

ІНТЕРАКТИВНЕ ТА КОГНІТИВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ІНТЕРВ'Ю У
СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКОМОВНІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ

Стаття присвячена дослідженню особливостей інтерактивного та когнітивного моделювання текстів інтерв'ю сучасної німецькомовної преси. Акцентовано, що комунікативні інтенції інтерв'юера й респондента визначають структурну, змістову специфіку сучасного німецькомовного публіцистичного інтерв'ю і звернені до зовнішньої ситуації комунікації та ментальної сфери комунікантів.

Ключові слова: інтерв'ю, інтерв'юер, респондент, когнітивна лінгвістика, дискурс.

Статья посвящена исследованию особенностей интерактивного и когнитивного моделирования текстов интервью современной немецкоязычной прессы. Акцентируется, что коммуникативные интенции интервьюера и респондента определяют структурную, содержательную специфику современного немецкоязычного публицистического интервью и обращены к внешней ситуации коммуникации и ментальной сфере коммуникантов.

Ключевые слова: интервью, интервьюер, респондент, когнитивная лингвистика, дискурс.

The article is devoted to analyzing the interactive and cognitive peculiarities of interview in the modern German-language press. It is accented, that interviewer's and respondent's communicative intentions define the structural, substantial specificity of the modern German-language publicistic interview and are turned to an external situation of communication and mental communicants' sphere.

Key words: interview, interviewer, respondent, cognitive linguistics, discourse.

Інтерес науки в цілому і лінгвістики зокрема до людини та проблем її спілкування вивів функціональний аспект на передній план філологічних студій початку ХХІ століття. У працях із різних галузей мовознавства простежується певний відхід від описовості, дискриптивізму, структуралізму, формалізму в напрямі когнітивної, тобто антропоцентричної методології [1: 98].

Перелом у свідомості багатьох мовознавців [2; 3; 4; 5] відбувся з появою низки нових дисциплін, що продемонстрували неадекватність іманентного підходу до мовної системи, оскільки він ігнорує діяльну природу мови та її залучення до процесів життєдіяльності людини і суспільства. Серед дисциплін, що виникли на межі з лінгвістикою, постали психолінгвістика, етнолінгвістика, соціолінгвістика, когнітивна лінгвістика та лінгвокультурологія. Це вплинуло і на саму лінгвістику: в ній відбулася заміна ціннісних орієнтацій, намітилося прагнення до вивчення мисленнєвих процесів та суспільно важливих дій людини, отже, лінгвістика гуманізувалася [6: 10].

Слід зазначити, що вчені традиційного напрямку здійснили величезну роботу, спрямовану на збір матеріалу, який сам по собі мав лінгвістичну цінність і потребу

для адекватного опису мови як такої. На відміну від них, когнітивісти (Л. Апостель [7], С. Фелікс [8], М. Шварц [9], І.С. Шевченко [10], Р. Штенберг [11] та інші) запропонували оригінальні зразки власне мовного аналізу форм та конструкцій, яскраво продемонструвавши, як працює інтелект і розум не лише окремо взятої мовної спільноти, але й окремо взятого її представника.

Звісно, що у мовних поняттях та категоріях закріплено результати пізнання людиною світу, усвідомлення надбань цивілізаційного завоювання простору і часових параметрів нашого буття. Людина усвідомлює себе в закономірних вимірах та в оточенні. Саме антропоцентричність мови, ідею якої заклав іще В. фон Гумбольдт [12], стала закономірним результатом вивчення мови в тісному зв'язку з людським чинником. Мова як об'єкт пізнання, абстрактна система зі структурними відношеннями елементів у рівневій організації перетворилася на об'єкт пізнання через суб'єкта – людину, коли важливими стали соціально-індивідуальні чинники впливу на її розвиток, функціонування людини в мові та мови в людському суспільстві [13: 44].

Отже, цілком справедливо, що когнітивний підхід у загальному мовознавстві представляє науковий інтерес не лише тому, що він широко й різнобічно охоплює мовні явища, але й тому, що він здатний проникнути в суть цих явищ і виявити їх «зсередини» з точки зору окремого індивіда, тобто враховуючи людський чинник у мові.

В останні десятиліття предметом аналізу сучасної когнітивної наукової парадигми все частіше стають дискурси засобів масової інформації, найяскравішим прикладом яких вважається інтерв'ю. Незважаючи на велику популярність інтерв'ю та спроби його дослідження (Г.П. Апалат [14], Г.Я. Солганік [15] та інші), інтерактивне та когнітивне моделювання сучасного німецькомовного публіцистичного інтерв'ю залишається ще малодослідженим.

Звісно, що як і в лінгвістиці в цілому, когнітивний підхід під час аналізу інтерв'ю преси не є загальноприйнятим. Дуже багато розвідок спираються на суто таксономічний підхід, за якого елементи текстів інтерв'ю реєструються, класифікуються та проходять статистичну обробку без спроб пояснення того, чому інтерв'ю (і це, і взагалі будь-яке) будеться саме так, а не інакше. Між тим, якщо орієнтуватися на функціональний підхід, тобто намагатися пояснити спостережувані явища, то під час дослідження сучасного німецькомовного публіцистичного інтерв'ю у принципі неможливо залишитися у рамках лише внутрішньомовних координат. Не можна уникнути виходу до «екстралінгвістичної» сфери та пошуку когнітивних, культурних і соціальних пояснень. Два останніх типи пояснень обов'язково зводяться до першого, оскільки культурні та соціальні чинники не можуть впливати на інтерв'ю інакше, ніж за допомогою когнітивної системи мовця [4: 127].

Комунікативні інтенції, соціально-рольові та комунікативно-рольові характеристики, соціально-психологічні риси інтерв'юера і респондента визначають функціонально-структурну та змістову специфіку інтерв'ю сучасної німецькомовної преси, які, з одного боку, звернені до зовнішньої ситуації комунікації, а з іншого – до когнітивної, ментальної сфери комунікантів [5: 37].

Р. Штенберг підкреслює, що такі інтерв'ю, по-перше, існують як дані, які дозволяють судити про мову та її використання у певних ситуаціях; по-друге, вони дозволяють судити про обмін інформацією, її отримання та осмислення в актах комунікації, і, на-

решті, вони існують як непрямі дані про розумову, інтелектуальну, ментальну діяльність інтерв'юера та респондента, їх свідомість та мислення [11: 137].

Отже, можна з упевненістю сказати, що сучасне німецькомовне публіцистичне інтерв'ю є когнітивним явищем, а когнітивний підхід до його вивчення представляє надзвичайно важливу та актуальну лінгвістичну проблему.

У межах сучасної наукової парадигми вважається за доцільне визначити текст інтерв'ю сучасної німецькомовної преси як вторинний, похідний від дискурсу реальної розмови інтерв'юера та респондента, тобто продукт дискурсивної діяльності, як джерело інформації про дискурс, як базова одиниця дискурсу, де знаходить своє відображення результат дискурсивного мислення, хід думок, їх послідовність та зв'язність ідей [8: 22]. Під інтерв'ю, яке ґрунтується на безпосередній взаємодії його учасників, мають на увазі саме когнітивний процес, пов'язаний з реальним мовленням, творенням мовленнєвого твору, текст є кінцевим результатом процесу мовленнєвої діяльності, що набирає певної закінченої (та зафіксованої) форми [5: 35]. Таке протиставлення реального мовлення його результату допомагає зрозуміти те, коли саме текст німецькомовного інтерв'ю може трактуватися як дискурс: тоді, коли він реально сприймається і потрапляє до свідомості читача.

Нова когнітивна парадигма акцентує однаково важливість адресанта й адресата для створення інтерв'ю сучасної преси, отже, когнітивний підхід до вивчення німецькомовних публіцистичних інтерв'ю повністю відповідає сучасній антропоцентричній науковій парадигмі, зосереджуючи увагу на суб'єкті (мовці) [9: 110].

У будь-якому інтерв'ю наявні такі комуніканти: адресант (колективний автор, який включає інтерв'юера та респондента) і адресат (читач). Когнітивний аналіз дозволяє трактувати їх як осіб діючих, активно сприймаючих та продукуючих інформацію; таких, які керуються у своїй мисленнєвій діяльності певними схемами, програмами, планами і стратегіями. Мовленнєві стратегії у новій парадигмі постають як когнітивні процеси, за допомогою яких респондент та інтерв'юер співвідносять свої прагматичні цілі з їх мовним вираженням [2: 110].

Категорія антропоцентричності підкреслює ті експліцитно виражені думки, настрої, переживання адресанта, що стають об'єктом зацікавлення масового ідеалізованого адресата. Фіксуючи свої настрої та міркування, адресант обов'язково апелює до адресата, спонукає його до інтерпретації текстового повідомлення. Для здійснення адекватного інформаційного обміну в тексті інтерв'ю колективному автору необхідно врахувати потенційні когнітивно-інтелектуальні задатки уявного читача. Тобто, тексти інтерв'ю сучасної німецькомовної преси служать засобом утілення ментально-когнітивних почуттів свідомості автора та адекватної інтерпретації їх читачем.

Процес спілкування німецькою мовою між респондентом та інтерв'юером, на базі якого створюється інтерв'ю, може бути окреслений як сукупність процедур над моделями світу (в широкому розумінні), що веде до передачі знань від одного учасника спілкування до іншого. При цьому відбувається зміна структур знань не лише у адресата мовленнєвого акту, але й у самого мовця – у його моделі світу з'являються знання про те, що деяка інформація була передана адресату. Процес розуміння висловлювання при цьому поділяється на два основних етапи: побудова адресатом концептуального образу окресленої ситуації та інтеграція цього образу до моделі світу [16: 11; 17: 110].

Принцип конструктивізму дозволяє побачити, як змісти окремих мовних висловлювань «випрацьовуються», спільно формуються обома комунікантами під час обміну репліками. Змісти-конструкти постають як результат послідовності взаємних змін у компетенції інтерв'юера та респондента з урахуванням ситуації і контексту, як результат дискурсивних «домовленостей» [2: 15].

Сучасне німецькомовне публіцистичне інтерв'ю слід розглядати як складне комунікативне явище, яке включає, окрім тексту, ще й екстралінгвальні чинники – знання про світ, настанови, цілі адресата, – необхідні для розуміння тексту, тобто сприймати публіцистичне інтерв'ю як складну систему ієрархії знань. Іншими словами, інтерв'ю не обмежується рамками конкретного мовного висловлювання. Воно розглядається як зв'язний текст у сукупності з екстралінгвальними – прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими чинниками [18: 136].

Таким чином, створюючи інтерв'ю, автор використовує два види знань: вербальні та фонові (первинні), останні з яких утворюють інформаційну базу суб'єктів спілкування. Фонові знання – це спільні знання респондента, інтерв'юера та читача, що відбивають загальні уявлення про навколишній світ, формують стереотипи поведінки та морально-етичні закони буття. Такі знання, що відносяться, насамперед, до географії, історії, громадського життя, мистецтва і культури, звичаїв і традицій країни досліджуваної мови, відображає саме фонову лексику, яка відома усім членам лінгвокультурної спільноти. Так, німцям добре відомо, що *der Ku-Damm* – це скорочена назва від *Kurfürstendamm* – центральної вулиці Берліна з магазинами, готелями, ресторанами, а *TEE-Züge/ Trans-Europa-Express-Züge* – це транс'європейський поїзд-експрес, що курсує між найбільшими західноєвропейськими містами; що *West Athen* (Західні Афіни) – це образна назва Мюнхена як міста з великою кількістю музеїв, театрів, високою музичною культурою та архітектурою, а *Weißer Sonntag* – це назва першої неділі після Великодня. Автор, оперуючи фоновими знаннями, вербалізує і ту інформацію, що накопичується у процесі життя. Читач знаходить цю різницю із власними знаннями та інтерпретує її. Відтак фонові знання забезпечують успішність мовленнєвого акту, оскільки вони є інформаційним фондом, єдиним для творця тексту та його інтерпретатора. Наявність фонових знань пояснює процес взаєморозуміння між автором і читачем, хоча завдання у кожного різні [9: 116].

Отже, в сучасному німецькомовному публіцистичному інтерв'ю респондент та інтерв'юер використовують не лише ізольовані дані мови, але й увесь свій досвід (мовний та соціальний), знання, інтерпретаційні механізми, що з'являються у процесах категоризації та концептуалізації світу.

Переорієнтація наукових інтересів у сучасному загальному мовознавстві виявляється не лише у перенесенні уваги від об'єкта до суб'єкта, але й у переході до вивчення одиниць, що відрізняються високим рівнем складності. Їх успішне вивчення вже стає не під силу наявним раніше методам лінгвістичних досліджень. Щоб впоратися з назрілими завданнями, необхідно було перейти від одиниці поняття до виявлення всієї структури пізнавальних процесів. Так виникла когнітивна лінгвістика – новий лінгвістичний напрям, у центрі уваги якого знаходиться мова як когнітивний механізм, задіяний у репрезентації (кодуванні) та передачі інформації, при цьому когнітивні механізми та структури людської свідомості досліджуються через мовні явища [17: 109].

До початку 90-х років XX століття зарубіжна когнітивна лінгвістика представляла собою сукупність індивідуальних дослідницьких програм, майже не пов'язаних між собою. Однак уже в середині 90-х рр. у Європі виходить перший підручник із когнітивної лінгвістики «Вступ до когнітивної лінгвістики» Ф. Унгерера та Х. Шміда [19]. Серед сучасних учених-когнітивістів доцільно назвати С.А. Жаботинську [3], І.С. Шевченко [10], Х. Штронера [20] та інших, які у своїх роботах постійно підкреслюють значення «людського чинника» у мові.

Той факт, що на сучасному етапі все більше коло мовознавців починає поділяти концепцію когнітивної обумовленості основних лінгвістичних одиниць і структур, призводить до зміщення фокусу дослідження від очевидних поверхневих текстових репрезентацій (форми вираження) до власне змістових одиниць і структур людського знання, що формуються за участю мови й одночасно тією чи іншою мірою відображаються у мовних одиницях, беручи участь у процесах породження та інтерпретації мовних повідомлень [3; 7].

Широта поставлених завдань, що поєднується з надзвичайною складністю об'єкта, визначає різні напрями дослідження, а отже й різноманітність тих одиниць, що, з одного боку, розглядаються як самостійні, елементарні об'єкти аналізу в когнітивній науці, а з іншого – як інструмент породження й сприйняття дискурсу, і це, власне, передає їх відношення до мовознавства. Такими визначальними одиницями, очевидно, можна вважати прототипи, стереотипи, фрейми та сценарії [17: 117], акцентуючи у нашій розвідці їх важливість для створення і розуміння німецькомовного публіцистичного тексту інтерв'ю як результату дискурсу реальної розмови інтерв'юера та респондента.

Співвідношення між цими одиницями когнітивної лінгвістики не є достатньо схарактеризованими і зводяться до відмінностей розумових операцій, що відбуваються під час їх утворення та за безпосередньою участю. Прототипи характеризуються як інструменти, за допомогою яких людина може впоратися з безмежною кількістю стимулів, що пропонуються дійсності [21: 48].

Слід зазначити, що вчені [9; 11] критикують теорію прототипів за непридатність до опису багатьох конкретних понять, обґрунтовуючи це твердження тим, що думка не обмежується прототипами, і тому поняття взагалі навряд чи можна ними представити. Відтак теорію прототипів можна розглядати як одну із центральних ланок іншої, загальноїшої теорії подання знань – теорії фреймів.

Теорія фреймів уперше ввів у науковий ужиток на початку 70-х рр. XX століття М. Мінський [22]. Початковим етапом для неї слугує той факт, що людина, намагаючись пізнати нову для себе ситуацію або по-новому переглянути звичні речі, вибирає зі своєї пам'яті певну структуру даних (образ), що називається фреймом, із таким розрахунком, щоб шляхом зміни в ній окремих деталей зробити її придатною для розуміння ширшого кола явищ або процесів [22: 47].

Оскільки у фреймі обов'язково наявні фокус і фон, а значення слів можуть визначатися й усвідомлюватися на фоні контексту в поєднанні з навколишньою культурою, фрейм також визначають як систему категорій, структурованих відповідно до деякого мотивуючого контексту. Мотивуючим контекстом називають корпус розуміння, структуру практик або історію соціальних установок, на фоні яких стає зрозумілим утворення тієї чи іншої категорії в історії мовної спільноти [23: 59].

Отже, теорія фреймів напрацьована, щоб пояснити швидкість сприйняття й мислення людини, а також фактичну відсутність ментальних явищ, які піддаються спостереженню і супроводжують ці процеси [3: 6].

Прототипи й стереотипи виступають складовими частинами (слотами) фрейму. За допомогою прототипа явище розпізнається й називається, тобто певний фрейм активується у свідомості та має відповідний лінгвістичний корелят – мовний знак. Далі стереотипні (спільні для багатьох) знання про явища й предмети навколишньої дійсності складають основний кістяк фрейма й дозволяють людям порозумітися та взаємно пристосуватися до спільних дій [17: 120].

Стереотип у когнітивній лінгвістиці визначається як стандартна думка про соціальні групи або окремі особи – представники таких груп. Джерелом формування стереотипів може виступати громадська думка, реалізована засобами масової інформації [17: 121].

Окрім стереотипних, у свідомості виокремлюють також індивідуальні знання, пов'язані з особистим досвідом суб'єкта, його інтелектом та ерудицією. Фрейми, позначувані одним і тим самим знаком, розрізняються у свідомості різних мовних особистостей із урахуванням як стереотипних, так і індивідуальних знань про те чи інше явище. Так утворюються сценарії – знання про вміння вести себе у кожній окремо взятій ситуації [24: 77]. Як відомо, відмінності в знаннях, визначаючи й різні сценарії діяльності (вчинки), є причиною когнітивного дисонансу, що веде до неузгодженості дій [3: 7]. Сценарієм мовознавці називають різновид структури свідомості, який виробляється у результаті інтерпретації тексту, коли його ключові слова та ідеї утворюють тематичні (сценарні) структури на основі стандартних стереотипних значень, що приписуються термінальним елементам. Інакше кажучи, сценарій – це набір об'єднаних часовими й причинними зв'язками понять нижчого рівня, що описує упорядковану в часі послідовність стереотипних подій [25: 181].

За такого підходу розглянуті категорії у нашому дослідженні є перш за все когнітивними й належать до ментальної діяльності інтерв'юера та респондента сучасного німецькомовного публіцистичного інтерв'ю. Лінгвістичні характеристики можуть бути їм приписаними лише у тому випадку, якщо виявиться специфіка їх дискурсного втілення. Як відомо, знання, щоб бути переданим іншому, повинно репрезентуватися мовою, а отже, воно обслуговується певним мнемонічним мовним блоком, що зберігається у нашій пам'яті конгломератом слів та конструкцій. Таким чином, прототипи й стереотипи набувають «лінгвістичності», якщо вони розглядаються як частини фрейма – лінгвокогнітивного явища, що бере безпосередню участь у породженні та розумінні інтерв'ю сучасної німецькомовної преси.

Одержані результати дослідження можуть бути використані для подальших розвідок у загальному мовознавстві щодо когнітивних та комунікативних особливостей текстів різних типів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кусько К. Я. Лінгвістика тексту та її когнітивний потенціал / К. Я. Кусько // Іноземна філологія. – 1999. – № 111. – С. 98–102.

2. Безугла Л. Р. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : монографія / Безугла Л. Р. – Харків : Константа, 2005. – 356 с.
3. Жаботинская С. А. Когнитивная лингвистика : принципы концептуального моделирования / С. А. Жаботинская // Лінгвістичні студії : зб. ст. – Черкаси : Сіяч, 1997. – Вип. 2. – С. 3–11.
4. Кибрик А. А. Когнитивные исследования по дискурсу / А. А. Кибрик // Вопросы языкознания. – 1994. – № 5. – С. 126 – 139.
5. Кубрякова Е. С. Начальные этапы становления когнитивизма : Лингвистика – психология – когнитивная наука / Е. С. Кубрякова // Вопросы языкознания. – 1994. – № 4. – С. 34–47.
6. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика / Маслова В. А. – Мн. : ТетраСистемс, 2004. – 256 с.
7. Apostel L. Perspektiven der kognitiven Linguistik / L. Apostel, S. W. Felix // Sprache und Wissen : Studien zur kognitiven Linguistik. – Opladen, 1990. – S. 5–19.
8. Felix S. W. Kognitive linguistik. Repräsentation und Prozesse / Felix S. W., Habel C., Rieckheit G. – Opladen : Westdt. Verl., 2004. – 320 S.
9. Schwarz M. Einführung in die kognitive Linguistik / Schwarz M. – Tübingen, Basel : Francke, 1992. – 478 S.
10. Шевченко И. С. Об историческом развитии когнитивного и прагматического аспектов дискурса / И. С. Шевченко // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2000. – № 471. – С. 300–307.
11. Stenberg R. J. The nature of cognition / Stenberg R. J. – Cambridge : MIT Press, 1999. – 736 p.
12. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию / Гумбольдт В. фон. – М. : Прогресс, 2000. – 396 с.
13. Мірченко М. К. Когнітивно-лінгвістичний аспект картини світу та рівні категорійності / М. К. Мірченко // Лінгвалізація світу : Теоретичний та методичний аспекти : міжнар. наук. конф., 25 – 26 трав. 2006 р. : тези доп. – Черкаси, 2007. – С. 44–48.
14. Апалат Г. П. Структура, семантика і прагматика текстів інтерв'ю (на матеріалі сучасної англomовної преси) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Апалат Ганна Павлівна. – К., 2002. – 203 с.
15. Солганик Г. Я. Выразительные ресурсы лексики публицистики / Г. Я. Солганик // Поэтика публицистики. – М., 1990. – С.10–20.
16. Баранов А. Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход) : автореф. дисс. на соискание уч. степени доктора филол. наук : спец. 10.02.19 „Языкознание” / А. Н. Баранов. – М., 1990. – 48 с.
17. Полюжин М. М. Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення : монографія / Полюжин М. М. – Ужгород : Закарпаття, 1999. – 240 с.
18. Арутюнова Н. Д. Дискурс / Арутюнова Н. Д. // Языкознание. Большой энциклопедический словарь [сост. В. Н. Ярцева]. – М. : Советская энциклопедия, 1998. – С. 136–137.
19. Ungerer F. An Introduction to Cognitive Linguistics / F. Ungerer, H. J. Schmid. – London and New York : Longman, 1996. – 293 p.

20. Strohner H. Textverstehen. Kognitive und kommunikative Grundlagen der Sprachverarbeitung / Strohner H. – Opladen : Westdeutscher Verlag, 1990. – 550 p.
21. Verschueren J. Metapragmatics and universals of linguistic action / J. Verschueren // Linguistic action : Some empirical-conceptual studies. – Norwood (N. J.) : AG, 1987. – P. 125–140.
22. Минский М. Фреймы для представления знаний / Минский М. – М. : Энергия, 1979. – 152 с.
23. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания / Ч. Филлмор // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1988. – Вып. 23. – С. 52–92.
24. Селіванова О. О. Актуальні напрямки сучасної лінгвістики (аналітичний огляд) / Селіванова О. О. – К. : Вид-во укр. фітосоціол. центру, 1999. – 148 с.
25. Краткий словарь когнитивных терминов [сост. Е. С. Кубрякова и др.]. – М. : МГУ, 1996. – 245 с.

УДК 811.111

*Романова (Музиченко) Г.П.
(Київ, Україна)*

ТЕКСТОТВІРНІ ФУНКЦІЇ ТРАНСФОРМОВАНИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ЗАГОЛОВКАХ (на матеріалі англомовних періодичних видань)

Стаття присвячена функціональним характеристикам трансформованих фразеологічних одиниць. Досліджуються текстотвірні функції модифікованих ФО у складі публіцистичних заголовків та функціональні особливості окремих прийомів фразеологічних перетворень.

Ключові слова: *фразеологічна одиниця, заголовок, функція, текст, контекст.*

Статья посвящена функциональным характеристикам трансформированных фразеологических единиц. Исследуются текстообразующие функции модифицированных ФЕ в составе публицистических заголовков и функциональные особенности отдельных приемов фразеологических превращений.

Ключевые слова: *фразеологическая единица, заголовок, функция, текст, контекст.*

The article is dedicated to the functional characteristics of transformed phraseological units. The author investigates textual functions of transformed phraseological units as part of headlines and functional peculiarities of specific ways of phraseological modifications.

Key words: *phraseological unit, headline, function, text, context.*

Заголовок – це частина композиційної структури тексту і, як справедливо зазначає Е.О. Лазарева, «заголовок складає єдину систему з текстом» [1: 3]. Хоча формально він