

## STRUCTURA SINTACTICĂ A TITLULUI ARTICOLULUI DE PRESĂ SPORTIVĂ ÎN LIMBA FRANCEZĂ

*Brega Viorica,*

*Universitatea de Stat de Educație Fizică și Sport, Chișinău*

**Cuvinte-cheie:** articol de presă, metafuncție, titlu, sintagmă, propoziție.

Titlul, ca unitate textuală, se referă la un domeniu încă puțin studiat, fapt menționat și în literatura de specialitate (L. Mai-Ho-Dac). În acest sens, nu constituie o excepție nici titlul articolelor de presă. Lucrarea de față își propune ca scop descrierea structurii sintactice a titlurilor articolelor de presă sportivă franceză. Analiza efectuată se bazează pe teza propusă în *La systématique fonctionnelle*, conform căreia orice element al unui text îndeplinește trei metafuncții: interpersonală (stabilirea relațiilor dintre locutor și interlocutor), ideatională (reprezentarea lumii reale), textuală (orientată spre crearea a însuși textului). Dat fiind că titlul își asumă rolul de organizare materială a textului, participând din plin la construirea discursului, în lucrarea de față ne interesează în mod deosebit metafuncția a treia.

Corpusul materialului supus analizei este format din 1251 exemple de titluri, excerptate prin metoda extragerii complete din 25 numere ale publicației franceze „Revue Olympique” din anii 2002 – 2017. Analiza stocului de titluri demonstrează că, din punct de vedere sintactic, în 7% din exemple titlul se prezintă sub formă de substantiv (comun sau propriu) nedeterminat („*Cyclisme*”, „*Les athlètes*”, „*Mes jeux*”), adică este vorba de titluri monomembre. Cu mult mai numeroase s-au dovedit a fi titlurile sub formă de sintagme nominale (62%): simple sau binare, adică formate din două elemente – un determinat și un determinant („*Ballon rond*”, „*Double championne*”) și dezvoltate – formate din mai mulți constituenți („*Le retour d’une star du judo*”, „*L’actualité du Mouvement Olympique*”). Nu sunt excluse nici sintagmele verbale („*Passer la barre*”, „*Prendre le relais*” - 2%), nici cele adverbiale („*Toujours plus haut*”, „*Un an plus tard*” - 2%). Un interes deosebit îl prezintă titlurile sub formă de propoziții: simple („*Les jeux s’annoncent*”, „*Bach donne le ton*” - 2%), dezvoltate („*Le forum des athlètes du CIO demande des mesures sévères contre le dopage*” - 25%) sau chiar compuse („*CIO crée une équipe d’athlètes olympiques réfugiés qui recevra un financement de la Solidarité Olympique en vue de RIO 2016*”). În ceea ce privește tipul titlurilor-propoziții, predomină, desigur, propozițiile enunțiative. Mult mai rar apar în titlu totuși și cele interogative („*La troisième fois, c’est la bonne?*”, „*Quelles sont les tendances?*”) sau exclamative („*Que les Jeux commencent!*”). Așadar, marea majoritate a articolelor analizate au ca titlu sintagme nominale dezvoltate sau chiar propoziții întregi.

Concluzia care se impune din analiza efectuată este că, la ora actuală, se conturează foarte clar o tendință destul de pronunțată a autorilor de articole din presa sportivă franceză de a-și formula titlurile într-un mod cât mai prolix, în intenția de a prezenta, chiar în titlu, cât mai multe detalii despre cele descrise în textul articolului. În unele cazuri se poate vorbi de titlu-rezumat sau titlu-reclamă. Observațiile făcute în lucrare pot găsi aplicare la orele practice de limbă franceză în USEFS.