

Thinking of nonverbal communication, we imagine primarily visual aids such as gestures or facial expressions. But nonverbal means of communication include many more types that may not be obvious at first. K. S. Young defines the following types of non-verbal communication: kinesics, artifacts, proxemics, vocalics, haptics, olfactics, taste and chronemics [3, p. 9].

Hence, in conclusion, non-verbal communication provides a lot of additional information about a person. They help to identify such an important parameter of the communicative process as the intention of its participants, the true feelings and thoughts of the interlocutor, to influence him. Together with the verbal system of communication, these systems provide the exchange of information that people need to organize joint activities. Non-verbal means of communication help people navigate different social situations and regulate their behaviour, better understand each other and build their relationships accordingly, more quickly accept social norms and adjust their actions. Elements of non-verbal communication are very important components of human communication, the achievement of which will allow us to penetrate into the inner world of the interlocutor, as well as into the inner world.

#### REFERENCES

1. Birdwhistell, R. L. Introduction to Kinesics: An Annotation System for Analysis of Body Motion and Gesture. Washington, DC: Department of State, Foreign Service Institute. 1952. – P. 88.
2. Judee K. Burgoon, Laura K. Guerrero, Kory Floyd, Nonverbal Communication. 2009. – P. 542.
3. Kathryn Sue Young, Howard Paul Travis, Communicating Nonverbally: A Practical Guide to Presenting Yourself More Effectively. 2007. – P. 163.
4. Трухін І. О. Соціальна психологія спілкування: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 335 с.

**Харчук А. Р.**

група НМ-31

Тернопільський національний педагогічний  
університет імені Володимира Гнатюка

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Бияк Н. Я.*

#### СТРУКТУРНІ ТИПИ ЗАГОЛОВКІВ (НА МАТЕРІАЛІ ГАЗЕТИ «HANDELSBLATT»)

Заголовок – важливий елемент медіатексту. Він містить у собі головну інформацію про зміст публікації і одночасно має за мету привабити увагу читача до статті. В умовах зростаючої конкуренції серед великої кількості Онлайн-видань та соціальних мереж це є непростим завданням. Тому кожен автор намагається цікаво сформулювати та правильно оформити заголовок своєї статті.

Численні студії вивчають структурно-граматичні, лексико-стилістичні та функціональні особливості заголовків. Наша мета – дослідити структуру заголовків на матеріалі публікацій в газеті «Handelsblatt» [1]. Ця відома щоденна газета була заснована у 1946 році і вважається однією з найбільших і впливових фінансово-економічних ділових газет ФРН. Видання одним із перших у Німеччині ще у середині 90-х років ХХ століття вийшло в Інтернет, публікуючи значну частину своїх статей у відкритому доступі, що допомогло їй завоювати велику читачську аудиторію. Сьогодні газета – найбільше тиражне видання серед усіх німецькомовних ділових газет. За даними Німецького аудиторського бюро (IVW) у 2018 році наклад видання становив 127 546 примірників [2].

Існує кілька класифікацій заголовків за їх структурними особливостями. К. Сізова у своїй статті «Заголовковий комплекс у публіцистиці: типологічний аспект» виділяє три основні групи заголовків. «Простий» заголовок – як правило, складається з одного речення,

яке виражає певну закінчену думку. «Ускладнений» заголовок – відрізняється від «простого» тим, що формується з декількох самостійних, логічно завершених частин, які також несуть певну закінчену думку. Існує ще «заголовковий комплекс» куди входить основний заголовок, а також підзаголовки різноманітної складності і призначення. На думку авторки публікації він є однією з найсуттєвіших ознак тексту, авторським концептом і конденсатом усього змісту. Він координується із семантикою тексту, є домінантою, яка утворює смислову та емоційну єдність [3, с. 285].

Щоб уявити весь комплекс ускладненого заголовка, розглянемо, які його елементи подає «Літературознавча енциклопедія», зосереджуючись на особливостях власне газетного тексту. Окрім власне заголовка енциклопедія розглядає ще рубрику, підзаголовки і шапку. «Рубрика – виокремлення заголовком частин тексту у творі за проблемами, темами, жанровими ознаками. На відміну від інших заголовків вона не розкриває змісту частин твору, акцентує на особливостях, може повторюватися в багатьох числах періодичного видання» [4, с. 356]. У газеті «Handelsblatt» присутні наступні новинні рубрики: Politik, Unternehmen, Technologie, Finanzen, Mobilität, Karriere, Arts&Style, Meinung, які у свою чергу поділяються ще на підрубрики. Вони присутні на Інтернет-сторінці видання. Онлайн-версія видання має ще одну – мультимедійну рубрику, яка не є можливою у друкованому виданні Video [1].

«Підзаголовок – другий заголовок, який вказує на додаткові семантичні особливості твору, доповнює чи підсилює основний заголовок. Переважно застосовується для уточнення жанру твору» [4, с. 214]. Шапка – складник рубрикації, чіткий, змістовний, естетично оформлений заголовок тематичної добірки. На відміну від рубрики не повторюється з числа в число [4, с. 581].

Л. Юлдашева у своїй роботі «Місце заголовка в ієрархії мовних одиниць» аналізує наявні класифікації за структурно-граматичними особливостями і виділяє із них заголовки-слова, заголовки-словосполучення й заголовки-речення [Юлдашева, 41].

У своєму дослідженні ми послуговувалися саме таким поділом заголовків. Заголовки-слова у виданні не представлені. Натомість ми виокремили групу заголовків-словосполучень. У такій структурі є лише підмет. Оскільки за правилами німецької граматики речення не може бути одноосновним, тобто обов'язково мають бути присутні обидва головних члени речення – підмет і присудок, то така структура і не вважається реченням. Однак вони залишаються доволі інформативними завдяки іменникам з прийменниками.

Структури словосполучень різноманітні. Вони виражені: а) іменником у називному відмінку та іменником із прийменником: *Ein Ende mit Schrecken* [Handelsblatt, 26.01.2022]. *Das Gerangel um die Wirtschaft* [Handelsblatt, 26.01.2022]. *Schuldzuweisungen beim Förderstopp* [Handelsblatt, 26.01.2022]. Прийменники у цих словосполученнях різні – mit, für, bei, um, nach та ін.;

б) іменником у називному відмінку та іменником у родовому відмінку: *Überwachung der Überwachung* [Handelsblatt, 25.01.2022], *die neue Parteispitze der Grünen* [Handelsblatt, 15.02.2022];

в) іменником у називному відмінку та сполучником: *Mehr Nachhaltigkeit oder mehr Wachstum?* [Handelsblatt, 26.01.2022]. *FDP-Chef – oder der „starke Mann“* [Handelsblatt, 26.01.2022]. *Viel mehr als nur Säbelrasseln* [Handelsblatt, 25.01.2022].

г) іменником у називному відмінку з прикметником (та іменником): *Der weite Weg des „Scholzomats“* [Handelsblatt, 20.11.2010], *Die falschen Freunde der Freiheit* [Handelsblatt, 15.12.2021].

Серед заголовків найбільшу групу становлять повноцінні речення. Враховуючи те, що вони у німецькій мові мають різну структуру, виділяємо у заголовках прості та складні речення.

Група простих речень представлена у заголовках усіма типами – розповідними: *Draghi braucht die starke Mitte* [Handelsblatt, 25.01.2022], питальними *Dokumente die Toilette heruntergespült?* [Handelsblatt, 26.01.2022], *Wie die zwölf Euro wirken* [Handelsblatt, 25.01.2022] і окличними *Die Merkel-Nostalgie wird keine Grenzen kennen!* [Handelsblatt, 26.01.2022].

Це можуть бути зовсім короткі речення, які мають у своєму складі тільки підмет і присудок: *Die Elektro-Monster kommen* [Handelsblatt, 26.01.2022]. Або прості поширені речення із значною кількістю другорядних членів речення: *Bundesregierung fordert deutsche Staatsbürger zum Verlassen der Ukraine auf Grünen* [Handelsblatt, 12.02.2022].

Зазвичай заголовки тяжіють до мінімалізму, але для газетного заголовка важливим є його інформативність, тому у їх складі нерідко трапляються не тільки прості поширені, але й складні речення. Вони поділяються у німецькій мові на складносурядні і складнопідрядні.

Складносурядні речення традиційно поєднані сполучниками сурядності. Однак у заголовках спостерігаємо сполучення двох самостійних речень розділовими знаками – двокрапкою та тире, які допомагають підкреслити головну думку у заголовку та у публікації або протиставити припущення і конкретний факт, слугують сигналом наслідковості або пояснення того чи іншого факту. Двокрапка може також пояснювати причину тієї чи іншої події. *Der Zeitpunkt könnte kaum ungünstiger sein: Mitten im Wiederaufbau bricht in Portugal die Regierung auseinander.* [Handelsblatt, 28.10.2021]. Послідовність або контраверсійність дії прослідковується у реченнях, які відокремлені один від одного за допомогою тире: *Ricarda Lang und Omid Nouripour zu Grünen-Chefs gewählt – So tickt die neue Parteiführung* [Handelsblatt, 29.01.2022].

Складнопідрядні речення утворюють ще одну групу заголовків. Однак повноцінних підрядних речень, у яких присутні головне і підрядне речення, у заголовках вкрай мало. Це здебільшого підрядні додаткові речення: *Dieser Outplacement-Berater erklärt, was jetzt zu tun ist* [Handelsblatt, 25.10.2021], „*Alles weist darauf hin, dass jetzt etwas passiert*“ [Handelsblatt, 11.02.2022]. Ще одну групу утворюють підрядні означальні речення: *Gescheiterter Haushaltentwurf: In Portugal droht eine Regierung zu zerbrechen, die in der EU als Vorbild galt* [Handelsblatt, 28.10.2021], а також підрядні речення часу: *Kein Brot, Menschen in Notunterkünften, überlastete Kliniken – Was passiert, wenn das Erdgas ausgeht* [Handelsblatt, 24.03.2022]

Здебільшого у заголовках спостерігаємо ізольовані підрядні речення, які вжиті без головного: *Wie es zur Zerschlagung der Oetker-Gruppe kommen konnte* [Handelsblatt, 3.11.2021], *Warum China süchtig nach Kohle ist*“ [Handelsblatt, 12.02.2022]. Трапляються також заголовки, де замість головного речення спостерігаємо його сегмент, відокремлений від підрядного речення двокрапкою або тире: *Aktienrente, Staatsfonds, Klima – Wie FDP und Grüne an der sozial-ökologischen Marktwirtschaft arbeiten* [Handelsblatt, 15.10.2021].

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Handelsblatt. URL: <https://www.handelsblatt.com/>
2. Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern. URL: <http://www.ivw.eu/aw/print/mitglied/6170>
3. Сізова К. Л. Заголовковий комплекс у публіцистиці: типологічний аспект. Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах. № 30, К., 2014. С. 285-294.
4. Літературознавча енциклопедія: у 2 т. / уклад. Ю. І. Ковалів. Київ, 2007. Т. 2: М-Я. 624 с.
5. Юлдашева Л. П. Місце заголовка в ієрархії мовних одиниць. Сучасні філологічні дослідження: комунікативно-культурний аспект (м. Київ, 03-04 листопада 2017 р.). С. 39-43.

**Цанько І. І.**

група Англ. Середня освіта

ДВНЗ “Ужгородський національний університет”

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Голик С. В.

#### LINGUODIDACTIC BASES OF TEACHING ADJECTIVE AS A PART OF SPEECH

One cannot express one's thoughts correctly and understand the language without the knowledge of grammar. In other words, grammar proficiency is crucial for success in acquiring a second language. The adjective, alongside the noun and the verb, is the fundamental part of the