

В. І. Горбачук
Хмельницький національний університет
Науковий керівник: канд. філол. наук,
доцент О. М. Дорофєєва

Експресія англомовного заголовку

Газети відіграють значну роль в сучасному житті. Газетну публіцистику називають літописом сучасності, адже вона є віддзеркаленням подій і звертається до щоденних проблем суспільства – політичних, соціальних, побутових, філософських тощо. А заголовок є орієнтиром читача у вирі газетних статей. Заголовок – це також і політичне обличчя газети. Він формує наше ставлення до публікації, вказує на авторську позицію в тлумаченні того чи іншого факту. Вдалий заголовок несе в собі велике інформаційне навантаження, що є особливо важливим у наше сторіччя «вибуху інформації». Саме заголовок формує у читача загальне уявлення про матеріал статті та дозволяє обрати найбільш важливе для подальшого ознайомлення [2: 40].

Особливостям газетно-публіцистичного стилю, зокрема проблемам вираження експресивності заголовків, присвячено чимало досліджень як англійської, так і німецької, французької, російської преси. Необхідно зазначити, що проблема емоційно-експресивної забарвленості тексту та окремих його одиниць вираження по-різному розглядається у мовознавстві в цілому. Більшість дослідників розглядають емоційність та експресивність мови – ці дві сторони виразності – як невід’ємну єдність. На думку багатьох учених, емоційне в мові служить для вираження почуттів, а експресивне – для посилення виразності та образотворчості; емоційне протиставлено інтелектуальному, а експресія захоплює як інтелектуальне, так і емоційно-вольове [1: 29]. У цьому випадку експресивність є ширшою за емоційність. Визначення експресивності Н.М. Разінкіної здається найбільш повним і об’єктивним: «Мовна експресія – це складна лінгвістична категорія, яка опирається на цілий комплекс соціальних і внутрішньомовних факторів, та проявляється як інтенсифікація виразності повідомлення, збільшення (підсилення) діючої сили висловлювання» [5: 59].

Метою цієї роботи є визначення та опис експресивних засобів у сфері газетних заголовків на прикладі англомовної преси. **Предметом** нашого дослідження виступають експресивні засоби, присутні в газетних заголовках.

У сфері лексики для заголовків англійських газет характерне використання невеликого числа спеціальних слів, що складають свого роду «заголовний жаргон» або «заголовні кліше»: ban, bid, claim, crack, crash, cut, dash, hit, move, pact, plea, probe, quit, quiz, rap, rush, slash і ін. Особливістю такої «заголовної лексики» є не лише частота її вжитку, але і універсальний характер її семантики. Слово «pact» в заголовку може означати не лише «пакт», але і «договір», «угоду», «операцію» і тому подібне. Дієслово «hit» може бути вжито у зв'язку з будь-яким критичним виступом. «Red» може означати і «комуністичний», і «соціалістичний», і «прогресивний»; «bid» має на увазі і «заклик», і «запрошення», і «спробу досягти певної мети» і т.д. [4: 130]:

- *National Gallery Launches Bid to Buy the Titian* - *Національна галерея намагається придбати картину Тіціана* [6];
- *Bid to Stop New Police Powers* - *Заклик не допустити розширення прав поліції* [6].

Кожного журналіста хвилює питання, як звучатиме його заголовок. Часто доводиться попрацювати, аби підібрати необхідні слова та досягти ефекту **алітерації** в заголовку – повтору голосних чи приголосних звуків, що надає заголовку виразності та привабливості:

- *The Costumed of Comic Con* [6];
- *Knife Games: A Weird Weekend With the World's Top Plastic Surgeons* [6];
- *Long Live Longform* [6].

Метафора також вживається в заголовках газетних статей, проте, не завжди вона має позитивний відтінок:

- *Is This the Death of the Mass Brand?* [6];
- *The world economy is flying with only one engine* [7];
- *How British Supermarkets Are Being Eaten Alive* [6].

У газетних заголовках часто використовуються **гра слів** та **каламбур**. Гра слів відіграє в заголовку статті важливу роль, враховуючи своєрідність заголовного комплексу, обумовлену тими функціями, які він покликаний виконувати в публіцистичному тексті, зокрема, як ми вже знаємо, заголовок – це структура особливого характеру, її основна задача – привернути увагу потенційного читача до обговорюваної проблеми [4: 135]:

- *Feeling a Bit Iffy About 'Abilify' ('Abilify' – ліки від депресії, які заборонено рекламувати) [6];*

- *Why I like leading ladies who don't act ladylike (тут йдеться про акторок, у яких переважають чоловічі риси)[7];*

- *Ship Any Item With Shyp Without Putting Your Pants On ('Shyp' – нещодавно створена фірма у Нью-Йорку, яка займається перевезенням товарів) [6].*

Найбільш характерними для газети є **неологізми** у зв'язку з їх експресивно-емоційною забарвленістю. Дуже часто журналісти самі винаходять нові слова за допомогою існуючих у мові морфологічних засобів. Такі неологізми є okazionalnymi:

- *Grexit: three reasons it should not be treated lightly; ('Grexit' означає 'The Greek euro exit') [7];*

- *Facts & Figures: Americans Like Their 'Obamacare' [8].*

Назви та імена досить часто використовуються в газетно-інформаційних матеріалах у скороченій формі. Часто ці **скорочення** можуть бути невідомими широкому колу читачів і їх значення тут же розшифровуються. Велика кількість таких скорочень – це характерна риса газетно-інформаційного стилю сучасної англійської мови [3: 227].

- *Permanent TSB fails ECB's EU-wide financial stress test (TSB – 'Trustee Savings Bank' – британський банк; ECB – 'European Central Bank' – європейський центральний банк)[7];*

- *Labour faces losing up to 20 seats in Scotland as SNP support surges (SNP – 'Scottish National Party' – шотландська національна партія) [7];*

- *Directors' body backs TUC claim for higher wages (TUC – 'Trades Union Congress' – Британський конгрес тред-юніонів) [7].*

Отже, заголовок у газеті покликаний виразити основну мету повідомлення, встановити контакт з читачем, привернути його увагу, викликати зацікавленість до теми матеріалу. У той же час заголовок актуалізує найбільш важливу інформацію повідомлення. Тому у пресі сформувався окремий стиль газетного заголовку з притаманними тільки йому лексико-граматичними та стилістичними рисами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Галкина-Федорук Е. М. Об экспрессивности и эмоциональности. Сборник статей по языкознанию / Е. М. Галкина-Федорук. – М. : Изд-во МГУ, 1958. – 124 с.
2. Коваленко А. М. Заголовок англомовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика / А. М. Коваленко. – КНЛУ : К., 2002. – 187 с.
3. Комиссаров В. Н. Пособие по переводу с английского языка на русский / В. Н. Комиссаров. – М. : Высшая школа, 1965. – 268 с.
4. Малюга Е. Н. Роль заголовков и подзаголовков в англо-американской прессе / Е. Н. Малюга. – Москва, 2005. – 150 с.
5. Разинкина Н. М. Стилистика английской научной речи / Н. М. Разинкина. – М. : Наука, 1972. – 198 с.
6. Impoco J. Newsweek [Електронний ресурс] / J. Impoco. – Режим доступу : <http://www.newsweek.com> – Газета «Newsweek».
7. Martinson J. The Guardian [Електронний ресурс] / J. Martinson. – Режим доступу : <http://www.theguardian.com> – Газета «The Guardian».
8. Smurl P. The New York Times [Електронний ресурс] / P. Smurl. – Режим доступу : <http://www.nytimes.com> – Газета «The New York Times».