаємо за доцільне дослідити структуру простого речення корейської мови. За порядком слів типове корейське речення має структуру SOV: суб'єкт 주어 - об'єкт 목적어 - предикат 서술어. Мовознавці наголошують, що найважливішим компонентом речення є предикат, оскільки він несе в собі основне граматичне навантаження, і його елімінація може призвести до нерозуміння смислу всього висловлювання. Таким чином рема тяжіє в сторону кінця речення і найвагоміша інформація припадає на кінцевий член речення [55, с. 114].

Як відмічають дослідники [89, с. 166], в корейськомовних реченнях підрядна частина (종속절) тяжіє до початку речення, а головна частина (주절) тяжіє до кінця. Саме тому кінцевий предикат має важливе граматичне і смислове значення. А підмет, навпаки, досить часто опускається, особливо у тому разі, коли із контексту чітко зрозуміло, про кого йде мова, до того ж категорія роду (він/вона/воно) і зовсім не виражається граматично. З цього цілком логічно буде припустити, що наявність в реченні підмета не є обов'язковим для розуміння його смислу корейцями-носіями мови.

Якщо у реченні міститься підмет, то він знаходиться на початку речення і виступає в ролі обмежувача дії чи якості, вираженої присудком. Окрім підмета, значення, виражене дієсловом, може також обмежуватись і додатком, обставиною місця та обставиною часу, які в реченні завжди йдуть перед предикатом [31, с. 219].

Відповідно до цього, присудок є ядром корейськомовного речення, позначає нову смислову інформацію та виражає предикативні значення, тому може також виступати і в ролі самостійного односкладного речення. Він може бути дієслівним, ад'єктивним та іменниковим. Складений присудок складається зі слова, що несе смислове навантаження та допоміжного граматичного

компоненту чи службового слова. Наприклад, такими службовими словами можуть бути зв'язки ~ 오이다 та 아니다, які входять до складу складеного предикату і виражають граматичні категорії часу, цілеспрямованості та орієнтації іменникового присудку [23, с. 17].

Варто також відмітити особливості використання розділових знаків, адже в корейськомовних заголовках особливо частотним є використання трикрапки (구두점), і це є специфічною особливістю саме корейських заголовків. Трикрапка може стояти в кінці заголовку, проте найчастіше зустрічається посередині, позначаючи зазвичай перехід до іншої думки між двома смисловими частинами заголовку, або для поліпшення звучання, наприклад:

(38) «'지각왕' 푸틴, 또 30 분 늦었지만...김정은은 더 늦었다» [92]

(39) «“봄김치 맛보세요”... 동해시, 나눔행사 열어» [90]

Трикрапка додає експресивності заголовку та дозволяє подати більше інформації у стисненій формі, тому вона часто використовується редакторами в заголовках онлайн-газет, де інформативна функція займає перше місце, на відміну від друкованих газет [60, с. 187].

Дослідивши відібрані заголовки, ми виявили, що за синтаксичною будовою вони найчастіше представлені у формі повних речень та еліптичних конструкцій. Складається враження, що еліптичність в таких заголовках практично не відчувається читачем-носієм корейської мови, адже кінцеве слово, що залишається на місці предикату, несе на собі все його смислове навантаження, тому реципієнт може з легкістю «добудувати» відсутні члени речення.

Отже, у корейськомовному реченні сильну позицію займає предикат, він завжди стоїть в кінці, а підмет може опускатись. Наявність предикату робить речення завершеним, повним.

3.2.1 Структурні моделі заголовків оперативно-новинних статей 보도기사. Основною функцією оперативно-новинних статей є передача фактів та водночас зацікавлення темою

реципієнтів. Аналіз фактичного матеріалу заголовків корейсько мовних статей жанру *보도기사* обсягом 110 одиниць дозволив виявити продуктивні синтаксичні моделі, що виражені наступними структурами:

- 1) номінативні фрази;
- 2) еліптичні речення;
- 3) неповні речення;
- 4) повні речення;
- 5) сегментовані конструкції.

Проведення процедури кількісного аналізу дозволило виокремити, що найпродуктивніша структурна модель заголовків статей цього жанру виражається еліптичними реченнями, відсотковий склад яких серед відібраного фактичного матеріалу складає 53% (57 одиниць). Друге місце за частотою вживання посідають сегментовані конструкції, їх серед відібраних заголовків було 26% (30 одиниць), за ними слідує повні речення з 14% (15 одиниць). Найменш продуктивними виявились номінативні фрази 6% (7 одиниць) та неповні речення 1% (2 одиниці).

Номінативні фрази у заголовках подають зміст у скомпресованій формі, безпосередньо вказуючи на головну тему. Заголовки даного типу найчастіше утворюються іменником та ад'юнктом, і є дуже компактними за своєю будовою:

(40) «*美 대북제재 흔드는 김정은-푸틴의 악수*» [90]

(41) «*황금연휴 맞아 북적이는 인천공항*» [90]

(42) «*미세먼지 막는 안경테*» [90]

Еліптичні конструкції в ролі заголовків є досить продуктивною і широкоживаною синтаксичною конструкцією серед оперативно-новинних статей корейської преси, оскільки дозволяють подати новину у максимально скомпресованій формі, водночас зберігаючи той самий обсяг важливої інформації. Еліпсис в таких реченнях утворюється шляхом елімінації предикату повністю або лише його допоміжної частки.

Еліптичні конструкції за об'ємом інформації, що вони відтворюють, можна класифікувати на відносно повноінформативні, тобто ті, в яких опущений предикат або його частина не провокують втрачання змістового наповнення, та неповноінформативні, що містять лише частину висловлювання, зрозуміти яке до читання статті в повному обсязі не видається можливим.

Відносно повноінформативні еліптичні заголовки утворені шляхом елімінування предикативних часток ~ 하 다 / 되 다 присудка, утвореного іменником, що належить до ханмунної лексики:

(43) «아베, 한국에 “국가와 국가 사이 약속 지켜라” 또 주장» [93]

(44) «삼성 ‘갤럭시폴드’ 中 공개 연기» [90]

(45) «서울시 요금 수준 확정» [90]

(46) «태풍 나리 27 일 日 통과» [90]

(47) «日 백색국가 제외 조치 18 일부터 적용» [90]

В цьому випадку з одного боку, зміст висловлювання залишається цілком зрозумілим, оскільки смислове навантаження зосереджене в кінцевих іменниках: 주장 наголошення, 연기 відкладання, 확정 визначення, 통과 прохід, 적용 застосування. Водночас із-за того, що категорія часової форми дієслова міститься в опущеній службовій частці, в заголовку це граматичне значення не репрезентується і може бути встановлено лише імплікативно, з контексту. Наприклад, у вищенаведених заголовках 43 – 47 часова форма не вказується, і після опрацювання повних текстів відповідних статей було виявлено, що у заголовках 43, 44 і 45 було вжито минулу форму дієслова (확정됐다, 연기됐다, 주장했다); в заголовку 46 навпаки, вживається дієслово у майбутньому часі (통과할 예정이다); а у заголовку 47 використовується теперішній час (적용한다). З цього робимо умовивід, що за відсутності достатніх фонових знань поточної ситуації про події, вірно вгадати часову форму лише із заголовку новинної статті не завжди є можливим.

Потрібно зауважити, що в заголовках еліптичного типу часові форми дієслів нерідко визначаються важко, оскільки найчастіше елімінується саме

предикативна частина дієслова, яка містить маркери часу. Так, досить поширеним є явище елімінації суфіксів минулого часу.

Варто додати, що враховуючи специфіку новин, а саме оперативність в освітленні подій, які недавно відбулись, найчастіше в заголовках використовується минулий час, як підтверджує опрацьований матеріал.

В окремих випадках категорію часу предикату можна легко визначити з контексту за наявності слів, що позначають відношення стану чи дії, вираженої дієсловом, до моменту мовлення, наприклад:

(48) «김정은 내일 푸틴과 루סק이섬 정상회담» [92]

(49) «태영호 “김정은, 북러 회담에서 많은 것 얻어낼 것”» [92]

Хоча у заголовку 48 кінцеве дієслово опущене, все одно визначення його часової форми не складає труднощів, адже присутня лексема на позначення часу 내일 – *завтра*, що прямо вказує на майбутній час. За цією логікою слово 어제 – *вчора* слугує маркером минулого часу, а 항상 – *завжди* вказує на теперішній час. Також, як наведено у прикладі 49, маркером майбутнього часу може слугувати закінчення ~을 것, що вказує на дієприкметник майбутнього часу.

Відносно повноінформативними можуть також бути заголовки з повністю елімінованим предикатом. До цієї категорії заголовків відносимо ті, в яких опущені частини «добудовуються» імпліцитно завдяки фоновим знанням природних сполучень дієслів з відповідними іменниками і прислівниками, а також навичкам автоматично відтворювати відсутнє слово із сталих колокацій, граматично визначених в корейській мові. Наприклад:

(50) «폭염 속 단비?» [90]

(51) «"내년 세계경제 둔화 위험", 억지 정책부터 재검토를» [91]

У заголовку 50 пропущене дієслово легко відтворюється, якщо знати стійкі сполучення слів в корейській мові, оскільки іменник 단비 доц завжди вживається з дієсловами 오다 чи 내리다, що мають значення *іти*. А у наступному заголовку слово 재검토 повторний розгляд вимагає після себе семантично сполучуваного дієслова 하다 *робити*.

В низці заголовків з опущеним предикатом, в його ролі виступає прислівник, який імплікує його смислове навантаження. Можна припустити, що основною функцією подібних заголовків є не стільки інформативна функція, як функція залучення читацької уваги. Кінцевий прислівник найчастіше виражений ономаатопеїчною лексикою, яка робить текст більш цікавим і в цілому оптимізує його сприйняття. Наведемо відібрані ілюстративні одиниці:

(52) «아침기온 ‘뚝’ …꽃샘추위 시작» [90]

(53) «고객서비스 중시하는 한국, 원하는 답만 잘해도 매출 쑥» [92]

(54) «엄마 차로 2km 운전하다 '쿵'» [92]

(55) «장애물 사이로 ‘씽씽’» [90]

Знання реципієнтом колокацій, які утворюють ономаатопи з відповідними дієсловами, дозволяє легко відтворити втрачене слово. У вищенаведеному заголовку після ономаатопу *뚝 ttuk* опущено дієслово *떨어지다* – *падати*, що посилює експресію дієслова. Робимо висновок, що для вивчаючих корейську мову необхідно точно знати не тільки окреме значення певного ономаатопу, але і з яким дієсловом він може поєднуватись у мовленні.

Неповноінформативні еліптичні конструкції у корейськомовних заголовках характеризуються тим, що заголовки цього типу зазвичай містять лише одну смислову частину, так звану тему висловлювання (*선행절* з *이어진 문장*), а друга частина, або рема (*후행절*) опускається повністю, таким чином реципієнт має звернутись до тексту для того, щоб зрозуміти, що мається на увазі. Найчастотнішим при цьому є сполучне закінчення *~아/어*, а окрім нього зустрічаються також заголовки, що закінчуються на сполучні закінчення *~고*, *~(으)며*, *~(으)면*, *~(으)니* та ін.

(56) «이팝꽃 보고 온천도 즐기고» [90]

Повні речення в заголовках характеризуються тим, що на відміну від еліптичних конструкцій, передають максимально можливу інформацію про подію, оскільки в них не опускаються кінцеві закінчення предиката, через які у

корейській мові виражаються не тільки граматичні категорії часу та модальності дієслова, але і ступінь ввічливості.

Як підкреслює Кім Бьон Хон(김병홍), саме кінцеві афікси та закінчення предикату корейськомовного речення є основними носіями граматичних категорій, ілюструючи прикладом речення «어머니가(께서) 꽃병을 깨뜨리시었겠더군요», в якому лексичне значення передається іменниками 어머니, 꽃병 та дієсловом 깨뜨리다, граматичне відношення між ними виражено за допомогою відмінкових часток ~가(께서) та ~을, а додавання афіксів ~시~, ~었~, ~겠~, ~더~ та закінчення ~군요 позначають категорію часу, ретроспективного способу дії та соціальну орієнтацію, тобто відношення мовця до співрозмовника [55, с. 122].

Таким чином конструкції такого типу дозволяють читачеві точно виявити час дієслова, рівень ввічливості та комунікативну спрямованість тексту заголовку (розповідь, питання, наказ, пропозиція тощо). Аналіз фактичного матеріалу виявив, що в корейськомовних заголовках за типом висловлювання використовуються розповідні, питальні та спонукальні речення, що мають різні кінцеві закінчення:

(57) «대통령의 사과 '진정성 논란'...불신 키웠다» [91]

(58) «헌법에 보장된 'IT 기본권' 찾자» [91]

(59) «'사이버 공간 시대' 오나» [91]

(60) «돼지열병은 정말 북한에서 전파된 걸까요?» [93]

(61) «요즘은 월세방에도 '권리금' 있다는 거, 아시나요?» [93]

У вищенаведених прикладах 57 – 61 вжито: кінцеве закінчення з афіксом минулого часу ~었다 у розповідному типі заголовку; закінчення ~자 у спонукальному типі заголовку; закінчення з різною соціальною орієнтацією ~나, ~을까요, ~시나요 у заголовках питального типу.

В заголовках корейськомовних статей інформаційного жанру переважає вживання розповідних речень з кінцевим дієсловом теперішнього часу. Такі заголовки не містять оцінного компонента і просто повідомляють про якесь явище. Вони можуть бути як стверджувальними, так і заперечними, що

реалізується використанням лексем зі значенням неможливості дії (없다, 못하다, 말다, 아니하다), наприклад:

(62) «남자 어린이 5 살 되면 여탕 못들어간다» [93]

Також у реченнях розповідного типу кінцеве дієслово може бути вжито в інфінітивній формі із закінченням ~다. Такий варіант найчастіше зустрічається в рекламних оголошеннях і заголовках газет щоб у найбільш скомпресованій формі повідомити новину про певне явище дійсності чи факт, не окреслюючи при цьому часового значення предикату:

(63) «한국 축구 U-20, 새로운 역사를 쓰다» [91]

(64) «‘자연미인’ K 뷰티, 세계를 매혹시키다» [90]

Складені конструкції у корейськомовних заголовках мають розмежовану структурну схему, до якої входить декілька розділених смислових блоків. Наприклад, це може бути цитата з поясненням контексту, протиставлення різних аспектів події або різних поглядів на ситуацію, запитання і відповідь на нього чи додаткове роз'яснення.

Заголовні конструкції, що містять цитування висловлювання якоїсь особи щодо певного явища чи її погляду на якісь події, можуть починатись з неї, і тоді в другій частині заголовку висвітлюється контекст, або навпаки, спочатку наводяться факти, після яких подається чиєсь висловлювання. Наприклад:

(65) «15 일 개봉 ‘배심원들’... 재판의 권위는 어디에서 오는가» [90]

(66) «가전에 웃고 스마트폰에 울고... LG 전자 실적 희비» [90]

(67) «“봄김치 맛보세요”... 동해시, 나눔행사 열어» [90]

В заголовках цього типу інформативна функція реалізується разом із функцією впливу, адже вони передають головну думку, на якій акцентується увага реципієнтів, і водночас пряма мова в наведеній цитаті дає відчуття правдивості інформації та сприяє більш емоційному сприйняттю. Наведені приклади показують, що оскільки кількість символів, допустимих в заголовку обмежена, в подібних конструкціях особливо частотним є опущення членів речення та допоміжних часток.

Заголовки, в яких одразу наводяться два різних, а інколи навіть протилежних погляди відомих політичних діячів чи організацій, дають змогу реципієнту зрозуміти суть проблеми та прогнозувати подальший текст статті. Наведемо приклад таких заголовків:

(68) «김정은 “더 없이 귀중한 친구”... 푸틴 “힘 합치면 산 옮길 수 있다”» [92]

Ще однією структурною схемою є заголовки, що складаються із запитання та відповіді:

(69) «무역전쟁에 중동 위기까지... 우리 너무 느슨한건 아닌가» [90]

Отже, для заголовків новинних текстів власне інформаційного жанру за синтаксичною будовою найчастотнішими є еліптичні та сегментовані конструкції, частотність яких проілюстрована на діаграмі рис. 3.1.

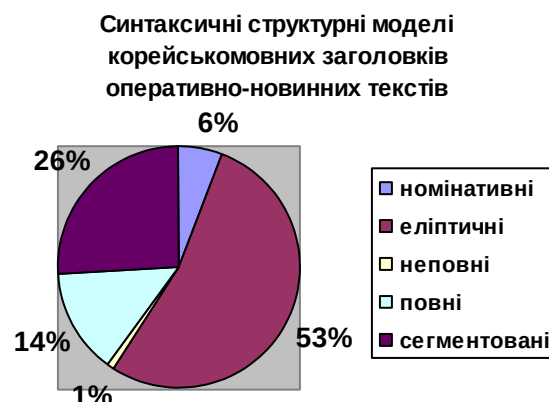


Рис. 3.1

3.2.2 Структурні моделі заголовків дослідницько-новинних статей 사설. Для досягнення прагматичної мети в заголовках дослідницько-новинних текстів використовуються синтаксичні структури речень різного типу.

В межах нашого дослідження було проаналізовано 87 одиниць, і виявлено, що на відміну від заголовків оперативно-новинних текстів, найпродуктивнішою структурною моделлю заголовків текстів цього жанру є повне речення, що становить 63% (55 од.). Еліптичні речення становлять 22% (19 од.), а номінативні фрази — 15% (13 од.) серед опрацьованого фактичного матеріалу, як ілюструє діаграма на рис. 3.2.



Рис. 3.2.

Це можна пояснити тим, що стверджувальні, заперечні, наказові речення та риторичні питання дозволяють вже в заголовку точно сформулювати позиційний вектор автора, напрям якого стає очевидним для читача ще до того, як буде проглянуто текст статті.

За метою висловлювання серед вітчизняних лінгвістів прийнято поділяти речення на розповідні, спонукальні і питальні, а корейськими мовознавцями-дослідниками виділяються декларативні (평서문), питальні (의문문), імперативні (명령문), екскламативні (감탄문) та оптативні (청유문) [77, с. 23].

В заголовках редакційних статей поєднуються елементи інформації та оціночні компоненти, тому заголовки обов'язково містять імпліцитну чи експліцитну марковану оцінку, яка безпосередньо віддзеркалює переконання автора. Заголовні конструкції в більшості випадків прості, сформульовані лаконічно, найчастіше у формі завершеного речення, хоча зустрічаються і номінативні фрази та еліптичні конструкції. Розглянемо їх специфіку на прикладах.

Номінативні фрази. Так само, як і в текстах оперативно-новинного жанру, в передовицях з метою економії місця вживаються еліптичні конструкції, які поліпшують експресивну виразність повідомлення. За структурою найчастотнішими є номінативні:

(70) «'노인 알바'로 고용 통계 왜곡하고 자랑하는 정부» [91]

(71) «뜻 깊은 한-미 국방장관 합의» [93]

Відносно повноінформативні еліптичні конструкції. Конструкції такого типу можуть також утворюватись опущенням предикативної частки ~이다, особливо спостерігається тенденція до її елімінації в реченнях, де кінцевим словом є іменник з розряду ханмунної лексики.

(72) «*평화 집회도 이젠 지겹다는 게 국민들 심정*» [91]

(73) «*3 일 밤 11 시의 5G 소동이 보여주는 것*» [91]

Проте в таких випадках зазвичай опускаються лише допоміжні частки, а не повнозначні частини речення. Це можна пояснити тим, що ясність змісту для статей аналітичного жанру є першочерговим критерієм, а отже еліміновані члени речення або їх частини мають легко відтворюватись реципієнтом. Найчастотнішими є опущення предикатної допоміжної частки кінцевих дієслів.

В стверджувальних конструкціях типу ~아/어야 하다, що виражають обов'язковість дії, допоміжна частка ~하다 опускається якщо не завжди, то в переважній більшості випадків. Смилова частина предикату, що передає імперативність, залишається. Час дієслова не позначається, проте такі конструкції здебільшого вживаються на позначення теперішнього часу предиката, як показує аналіз тексту відповідних статей:

(74) «*與 선거법 독주 포기하고, 野 공수처법 대안 제시해야*» [91]

(75) «*한-일 '외교 갈등', 감정 대응 말고 차분히 풀어야*» [93]

(76) «*'광화문 대통령' 무산 사과하고 소통은 강화해야*» [92]

Ще однією частотною еліптичною конструкцією у заголовках є речення з елімінацією кінцевого дієслова в складених оптативних дієслівних конструкціях, що виражають надію чи побажання типу ~기를 바라다, в яких опускається дієслово бажання, а ~기를 скорочується до ~길, наприклад:

(77) «*北頂上 34 년만에 제3 국 방문, 정상국가 첫발걸음이 되길*» [91]

(78) «*북미 실무협상, '비핵화-체제보장' 의 신뢰 쌓길*» [93]

У вищенаведених заголовках опущені дієслова встановлюються читачем імпліцитно завдяки фоновим знанням правил граматики корейської мови. Наприклад, в прикладах 77 і 78 в ролі елімінованого слова може бути будь-яке

із синонімічного ряду дієслів бажання, як-от 기대한다 *очікувати*, 바란다 *бажати*, 소망한다 *мріяти* тощо.

Повні речення. В заголовках корейськомовних статей аналітичного жанру завершені речення представлені розповідними, питальними та спонукальними, які в свою чергу можуть бути імперативні та оптативні.

За предикативними ознаками в заголовках в передових статей корейської преси найчастотнішими є розповідні стверджувальні і заперечні речення. Акцент в них ставиться на констатуванні якогось висновку мовця щодо факту дійсності, який обґрунтовується в подальшому тексті. Така прагматична установка граматично виражається типовими закінченнями письмового нейтрального стилю корейської мови наступним чином: у випадку, коли кінцеве слово є дієсловом, використовуються закінчення ~ㄴ 다/ ~는다, а якщо кінцевим словом є прикметник, то додається закінчення ~다, яке поєднуючись з маркерами часу, вказує час предикату. Як відмічають мовознавці [77], цей стиль мовлення не розрізняється за ступенем гнучкості, тому доречний до використання у випадках, коли адресат є масовий. Наведемо заголовки для ілюстрації:

(79) «‘한반도 종전선언’ 빠르면 빠를수록 좋다» [93]

(80) «주 52 시간 실시 '지킬 수 없는 법' 또 하나 늘었다» [91]

(81) «미국은 반세기 만에 최저 실업률, 한국만 거꾸로 간다» [91]

Яскраве емоційне забарвлення мають закінчення ~(이)라니 та ~ㄴ/는다니, які виражають здивування і часто мають негативну конотацію чи іронічний відтінок:

(82) «'부부동반 한미 정상회담'이라니» [91]

(83) «아무리 재벌 총수라지만 퇴직금이 400 억이라니» [93]

(84) «"춧불이 외국 관광객 유치에 도움", 이렇게 '관광 대국' 된다니» [91]

Заголовки у формі питальних конструкцій більшою мірою виявляють емоційний вплив на реципієнта, оскільки запитання саме по собі визначається як спосіб запрошення до комунікації. В заголовках дослідницько-новинних статей питальні речення граматично виражаються питальним закінченням ~냐.

За модальною ознакою найчастіше зустрічаються заголовки риторично-питальні, що мають роль емпатичного твердження. Така частотність може бути пояснена тим, що передові статті мають на меті переконати читачів сприймати подію під тією ж призмою, що і автор, тобто вони повинні давати готові і конкретні відповіді, а не ставити відкриті запитання. Риторичні конструкції не вимагають від реципієнтів відповіді, вони спрямовані на те, щоб привернути увагу та підсилити емоційне враження, скеровуючи реципієнта до переживання [6, с. 113].

Риторичні питання не тільки виражають відношення автора, його роздуми чи сумніви до визначеної події, але і спонукують приєднатись до запропонованої ним оцінки, підводячи міркування так, ніби висновок зробив сам читач. В таких реченнях твердження, яке автор має на меті, переважно має негативну конотацію і є завуальованим запереченням:

(85) «세월호 참사 5 년, 우리 사회 더 안전해졌나» [91]

(86) «산불 4 시간 지나서야 재난 특보한 KBS, 기간 방송 맞나» [91]

(87) «홍남기 부총리, 중심 잃고 정치권에 흔들려서 되겠나» [93]

(88) «활발한 중 일, 북러 짝짓기는 그저 남의 일인가» [91]

У наведеному прикладі 85 ставиться питання «우리 사회가 더 안전해졌나?», яке є риторичним. Це заголовок статті, присвяченій п'ятій річниці пам'яті катастрофи парому «Севоль», і в основній частині тексту цієї публікації читаємо: «그럴 때마다 [...] 정부의 무능한 대처가 반복되고 있다. 하늘과 땅, 바다 어느 곳도 안전한 곳이 없다. 아무것도 달라지지 않았다» [91]. Бачимо, що автор після нагадування про подію та наведенням аргументів (перелічує аварії, що трапились недавно) беззаперечно стверджує відсутність будь-яких змін в мірах безпеки. Тож можна зробити висновок, що у заголовку 85 риторичному питанню відповідає заперечення «... 안전해지지 않았다». Так само і в вищенаведених текстах 85, 86 і 87 кожному з риторичних питань відповідають твердження «... 맞지 않다», «... 되지 않는다» і «... 절대 남의 일이 아니다».

Власне питальні речення, в заголовках передовиць оформлюються питальними словами 무엇 (що?), 어디 (куди?), 누가 (хто?), 언제 까지 (до яких пір?) та ін. Наприклад:

(89) «"비핵화 천천히 하라" 트럼프 말 무슨 뜻인가» [91]

(90) «트럼프·문·김 체제 속 한국 안보는 어디로 가나» [91]

Такі питання слугують питанням-роздумом, вони актуалізують потрібну думку, яку прагне висловити адресант. Посилуючи та спрямовуючи увагу адресата на певний аспект чи найважливіший на даний час момент проблеми, вони запрошують читача поміркувати над ним разом. Таким чином інформативність самого заголовку відсувається на другий план, поступаючись функції прогнозування змісту, адже знаючи політичне спрямування газети, реципієнт приблизно розуміє подальший вектор розгорнення статті.

Речення спонукального типу в корейсько мовних заголовках використовуються з метою дати пораду, закликати до певних дій, виразити свої вимоги чи побажання адресату. Серед спонукальних речень корейські мовознавці диференціюють наказові, або імперативні речення та оптативні.

В заголовках передових статей досить часто використовуються речення наказового типу, проте адресатом в таких реченнях є суб'єкт висловлювання, а не читач, тому вони виокремлюються як імперативні речення непрямої дії (간접 명령문). За визначенням [62, с. 107] такі речення не спрямовані на конкретного адресата, присутнього в комунікативній ситуації в даний момент часу, вони не вимагають від нього конкретних дій, окрім як переконати його та повернути до мислення таким же чином, що і автор висловлювання. Суб'єктом мовлення виступає третя особа, що граматично виражена підметом, якому мовець дає розпорядження до дії:

(91) «'한-미 연합훈련' 유예, 북한도 전향적으로 답하라» [93]

(92) «국민 눈높이 못미치는 이미선 후보, 스스로 물러나라» [90]

(93) «네이버는 어물쩍 뉴스 편집권 유지할 생각 마라» [92]

Варто зауважити, що в заголовках такого типу вживається стиль 하라체 *harache*. Цей стиль мовлення реалізується кінцевим афіксом ~(으)라, що

вважається нейтральним письмовим стилем, на відміну від розмовного стилю *해라체 haerache*, типовими закінченнями якого є *~어라 /~아라* і який відноситься до категорії стилів з низьким ступенем ввічливості [77, с. 251].

Оптативні речення також мають на меті схилити адресата міркувати в такому ж самому руслі, що й автор, водночас суб'єктом заклику виступає не читач, який є непосреднім учасником комунікації, а третя особа. В реченнях цього типу прагматична установка граматично виражається кінцевим закінченням *~자*, що приєднується до кінцевих дієслів-предикатів:

(94) «*이제는 우리가 ‘북핵’ 국제 공조를 주도하자*» [92]

(95) «*한·일 양국은 이제 앞을 보고 가자*» [92]

Отже, найпродуктивнішими за синтаксичною організацією є заголовки – повні речення, що зумовлено прагматичною установкою новинних текстів інформаційно-аналітичного жанру.

3.3 Особливості лексичного наповнення корейськомовних заголовків та засоби їх стилістичного увиразнення

За твердженнями вчених-лінгвістів та дослідників мови корейської преси, серед повнозначних частин мови у корейськомовних заголовках новинних текстів переважають іменники та дієслова [64; 75]. Як було розглянуто в теоретичній частині даного дослідження, газетні тексти і зокрема новинні статті трактуються лінгвістами як засіб передачі інформації та інструмент впливу. Прагматична установка та комунікативний вектор статті актуалізуються змістовим наповненням та формою заголовної конструкції. Таким чином, завдяки використанню різноманітних мовних засобів, заголовки стилістично можуть бути яскравішими і більшою мірою орієнтовані на адресатів, ніж основний текст.

Опрацьовані заголовки виявили, що для корейськомовних новинних текстів характерним є використання фразеологічних виразів, емоційно забарвленої і культурно-маркованої лексики та інших різноманітних

стилістичних засобів для реалізації рекламної, експресивної та функції впливу. Водночас оперативно-новинні статті корейської преси та дослідницько-новинні статті мають свою окрему специфіку, що визначається їх прагматичним спрямуванням. Розглянемо та проілюструємо виокремлені особливості лексичного наповнення та стилістичні засоби виразності.

Оперативно-новинні статті. В заголовках газетних текстів цього жанру спостерігається головним чином актуалізація інформативної функції та інтригуючої функції для залучення уваги реципієнтів. Значна частина заголовків містять прямі цитування учасників подій, що підкреслює достовірність наведених фактів. Реалізація рекламної функції виражається у використанні експресивних лексичних одиниць, серед яких частотністю виділяється ономапопеїчна лексика, ідіоми та сталі вирази, сленг та розмовна лексика корейської мови, наприклад:

(96) «월급은 그대론데 집값은 꺾충» [90]

(97) «고객서비스 중시하는 한국, 원하는 답만 잘해도 매출 썩» [92]

У заголовках 96 та 97 експресивність повідомлення досягається вживанням образотворчих слів 꺾충 *kkeong-chung* та 썩 *ssuk*, що образно відтворюють стрімкий скачок догори.

Також цікавим засобом поліпшення виразності заголовків є використання алюзій, наприклад на фразеологічні одиниці корейської мови:

(98) «'올림픽도 식후경' 한국의 맛으로 세계와 소통» [93]

Заголовок 98 відсилає до фразеологічної фрази 금강산도 식후경, яка говорить про те, що навіть горами Кімган милуються на ситий шлунок, тобто підкреслює, що справи ідуть краще, коли людина сита.

Часто в газетних заголовках використовуються широко відомі назви корейських популярних фільмів або серіалів, наприклад:

(99) «피의자는 있는데 증거가 없다?...제주판 살인의 추억» [90]

(100) «돌아온 '왕의 남자'...양정철 5월부터 민주연구원장 맡는다» [90]

(101) «방탄소년단, 거침없이 하이킥...미국·일본 차트 장악» [91]

У вищенаведених заголовках згадуються назви фільмів «살인의 추억» (Спогади про вбивство), «왕의 남자» (Король та клоун) та ситкому «거침없이 하이킥» (Високий удар), які виконують інтригуючу функцію, зацікавлюючи реципієнтів.

В корейськомовних заголовках зустрічається також і розмовна лексика:

(102) «직장인 10 명중 9 명 “회사에 ‘꼰대’ 있어» [90]

(103) «딸바보 아빠의 절절한 사랑 고백» [90]

Наприклад, сленгове слово *꼰대* *kkondae* здебільшого використовується підлітками або студентами на позначення старшої людини, що завжди вважає себе правою, а інших — ні. Неологізмом *딸바보* *ttalpabo* називають тат, які аж занадто люблять свої дочок, про що йде мова у статті під вищенаведеним заголовком.

Дослідницько-новинні статті. Специфікою заголовків корейсько мовних газетних текстів аналітичного жанру є актуалізація їх впливової функції. Одним із найчастотніших прийомів видається використання художніх тропів, таких як епітети та метафори, прислів'їв, сталих виразів власне корейського та китайського походження. Таким чином адресантом експліцитно вказується оціночний вектор до предмету обговорення, який може нести негативне чи позитивне забарвлення.

Здебільшого у новинних текстах аналітичного жанру авторська позиція висловлюється прямо, даючи уявлення про напрямок, в ключі якого буде розгортатись стаття, тому реципієнти вже із заголовку, до читання тексту статті, можуть визначити головну думку автора [76, с. 121].

Тому у заголовках дослідницько-новинних текстів частотними є стилістично забарвлені лексеми, що виражають впевненість, переконання чи почуття адресанта та мають позитивну чи негативну конотацію, наприклад:

(104) «‘비핵화 진전’ 위한 한-미 연합훈련 중단, 바람직하다» [93]

(105) «57 번째 수동조작 남산 케이블카... 국제도시에 부끄럽다» [90]

У вищенаведених заголовках вжито оцінно-марковані прикметники *바람직하다* та *부끄럽다* відповідно. Для позитивної оцінки події чи явища в заголовках

часто використовують прикметники, що позначають бажаність, впевненість чи правильність, наприклад: *옳다, 당연하다, 분명하다, 바람직하다, 충분하다, 확실하다*. А негативну оцінку нерідко підкреслюють за допомогою таких лексем, як *어렵다, 심각하다, 불과하다, 안타깝다*.

Ставлення автора матеріалу до обговорюваної теми виражається також оцінними епітетами:

(106) «*어이없고 황당한 美·北 회담, 이대로 가면 北 핵보유국 된다*» [91]

(107) «*흔들리는 韓美 동맹에 대한 우려*» [91]

У заголовку 106 переговори автор називає абсурдними, а у заголовку 107 союз між країнами окреслюється як такий, що хитається, тобто є нестабільним.

Щодо використання тропів, у проаналізованих заголовках ми знайшли приклади вживання метонімії та метафори:

(108) «*대한민국의 주말을 앗아간 미세먼지*» [90]

(109) «*대통령-기업인 간담회, 정책현장 안 바뀌면 말잔치 그친다*» [90]

(110) «*글로벌 기업들 선제적 구조조정, 한국은 역주행하나*» [90]

У вищенаведених заголовках метонімічно говориться про пил, що вкрав вихідні, також Корея метафорично порівнюється з автомобілем, що рухається у зворотному напрямку.

Для посилення експресії висловлення дуже продуктивним засобом спостерігається використання сталих виразів (*관용구*) корейської мови, розуміння яких може складати труднощі для не носіїв мови, оскільки такі фрази є семантично неподільними зворотами, і їх значення не виводиться із значення їх компонентів, наприклад:

(111) «*검찰 개혁, 이번에도 국회에서 물건너가나*» [93]

(112) «*미래 아닌 '지금 당장에 발목잡힌 사회로 가고 있다*» [93]

(113) «*도 넘은 지상파 시사 프로그램의 정치 편향성*» [92]

(114) «*본격화된 美-中 경제전쟁 강 건너 불 아니다*» [92]

В розглянутих текстах заголовків вжито відповідно вирази *물건너가다*, що означає неможливість щось вдіяти у випадку коли якась справа вже закінчилась. Ідіома *발목을 잡히다* увійшла у вжиток з боротьби, де захоплення

ноги супротивника призводить до того, що він вже нічого не зможе вдіяти, тобто таким чином образно описується безпорадний стан. Наступний вираз *도를 넘다* значить перетинати межу, і використовується для осудження телепрограми, а *강 건너 불구경* використовується, коли описується байдуже ставлення до якоїсь справи.

Варто відмітити, що для заголовків передовиць характерним є використання фразеологічних виразів (*속담*) та ідіом з чітко окресленою негативною конотацією, що прямо і яскраво відображає ставлення до суб'єкту повідомлення чи його дій.

(115) «*속셈 다른 북한에 김치국부터 마시는 통일부*» [90]

(116) «*청와대 특보의 가벼운 입에 흔들리는 한미 동맹*» [92]

Так наприклад фразеологічний вираз *김치국부터 마시다* (букв. *пити бульйон з-під кімчі*) містить негативну конотацію, прагматичне значення якої схоже з українськими фразеологізмами «ділити шкуру невбитого ведмедя» та «скажеш гоп як перескочиш», а ідіомою *입이 가볍다* (букв. *легкий рот*) описують людину, яка не вміє тримати язика за зубами і схильна до балаканини, пліткарства та розголошення зайвої інформації.

Окрім сталих виразів, особливістю газетного заголовку передовиць є вживання алюзій або перифраз на широковживані прислів'я:

(117) «*주 52 시간제 보완, 외양간 고치는 시농만으로 되겠나*» [91]

(118) «*또 뚫린 인천공항, 소 잃고 외양간도 못 고치나*» [92]

(119) «*미중 고래싸움에 새우된 싱가포르...올 성장률 '10년래 최저'*» [90]

Експресивність вищевказаних заголовків будується на прислів'ях *소 잃고 외양간 고친다* (букв. *втрапивши корову, лагодити хлів*), *고래 싸움에 새우 등 터진다* (букв. *у війні китів страждають креветки*).

Особливою емністю виділяються фрази-фабули (*고사성어*), так звані чотирьох складові вирази, запозичені з китайської мови, в яких кожен склад становить цілісну лексичну одиницю, що є однорідною зі словом. В розглянутих нами заголовках було знайдено наступні приклади:

(120) «*北 묵묵부답... 南 1 일부터 단독 유해발굴*» [90]

(121) «'뭐든 한다' 1 년 뒤 총선 올인한 정권의 막무가내 국정» [91]

Фразою 묵묵부답 підкреслюється, що КНДР зберігала тишу і не дала жодної відповіді, а фраза 막무가내 змальовує неподатливий уряд.

Інтригуюча функція заголовків реалізується також за допомогою використання алюзій на відомі твори світової літератури або кіноматографу, наприклад:

(122) «'겨울공화국' 으로 돌아가려 하는가» [93]

(123) «'한 문장 답변' '신재생 35%' 오만과 오기의 탈원전 도박» [91]

В цих заголовках яскраві образи створені завдяки використанню перифрази назви мультиплікаційного фільму «Крижане серце» (кор. 겨울왕국) у заголовку 122, а наступний заголовок відсилає до назви найвідомішого роману Джейн Остін «Гордість і упередження» (кор. 오만과 편견).

Використання неологізмів, запозичень та англіцизмів ілюструють наступні заголовки :

(124) «비서관 월급 상납받은 '갑질' 국회의원» [92]

(125) «정부 통계로 확인된 '헬조선' 의 노동 현실» [93]

(126) «美·中선방 속에 우리만 마이너스 성장, 기업은 해외탈출» [91]

Отже, в заголовках дослідницько-новинних текстів корейських видань досить поширеним явищем є вживання розмовної лексики, що робить їх стиль експресивнішим за стиль самої статті.

Висновки до розділу 3

1. Виявлено, що у корейськомовних заголовках найпродуктивнішим засобом компресії на морфемному рівні є елімінація допоміжних часток ~오|/가 та ~을 / 를, що позначають об'єкт та суб'єкт висловлювання. Виокремлююча частка ~은 / 는, що розділяє тему і рему висловлювання, опускається або замінюється на кому. Допоміжна частка місця ~에서 в заголовках скорочується і позначається як ~서, а частка ~에 перед дієсловами направленої дії опускається.

2. Виявлено, що серед лексичних засобів компресії виділяється тенденція до скороченого запису антропонімів, коли вказуються лише прізвища відомих іноземних політичних діячів, а замість імен корейських політиків можуть вживатись ієрогліфи. Назви країн відображаються за першим складом, записуючись хангілем або ієрогліфом. Назви міжнародних установ та організацій відтворюються абрєвіатурами, а назви корейських установ, що утворені з кількох слів, в заголовках подаються у вигляді зіставного слова, утвореного складанням перших складів слів-компонентів назви.

3. Визначено специфіку цитувальних конструкцій в корейськомовних заголовках, яка полягає в тому, що вони мають спрощену структуру, яка досягається шляхом опущення цитувальної частки ~라고 та елімінацією дієслів говоріння при оформленні цитування прямої мови.

4. Визначено особливості використання розділових знаків, серед яких значну увагу привертає трикрапка, оскільки використовується не тільки для позначення усіченого висловлювання, коли стоїть в кінці заголовку, але і окрім цього слугує для поєднання двох логічно завершених, утворюючи заголовок складної конструкції. Таким чином трикрапка є специфічною особливістю саме корейськомовних заголовків.

5. З'ясовано специфіку синтаксису корейськомовних заголовків. Продуктивним способом утворення максимально стислих фраз є елімінація предикативних часток ~이 다 та ~하 다 / 되 다, що дає змогу зберегти інформативну насиченість при лаконічності викладу.

Предикативна частка ~이다 опускається в іменних присудках, утворених із іменника китайського походження. Також спостерігається її опущення в конструкціях майбутнього часу ~(으)ㄹ 것이다.

Предикативна частка ~하 다 елімінується в присудках, утворених із іменника китайського походження, що має значення стану або дії. Окрім цього, вона опускається в конструкції ~아 / 어야 하 다 та ~듯 하 다. Опущення предикативних часток дієслова, що несуть граматичні показники часової

форми, унеможлиблює її точне відтворення до ознайомлення з текстом статті. Ще однією особливістю є опущення афіксів минулого часу ~았/었/였.

6. Виокремлено, що синтаксичні структурні моделі реалізуються номінативними фразами, еліптичними реченнями з відносно повною та неповною інформаційною насиченістю, різними за типом висловлювання завершеними реченнями (розповідні, питальні, спонукальні) та сегментованими конструкціями, що утворені з двох самостійних частин і розділені трикрапкою.

Також виявлено, що використання вищенаведених синтаксичних схем у заголовках оперативно-новинних та дослідницько-новинних текстах відрізняється. Для перших частотними є заголовки-іменникові конструкції, еліптичні конструкції та складні конструкції. У випадку останніх, заголовки реалізуються іменниковими фразами, еліптичними повноінформативними реченнями, завершеними реченнями (стверджувальні, заперечні, питальні, оптативні, наказові).

7. Виявлено, що серед семантико-стилістичних особливостей корейськомовних заголовків найпродуктивнішими є використання епітетів та метафор з негативною чи позитивною конотацією, метонімії, неологізмів, популярних слів та розмовної лексики. Використовуються ієрогліфи, запозичення та англіцизми. В заголовках статей аналітичного жанру поширеним є вживання сталих ідіоматичних виразів та прислів'їв. Окрім цього, частотними є алюзії та перифрази відомих висловів, назв відомих творів кінематографу та літератури.

ВИСНОВКИ

1. З'ясовано, що заголовок новинного тексту актуалізує найбільш значущу інформацію повідомлення, стисло і водночас максимально інформативно відображає його зміст, слугує комунікативною одиницею між автором та читачем, спонукаючи його звернутись до повного тексту статті. Констатовано, що заголовок має визначену структуру, що часто запрограмована його прагматичною установкою.

Виокремлено, що для Інтернет-видань характерним є функціонування заголовку як автономного тексту, що репрезентує статтю, оскільки на відміну від друкованих медіа, на початковій сторінці подано лише окремий список заголовків.

2. Визначено, що новинні тексти в залежності від функціонального значення та композиційно-структурної організації поділяються на два основних види: оперативно-новинні, репрезентантом яких є *보도기사* (заметка) та дослідницько-новинні, репрезентантом яких *사설* (редакційна стаття). Новинні тексти будуються смисловими блоками, основним стилем написання є стиль *해라체* з кінцевим афіксом *~다*. Лексична специфіка полягає у частотному використанні ханмунної лексики та власне корейських слів, що не є часто уживаними в повсякденному житті.

Оперативно-новинні тексти характеризуються висвітленням нової інформації, важлива оперативність, фактична точність та стислість викладу. Характерна насиченість топонімами, антропонімами, точними датами, термінами, що дозволяють однозначно зрозуміти головну тему статті. На достовірність інформації вказує велика кількість прямих цитат, проте їх оформлення відрізняється від стандартного тим, що за структурною схемою спостерігається подібність до непрямої мови: опускається цитувальна частка, живаються з'єднувальні закінчення.

У дослідницько-новинних текстах ставиться акцент не на новизні, а на тлумаченні вже відомих фактів, викладенні суб'єктивної точки зору. Низька частотність використання цитат, аргументований виклад з використанням експресивних та оціночних мовних засобів.

3. Виявлено, що заголовок висвітлює зміст статті у скомпресованому вигляді, з лінгвістичної точки зору може розглядатись як унікальний вид тексту, оскільки йому властиві такі ознаки, як цілісність, завершеність змісту, визначена структура. Основні функції заголовків можна звести до двох основоположних: інформативна та рекламна. В зв'язку з цим заголовки класифікують на інформативні та інтригуючі.

Інформативна функція реалізується винесенням у заголовок опорних елементів події. Таким чином окреслюється основний зміст повідомлення, але окремі його деталі не висвітлюються, що спонукує реципієнта звернутися за подробностями до основного тексту статті.

Інтригує, або рекламна функція заголовків полягає в тому, щоб викликати певні почуття та спонукати реципієнта до певної інтерпретації змісту повідомлення, який в повному обсязі можна зрозуміти лише після ознайомлення із основним текстом. Може реалізовуватись експресивними чи оцінними засобами, коли автор експліцитно або імпліцитно виражає оцінку обговорюваних у статті подій, і таким чином здійснюється вплив на сприйняття поданої інформації реципієнтом.

4. Аналіз синтаксичної структури заголовків виявив наступні моделі: 1) номінативні фрази; 2) еліптичні речення з відносно повною та неповною інформаційною насиченістю; 3) різні за типом висловлювання повні речення (розповідні, питальні, спонукальні); 4) сегментовані конструкції, розділені трикрапкою.

У заголовках оперативно-новинних статей частотними є еліптичні конструкції та сегментовані конструкції. У випадку дослідницько-новинних текстів заголовки найчастіше реалізуються у формі повних речень (стверджувальні, заперечні, питальні, оптативні, наказові).

Серед засобів компресії найпродуктивніше використовується елімінація допоміжних та предикативних часток. Відмінкові частки \sim 오|/가, \sim 을/를 та виокремлююча \sim 은/는 опускаються, причому остання часто замінюється на кому. Допоміжна частка місця \sim 에서 в заголовках скорочується і позначається як \sim 서, а частка \sim 에 перед дієсловами направленої дії опускається. Елімінація предикативних часток \sim 이다 та \sim 하다/되다 утворює еліптичні конструкції, що дає змогу зберегти інформативну насиченість при лаконічності викладу. Предикативна частка \sim 이다 опускається також в конструкціях майбутнього часу \sim (으)ㄹ 것이다. В конструкціях \sim 아/어야 하다 також спостерігається

елімінація. Окрім цього, ще однією особливістю є опущення афіксів минулого часу ~았/었/였.

Схарактеризовано специфіку цитувальних конструкцій в корейськомовних заголовках, яка полягає у спрощеній структурі, що утворюється опущенням частки ~라고, дієслова говоріння після неї теж не вказуються.

5. Серед лексичних засобів компресії виділено тенденцію до скороченого запису антропонімів, коли вказуються лише прізвища відомих іноземних політичних діячів, а замість імен корейських політиків можуть вживатись ієрогліфи. Назви країн відображаються за першим складом, записуючись хангілем або ієрогліфом. Назви міжнародних установ та організацій відтворюються абрєвіатурами, а назви корейських установ, що утворені з кількох слів, в заголовках подаються у вигляді зіставного слова, утвореного складанням перших складів слів-компонентів назви.

Серед семантико-стилістичних особливостей корейськомовних заголовків найпродуктивнішими виділено використання епітетів та метафор з негативною чи позитивною конотацією, метонімії, неологізмів, популярних слів та розмовної лексики. Використовуються ієрогліфи, запозичення та англіцизми. В заголовках статей аналітичного жанру поширеним є вживання сталих ідіоматичних виразів та прислів'їв. Окрім цього, частотними є алюзії та перифрази відомих висловів, назв відомих творів кінематографу та літератури.

Таким чином проведене дослідження дозволило з'ясувати загальну специфіку корейськомовних заголовків оперативно-новинних та дослідницько-новинних текстів через сукупність їх структурно-синтаксичних та лексико-семантичних ознак. Стрімкий розвиток Інтернет-медіа потенціює необхідність подальших досліджень корейськомовних заголовків.

주석

한국 신문 제목의 언어학적 특징 연구 (온라인 신문 중심으로)

주제어: 신문, 기사 제목, 사설 제목, 언어 표현, 헤드라인, 표현 형식.

이 연구는 한국 온라인 신문 기사 제목의 언어학적 특징을 분석하는 데에 목적이 있다. 인터넷신문 조선일보, 동아일보, 중앙일보, 한겨레의 보도 기사 및 사설 제목 197 개를 수집하여 제목의 표현 형식을 조사하였다.

제 1 장에서 신문 기사 제목의 언어학적 특징을 분석하기 위해 일단 보도 기사 및 사설의 구조, 문법저과 언어적 특징을 살펴보았다. 신문 기사에서 고유어보다 한자어가 많이 쓰인다는 것을 확인할 수 있었다. 뉴스의 성격에 따라 기사를 경성 뉴스와 연성 뉴스 두 가지로 구분함을 확인할 수 있었다.

그 다음에 기사 제목의 기능을 살펴보고 크게 2 가지로 정리했다. 신문 제목은 정보 전달의 기능과 관심을 집중시켜 그 기사를 읽게 하는 관심 유도 기능을 수행한다고 볼 수 있다. 이를 바탕으로 정보 전달형 제목과 관심 유도형 제목으로 구분한다.

제 2 장에서 신문 제목을 바라보는 연구 관점에 따라 여러 가지 앞선 연구를 살펴보고 신문 기사 제목을 언어적 측면에서 연구 방법론에 대해 설명하고 본 연구에 사용된 방법을 간략하게 설명하였다. 제목은 압축된 형태로 기사의 내용을 전달하는 것으로 밝혀졌다. 언어적 관점에서 보면 제목을 독특한 유형의 텍스트로 여길 수 있음을 확인했다.

제 3 장에서 신문 기사 제목의 조사 생략, 서술어 생략, 약어 등으로 나누어 그 특징을 살펴본 것이다. 조사 생략은 신문 제목을 구성하는 요소로부터 복원가능하거나 화자의 의도가 다른 요소에 의해서 분명하게 전달될 경우 나타났으며 주로 반점이나 무조사로 대응됨을 확인할 수 있었다.

반면에 의미를 담당하는 조사가 필수 요소일 경우에 쓰이는 조사 ~은/는, ~이/가, ~을/를 생략할 수 없음을 알 수 있었다. 서술어 생략은 주로 한자어에 의해서 나타나는데 그 때 생략된 서술어는 하다/ 되다, 이다였다. 약어 사용 표현은 주로 인명이나 국가 명을 제시할 때 나타났다.

보도 기사 및 사설 제목의 구조를 분석하여 유형화했다. 분석한 결과는 다음과 같다. 보도 기사 제목 경우에 사용 빈도가 가장 높은 구조는 생략형 표현으로 나타났고 사설 제목 경우에 사용 빈도가 가장 높은 구조는 완전한 문장으로 나타났다. 이는 보도 기사의 주요 기능인 정보 전달과 사설의 주요 기능인 주장을 잘 들어낸 것이라고 판단했다.

보도 기사 및 사설 제목 197 개를 구조를 분석한 결과는 다음과 같다. 수집한 보도 기사 제목 가운데 명사형 표현은 6%, 생략형 문장은 53%, 불완전한 문장은 1%, 완전한 문장은 14%, 담화형 표현은 26%를 차지했다. 반면에 사설

제목 경우에 명사형 표현은 15%, 완전한 문장은 63%, 생략형 문장은 22%를 차지했다.

보도 기사 제목과 사실 제목은 구조에서 차이가 보이는 것뿐만 아니라 표현 구성에서도 상당한 차이가 보였다. 보도기사 제목은 관심 유도 기능을 수행하기 위해 독자에게 관심 유도하는 어휘로 의성어 및 의태어 사용하는 것으로 나타났다. 반면에 사실 제목은 사용된 어휘가 사실 내용에 직접적으로 포함되고 평가어를 많이 사용하는 것으로 보인다. 이는 보도 기사와 달리 사실은 광고 기능 및 평가 기능에 주목하여 사실 내용뿐만 아니라 사실 제목도 속담이나 관용구, 사자성어, 은유 등 활발하게 사용하는 것임을 확인할 수 있었다.

이상에서 살펴보았듯이 이 연구에서는 신문 제목을 언어학적 연구 대상으로 규정하고 한국 대표적인 종합일간지의 온라인에서 나타나는 기사 제목들의 구조 및 표현구성을 살펴본 후에 구조유형으로 분석하였다. 그 결과 한국 일간신문 보도 기사 제목과 사실 제목은 생산자의 의도성에 따라 제목 작성 과정에서 사용한 언어와 문법이 어떻게 다른지를 밝혔다.

후속 연구에서는 서로 성격을 달리하는 사회면 기사, 정치면 기사, 경제면 기사, 문화면 기사 등 분석 대상으로 포함되어야 할 것이다.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абашина В.М. Виразність газетної публікації і структура заголовка (на матеріалі сучасних російських та українських газет) / В.М. Абашина // Українська Філологія: школи, постаті, проблеми: зб. наук. праць Міжн. конф., присвяч. 150-річчю від дня заснування кафедри укр. словесності/ Львів, 23-25 жовт. 1998. – Львів, 1999. – С. 230-234.

2. Арнольд И.В. Основы научных исследований в лингвистике : Учеб. пособие / И.В. Арнольд. – М. : Высшая школа, 1991. – 140 с.

3. Белова Ю.А. Стратегии интерпретации смысла газетных заголовков британских медиа-текстов: автореф. дисс....на соиск. науч. Степени канд. филол. наук: 10.02.04 “Германские языки” / Ю.А. Белова. – Уфа, 2009. – 20 с.

4. Бобаль Н.Р. Тексти ЗМІ: структура та зміст поняття / Н.Р. Бобаль // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: 18 «Філологічна»: зб. наук. пр. / за ред. І.Д. Пасічника. – Остріг: Вид-во НУ «Острозька академія», 2012. – Вип. 30. – С. 234-235.

5. Вахтель, Н.М. Высказывание в позиции газетного заголовка: семантика и прагматика: дис. д-ра филол. наук: 10.02.01 / Вахтель Наталия Михайловна. – Воронеж, 2005. – 271 с.

6. Виноградов В.В. Из истории изучения русского синтаксиса (от Ломоносова до Потебни и Фортунатова) / В.В. Виноградов. – М.: Изд-во МГУ, 1958. – 400 с.

7. Вомперский В.П. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка / В.П. Вомперский // Искусство публицистики (проблемы теории и мастерство). Тезисы докладов. – Алма-Ата: Издательство «Казахстан», 1966. – С.82-85.

8. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М.: КомКнига, 2007. – 144 с.

9. Грицай І.С. Засоби масової інформації як окремих підстиль публіцистичного стилю [Електронний ресурс] / І.С. Грицай. – Режим доступу: <http://www.kamts1.kpi.ua/node/1008>

10. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь) / Татьяна Георгиевна Добросклонская — М.: Флинта: Наука, 2008. — 264 с.

11. Доценко М.Ю. Синтаксис газетного заголовка: структура, семантика, прогнозирование смыслового развития текста: дис. канд. филол. наук: 10.02.01 / Доценко Мария Юрьевна. – СПб., 2009. – 243 с.

12. Євграфова А.О. Заголовок як актуалізатор текстової інформації / А.О. Євграфова // Стиль і текст: зб. наук. ст. / за ред. В.В. Різуна; Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2003. – № 4. – С. 141-147.

13. Зайцева В.В. Функції газетного заголовка / В.В. Зайцева // IX Міжнародна конференція “Франція та Україна, науково-практичний досвід у контексті діалогу національних культур. – Дніпропетровськ, 2003. – С. 134-139.
14. Зильберт Б.А. Газетный заголовок – индикатор новаций в языке газеты / Б.А. Зильберт // Функционирование языковых единиц в разных речевых сферах: факторы, тенденции, модели: тез. докл. междунар. конф. – Волгоград: ВГПИ, 1995. – С. 71-72.
15. Каримова Т.Ф. К вопросу о синтаксическом статусе заголовка / Т.Ф. Каримова // Проблемы сверхфразовых единств. Семантико-синтаксическая структура. – Уфа: БГУ, 1985. – С. 46-49.
16. Костомаров В.Г. Из наблюдений над языком газеты: газетные заголовки / В.Г. Костомаров // Из опыта преподавания русского языка нерусским. – М., 1965. – Вып. 3. – С. 165-185.
17. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе / В.Г. Костомаров. – М., 1971. – 257 с.
18. Кройчик Л.Е. Система журналистских текстов / Л.Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С. Г. Корконосенко. – СПб., 2000. – С. 125-168.
19. Лазарева Э.А. Заголовок в газете: Учеб. пособие. 2-е изд. доп. и перераб. – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2004. – 84 с.
20. Литвиненко В.В. Особливості перекладу газетно-інформаційних матеріалів з корейської на українську мову (за матеріалами корейської періодики) [Електронний ресурс] // Наукові записки Інституту журналістики. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1586>
21. Лукович М.В. Специфіка заголовків новинних текстів в корейських Інтернет-ЗМІ / М.В. Лукович // Актуальні питання філологічних наук: наукові дискусії : [зб. наук. ст.]. – Херсон: Вид-во Молодий вчений, 2019. – С. 96-99.
22. Лютая А.А. Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика: автореф. дис. канд. филол. наук / А.А. Лютая. – Волгоград, 2008. – 26 с.

23. Мазур Ю.Н. Корейский язык / Ю.Н. Мазур. – М.: Издательство Восточной Литературы, 1960. – 119 с.

24. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.

25. Максютова О.М. Языковая реализация прагматической установки в британской прессе (на материале заголовка как компонента газетного текста): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Моск. гос. пед. ин-т. иностр. языков им. М. Гореза. – М., 1984. – 25 с.

26. Мужев В.С. О функциях заголовков / В.С. Мужев // Ученые записки МГПИИЯ им. М. Гореза. – М., 1970. – Вып. 55. Вопросы романо-германской филологии. – С. 86-94.

27. Музыкант В.Л. Газетный заголовок и его особенности / В.Л. Музыкант // Актуальные проблемы лингвистики и журналистики. – М.: Изд-во УДН, 1992. – С. 208-214.

28. Попов А.С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и ее развитие / А.С. Попов // Развитие синтаксиса современного русского языка. – М.: Наука. – 1966. – С. 95-126.

29. Потапенко С.І. Структура заголовків англomовних газетних повідомлень: досвід лінгвокогнітивного аналізу / С.І. Потапенко // Вісник КЛУ. Серія Філологія. – Т. 6. – № 1. – К., 2003. – С. 128-135.

30. Радзієвська Т.В. Текст як засіб комунікації / Т. В. Радзієвська. – НАН України, Ін-т укр. мови. – 2. вид., стер. – К., 1998. – 191 с.

31. Рамстедт Г.Й. Грамматика корейского языка / Г.Й. Рамстедт. – М.: Издательство Иностранной литературы, 1960. – 219 с.

32. Ронгинский В.М. Синтаксические модели заголовков и их использование в различных стилях речи : автореф. дисс. на соискание учёной степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / В.М. Ронгинский. – Симферополь, 1963. – 21 с.

33. Ронгинский В.М. Семантическая структура газетных заголовков и проблема их актуализации / В.М. Ронгинский // Проблема лексической и

категориальной семантики: [сб. ст.]. – Симферополь: Изд-во СГУ, 1982. – С. 121-129.

34. Сафонов А.А. Стилистика газетных заголовков / А.А. Сафонов // Стилистика газетных жанров; под ред. Розенталя. – М., 1981. – С. 205-227.

35. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія / О.О. Селіванова. – Полтава : Довкілля. – К., 2006. – 716 с.

36. Солганик Г.Я. Синтаксическая стилистика : [монография] / Григорий Яковлевич Солганик. – [4-е изд.]. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 232 с.

37. Сыров, И.А. Функционально-семантическая классификация заглавий и их роль в организации текста / И.А. Сыров // НДВШ. Филол. науки. – 2002. – № 3. – С. 59-68.

38. Тертычный А.А. Коммуникативные стратегии и журналистский текст / А.А. Тертычный // Вестник Моск. ун-та. – Серия 10 : «Журналистика». – 2006. – № 5. – С. 72-84.

39. Тураева З.М. Лингвистика текста: структура и семантика / З.М. Тураева. – М.: Просвещение, 1986. – 126 с.

40. Турчинская Э.И. Заголовок как особый тип высказывания / Э.И. Турчинская. // Сб. науч. тр. / Моск. пед. ин-т иностр. яз. – М., 1986. – Вып. 267. – С. 97-116.

41. Турчинская Э.И. Соотношение заголовка и текста в газетно-публицистическом стиле / Э.И. Турчинская // Лингвистика текста и лексикология. Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца. – М., 1984. – Вып. 234. – С. 134-146.

42. Чон Х.Дж. Исследование стратегий перевода корейских пословиц на русский язык исходя из типов текста / Хе Джин Чон // Исследование по славянским языкам. Сб. науч. тр. – М., 2015. – Т.12. – С. 39-64.

43. Швец А.В. Разговорные конструкции в языке газет / А.В. Швец. – К.: Издательство Киев. ун-та, 1971. – 95 с.

44. Юганов В.И. Прагматические особенности заголовка как микротекста / В.И. Юганов // Текст: структура и анализ. – М. : АНСССР, 1989. – С.187-190.
45. Bell A. The Language of News Media / Allan Bell. – Oxford: Blackwell, 1991. – 277 p.
46. Dor D. On Newspaper Headlines as Relevance Optimizers / Daniel Dor // Journal of Pragmatic. – 2003. – No. 35. – P. 695-721.
47. Lee I. The Korean Language / I. Lee, S. Robert Ramsey. — Albany: State University of New York Press, 2000. — 374 p.
48. Nir R. A Discourse Analysis of News Headlines / Raphael Nir // Hebrew Linguistics. – 1993. – No. 37. – P. 23-31.
49. Reah D. The Language of Newspapers / Danuta Reah. – Psychology Press, 2002. – 126 p.
50. Van Dijk T.A. News Analysis: Case Studies of International and National News in the Press / Teun Adrianus Van Dijk. – Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. – 1988. – 326 p.
51. 권우진. 신문 표제어에 대한 사회언어학적 연구 / 권우진. – 사회언어학. – 2002. – 제 10 권, 제 2 호. – 25-58 쪽.
52. 김민영. 뉴스 헤드라인에 대한 텍스트언어학적 고찰 / 김민영. – 텍스트언어학. – 2007. – 제 23 권. – 95-127 쪽.
53. 김병홍. 신문 보도 기사의 언어 표현 분석 / 김병홍. – 우리말연구. – 2018. – 제 55 권. – 93-120 쪽.
54. 김병홍. 신문 헤드라인의 분석 방법 모색 / 김병홍. – 우리말연구. – 2016. – 제 45 권. – 185-211 쪽.
55. 김병홍. 신문 헤드라인 언어형식 분석 / 김병홍. – 동남어문논집. – 2016. – 제 42 집. – 113-136 쪽.
56. 김병홍. 이데올로기 실현을 위한 신문 기사 제목의 언어 전략 / 김병홍. – 우리말연구, 2007. – 281-305 쪽.

57. 김소희. 경성 기사와 연성 기사의 문체적 특징과 변화 2000년대 초와 2010년대 초의 정치·경제·사회 및 문화 기사 코퍼스 비교 / 김소희. - 한국언어학회. - 2013. - 제 40 권, 제 1 호. - 41-66 쪽.
58. 김영준. 한국 신문의 이념 스펙트럼식, 일간지 이념성향의 관계연구: 석사학위논문: 01.12.03 / 중앙대대학원. - 서울, 2003. - 96 쪽.
59. 김예란. 경성뉴스와 연성뉴스, 그 효용의 실제 / 김예란. - 미디어연구소, 2003. - 110 쪽.
60. 김지용. 제목 저널리즘: 기사는 제목이다 / 김지용. - 서울: 미디어포럼, 2008. - 240 쪽.
61. 김진원. 인쇄신문과 인터넷신문의 기사 표제 차이에 관한 연구 / 김진원, 김관규. - 언론과학연구, 2010. - 39-72 쪽.
62. 김혜영. 신문 사설의 어휘적 특징, 2009년 신문 코퍼스에 기초한 키워드 연구 / 김혜영, 강범모. - 담화인지언어학회. - 2011. - 제 18 권, 제 3 호. - 89-113 쪽.
63. 김희진. 신문 헤드라인 뽑는 법 / 김희진. - 서울: 커뮤니케이션북스, 2000. - 879 쪽.
64. 남영신. 기자를 위한 신문 언어 길잡이 / 남영신, 박종분. - 서울, 국립국어원: 2013. - 92 쪽.
65. 남영신. 신문과 방송의 언어 사용 실태 조사 / 남영신. - 서울, 국립국어원: 2011. - 422 쪽.
66. 노보경. 언어표현 기반의 북미 정상회담에 관한 한미 신문사설의 비교 / 노보경, 반현. - 언어과학연구. - 2019. - 제 5 권, 제 3 호. - 125-130 쪽.
67. 민현식. 개화기 국어 문체 연구 / 민현식. - 국어국문학. - 1994. - 제 111 권. - 37-61 쪽.
68. 박갑수. 기사문장의 문체와 표현 / 박갑수. - 신문과 방송 통권. - 1990. - 제 238 권. - 76-79 쪽.
69. 박갑수. 신문 표제어의 문제 / 박갑수. - 선청어문. - 1994. - 제 22 권. - 133-152 쪽.
70. 박나리. '-는 것이다' 구문 연구 / 박나리. - 국어학. - 2012. - 제 65 권. - 251-279 쪽.

71. 박성희. 신문 사회면 비교 분석. - 서울: 미디어연구소, 2004. - 78 쪽.
72. 박혜숙. 한국어 구어·문어 상호능력 신장을 위한 ‘-다’, ‘-나다/는다’의 교육 연구 / 박혜숙. - 한민족어문학. - 2018. - 제 80 권. - 9-40 쪽.
73. 반현. 한국 신문 사설의 정치적 성향 분석 연구 / 반현. - 한국언론학보. - 2018. - 제 4 권, 제 3 호. - 87-92 쪽.
74. 사례. TV 방송과 신문보도의 문체적 특성에 대하여 / 사례. - 텍스트언어학. - 2016. - 제 40 권. - 59-85 쪽.
75. 이선웅. 대중매체 언어 연구의 현황과 과제 / 이선웅. - 어문학. - 2009. - 제 103 권. - 117-142 쪽.
76. 이승연. 고급 한국어 교재 내 읽기 자료의 텍스트 전형성 연구, 사설·칼럼 텍스트 분석을 바탕으로 / 이승연, 장미경. - 어문논집. - 2011. - 제 63 권. - 113-140 쪽.
77. 이익섭. 한국어 문법 / 이익섭. - 서울, 서울대학교출판부: 2012. - 410 쪽.
78. 이재원. 기사제목과 본문 사이의 상호텍스트성 / 이재원. - 텍스트언어학. - 2009. - 제 26 권. - 55-78 쪽.
79. 이주행. 신문 기사의 문장 / 이주행. - 새국어생활. - 1995. - 제 5 권, 제 4 호. - 25-43 쪽.
80. 이지영. 인터넷 기사 표제 표현 분석 / 이지영. - 국어교육연구. - 2007. - 제 20 권. - 271-304 쪽.
81. 이희자. 한국어 학습용 어미, 조사 사전 / 이희자, 이종희. - 서울: 한국문화사, 2001. - 879 쪽.
82. 임영호. 신문원론 / 임영호. - 서울: 한나래, 2012. - 487 쪽.
83. 장경현. 문어·문어체, 구어·구어체 재정립을 위한 시론 / 장경현. - 한국어 의미학. - 2003. - 제 13 권. - 143-165 쪽.
84. 장은경. 인터넷 신문 헤드라인의 표현 형식 / 장은경. - 한민족문화연구. - 2010. - 제 34 집. - 139-164 쪽.
85. 장인봉. 신문 사설 제목의 대화주의적 분석 / 장인봉. - 수사학. - 2016. - 제 25 권. - 195-219 쪽.

86. 정여훈. 신문 제목의 유형 및 그 실현 양상 / 정여훈. - 사회언어학. - 2006. - 제 14 권, 제 1 호. — 85-113 쪽.
87. 정태철. 제목소비자의 증가와 신문제목의 이해도 / 정태철. - 한국언론학보. - 1995. - 제 33 권. - 203-228 쪽.
88. 조혜민. 상징어의 사용과 의미, 신문 기사 제목 코퍼스에 기초한 연구연구 / 조혜민, 강범모. - 한국어 의미학. - 2013. - 제 40 권. - 191-218 쪽.
89. 최기호. 언어와 사회 / 최기호, 김미형. - 서울: 한국문화사, 2004. - 295 쪽.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

90. 동아일보 [Електронний ресурс] – Режим доступу:
<http://www.donga.com>
91. 조선일보 [Електронний ресурс] – Режим доступу:
<http://www.chosun.com>
92. 중앙일보 [Електронний ресурс] – Режим доступу:
<http://joongang.joins.com>
93. 한겨레 [Електронний ресурс] – Режим доступу:
<http://www.hani.co.kr>