

https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/eurydice/index.php/Liechtenstein_de:Qualit%C3%A4tssicherung_in_der_allgemeinen_und_beruflichen_Erwachsenenbildung (дата звернення: 20.05.17)

9. Пономаренко Н. Г. Підготовка експертів з освіти в німецькомовних країнах Європейського Союзу : дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 / Н. Г. Пономаренко. – Київ, 2017. – 327 с.

УДК 81'42:82-94=112.2=161.2

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОЗНАКИ ОСНОВНОГО ЗАГОЛОВКУ ІНТЕРВ'Ю СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОМОВНОЇ ПРЕСИ

Саламатіна О. О. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов МНАУ

Статтю присвячено виявленню та дослідженню функціональних особливостей вербальних одиниць структури інтерв'ю сучасної німецькомовної преси згідно з реалізацією комунікативних намірів та прагматичної настанови авторів текстів цього жанру.

Ключові слова: інтерв'ю, вербальний компонент, основний заголовок, другорядний заголовок, вступна частина, основна частина, посилання на інтерв'юера, заголовок-резюме, заголовок-цитата, заголовок-заклик, заголовок-головна думка, інформативна функція, інтерпретативна функція, прогнозуюча функція, впливова функція, оцінна функція, рекламна функція.

The article is dedicated to analysis of the functional peculiarities of interview's verbal structural components in modern German-language press according to realization of the authors' communicative intentions and pragmatic aim in the texts of this genre.

Key words: *interview, verbal component, basic title, minor title, introductory part, basic part, reference to the interviewer, title-resume, title-citation, title-appeal, title-main thought, informative function, interpretive function, predicting function,*

influence function, estimated function, advertising function.

Як відомо, дискурс реальної розмови інтерв'юера та респондента призводить до виникнення конкретного інтерв'ю, що характеризується смисловою єдністю та комунікативною значущістю, а також виконує певну низку функцій, головними з яких є інформативна та функція впливу. Усі функції публіцистичного інтерв'ю залежать від ситуації, комунікативних завдань і прагматичної мети автора [7, с. 65].

Існує загальноприйнятий розподіл складників структури тексту на три частини: вступ, основну частину та заключну [5, с. 171]. У композиційній структурі інтерв'ю необхідно виокремити такі структурні складники: основний заголовок, другорядний заголовок, вступна частина, основна частина, посилання на інтерв'юера та ілюстрація. Кожен із вказаних

складників виконує певні функції у тексті. До вербальних компонентів інтерв'ю належить заголовок, другорядний заголовок, вступна частина, основна частина, посилання на інтерв'юера [2, с. 72].

Результат аналізу інтерв'ю сучасної німецькомовної преси дозволив зробити висновок, що загальною характеристикою структурної організації публіцистичного інтерв'ю є виконання певних функцій згідно з комунікативними намірами авторів, що полягають у наданні адресату-читачеві потрібної інформації з питань про певні події та факти; згідно з їх прагматичною настановою, що включає відповідний вплив на адресата-читача завдяки наданій у тексті інформації. Розглянемо особливості виконання цих функцій основним заголовком текстів інтерв'ю сучасної німецькомовної преси.

Як факультативний вербальний компонент композиційної структури інтерв'ю, **основний заголовок** вважається неодмінною умовою

існування тексту, тобто ініціатором його композиційно-сислової організації [3, с. 18]. У заголовку читач уперше знайомиться з інформацією, що містить інтерв'ю [6, с. 36]. **Der Titel-Zusammenfassung** (заголовок-резюме) зазвичай наводить у стислій формі зміст усього тексту, **der Titel-Zitat** (заголовок-цитата) містить дослівне відтворення висловлювання або його частини, що належить людині, яка дає інтерв'ю, наприклад: *“Meine Lehrer waren geschockt”* (EINSTIEG Abi, 11/2009). Наведений заголовок є цитатою Джо Робінзона, сімнадцятирічного переможця конкурсу *«Австралійський талант від Бога»*, якого відносять до найкращих молодих гітаристів світу. Юнак в інтерв'ю розповідає про своє рішення покинути навчання у школі та про ставлення до цього шкільних друзів і вчителів. **Der Titel-Aufruf** (заголовок-заклик) містить заклик, спонукання до дії, або доносить до читача цікаву ідею, **der Titel-Hauptgedanke** (заголовок-головна думка) виражає найяскравішу думку автора [1, с.

б], наприклад: “*Nationalpark Eifel – Chance der Region*” (Live, 10/2006).

Як відомо, кожен заголовок має яскраво виражену прагматичну мету: повідомити певну інформацію, привернути до неї увагу для того, щоб змусити читача прочитати матеріал, сформувані певне суспільне ставлення до описуваного факту дійсності тощо [8, с. 686]. Вказана прагматична мета зумовила виокремлення низки **функцій**, які виконує основний заголовок у сучасному німецькомовному інтерв'ю. Кожна з них може проявлятися у будь-якому інтерв'ю більшою або меншою мірою, оскільки заголовок є поліфункціональним.

Аналіз фактичного матеріалу дозволив зробити висновок, що основні заголовки інтерв'ю сучасної німецькомовної преси виконують такі функції: **інформативну**, що сприяє наданню у заголовку певної фактичної інформації або поглядів респондента чи інтерв'юера на визначену проблему; **номінативну** функцію, оскільки

заголовок будь-якого інтерв'ю так чи інакше називає предмети або явища об'єктивної дійсності.

Аналіз ступеню інформативності заголовків дозволяє поділити їх на: **informativ (інформативний)**, **teilweise informativ (частково інформативний)** та **nicht informativ (неінформативний)** [4, с. 27].

В інформативному заголовку відбувається настанова на сприйняття певної тематики. Частково інформативний заголовок має мінімально орієнтувальний характер і викликає появу гіпотези щодо загального змісту тексту. Він не вичерпує всіх проблем, що обговорюються в інтерв'ю, а лише вказує або натякає на проблематику загалом.

Відтак, якщо заголовок є інформативним або частково інформативним, він також виконує: **орієнтувальну** функцію; **інтерпретативну** функцію, що пояснює основний зміст інтерв'ю; **прогнозуючу** функцію, яка передбачає зміст основної частини інтерв'ю. Неінформативний

заголовок формує помилкову гіпотезу. У заголовках такого типу провідною є інтригуюча функція. Не прочитавши тексту, неможливо правильно інтерпретувати заголовок [4, с. 28]. Напряга, пов'язана з неможливістю інтерпретувати заголовок інтерв'ю, одразу ж знімається у другорядному заголовку, де називається респондент й іноді тема інтерв'ю. Окрім інформативної функції слід вважати **впливову**, що включає низку додаткових функцій. У заголовках із **оцінною** функцією показано ставлення автора до змісту тексту, вони також справляють певне враження на читача, психологічно готують у нього певне сприйняття. **Експресивно-апелятивна** функція сприяє привабливості читача, викликаючи у нього сильні емоції та відповідну реакцію. Заголовки з **рекламною** функцією рекламують певну ідею інтерв'ю та покликані зацікавити читача, наприклад: *“Motoren der Innovation: Forschungszentren in der Champions League”* (Neue

Kronen-Zeitung, 2.04/2004). Аналізований заголовок містить рекламу дослідницьких центрів у Лізі Чемпіонів, аргументуючи це тим, що вони є рушійною силою інновацій. **Волюнтативна** функція виражає волевиявлення, спонукання адресата до дії. Зазвичай волюнтативна функція притаманна заголовкам-закликам та заголовкам, вираженим директивом, наприклад: “*Fragen Sie Paula!*” (Salzburger Nachrichten, 26.04/2005). Окрім зазначених функцій основного заголовку інтерв’ю сучасної німецькомовної преси необхідно виокремити також **розділову**, що сприяє відокремленню одного тексту від іншого.

Незважаючи на те, що тексти інтерв’ю сучасної німецькомовної преси стають цільовими гетерогенними утвореннями, структурні компоненти яких спрямовані на надання адресату-читачеві потрібної інформації з приводу певних подій та фактів, а також здійснення впливу на нього завдяки цій інформації і є зазвичай поліфункціональними,

видається можливим підкреслити домінуючу роль тієї чи іншої функції кожного вербального складника у кожному конкретному тексті інтерв'ю.

Література:

1. Ананьева Н. А. Структурно-композиционные особенности текста печатного интервью как формы массовой коммуникации / Н. А. Ананьева // Стилистические аспекты устной и письменной коммуникации : сб. ст. – М. : Гос. пед. ин-т ин. яз. им. М. Тореца, 1987. – Вып. 286. – С. 4–12.

2. Анисимова Е. Е. Паралингвистика и текст : К проблеме креолизованных и гибридных текстов / Е. Е. Анисимова // Вопросы языкознания. – 1992. – № 1. – С. 71–77.

3. Гальперин И. Р. Проблемы лингвостилистики / И. Р. Гальперин // Новое в зарубежной лингвистике : сб. ст. – М. : Прогресс, 1980. – Вып. 9. – С. 5–34.

4. Елина Н. Г. О возможности классификации заголовков текстов на основании психолингвистических критериев / Н. Г. Елина // Вопросы романо-германского языкознания : Семантика и синтаксис. – Саратов : Саратовск. ун-т, 1986. – С. 25–30.

5. Кожин А. Н. Функциональные типы русской речи / Кожин А. Н., Крылова О. А., Одинцов В. В. – М. : Высшая школа, 2005. – 223 с.

6. Солганик Г. Я. Об особенностях языка газеты / Г. Я. Солганик // Русский язык за рубежом. – 1998. – № 5. – С. 35–40.

7. Хованская З. И. Стилистика французского языка : учеб. пособие / З. И. Хованская, Л. Л. Дмитриева. – М. : Высшая школа, 2003. – 396 с.

8. Kronrod A. Accessibility theory and referring expressions in newspaper headlines / A. Kronrod, O. Engel // Journal of Pragmatics. – 2001. – Vol. 33, № 5. – P. 683–699.

УДК 811.111:378.147

FEATURES OF TRANSLATION OF COMPLEX ECONOMIC TERMS

Тішечкіна К. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов МНАУ

Ганніченко Т. А. – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри іноземних мов МНАУ