

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Факультет лінгвістики

Кафедра теорії, практики та перекладу англійської мови

«На правах рукопису»
УДК _____

До захисту допущено:

Завідувач кафедри

_____ Лариса ТАРАНЕНКО

«__» _____ 2022 р.

Магістерська дисертація

на здобуття ступеня магістра

**за освітньо-професійною програмою ««Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська»**

зі спеціальності 035 «Філологія»

**на тему: «Лексико-граматичні та структурні особливості газетних
заголовків та їх переклад українською мовою»**

Виконав (-ла):

студент (-ка) II курсу, групи ЛА-311мп

Моспіна Оксана Андріївна _____

Науковий керівник:

Доцент, к. філол. н.

Алексенко В.Ф. _____

Рецензент:

Професор, д. філол. н.

Калита А.А. _____

Засвідчую, що у цій магістерській
дисертації немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань.

Студент (-ка) _____

Київ – 2022 рік

**Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**

Факультет лінгвістики

Кафедра теорії, практики та перекладу англійської мови

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Спеціальність (спеціалізація) – 035 Філологія (035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Ініціали,
прізвище

«__» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на магістерську дисертацію студенту

Моспіній Оксані Андріївні

1. Тема дисертації «Лексико-граматичні та структурні особливості газетних заголовків та їх переклад українською мовою», науковий керівник дисертації: Алексенко Віталія Федорівна, доцент, к. філол. н., затверджені наказом по університету від 26 жовтня 2021 р., № 3581-с.
2. Термін подання студентом дисертації: 28 листопада 2022 року.
3. Об'єкт дослідження: заголовки британських і американських газет та журнальних статей.
4. Предмет дослідження: лексичні, структурно-граматичні, стилістичні та семантичні особливості функціонування заголовків газетних статей, а також способи їх перекладу українською мовою.
5. Перелік завдань, які потрібно розробити:
 - 1) розглянути поняття заголовка, його основні функції та характеристики;

- 2) розглянути функціонально-стилістичні та семантичні характеристики англомовних газетних заголовків;
- 3) виділити лексичні та граматичні трансформації при перекладі заголовків англомовних газет на українську мову і проаналізувати особливості;
- 4) навести статистичні дані частоти використання перекладацьких трансформацій при перекладі англійських газетних заголовків українською мовою.

6. Перелік ілюстративного матеріалу: 57 джерел, зокрема електронні видання The Guardian, Reuters, The Economist.

7. Перелік публікацій: тези на міжнародній конференції.

8. Дата видачі завдання: 01 жовтня 2021 року

Календарний план

№ з/п	Назви етапів виконання магістерської дисертації	Строк виконаних етапів магістерської дисертації	Примітка
1	<i>Обґрунтування теоретичних передумов дослідження</i>	<i>до 20.12.2021</i>	<i>вик.</i>
2	<i>Формування програми й методики дослідження</i>	<i>до 20.05.2022</i>	<i>вик.</i>
3	<i>Аналіз досліджуваного матеріалу та виклад і оформлення результатів дослідження</i>	<i>до 10.11.2022</i>	<i>вик.</i>

Студентка

О.А. Моспіна

Науковий керівник дисертації

В.Ф. Алексенко

РЕФЕРАТ

Моспіна О.А. Лексико-граматичні та структурні особливості газетних заголовків та їх переклад українською мовою. Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня магістра зі спеціальності 035 «Філологія». КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, 2022.

У кваліфікаційній роботі розглянуто поняття газетного заголовка, проаналізовано його лексико-граматичні, структурні, стилістичні характеристики, виділено основні лексичні та граматичні трансформації при перекладі заголовків англomовних газет на українську мову і проаналізовано особливості їх застосування, наведено статистичні дані частоти використання перекладацьких трансформацій при перекладі англійських газетних заголовків українською мовою.

Наукова новизна роботи полягає у вивченні специфіки перекладу заголовків англomовних газет «Financial Times», «The Guardian», «Reuters», «The Wall Street Journal», «The New York Times» українською мовою, що висвітлювали різні події ХХІ століття, у застосуванні тематичної класифікації при перекладі заголовків та кількісного аналізу використання в них лексично-стилістичних засобів.

Практична цінність роботи визначається можливістю використання результатів на практичних заняттях з теорії та практики перекладу.

Апробація результатів дослідження. Основні методологічні, теоретичні результати і концептуальні положення дослідження обговорювались на ХХІІІ Міжнародній науково-практичній онлайн конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених “Science and Technology of the XXI Century”.

Публікації. Основні положення і результати дисертаційного дослідження висвітлено в публікації збірника матеріалів міжнародної науково-практичної конференції.

Ключові слова: газетний заголовок, назва, семантика, стилістика, публіцистичний стиль, перекладацькі трансформації.

ABSTRACT

Mospina O.A. Lexical-grammatical and structural features of newspaper headlines and their translation into Ukrainian. Qualifying research work with the manuscript copyright.

Thesis for the master's degree in specialty 035 “Philology”. Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Kyiv, 2022.

The qualification work considers the concept of a newspaper headline, analyzes its lexical and grammatical, structural, and stylistic characteristics, identifies the main lexical and grammatical transformations in the translation of English newspaper headlines into Ukrainian, and analyzes the peculiarities of their application, provides statistical data on the frequency of use of translation transformations in the translation of English newspaper headlines into Ukrainian.

The scientific novelty of the research lies in the study of the specifics of English-language newspapers as “Financial Times”, “The Guardian”, “Reuters”, “The Wall Street Journal”, “The New York Times” headlines translation into Ukrainian, which covered various events of the XXI century, in the application of thematic classification in the translation of headlines and quantitative analysis of the use of lexical and linguistic means in them.

The practical value of the work is determined by the possibility of using the results in practical classes on the theory and practice of translation.

The main methodological, theoretical results and conceptualities of the study were discussed at the XXIII International Scientific and Practical Online Conference of Higher Education Applicants and Young Scientists “Science and Technology of

the XXI Century”.

Publications. The main statements and results of the dissertation research are highlighted in the publication of materials at the international scientific and practical conference.

Keywords: *newspaper headline, title, semantics, stylistics, journalistic style, translation transformations*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ГАЗЕТНИЙ ЗАГОЛОВОК ЯК ЛІНГВІСТИЧНА ОДИНИЦЯ.....	11
1.1 Газетний заголовок: його роль, типи, функції та класифікація	11
1.2 Структурно-граматичні особливості газетних заголовків	21
1.3 Лексичні характеристики газетних заголовків	22
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	40
РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНІ ТА СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ.....	42
2.1 Комунікативно-функціональні особливості газетних заголовків	42
2.2 Семантичний аспект функціонування заголовка.....	49
2.3 Стилiстичні особливості газетних заголовків.....	54
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	60
РОЗДІЛ 3. ПЕРЕКЛАД АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ	62
3.1 Лексичні трансформації при перекладі англiомовних заголовків українською мовою.....	62
3.2 Граматичні трансформації при перекладі англiомовних заголовків українською мовою.....	68
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	82
ВИСНОВКИ.....	84
АНОТАЦІЯ.....	89
RESUME.....	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	93
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	98
ДОДАТОК А.....	100
ДОДАТОК Б.....	110

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Газети відіграють важливу роль у сучасному житті. Газетні новини називають хронікою сучасності, оскільки вони відображають події та звертаються до повсякденних проблем суспільства – політичних, соціальних, побутових, філософських тощо. Заголовки є точкою відліку читача у вирі газетних статей. Подібні порівняння не безпідставні, адже без назви ми губимося в морі інформації, часто минаючи основний зміст, щоб зосередитися на другорядному. Заголовки також є політичним обличчям газет. Це формує наше ставлення до публікацій, показує, як автори інтерпретують той чи інший факт. Вдала назва несе величезне інформаційне навантаження, що особливо важливо в наше століття «інформаційного вибуху». Саме заголовок дає читачеві загальне уявлення про матеріал статті і дозволяє вибрати найважливіше для подальшого читання.

У газетах заголовки відіграють особливу роль. Заголовок покликаний виразити основну мету інформації, встановити зв'язок із читачем, привернути його увагу, викликати інтерес до тематики опублікованого матеріалу. Водночас заголовок актуалізує найважливіше в інформації та виступає ефективним засобом впливу на читацьке сприйняття. Внаслідок цієї мети в англійських та українських ЗМІ склалися самостійні стилі газетних заголовків з багатьма притаманними лексико-граматичними та функціонально-стилістичними ознаками.

Особливий стиль заголовків газетних статей викликає певні труднощі з перекладом. Тому дана робота зосереджується переважно на характеристиках заголовків англійських газет, а водночас досліджує та порівнює типи заголовків українських та українських газет, вказує на деякі відмінності між ними та пропонує відповідні методи перекладу.

Мета даної роботи: Визначення та аналіз особливостей перекладу англomовних газетних заголовків українською мовою, порівняння та типологізація газетних заголовків двома мовами та виділення їх структурних, лексичних, граматичних та стилістичних відмінностей.

Поставлена мета передбачає розв'язання наступних **завдань**:

1. розглянути поняття заголовка, його основні функції та характеристики;
2. розглянути функціонально-стилістичні та семантичні характеристики англomовних газетних заголовків;
3. виділити лексичні та граматичні трансформації при перекладі заголовків англomовних газет на українську мову і проаналізувати особливості;
4. навести статистичні дані частоти використання перекладацьких трансформацій при перекладі англійських газетних заголовків українською мовою.

Об'єктом даного дослідження є заголовки британських і американських газет та журнальних статей.

Предметом дослідження є лексичні, структурно-граматичні, стилістичні та семантичні особливості функціонування заголовків газетних статей, а також способи їх перекладу українською мовою.

Для розв'язання поставлених завдань використовувалися наступні **методи та прийоми**: описові методи, завдання та методи конструктивного аналізу для моделювання структури заголовка; логіко-семантичний аналіз для порівняння змісту заголовка з текстом самого повідомлення; дослідження та аналіз джерел, газет.

Наукова новизна роботи полягає у вивченні специфіки перекладу заголовків англomовних газет «Financial Times», «The Guardian», «Reuters», «The Wall Street Journal», «The New York Times» українською мовою, що висвітлювали різні події XXI століття, у застосуванні тематичної класифікації

при перекладі заголовків та кількісного аналізу використання в них лексичностилістичних засобів.

Теоретичне значення роботи полягає у подальшій розробці питань, пов'язаних з вивченням заголовків газет, як таких, що передають первинну інформацію про зміст тексту.

Практична цінність роботи визначається можливістю використання результатів на практичних заняттях з теорії та практики перекладу.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, 2 теоретичних розділів, 1 практичного розділу, висновків до кожного розділу, загальних висновків, двох додатків та анотації. Список використаних джерел містить 57 позицій, всього було проаналізовано 200 одиниць. Дана робота складається зі 109 сторінок.

Апробація роботи. Результати дослідження обговорювались на XXIII Міжнародній науково-практичній онлайн конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених “Science and Technology of the XXI Century”.

РОЗДІЛ 1. ГАЗЕТНИЙ ЗАГОЛОВОК ЯК ЛІНГВІСТИЧНА ОДИНИЦЯ

1.1 Газетний заголовок: його роль, типи, функції та класифікація

Газети завжди відігравали важливу роль у культурному, соціальному та політичному житті людини. Це не тільки індикатор суспільно-політичних, економічних, культурних і соціальних проблем, своєрідне «дзеркало» подій, що відбуваються навколо, а й помічник у виборі сенсу, орієнтирів, пріоритетів у житті. У газетних публікаціях заголовки відіграють ключову роль і є ефективним засобом впливу на читачів. Заголовок покликаний виразити основну мету інформації, привернути увагу читача, викликати його зацікавленість і інтерес до змісту друкованого матеріалу, допомогти зорієнтуватися в різного роду інформації. Вона формує ставлення читача до видання, допомагає зрозуміти позицію автора в розкритті тієї чи іншої теми, повідомленні про подію, тлумаченні того чи іншого факту.

Багато авторів пишуть кількома мовами та перекладали свої твори іншими мовами. Багато читачів мають кілька мовних можливостей, тому корисно мати переклади книг їхніми рідними мовами. Однією з найважливіших особливостей будь-якого перекладу є його ясність, і це особливо важливо під час перекладу між різними мовами. Переклад з однієї мови на іншу вимагає тонкого розуміння як мов, так і стилів письма. Крім того, існує багато різних типів перекладів, наприклад глосарій або версії з машинним перекладом. По суті, переклад — це важлива навичка, яку можна ефективно використовувати, практикуючись.

Дослідники читацької поведінки газет стверджують, що заголовки привертають увагу читачів до сторінок видання та його статей. Вони є одними з основних текстів, які читаються на сторінці. Тому їхнє оформлення має бути ґрунтовним і привабливим, а зміст — відповідно сформульованим. Як зазначив журналіст М. Халлер, зі 100 користувачів сторінки 90 переглядали зображення та підпис під ним, 40-70 читали підпис, 20-60 читали. Для

підзаголовків починайте читати текст з 15 по 60, з максимум лише 50 читань тексту до кінця [3, с. 10].

Водночас різні масштаби пояснюються різними темами, позиціями і навіть формулюванням відповідних елементів. Не помиляйтеся: зображення та заголовки привертають увагу читачів до сторінок і статей. Для переважної більшості людей зображення, заголовки та підписи є основними мотиваторами почати читати [9, с. 10].

Професор В. Ф. Іванов вважає: «Гарний газетний заголовок повинен впливати на читача, тому його основою завжди є відповідність змісту, ясність, точність, яскравість, виразність» [15, с. 109-110].

На думку вченого, до найкращих газетних заголовків належать ті, що володіють такими характеристиками: максимальна інформативність, об'єктивне відображення змісту тексту, оригінальність і оригінальність, новинна чутливість і експресивність, вираження емоцій, сила думки, структурна цілісність і експресивність. інтонаційна точність термінів. Виходячи з вищевикладеного, В. Ф. Іванов: «Отже, хороший газетний заголовок - це концентроване відображення головної думки твору, основної думки автора, але відображення лаконічне, лаконічне, чітке, а як якомога конкретніше» [15, с. 110].

Вдало підібрана назва містить значне смислове навантаження, розвиває навички критичного мислення читача, вчить вибирати найважливіше, важливе і цінне для подальшого читання. Зауважте, що ефективність газетного тексту значною мірою визначається його заголовком, оскільки незаперечним фактом є те, що часто легше переконати читачів за допомогою добре написаного заголовка, ніж змісту. Крім того, дослідження психологів показують, що близько 80% читачів звертають увагу лише на назву [7, с. 119].

Газетні заголовки можна віднести до конкретних мовних явищ, які все частіше стають предметом дослідження лінгвістів. Переклад заголовків — окрема проблема в мовознавстві, від розв'язання якої багато в чому залежить розуміння іншомовних текстів і подальше їх використання. Для перекладачів

газетних репортажів німецькою, англійською, іспанською та іншими мовами важливо навчитися без спотворень передавати повідомлення іноземних ЗМІ, для цього необхідно розуміти структурні особливості такого матеріалу, щоб враховувати його культурна ідентичність читачів.

В даний час поняття «титул» має кілька визначень. Сучасний український тлумачний словник дає таке тлумачення: "Заголовок - 1. Назва твору або її частини, надрукована або написана над текстом; заголовок - 2. Специфікація. Початковий опис та/або ідентифікаційна частина повідомлення, таблиця, блок даних» [40, с. 312]. Українські науковці, які досліджували це питання, зазначали наступне: М. Тимошик назвав назву «назвою твору або його частин» [41, с. 250], В. Різун визначив, що «назва є орієнтиром, який позначає відображення найбільшого. важлива текстова інформація, спеціальні засоби» [35, с. 9].

На погляд Е.А. Лазаревої, заголовок є основною функцією тексту, а його мета – зробити зміст повідомлення зрозумілим і привернути увагу, усі найважливіші моменти [16, 72]; за визначенням Ю.В. Верещинської, газетний заголовок – це особливий вид медіатексту, що складається з одного або кількох речень, що називають газетний матеріал і передують основній частині статті, і відображають його основне [5], при цьому Т.Г. Добросклонська визначає медіатексти як величезне багат шарове явище, концептуальною основою якого є органічне поєднання мови та одиниць медіасеріалу [10, с. 40].

Широке визначення можна пояснити подвійною природою назви. З одного боку, це мовний конструкт, який представляє текст (розміщений над або перед ним), і тому може розглядатися як лінгвістичний елемент поза текстом, з певним ступенем незалежності. Заголовки ж виступають невід'ємною частиною тексту і утворюють з ним єдину систему.

Слід зазначити, що для різних трактувань цього поняття найбільш принциповим є те, що назва повинна виражати основну мету інформації, встановлювати зв'язок із читачем і, привертаючи його увагу, обов'язково викликати інтерес до опублікованого матеріалу. Водночас він актуалізує

найважливішу інформацію в повідомленні та діє як ефективний засіб впливу на сприйняття читачів. Можна стверджувати, що такий підхід є єдиним у світовому інформаційному просторі і простежується до особливості стилю, який формують газетні заголовки, з багатьма притаманними структурними, лексико-граматичними та функціонально-стилістичними ознаками, які зустрічаються в пресі багатьох країн.

Також варто зауважити, що газетні заголовки мають відповідати певним вимогам: щодо інформаційної насиченості — лаконічність викладу, узгоджується з основним змістом основного тексту, вибір мови означає підкреслення його зрозумілості (зрозумілості), ставлення до тексту. стилістична виразність, що досягається використанням відповідних мовних засобів (використання багатозначності, словотвірних засобів, емоційно-експресивної лексики), поєднанням ознак публіцистичного стилю та інших стилістичних ознак (наукового, офіційного, літературного) — художнього, просторіччя), завдяки різноманітності тем і жанрів.

На основі аналізу досліджень [13; 24; 26; 29] щодо різних аспектів газетних заголовків ми виділимо конкретні характеристики, якими повинен володіти якісний, можливо близький до ідеального заголовок: ясність, максимум інформації, стислість, об'єктивне відображення теми; оригінальність; публіцистична гострота і виразність, виразність емоцій, думки; структурна цілісність та інтонаційна виразність; доречність і конкретність; відповідність змісту матеріалу; точність термінів.

Зокрема, вчений, який досліджує розвиток мас-медіа І. Л. Михайлин, вказував на такі основні характеристики газетного заголовка: він повинен бути «виразним, лаконічним, змістовним, цікавим, легко запам'ятовуватися в пам'яті читача» [29, с. 225]. Чим компактніше виражена головна думка твору, тим сильнішою буде медіа-заголовок і тим легше воно сприйматиметься.

Залежно від структури заголовки їх можна класифікувати на певні типи. У цьому випадку є три основних типи заголовків:

- «Прості» заголовки – зазвичай складаються з одного речення, що виражає якусь завершену думку;
- «Складний» заголовок – відрізняється від простого заголовка тим, що складається з кількох окремих, логічно завершених частин, які також несуть певну завершену думку;
- «Заголовковий комплекс» – сюди входить основний заголовок і підзаголовки різноманітної складності і призначення.

Також заголовки можна класифікувати за призначенням і типом емоційного впливу на аудиторію: інтригуючі, страшні, скандальні, інтимні тощо. [5, с. 82]. У назвах часто вживаються окличні речення, риторичні запитання, образне вживання слів, метафори. Сучасний український дослідник В. Й. Здоровега виділяє типи заголовків за змістом: інформативний, спонукальний імперативний, проблемний, детерміновано-описовий, рекламно-цікавий [16, с. 108-109].

Як зазначає український дослідник Кійко Ю.Є., формулювання назви залежить від функції, яку вона має виконувати. Серед них дослідники виокремили такі основні ознаки назви:

Зверніть увагу, коли заголовок передає основний зміст тексту – суть повідомлення. Водночас читачі вже з назви бачать, про що йдеться в тексті.

- Інтерес, коли автор намагається привернути увагу реципієнта незвичайним «таємничим» заголовком. Тема статті ще незрозуміла реципієнту, що спонукає його прочитати повний текст.

- Структуровано, за допомогою заголовків намагаються виокремити тексти, їх частини, полегшити сприйняття інформації. Заголовки зазвичай виконують не одну функцію, а кілька функцій: основну та вторинну. З точки зору сприяння візуальному сприйняттю газетні заголовки постійно виконують структуруючу функцію, тоді як інші функції можуть проявлятися різною мірою в залежності від жанру [17].

В.В. Різун вважає, що функція заголовка полягає в позначенні тексту, тобто текст становить продукт. Тому кожна назва має декілька одночасних

значень [35, с. 72]. В.В. Різун, дослідник газетних заголовків, називає їх «поворотами», які представляють найважливішу текстову інформацію і орієнтують читачів по змісту. Саме «просунуті» елементи цих текстів підтримують розуміння читачем змісту [35, с. 53].

На цьому етапі майже всі слова та ілюстрації в газетних публікаціях мають заголовки, що є першим органічним елементом словесного видання, а зміст невіддільний від нього. На думку Є.В. Толкачова, завдання газетних заголовків «сприяти ідентифікації матеріалу, відображаючи його зміст і стиль викладу» [29, с. 3]. І.Л. Михайлин вказувала на такі основні характеристики заголовка: він повинен бути «виразним, лаконічним, змістовним, цікавим, легко відтворюваним у пам'яті читача» [29, с. 225].

Спочатку газетні заголовки просто відрізняли певне видання від інших. Згодом встановлюється номінативна (називна) функція, на якій і називається тема оповідання. Інформативна функція заголовка полягає в тому, що він більшою чи меншою мірою відображає зміст названого твору чи розділу. Апеляційна функція — агітаційна, і таким заголовком автор намагається вплинути на читача. Нарешті, заголовки можуть бути рекламою і служити засобом залучення читачів [29, с. 119].

На думку Є.О. Лазаревої, заголовок переважно виділяє матеріал колонок і відокремлює їх один від одного. Тим не менш, тут ми говоримо про графіку та функції розділення. Ця функція єдина, що досягається невербальними засобами: за допомогою виділення шрифту, використання кольорів, графічних засобів (лінії, малюнки) тощо. Але після першого прочитання газети, коли читач виділить певні заголовки, він обов'язково звернеться до мовного оформлення заголовків. Заголовки також виконують експресивну та оцінну функції [24, с. 70]. Заголовок залишається в полі зору, навіть коли читач продовжує читати текст. Тоді ми можемо обговорити функцію інтеграції (зв'язування).

Заголовки спрощують сприйняття тексту і відіграють важливу роль в організації мовних засобів. Залежно від типу заголовка, який обирає автор для

свого матеріалу, він досягає комунікативної мети. Фактично заголовок газети є реалізатором читацького сприйняття. Газетні заголовки як окрема лінгвістична одиниця. У ньому можуть бути використані всі відомі лексико-синтаксичні засоби, особливо прислів'я, приказки, назви відомих пісень, розмовні елементи [24, с. 4].

Дослідники виокремлюють декілька функцій, які виконують заголовки у публіцистиці:

1) Атрактивна функція, яка має на меті «привабити» читача, максимально привернути його увагу до написаного.

Наприклад, Д. Каплунов дотримується такої ж думки і зазначає, що заголовок мусить невимушено, непомітно підштовхнути читача до ознайомлення з основним текстом, заінтригувати і зачепити [13, с. 41].

2) Інформативна функція, яка передбачає, що із заголовка читач дізнається тему та основну ідею публікації

Дослідник Є. Толкачов також вважає, що публіцистичні заголовки повинні, насамперед, висвітлювати зміст тексту і допомагати реципієнту виявляти матеріал [22, с. 3].

3) Композиційна функція, під якою розуміють здатність заголовка пов'язуватися зі змістом основного матеріалу [11]

Сучасні дослідники-мовознавці все частіше говорять про таку рису заголовка у публіцистиці як поліфункціональність. Вона характеризується подвійною природою такого явища як заголовок, про яку ми зазначали вище. Зокрема, В.М. Абашина зазначає, що поліфункціональність заголовка проявляється у тому, що він одночасно є і фігурою, з якої починається сприйняття тексту, і узагальнюючим елементом усього написаного [1, с. 230].

Проаналізувавши праці дослідників і виділивши основні функції заголовків у публіцистичних текстах, робимо висновок, що усі вони дуже тісно взаємодіють між собою. Але ключовою все ж таки є інформативна функція. Навіть заголовок, створений з метою якнайсильніше зачепити, заінтригувати потенційного читача, повинен містити у собі інформацію, яка дозволить

читачеві сформувані уявлення про зміст основного тексту. Заголовок завжди повинен бути пов'язаним із текстом як композиційно, так і інформаційно, інакше очікування реципієнта не будуть виправдані, він почуватиме себе як риба, яку спіймали на гачок, заманивши яскравим заголовком, але не дали відповідної корисної та цікавої інформації.

Слід зазначити, що серед багатьох функцій газетних заголовків провідною все ж є інформативна, яка дозволяє скласти у читачів уявлення про характер тексту. Змова, закладена в заголовку, може привернути увагу до інформативного повідомлення, але автор не повинен вводити читача в оману, оскільки це прояв неповаги, який має свої наслідки. Газетні заголовки, створені на основі нерелевантних посилань на матеріал, стають провокаційними і викликають певні очікування у читача, який прагне ознайомитися з матеріалом, і в результаті ці очікування залишаються невиправданими.

Коли йдеться про сучасні газетні заголовки в агломовних газетах, ми помічаємо загальну тенденцію запозичення виразів з розмовної мови та художньої літератури. При цьому процес безперервного дослідження не зупиниться, адже новизна завжди привертає увагу та стимулює цікавість. Тому професіонали своєї справи (які створюють для них газетні тексти та заголовки) прагнуть утримати читача в матеріалі свіжістю форми та оригінальністю авторських ідей. Мистецтву оформлення газетних заголовків також приділялося багато уваги, щоб привернути увагу читачів до тексту.

Важливість заголовків важко перебільшити, адже це перший сигнал, що спонукає нас звернути увагу на текст або відкласти його в сторону. Саме він, випереджаючи основний матеріал, несе нам певну інформацію про статтю та видання в цілому. Він має двоїсту природу. З одної сторони, він сприймається як мовний елемент за межами тексту і є незалежним від нього. З другої сторони, це невід'ємний компонент тексту, зв'язаний з іншими елементами, що робить всю картинку єдиним цілим.

На думку Чжао Венцзе [12, с. 22] заголовок є одним з провідних компонентів тексту газети, що виконує інформативну, комунікативну, рекламноекспресивну, графічно-видільну, розподільну, сполучну функції. Він, з одного боку, виділяє замітку з ряду подібних, одночасно привертаючи увагу читачів до неї, з іншого боку, інформує про головну ідею публікації, висловлюючи авторський намір.

Журналісти англomовної преси прагнуть за допомогою заголовка звернути увагу, пробудити у читача активність, залучити його до процесу співтворчості. У цьому вони бачать головну умову переростання мимовільної первинної уваги в свідому зосередженість. З цією метою вони широко використовують різні методи актуалізації мовних засобів, посилення смислового навантаження, пожвавлення заголовка, виявлення авторського ставлення до тексту газетного матеріалу.

Розглядаючи заголовки англійських газет, читач завжди бере участь у пошуку та «перекладі» значення. Вони є цікавим прикладом безмежної варіації застосування лексичних засобів мови для виведення правил роботи з заголовками і використання цих правил для пошуку сенсу.

Щоб звернути увагу читача журналісти англomовної газети створюють заголовки якомога простішими, але в той же час, наповненими інформацією про статтю, вони несуть в собі загадку та відображають стиль видання.

Особливістю англomовних заголовків є те, що використовується активне дієслово для динаміки та експресивності. Часто, для привернення уваги до основної думки статті, в заголовках опускаються артиклі, деякі слова. Намагаючись підкреслити пропуск елементів у заголовках англійських газет, ми згадуємо процес, відомий як еліпсис – явище, яке існує у всіх мовах. Опускаючи деякі мовні елементи із заголовка, письменник залишає частину висловлювання, щоб читач був залучений в процес створення і сам зрозумів повне значення з лінгвістичного контексту, а саме елементи навколо опущеної частини. В основному існує два типи еліпсису: структурний (текстовий) і ситуативний.

Аналізуючи англомовні заголовки бачимо, що переважає структурний еліпсис.

Події, що мали місце в минулому, зазвичай передаються в заголовках у теперішньому часі, що додає виразності, наближає читача, а іноді ніби робить його учасником цих подій і тим самим посилює його інтерес до матеріалу публікації. Дії, пов'язані з майбутнім, висловлюються за допомогою інфінітива. Present Continuous часто використовується, коли мова йде про зміни, при цьому дієслово to be зазвичай опускається. Цифри, ніколи в заголовках не пишуть словом. Часто замість реальних прізвищ вживаються популярні прізвиська та скорочені імена. Часто зустрічаються скорочення та складноскорочені слова (деякі скорочення, що ввійшли у вжиток не пояснюються в тексті).

Заголовок англо-американської газетної статті спрямований не лише на передачу тієї чи іншої інформації, а й на те, щоб привернути до неї увагу. Відмінною рисою англомовних газетних заголовків є використання не лише особливих граматичних конструкцій, а й так званої «лексики заголовків» – явища, набагато менш характерного для вітчизняної преси. Іншими словами, для покращення емоційності та додання відчуття неформальності до загальноживаної лексики додаються неологізми, жаргонізми, діалектизми, поетизми, сленг тощо.

Заголовки англомовної преси інтригують та пробуджують інтерес, вони також можуть забезпечити читачеві інтелектуальне задоволення від успішної їх розшифровки. І вони також посилюють почуття приналежності до громади. Така вправа, як розшифровка заголовків, є дуже необхідним аргументом у нашій необхідності зрозуміти суть газетних статей.

1.2 Структурно-граматичні особливості газетних заголовків

Раніше ми зазначали класифікацію заголовків на типи за їхнім структурно-граматичним складом.

Заголовки-осноскладні речення допомагають авторам виражати основну думку максимально стисло і якнайкраще привертати увагу реципієнта. Саме тому вони є найбільш поширеними у публіцистиці. Головною характеристикою таких речень є наявність лише одного члена речення, який повно передає зміст.

До таких заголовків належать:

- а) віддієслівні заголовки, де головне слово виражене інфінітивом;
- б) номінативні заголовки, де головне слово виражене у вигляді іменника.

У свою чергу заголовки, виражені односкладним номінативним реченням можуть бути як поширеними, так і непоширеними. Непоширеними є ті, що представлені одним лише іменником і є елементарними моделями, які слугують основою для утворення інших різновидів заголовків даного типу [16, с. 34].

Але все ж таки більшість номінативних заголовків є поширеними, що дозволяє передавати зміст тексту більш точно. Поширені номінативні заголовки характеризуються тим, що окрім головного елемента у вигляді іменника в них наявні також залежні члени речення. Існують прості моделі номінативних поширених заголовків, де наявний прямий зв'язок головного елемента (іменника) із залежними членами речення, і складні моделі, де наявні другорядні члени речення, які підпорядковуються іншому другорядному члену. Таким чином, утворюється ланцюг залежностей між членами [16, с. 35].

Існують такі граматичні відношення між головним елементом і підрядними йому елементами:

- а) атрибутивні;
- б) об'єктні;

в) адвербіальні [16, с. 36].

У заголовках, що виражені двоскладними реченнями, елементи головного речення зберігають свої лексико-граматичні та семантичні властивості. Як і у заголовках, виражених односкладним реченням, поширення у даному типі заголовків досягається за допомогою розгортання. Граматичні відношення між елементами розгортання в основному бувають атрибутивними і адвербіальними [16, с. 38].

Серед заголовків, що виражені складними реченнями, дослідники виділяють такі:

а) складносурядні речення (сполучникові і безсполучникові);

б) складнопідрядні речення (із підрядним означальним, підрядним з'ясувальним і підрядними обставинними реченнями часу та умови) [16, с. 39].

Хоча заголовки даного типу і сприяють більш повному розумінню змісту подальшого тексту реципієнтом, вони є досить об'ємними і займають багато місця, а тому нечасто використовуються авторами.

Досить поширеними заголовками також є ті, які виражені сегментованими реченнями. Для них характерним є розділення висловлювання на невеликі частини, які сприймаються легше, ніж громіздкі двоскладні речення. Їм властива лаконічність і висока змістовна наповненість. Існують такі види сепарування речення:

а) двокрапкою;

б) трьома крапками;

в) крапкою;

г) знаком питання або знаком оклику [16, с. 47].

1.3 Лексичні особливості газетних заголовків

Лексичне наповнення в заголовках новин англійською мовою робиться з урахуванням цільової аудиторії, мети, предметів та лінгвістичної

компетентності письменників. Англійські газети поступово формують свої власні лексичні особливості для досягнення принципу ABC (Accuracy, Brevity, and Clarity) – Точність, Стислість і Чіткість. Деякі слова набувають нових значень, оскільки їх часто використовують у певних типах заголовків новин, і вони поступово стають ідіоматичними виразами. Ці слова, як правило, короткі і вражаючі.

Заголовки газет є основним джерелом інформації для громадян, громадськості та журналістів. Ці короткі фрази пояснюють, що читачі повинні знати про поточні події, розважальні та спортивні події. Багато людей називають це новинними статтями, оскільки вони дізнаються з них нову інформацію. Ці джерела новин є одним із найкращих способів бути в курсі та приймати обґрунтовані рішення. Це тому, що багато статей містять корисну інформацію або дають читачам моральні настанови. Кожне з цих джерел містить унікальний стиль написання, який робить його легким для розуміння.

Головним фактором, який робить заголовки цікавими, є їх лексикон. Цей термін відноситься до спеціальних слів, які використовуються для передачі інформації. Кожен заголовок повинен містити ключові слова, які мають сенс для читачів. Вони також повинні містити менше слів, ніж оригінальні статті, щоб було окремо. Ця проста мова полегшує людям сприйняття новин. Це дозволяє їм реагувати на інформацію та ділитися своїми думками щодо неї з іншими людьми.

Заголовки написані дуже простою мовою, яку читачі можуть зрозуміти. Зазвичай вони написані простою та прямою мовою, яку легко інтерпретувати. Стислість цих фрагментів заслуговує на увагу; більшість із них складається лише з кількох частин речень замість абзаців оригінальної статті. Завдяки цьому редакторам легше підсумовувати важливі моменти короткими фразами, не втрачаючи оригінальних ідей. В інших випадках резюме досить довге, посилаючись на кілька параграфів з оригінальних статей. Це дає читачам більше шансів зрозуміти заголовки та реагувати належним чином.

Це легко для редактора під рукою у щільному редакційному графіку. Заголовки мають швидко підсумовувати поточні події, щоб редактори могли легко висвітлювати нові історії. Крім того, багато заголовків містять менше шести слів, тому короткі вірші можна писати швидко. Це набагато легше, ніж шукати нові ідеї з довгих джерел і переписувати кожен вірш кілька разів. Натомість редактори беруть короткі цитати з довгих статей і поміщають їх у власні креативні заголовки, створюючи новинні статті, що запам'ятовуються їхнім читачам.

Як уже зазначалося, газетні заголовки є одним із найкращих джерел інформації як для громадян, широкого загалу, так і для журналістів. Ці короткі фрази пояснюють, що читачі повинні знати про поточні події, розважальні та спортивні події. Багато людей називають це новинними статтями, оскільки вони дізнаються з них нову інформацію, що робить їх ще більш проникливими! Кожне з цих джерел містить унікальний стиль написання, який робить його легким для розуміння.

Газетні заголовки характеризуються великою кількістю суспільно-політичних термінів, цифр, неологізмів, інтернаціональної лексики, діалектизмів, поезії, а переклад зазвичай не викликає труднощів. В результаті дослідження були виявлені наступні лексичні особливості:

а) «Заголовний жаргон». Англійська мова досить багатозначна, тому при перекладі можуть виникати труднощі з розумінням тієї чи іншої інформації. Саме тому розуміння заголовків часто вимагає конкретизації деяких слів, наприклад:

US hits EC with trade sanctions – США підштовхують ЄС до торгових санкцій (Слово «hit» в англійській мові має такі значення: сут. 1) удар, поштовх; 2) влучення; 3) успіх; 4) шпилька; 5) музичний хіт; гол. 1) вдаряти; 2) потрапляти; 3) знаходити, нападати; 4) дивуватися)

б) Скорочення. Досить часто у заголовках можна зустріти буквені скорочення. Іноді такі скорочення можуть викликати труднощі під час

перекладу, оскільки вони мають в українській дослівне позначення. Наприклад:

Управління з санітарного нагляду за якістю харчових продуктів та медикаментів дає дозвіл у травні провести тестування нового препарату проти (FDA – food and drug administration).

в) Числа. Зазвичай числа функціонують як прикметник і пишуться разом із іменником або символом, які пояснюють їх (\$ 51 чи 20 years). Але в заголовках часто цифри використовуються без будь-яких позначень.

Наприклад: *Anti-smoking efforts will save 3 million* (у разі йдеться про кількість людей).

Таким чином, слід зазначити наявність специфіки заголовків англійських газет, що виявляється на граматичному та лексичному рівнях, у тому числі йдеться про «заголовний жаргон», скорочення, запис чисел, еліпсис. Всі ці особливості надають формулюванню заголовка найбільшої неординарності та емоційності.

г) Змішування книжкової та розмовної лексики

Жаргонізми та інші лексичні елементи розмовного стилю особливо широко вживаються в газетних заголовках. Заголовки зазвичай більш розмовні, навіть якщо сама стаття описує будь-яку ситуацію більш стримано.

«'Adult' king fights the tabloids..» – Королівський син пробився в таблоїди.

[51]

Jeremy Paxman 'shocked' by college challenge boycott. – Джеремі Паксмен збитий з пантелику студентським бойкотом в університеті. [45]

At the Mexican border: President Trump is just the latest insane Gringo joke.

– На Мексиканському кордоні – Президент Трамп: просто новий дурний грінго / новий несмішний жарт грінго. [49]

г) Скорочення

При перекладі заголовків переклад аббревіатур зазвичай не викликає труднощів. Відсутність офіційної аббревіатури українською мовою може викликати труднощі. Часто скорочують прізвища чи прізвиська відомих

політичних чи громадських діячів. Такі аббревіатури значно ускладнюють розуміння назви і, за рідкісним винятком, майже не реєструються в словниках.

Перекладач повинен пам'ятати, що вони абсолютно відрізняються від стилю, який ми друкуємо, і в будь-якому випадку він повинен замість аббревіатури вказати прізвище повністю, а замість псевдоніма використовувати прізвище.

BHS scandal: Dominic Chappell arrested in tax probe. – Скандал у найбільшій торговій мережі: Домініка Чаппелла заарештували за несплату податків. [46]

NTS Radio's two-day-a-week program is coming to Los Angeles. – Британське радіо виходить в ефір двічі на тиждень у Лос-Анджелесі. [49]

Who controls whom? The monarchy and the media. – Хто ким керує? Монархія проти ЗМІ. [48]

Comfortable tech abounds, but what about stubborn ideas?, but what about ideas for the hard pressed. – Нові технології в дизайні – це чудово, а як щодо нових макетів? [45]

Protest: 10,000 people march in New York as demonstration continues. – 10 000 людей вийшли на вулиці - демонстрації в Нью-Йорку тривають [48].

- Титули

В британських і американських газетах прийнято завжди показувати титул політичного діяча, навіть коли його безжально критикують. Якщо прізвище політичного діяча вживається без посилання на звання чи займану посаду, перед ним завжди ставлять ініціали Mr (Mister) або Mrs. (Mistress). Усі ці назви мають суто формальне значення в англійському тексті й жодним чином не відображають особливої поваги авторів статті до наведених вище цифр. Тому при перекладі ці заголовки зазвичай опускають. Виняток становлять офіційні тексти, де вони перекладені [32, с. 180].

New drama 'The Crown' opens with title sequence fit for a queen – Нова драма «Корона» мало схожа на справжнє королівське життя. [38]

Prince Harry's appeal to newspaper editors has little chance of success – Претензії принца Гаррі мають мало шансів на успіх. [38]

Номінативна ознакова група

Семантичний зв'язок між членами групи номінативних ознак може виражати складність. Слід також враховувати, що в українській мові цього явища немає, тому при перекладі необхідно вдаватися до граматичних трансформацій.

Andrew Marr defends the interview with Marine Le Pen on Remembrance Sunday. – Британський тележурналіст захистив інтерв'ю Марін Ле Пен у День пам'яті. [95]

Charity single to be recorded by politicians and pop stars. – Політики та зірки естради записують сингли для благодійності. [44]

Oxford schoolgirl rape police say she wasn't kidnapped. – Школярку Оксфордського університету згвалтували: поліція каже, що її не викрали [45]

Jeremy Paxman 'shocked' by college challenge boycott. – Джеремі Паксман спантеличений студентськими бойкотами в коледжах. [44]

Supreme Court ruling on bedroom tax: What happened and what does it mean? – Рішення Верховного суду щодо надлишку житла: що сталося і що це означає? [44]

Hillary Clinton reportedly blamed Comey's letter for the election defeat. – Повідомляється, що Гіллари Клінтон звинуватила лист Комі в поразці на виборах. [45]

Переклад певної назви дає змогу проілюструвати різні міжмовні трансформації, які перекладач може застосувати в процесі перекладу назви: перестановки, лексичні та граматичні заміни, додавання та пропуски. Подолання труднощів перекладу часто вимагає творчого підходу до кожної конкретної проблеми, і остаточне рішення про використання того чи іншого способу перекладу чи назви іншого, того чи іншого перетворення залежить від навичок перекладача та його особистого стилю.

Тому варіантів перекладу кожного конкретного заголовка багато, і його успіх залежить від того, наскільки якісно та адекватно перекладач передає смислове, стилістичне, а головне функціональне наповнення заголовка.

Існує багато відмінностей у структурних правилах заголовків статей українською та англійською мовами. Багато лінгвістів розглядали ці відмінності. Крім того, усі вони підкреслюють ту саму модель:

Відмова від офіційної частини мови робить заголовок більш інформативним, дозволяючи передати більше інформації в короткій формі. Це відхилення від загальноприйнятих норм також привертає увагу читачів.

Пасивні структури поширені в англійських назвах (*"Jewel thieves robbed of takings"*; *"Woman arrested in Saudi Arabia for driving"*; *"Couple found in Belgium after vanishing from ferry"*; *"Harry Potter actor's killer jailed for life"*) [49]. При цьому, як було сказано вище, дієслово *to be* опускається.

В українській мові пасивна структура не така нейтральна, як в англійській, тому її використання більш обмежене.

Використання пасивних структур в англійських заголовках дозволяє уникнути згадування суб'єкта дії, зосереджуючи увагу на об'єкті дії. Це робить назву більш короткою та інформативною. Ціль у таких заголовках зазвичай стоїть на початку речення, що дозволяє читачам визначити зміст статті, не читаючи заголовка.

Для заголовків англійських інформаційних заміток характерно також опущення артикля (*"A couple found in Belgium after missing from a ferry"*; *"Robin Williams to have heart surgery"*; *"Dutch message on God's phone"*) [42].

Цей запис зарезервовано, лише якщо його пропуск може призвести до неправильної семантичної інтерпретації.

В українській мові немає артиклів, а наявність чи відсутність ознаки визначеності/невизначеності перед іменником є необов'язковою.

Про відповідність артиклів в українській мові можна говорити лише за умови, що артикль, окрім свого граматичного, має смислове навантаження (неозначений артикль — неозначений займенник в англійській мові, число

«один» в українській); в англійській означений артикль — вказівний. займенник в українській мові) [41].

Проте в українській мові, як і в дієслові-сполучнику *to be*, немає аналога для опускання артикля. Тому, коли значущий артикль пропускається в англійському реченні, його потрібно «повернути» в перекладі.

Причина пропуску артикля така ж, як і пропуску дієслова-зв'язку *to be*.

Ще однією особливістю англійських заголовків є відсутність дієслівних форм минулого часу. використовуйте замість цього теперішній час – *Praesens Historicum* ("*New York 'Mafia cop' sentenced to life in prison*"; "*Slipped buttons embarrass Clinton*"; "*Washington DC approves same-sex marriage law*"). [46]

Водночас у заголовках українських дієслів з'являються форми минулого часу («*Північна Корея запустила сьому ракету за останні п'ять днів*» [репортер]; «*Гірники*» *виграли дев'яту*»; [коаліція] «*Заарештувати екс-міністра торгівлі Іраку*» [Ukr.net]).

Вживання теперішнього часу оживляє заголовки, наближає події до читача, робить його учасником цих подій, підвищує інтерес до опублікованого матеріалу.

Особиста форма дієслів майбутнього часу також відсутня в англійських назвах. інфінітиви вживаються як їхні еквіваленти ("*Europe reportedly is Obama's first overseas trip*"; "*U.S. conducts "violent" Iran talks*"; "*Romantic "trick tattoos"*"; "*Robin Williams undergoes heart surgery*") [49].

В українській мові немає нічого особливого у виразі майбутнього часу в газетних заголовках («*Кличко засудить Черновицького за брехню про чист воду*» [сьогодні] «*Прем'єр-міністр Британії змінить міністра фінансів*» [Ukr.net]; «*Це буде хороший сигнал*» [Ukr.net]; «*Обама тисне на Ізраїль*» [Ліга]).

Англійські назви характеризуються широким використанням номінативних атрибутивних груп ("*Button failure embarrassed Clinton*"; "*romantic pattern tattoos to stay*"; "*fat duck disease is norovirus*") [44].

Відповідника цій структурі в українській мові немає, визначення передається іншими засобами.

Англійські речення, які служать інформаційними газетними заголовками, переважно двоскладні, поширені ('Nap' increases diabetes risk"); "Zimbabwe's Prime Minister asks Botswana for help") [40].

Неоднозначність характерна й для українських інформативних газетних заголовків («Російський журналіст просить притулку у Фінляндії» [кореспондент]; «Російському вченому В'єтнам наказав зберегти тіло Хо Ши Міна» [Ukr.net]; «Хіддінк виграв Кубок Англії» [Сьогодні]); «Руки миють у Москві» [Ukr.net].

За допомогою двоскладних речень можна більш повно описати те, що стає темою новини, що відповідає функції інформаційного газетного заголовка.

Газетним заголовкам інформаційного типу притаманні також деякі стилістичні особливості, виражені на лексичному рівні (для англійської мови - часте вживання аббревіатур, власних імен, використання розмовних слів, особлива «газетна лексика»).

Слід звернути увагу на мовні особливості заголовків англійських газет. Оскільки їх функціональне призначення — максимально стисло висловити зміст замітки. У заголовках відсутні артиклі, дієслова-зв'язки, займенники тощо. Широко вживаються інфінітивні структури.

Також часто використовуються номінативні речення та структури з крапками (*Possibly ruined. UK meeting and delegates backlash at World Federation. Armed threat to food. No better way. Hear their protests.*).

Особливо поширені безособові форми дієслів: герундій, дієприкметник, інфінітив (*Ignore the facts. Sweep away. Thin cover. Top talk Monday, organize its Big Three. Sweets are more popular. S.E.A.T.O. Meeting in Karachi. Shouldn't anger Mr. Eisenhower* (Manchester Guardian) Report 30. December 2005.))

Деякі заголовки використовують повторення для акценту (*Shame! Shame! Shame!*) (Daily Worker 15/XII - 2005)) [55].

Назви англійських газет і журналів можуть складатися з одного слова (*False. Impossible. Amazing. Murder.*), яке виступає односкладним повним реченням [56].

Заголовки також можуть вживати пряму мову: *David Cameron: Britain on New Year terror alert* [55].

Англійські назви газет часто містять різні скорочення. Ці скорочення ускладнюють розуміння змісту статті. У більшості випадків ці аббревіатури пізніше були розшифровані в тексті самої статті. Наведемо для прикладу, що скорочення в назві розшифровуються в тексті тези :

What is DNS service and how does it work? DNS stands for Domain Name System, a hierarchical naming system that allows each website to be given a unique, human-friendly address. P Boss Address Meeting - Peter Connelly died in August 2007 by his mother Tracey Connelly, her lover Steven Barker and their tenant Barker Barker's brother Jason Owen, known as Baby P. The boy suffered 50 injuries despite receiving 60 visits from social workers, doctors and police in the last eight months of his life.

£50,000 reward for catching Joe's killer - Miss Yates' snow-covered body was found on Christmas Day, a week after the 25-year-old landscape architect was in Bristol with colleagues Disappeared after a night out. [57]

У деяких випадках, однак, найпоширеніші акроніми, до яких читачі англійських газет давно звикли, не пояснюються навіть у тексті, що йде після заголовка. *Reject the proposal for a by-election agreement. Republic of Moldova - Prime Minister; Suicide on bail for wife's murder OAP - Old age pensioner, pensioner; surgery to run out of flu vaccine after surge in cases. GP - General Practitioner, Medical Therapist* [46].

У заголовках часто використовуються власні іменники. Читач може знати, а може й не знати, приклад: *Bill Clinton names new wildlife friend Mikhail Khodorkovsky: latest victim of Vladimir Putin's vendetta policy.* [57]

А також аббревіатури власних імен, якщо вони невідомі або маловідомі, вони будуть пояснені в основній частині статті. Приклад: *Chaytor sentenced to*

18 months in prison for falsifying congressman's expenses. Ex-Labour MP David Chaytor jailed for 18 months for falsifying expense reimbursements; trade secretary Lord Greene refuses to support UK arms industry – в цьому випадку пояснення проходить в самому заголовку [57];

Boris warns Cameron over bank tax and 'rhetoric' - Boris Johnson warns coalition over tax levied on city bankers ... he says if they're talking about Banking and Financial Services Sector... Threats to banks could mean less investment in the city. He also warned the Prime Minister that the 50p income tax rate for high earners must eventually be scrapped if London is to remain competitive. – В цьому прикладі читачеві пояснюється, що Boris – це Mayor of London, а Cameron – Prime Minister [51].

Edward celebrates his 107th birthday. Edward Williams of Great Ellingham celebrated his 107th birthday. Stay active and stay in good shape. That's the secret to longevity, according to one of Norfolk's oldest residents, who celebrated his 107th birthday over the weekend [53].

Числа, написані цифрами, часто з'являються в заголовках англійських газет: *£20M CUTS BUT STAFF GET IPADS – 20 мільйонів фунтів* [51].

Порівняння англійської та української назв виявляє багато унікальних особливостей, відображених у перекладі. Газетні заголовки мають багато граматичних ознак.

Слід зазначити, що в заголовках українських газет частіше вживаються іменникові словосполучення (взаємовигідна співпраця; нагородження медалями), а дієслівні словосполучення широко вживаються не лише в теперішньому, а й у минулому та майбутньому часі (початок мітингу). ; виходить нове виробництво; вугілля буде більше; агресори будуть покарані).

Перекладаючи заголовки англійських газет українською мовою, слід пам'ятати, що їхньою відмінною рисою є не лише певні граматичні структури, а й так звана «титильна лексика».

У сфері лексики заголовки англійських газет характеризуються частим використанням невеликої кількості спеціальних слів, які становлять

своєрідний «жаргон заголовків»: *ban, bid, claim, crack, crash, cut, dash, hit, move, plea, quiz, rap, rush, slash* та ін. Відмінною рисою таких «заголовних слів» є не тільки їх частотність вживання, а й спільність семантики. Слово пакт у назві може означати не лише «конвенція», а й «конвенція», «конвенція», «операція» тощо. *Bid* означає «заклик», «запрошення» і «спробувати чогось досягти» тощо [30, с. 187].

Одним із часто вживаних стилістичних засобів у заголовках англійських газет є алітерація. Звичайно, використання алітерації в українському варіанті повністю виключено, оскільки цей стилістичний прийом в українській мові вживається рідко. Припустимо, нам потрібно перекласти назву статті у військовому журналі про переваги групового навчання: *Teaming Is Tops for Training*.

Тут також недоречно використовувати риму. Зрозуміло, що залишається тільки один шлях - зберегти і, можливо, посилити афористичну форму англійської назви. Наприклад: композиція – запорука успіху. В англійських ЗМІ стилістичні характеристики заголовків публікацій залежать від типу газети. У так званих бутикових газетах автори статей часто використовують алюзії як на довідкові твори класичної літератури, так і на всесвітньо відомих історичних діячів. Загалом англійські газети та журнали використовують різноманітні фонетичні стилістичні прийоми та активніше римують, ніж українські ЗМІ, що можна пояснити можливостями, які надає фонетична структура мови.

Г. С. Мельник і А. Н. Тепляшин у підручнику «Основи творчої діяльності журналіста» забезпечили таку систематику. Вони розташовують заголовки в такий порядок:

1) Всупереч розширеній думці, недоречно дублювати текст новинної статті. Тому, що титул-хроніка натомість копіює новини, а люди помилково вважають, що це не повинно бути дозволено. Припинити те, що більшість матеріалів небажано дублювати, друк інформації поверх іншого тексту є ефективним засобом доставки повідомлення. Наприклад: «Gel makeup is the

next big beauty trend — and these are five products to try», (The Times, 04.10.2020), «Jack Guinness on the seven beauty products every man needs» (21.09.2020), «Meet Sandra Sallin, the 79-year-old beauty influencer» (06.09.2020).

2) заголовок - «рухомий рядок». Як заголовок виступає саме початок матеріалу, що переходить в текст. Наприклад: «NFL running out of options for fitting in games amid pandemic» (The Los Angeles Times, 30.11.2020), «Photos: Governor Newsom warns of regional stay-at-home order as COVID-19 hospitalizations hit record» (The Los Angeles Times, 12.11.2020), «Formula One champ Lewis Hamilton tests positive for coronavirus» (The Los Angeles Times, 01.12.2020) [48];

3) Короткий зміст заголовка. Цей заголовок популярний у різних репортажних матеріалах. Він може приховати події прямого оцінювання та непрямого коментаря. Такі заголовки подаються в холодній, об'єктивній, іноді злегка саркастичній чи грайливій манері. Приклад: «A great- 36 grandmother. A mechanic. A mother and daughter. These are the victims of the Zogg fire» (The Los Angeles Times, 22.10.2020), «18-year-old arrested in deadly Sacramento mall shooting» (The Los Angeles Times, 22.10.2020), «For a learning pod of homeless students, school days unfold in a motel carport» (The Los Angeles Times, 26.11.2020) [48];

4) заголовок-цитата. Назва, у якій зазначається ім'я чи головний герой, який допоможе підвищити інтерес. Приклад: «Some federal judges plan to retire when Trump exits. Will Biden be able to replace them?» (The Los Angeles Times, 30.11.2020), «Arizona certifies Biden's narrow victory over Trump» (The Los Angeles Times (30.11.2020), «Trump science advisor Scott Atlas is leaving White House job» (The Los Angeles Times, 30.11.2020) [48];

5) заголовок-вірш. Цей тип є римованим варіантом заголовка. Приклад : «Giant claw will be sent to space» (The Independent, 01.12.2020) [47];

6) алітерація заголовка. Виділена шрифтом звуконаслідування заголовної фрази пробуджує не лише інтерес читача, а й естетичну насолоду від читання змісту.

7) Емоціно забарвлений заголовок. Найпоширеніше застосування таких заголовків відбувається в скетчах і репортажах. Наприклад: «Money: How to take advantage of the latest market ‘meltup» (The Independent, 10.11.2020), «Money :How to protect your finances from a double-dip recession» (The Independent, 03.11.2020) [47] ;

Крім того, аналізуючи заголовки англійських газет, варто відзначити велику кількість жаргонізму, неологізмів, діалектизмів, поетики, сленгу, використання метафор, суспільно-політичної лексики, кліше тощо. Таке використання елементів стилю діалогу отримало власну назву і тепер відоме як «жаргон заголовків». Наприклад: *'I've lost who I was': UK pauses to reflect on year of Covid* (The Guardian, March 23, 2021).

Не менш важливою для англомовних журналістів є аллюзія. Залежно від особливостей видання, змісту самої статті, від цілі, яку ставить перед собою журналіст, змінюється характер аллюзії, тип образності та співвідношення розмовних і літературних елементів у статті. Наприклад: *It's raining tens* (The Sun, November 21, 2016). Тут бачимо відсилку на відому пісню «It's Raining Men» Джері Холліуел.

У сфері лексики англійські газетні заголовки характеризуються частим використанням невеликої кількості спеціальних слів, які становлять свого роду «заголовний жаргон» або «заголовне кліше»: *ban, bid, claim, crack, crash, cut, dash, hit, move, pact, plea, probe, quit, quiz, rap, rush, slash* і ін. Особливість цієї «титольної лексики» полягає не тільки в частотності вживання, а й в універсальності семантики. Слово пакт у назві може означати не лише «конвенція», а й «конвенція», «конвенція», «операція» тощо. Дієслово hit може використовуватися з будь-яким ключовим виконанням. Червоний може означати «комунізм», «соціалізм» і «прогрес»; торг означає «кликати», «запрошувати», «намагатися чогось досягти» тощо.

Bid to Stop New Police Powers – Закликаючи не допустити розширення повноважень поліції [52];

Sudan Army Regim's Bid to Crush the Left – Спроби суданського військового режиму придушити прогресивні рухи [56].

Жаргонізми та інші лексичні елементи розмовного стилю особливо широко вживаються в газетних заголовках [43, с.130].

Часто в заголовках газетних статей політичний термін замінюється коротким «модним» словом, яке використовується більше для того, щоб справити враження, ніж для інформування, наприклад, досліджувати, а не «досліджувати поглиблено», критикувати замість «суворо критикувати» та похила лінія замість «зробити повний або випадковий розріз» встановлено замість «підготовка»:

«Harry & Meghan: New book to tell 'real' story» (*USA Today*, 04.05.2020).

Для газетних заголовків характерне використання фразеологічних сполучень типу «дієслово + іменник», *to have a discussion* замість *to discuss*, *to give support* замість *to support*, *to give recognition* замість *to recognize*, наприклад:

«HITS COPers HOUSING STAND» (*USA Today*).

Іншою характеристикою заголовків газетних статей є використання прийменників і постпозиційних значень, зазвичай виражених іменниками чи герундіями з прийменниками, флективними прислівниками, інфінітивами або прийменниковими синтаксичними комплексами з герундіями:

Rise in Teenage Pregnancy Rate (*The Wahsington Post*).

Кожен репортер хвилюється про те, як звучить його заголовок. Вам часто важко знайти потрібне слово та досягти алітерації в назві — повторення голосних або приголосних у назві, що робить її виразною та привабливою:

«Soldier on no more: Will coronavirus mark the end of our puritan work culture?» (*The Independent*, 26.11.2020).

Ця метафора також використовується в заголовках газетних статей, однак вона не завжди має позитивну конотацію:

HOP OFF, YOU FROGS (*UPI*).

Заголовок є образливим і висвітлює торгіву суперечку з французами [43, С. 130].

«Soldier on no more: Will coronavirus mark the end of our puritan work culture?» (*The Independent*, 26.11.2020)

Отже, особливістю газетних заголовків є натяк на загальновідомі факти та події доби. У більшості випадків такі натяки зустрічаються у статтях, що коментують події в країні. Залежно від характеру газети різняться зміст самої статті, цілі, які ставить перед собою автор, характер натяків, тип образності, співвідношення діалогових і книжкових елементів у статті.

Murder in the Friendship Express

Paradise Found (*The Wall Street Journal*).

У розглянутому нами прикладі процитовано відомий вірш Джона Мільтона «Втрачений рай». У цій статті йдеться про завершення будівництва житлового комплексу в штаті Іллінойс, який включає інфраструктуру, підземний паркінг, дитячий садок, парк і басейн.

У заголовках газет часто використовуються каламбури.

Враховуючи особливості комплексів заголовків, гра слів відіграє важливу роль у заголовках статей, оскільки призначена для функціонування в текстах новин, а зокрема, як ми вже знаємо, заголовки є структурами особливого характеру, основне завдання яких – сформулювати увагу потенційних читачів до проблеми, про яку йдеться

Наприклад, стаття про плагіат торгової марки публікується під такими заголовками:

Sony against Soni (*The Guardian*)

Об'єкти гри та засоби створення візуальних ефектів – це саме те, що об'єднує різні графічні конструкції компонентів каламбуру та їх звучання. Відтворення чужої мови в цьому контексті передбачає негативну оцінку та заклик до захисту прав законного власника [43, с.136].

Заголовки служать основним засобом привернення уваги читачів до змісту статті і виділяються великим шрифтом, курсивом або жирним шрифтом. Підзаголовки використовуються для деталізації та пояснення основного заголовка, вони надають додаткову інформацію або надають новий

зміст основному заголовку.

Заголовки можна подавати простими реченнями, тому що вони передають ідеї в максимально стислій формі, приваблюють читачів і зосереджують їх увагу на найважливішому в статті. Такі заголовки поділяються на номінативні та словесні.

Також часто вживаються заголовки, представлені двоскладними реченнями. Розрізняють заголовні двоскладні непоширені речення, що містять такі компоненти: «підмет-присудок-прямий додаток», і заголовні двоскладні поширені речення, які також містять означення та ситуації.

У заголовку, вираженому складнопідрядним реченням, розрізняють складнопідрядний, складнопідрядний і мішаний вид.

Щоб зробити заголовок більш просторим і емоційним, репортер використовує еліптичну структуру, яка за структурою нагадує розмовну. Пропуск газетних заголовків пов'язаний з пропуском елементів (допоміжних дієслів; дієслів-зв'язків; одного з головних членів речення), несуттєвих у згаданому способі передачі інформації. Уявлення про анонімний член речення будується безпосередньо з їх власного змісту та граматичної структури.

У пошуках лінгвістичних інструментів, які могли б підвищити ефективність і адресність виступів, журналісти все частіше звертаються до сегментації, коли все висловлювання поділяється на частини, які можна швидко і легко розглядати як «окремні частини», а не весь час.

Особливістю заголовків, виражених незалежними реченнями, є компактність, а також використання сполучників і займенникових прислівників, щоб спрямувати читача на певну інтерпретацію змісту. Незалежне речення як заголовок містить лише ті елементи, які семантично становлять необхідний мінімум висловлювання.

У сфері лексики англійські газетні заголовки характеризуються частим використанням невеликої кількості спеціальних слів, які становлять своєрідний «заголовний жаргон» або «заголовні кліше». Особливість цієї

«титульної лексики» полягає не тільки в частотності вживання, а й в універсальності семантики.

Жаргонізми та інші лексичні елементи розмовного стилю особливо широко вживаються в газетних заголовках. Часто в заголовках газетних статей політичний термін замінюється коротким «модним» словом, яке вживається більше для враження, ніж для інформування, наприклад: зондувати, а не «розслідувати», критикувати, а не «суворо» критикувати». Для газетних заголовків характерне використання таких складних слів, як «дієслово + іменник», дискусія, а не обговорення, підтримка, а не підтримка.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

У першому розділі було проаналізовано різні підходи до вивчення заголовків, виявлено їхню мету, роль, основні функції та типи. Ми з'ясували що поняття «заголовок» має досить багато різних визначень. Це зумовлено подвійною природою публіцистичного заголовка, адже його можна розглядати і як автономний елемент мови, і як структуру, яка безпосередньо пов'язана із текстом.

Також було визначено, що публіцистичний заголовок є ключовим елементом тексту, адже це перше, із чим стикається потенційний читач. Із цього витікають його основні функції: атрактивна, інформативна та композиційна. Перша відповідає за те, щоб заінтригувати потенційного читача, якнайсильніше привернути його увагу до основного тексту. Інформативна функція покликана розповісти реципієнту про зміст та мету публікації за допомогою мінімальної кількості мовних засобів. Композиційна функція передбачає, що заголовок є пов'язуючим елементом, він одночасно є і фігурою, з якої починається сприйняття тексту читачем, і узагальнюючим елементом усього написаного.

Завдяки аналізу функцій нам вдалося виявити основні вимоги, яким повинен відповідати «ідеальний» заголовок. По-перше, він одночасно має бути і лаконічним, і достатньо інформативним, відобразити думку автора, відповідати змісту основного тексту, а також обов'язково бути влучним і стилістично виразним, щоб чіпляти увагу потенційних читачів.

Також нам вдалося з'ясувати, що за своєю структурою заголовки можуть бути виражені у вигляді односкладних речень, які, у свою чергу, поділяються на віддієслівні та номінативні. Даний вид заголовків є найбільш поширеним, оскільки масимально стисло здатний передавати основну інформацію змісту тексту.

Наступними за частотністю вживання є заголовки, представлені двоскладними реченнями. Вони можуть бути поширеними другорядними

членами, а можуть бути непоширеними.

Також бувають заголовки, представлені складними реченнями, які можуть бути складносурядними та складнопідрядними. Вони більш експліцитно відображають зміст основного тексту, але через свою об'ємність рідко використовуються, адже не кожен буде дочитувати довгий заголовок до кінця, не говорячи вже про подальшу інформацію.

Через це автори часто вдаються до сегментації – розподілу великого висловлювання на частини, які будуть сприйматися більш легко. Сегментовані речення покликані підсилити впливовість мовлення.

РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНІ ТА СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ

2.1 Комунікативно-функціональні особливості газетних заголовків

Проблема з функціями заголовків є предметом багатьох дискусій, і немає єдиної думки щодо кількості функцій та їх природи. Функції мовної та новинної спрямованості розміщені в рядку, ранжування функцій за ступенем релевантності також не відслідковується [10, с. 26].

Функція заголовка спочатку трактувалася як потреба, вироблена співробітниками газети і журналу, а потім зводилася до композиційних прийомів і загальної характеристики заголовка. Ці вимоги в основному зводяться до простоти, простоти, яскравості та виразності.

Мало що так сильно впливає на наше повсякденне життя, як ЗМІ. Газети, журнали та телепередачі висвітлюють теми, які мають велике значення для широкої громадськості. Однак багато людей вважають ЗМІ заплутаними, оскільки новини часто містять суперечливі повідомлення. Нижче наведено кілька думок про те, як ЗМІ створюють та інтерпретують історії.

Кожне інформаційне агентство має свій спосіб спілкування зі своєю аудиторією. Радіостанції починають трансляцію з мелодійного голосу, а потім переходять до ексклюзивної спортивної чи розважальної програми. Телевізійні станції дотримуються подібної моделі, починаючи свої програми з тематичної пісні та представляючи своїх ведучих перед запуском своїх шоу. Крім того, усі ЗМІ мають веб-сайти, де регулярно публікують новий контент. У минулому газети доставляли свої статті телеграмою або особисто. Однак сьогодні більшістю історій можна поділитися електронною поштою або через веб-сайти соціальних мереж.

Одним із перших до цього питання з комунікативної ролі мови звернувся Г.О. Винокур, який зазначав, що зміст заголовка має бути настільки комунікативним, щоб саме спілкування привертало увагу. Основна функція заголовка – надати інформацію: завдання заголовка – дати людям чітке розуміння змісту інформації. Друга, на його думку, реклама: ця інформаційна налаштованість газетних передач є більш помітною, оскільки вона ускладнена особливою стилістичною тенденцією, властивою газетним заголовкам, чітко зрозуміти зміст повідомлення та привернути до нього увагу. Таким чином, визначено домінуючу роль інформаційної та рекламної функцій.

Коли автори представляють нову ідею чи інформацію, деякі читачі реагують негативно, тоді як інші проявляють інтерес до того, що вони чують. Фактично, деякі люди визначають новини залежно від того, звертають вони на них увагу чи ні. Наприклад, якщо землетрус зруйнує місто, багатьом слухачам ця доповідь буде цікава, оскільки вона суперечить їхньому сприйняттю реальності проти так званої «кінореальності», яку вони створили у своїй свідомості. Але якби той самий звіт показав, що жителі міста люблять співати караоке всю ніч безперервно щовечора, ніхто б не звернув на це уваги, тому що це суперечить тому, як вони хочуть, щоб світ кіно виглядав проти того, як він насправді є поза їхньою свідомістю [25].

Пріоритет інформаційної функції заголовка визнається більшістю вчених. Щодо функції реклами існують різні думки. Так, А.С. Попов зазначає, що не кожна назва має рекламні ознаки.

Заголовки також виконують рекламно-експресивні функції. Назва матеріалу має бути цікавою, певною мірою інтригувати, привертати увагу. Функція залучення розрізняється як функція реклами, і варто зазначити, що функція залучення виконується заголовком перед статтею.

Прагненням до публічності пояснюється тенденція газет використовувати заголовки зі звичним змістом, тобто використовувати тільки імена (іноді навіть мініатюри) знаменитостей політичного і культурного життя, оскільки такі заголовки завжди привертють увагу і задовольняють

інтерес має до життя аудиторії знаменитостей. Наприклад: «*Why doesn't Latitude refund my £230 festival ticket?*» (05.05.2020, *The Guardian*).

Деякі дослідники вважають номінативну функцію надлишковою, зокрема призначення заголовка — визначити, назвати та відрізнити статтю від інших статей. З цього приводу існує думка, що з розвитком літератури і журналістики змінилося призначення назви і розширилася її функція, назва перестала бути просто ознакою. Заголовок передає ідею статті і допомагає краще зрозуміти задум автора.

Стосовно номінативної функції (назва, видатний артикль) можна сказати, що її вплив дуже обмежений. Одне дослідження показало, що ця функція була притаманна заголовкам перших газет, а з часом вона почала витіснятися інформаційною функцією (визначення основного змісту повідомлення). Якщо пояснити, що збільшення заголовної інформації зумовлене величезним потоком інформації в сучасних умовах, враховуючи важливу роль заголовків як репрезентації текстової інформації, то можна повністю погодитися з цією точкою зору. Зазначені властивості дозволяють визначити пріоритетність інформаційних функцій. Тому заголовок газетної статті — це не стільки назва тексту, скільки короткий його зміст. [15].

У цьому розділі використано приклади з різних першоджерел і робіт, а також наші власні, як результат проведених досліджень. Останні виділені курсивом і жирним шрифтом.

Експресивна функція виражає суб'єктивне ставлення мовця до змісту інформації, але існують і заперечення щодо самостійності цієї функції на тій підставі, що вона лише підсилює інформаційну та рекламну функції.

Виконує експресивну функцію, заголовок емоційно впливає на читача, збуджує, спонукає до певного тлумачення змісту. При цьому виділяють такі експресивні функції: а) спонукальну, що полягає в тому, що заголовок доводить до читачів основні поняття та висновки тексту; б) апелятивну функцію — використання мовних засобів у заголовку для залучення читача уваги.

Коли заголовок відокремлює один матеріал від іншого, він також визначає функцію графічного відокремлення або декоративну функцію. Однак цю роль успішно можуть виконувати різноманітні друковані ЗМІ, а не лише заголовки.

У поєднанні з установкою газет на масового читача, керівна роль заголовків виділяється, і іноді їх називають переконливими. Оформлюється заголовком, який чітко виражає заклик до дії.

Наведені вище пункти свідчать про те, що немає єдиної думки щодо кількості функцій голови. Більшість авторів дають різні класифікації, зазначаючи при цьому, що одна з функцій може виділятися в тій чи іншій ситуації. Пріоритет функції визначається залежно від цілей і завдань комунікації, а реципієнт задає її перед собою в певній сфері комунікації за допомогою заголовка.

Важливо зауважити, що назви, які чітко виділяють лише одну функцію, є рідкісними. Часто заголовки багатофункціональні, і в більшості випадків можна просто говорити про домінуючу роль тієї чи іншої функції в певному заголовку. Всі ці функції тісно взаємодіють одна з одною і сприяють адекватності комунікаційного процесу, тобто успішності каналів спілкування між комунікантами. Також слід зазначити, що в нашому дослідженні не враховувалися номінативна (оскільки будь-який заголовок призначений для ідентифікації, іменування тексту) та образотворча відмінність (оскільки будь-який заголовок використовується для відділення одного матеріалу від іншого в газеті) тощо, функції, оскільки вони характерні для всіх без винятку газетних заголовків.

Визначаючи мовну природу газетних заголовків та їх структурні характеристики, ми враховували такі функції: інформативну, оцінну, переконливу, цікаву [31, с.41].

Інформативну функцію заголовка виконує тоді, коли він у стислій формі дає чітке уявлення про зміст інформації. Цю функцію іноді називають комунікативною, оскільки вона пов'язана з інформацією про зміст тексту. У

цьому дослідженні ми повідомляємо про погляди більшості лінгвістів, які визначають зазначені функції як інформативні.

Тому заголовки з інформаційними функціями є відносно самостійними. Інформативність і відповідність даного заголовка змісту статті залежить від наявності в ньому допоміжних елементів, які також є в тексті і забезпечують висвітлення основного змісту повідомлення, але окремі деталі яких опущені, які рекомендує читачеві звернутися до всієї статті [35, с.44].

Оціночна функція. Оцінні судження є суб'єктивними образами об'єктивної дійсності, оскільки реальна інформація відображається у свідомості суб'єкта оцінювання, пов'язана з його хорошими/поганими, приємними/неприємними думками, і набуває суб'єктивних форм. Причина оцінного судження полягає в тому, що людям необхідно висловити своє ставлення до референта в процесі спілкування. Оцінка вважається лінгвістичною категорією, здатною кваліфікувати визначені об'єкти в термінах «добре»/«погано». Цінність висловлювання визначається взаємодією багатьох факторів: соціальної ролі, соціального статусу комунікатора, типу мовленнєвої ситуації тощо. Розрізняють експліцитну та імпліцитну оцінність, де критерієм є наявність/відсутність засобу оцінки мови в лексико-граматичній структурі висловлювання [32, С. 47].

Іноді функція первинної інформації може поєднуватися з функцією оцінки. Переважно це здійснюється за допомогою лексем, які містять у своїй семантичній структурі компоненти оцінки, наприклад: *Making the Skies Smilier* (December 6, 1999). У цій назві експресивність покращена за рахунок морфологічних засобів, тобто вищого ступеня порівняння прикметників. *Smilier*. У більшості випадків такими засобами можуть бути оцінні прикметники, які мають у своїй семантиці позитивний або негативний оцінний компонент і надають усьому заголовку позитивного чи негативного оцінного характеру. Наприклад: *A Lousy Diplomat* (January 5, 1998), *Still More Tawdry Tales* (April 6, 1998), *Lucky Duck* (October 16, 2000), *Positive Side to US Invasion of Iraq* (April 25, 2010). У наведеному прикладі прикметники *lousy*, *tawdry*

негативно оцінюють заголовок, а прикметник *lucky* – позитивно, тобто реципієнт безпосередньо впливає на сприйняття реципієнтом повідомлення. В останньому прикладі прикметник *positive* дає позитивну оцінку назви, однак стаття містить різку критику виправдання уряду США для введення військ до Іраку. Функція оцінки виражається також за допомогою вживання дієслів.

Емоційно-оцінним називається дієслово, якщо його називний відмінок ускладнений зазначенням, що має оцінно-емоційний характер: презирство, презирство, несхвалення, співчуття, іронія тощо. Тому дієслова, семантична структура яких містить елементи, що призводять до негативних емоцій у людини, можуть мати лише негативну конотацію, і навпаки. Існують також лексеми, конотативне значення яких не породжене певною ситуацією, а закріплене за словом, викликаючи певну емоцію у читача. До таких лексем належать дієслова: *drag* – довго тривати; *sneak* – рухатися нишком, винувато або підступно; *sneak* – рухатися тихо або крадькома; *trek* – йти чіпко в умовах стомлення.

Спонукальна функція. Враховуючи масову аудиторію, деякі заголовки є переконливими, тобто виражають заклик до дії. За структурою ці заголовки є наказовими реченнями, можливо, із знаком оклику в кінці [22, с.51]. Наприклад: «*Harry & Meghan: New book to tell 'real' story*» (*USA Today*, 04.05.2020)

У більшості випадків початкове речення тексту пояснює ситуацію і чому це необхідно зробити. Наприклад:

Paint It Black ... No, Pink! No, Blue!

Fashionistas spent the '90s trying in vain to persuade women to wear something other than black (*February 22, 1999*).

У наведеному прикладі початкове речення пояснює зміст заголовка, тобто наводить на думку про те, що сучасні модельєри намагаються привернути увагу жінок до інших кольорів, а не до переваги чорного [29, с.52]

.No Settlement In Sight For Israel's Spat With US

Перше речення статті відразу пояснює заклик США до посилення умов для Іраку.

Іноді перше речення повторює заклик до дії в більш детальній формі, тобто багатослівно, наприклад:

Don't Give Us A Kiss, Luv

Sad but true – kissing may soon be outlawed on the train platforms of Warrington, a city in the north of England (March 16, 1998).

У наведеному прикладі перше речення уточнює зміст заголовка, який має інформувати про те, що поцілунки заборонені на платформах залізничного вокзалу міста Воррінгтон у Великій Британії. Сумний, але правдивий оцінний елемент виражає ставлення реципієнта до істотного факту [26, с. 54].

Інтригує функція. Інтрига визначається як складне та напружене переплетення персонажів у досягненні своїх цілей за допомогою витончених прийомів і прихованих намірів. Ангажуючу функцію виконує заголовок, який привертає увагу читача, спонукаючи його до певного пояснення змісту, але не дозволяючи заздалегідь зробити висновки про зміст інформації [26, С. 57].

Заголовок у наведеному тексті інтригує читача, оскільки повідомляє дружині полковника про причетність до наркотиків. Однак його зв'язок із кокаїном стає зрозумілим лише в основній частині повідомлення. Виявляється, Лорі Енн використовувала поштову службу посольства США в Боготі для відправки кокаїну в США [26, с.59].

Назва побудована на грі слів, щоб привернути увагу читача, але вона не говорить, що вона збирається сказати, і навіть не дає натяку. Однак, як видно з першого речення статті, мова йде про суддю та його суддів танцювальної програми в США, і продюсери програми вимагають більш жорсткі вимоги до конкурсантів. Наприклад, у заголовку ***Meteorite – Or Wrong? (January 26, 1998)*** застосовується гра слів, яка будується на комічному об'єднанні співзвучних слів з несумісним значенням, що привертає увагу та створює інтригу для читача.

2.2 Семантичний аспект функціонування заголовка

Семантика, як розділ семіотики, вивчає співвідношення між символами та фрагментами реальності. Семантика також розглядається як спосіб поєднання слів і фраз, утворюючи значущі структури.

Семантична специфіка заголовка полягає в тому, що він водночас конкретизує й узагальнює зміст, оскільки стосується ситуації об'єктивної дійсності, повідомляє про те, що відбувається у світі.

Семантика назв журнальних статей формується навколо опорних елементів ХТО, ЩО, ДЕ, КОЛИ за рахунок згортання всіх компонентів тексту. Вибір окремих елементів у заголовку відносно текстового змісту визначає семантичний тип заголовка. Аналіз фактичного матеріалу дозволив виділити такі семантичні типи заголовків:

1. Короткий зміст назви:
 - а) інформативний і нейтральний;
 - б) надати інформацію та оцінки.
2. Індикатор заголовка.
3. Локатор заголовків.

Розглянемо кожен семантичний варіант заголовка Heading-summary докладніше. Заголовки зазначеного типу характеризуються максимальною наявністю допоміжних текстових елементів ХТО, ЩО, ДЕ, КОЛИ, які передають свій зміст у стислому вигляді. Ці заголовки змінюються залежно від ступеня об'єктивності передачі контенту та служать а) інформаційній нейтральності або б) оцінці інформації.

До першої категорії заголовків належать ті, що містять об'єктивну інформацію і виконують суто інформативну функцію, дозволяючи читачеві визначити основний зміст тексту. Наявність допоміжних елементів у заголовку забезпечує ясність і ясність для виділення основного змісту повідомлення.

Розглянемо наступний приклад, в якому заголовок виражає оцінку висвітлюваних фактів:

Таким чином, окрім суто інформаційного змісту, цей вид заголовка містить також оцінку висвітлюваних фактів [20, с. 126].

Індикатор заголовка. Цей тип заголовка вказує на тему повідомлення, але не містить інформації, яка б дозволила нам заздалегідь передбачити зміст статті. Семантика індикаторів заголовка максимально компактна і має мінімальну кількість опорних елементів. Конкретний вид заголовка може вказувати на предмет дії [40, с. 15]. приклад:

The Fighter

Argentine newspaperman Jacobo Timerman, who died last week at 76, never ran from fight. He was imprisoned and tortured in the 1970s after relentlessly publicizing human-rights abuses. Later, in exile, he told the story in a best-selling book An ardent Zionist, he denounced repression wherever he thought he had found it, even in Israel.

Назва в наведеному вище прикладі відноситься до людини і містить одну з її якісних характеристик. Лише прочитавши повний текст, читач дізнається, що йдеться про долю аргентинського журналіста Джека Тіммермана, борця за права людини.

Інші приклади цього типу заголовка включають:

Heroes of War (April 19, 1999);

Virtual Love (June 14, 1999);

Blink of an Eye (August 9, 1999).

Цей тип заголовка також може вказувати на певну ситуацію. Наприклад:

He Lost

It Faced with what turned out to be the most important chess game in history, the greatest human grandmaster politely answered questions and posed for Newsweek's cover. His attitude only changed when he was asked about the impact if that opponent -- IBM's supercomputer Deep Blue -- won. "I've never lost," Garry Kasparov growled. ...Deep Blue's stellar performance in Game 2 left the champion

off balance and unable to win another round. On May 11, he raised his hand without hesitation and resigned, losing 3 ½ - 2 ½, showing that computers, at least in the chessboard world, are smarter than us.

Якщо заголовок не говорить читачам нічого конкретного, вони повинні вивчити весь текст, щоб з'ясувати, хто або що порушує його передумову. Займенник «it» у назві особливо популярної відеогри під назвою It. Гаррі Каспаров, шаховий гросмейстер, названий у займеннику, з'являється в кінці тексту. (*the most important chess match in history with IBM's Deep Blue supercomputer*).

Розглянемо приклад, де індикатор заголовка називає просторово-часові або інші місця.:

The Last Frost

Gardeners are waiting for the last frosty morning of spring, after which it's safe to sow tiny, vulnerable vegetable plants and flowers.

У цьому прикладі заголовок не дає повної та чіткої інформації про зміст статті, але з першого речення зрозуміло, що мова піде про саджанці, які будуть висаджені на галявині в кінці останній мороз.

Іноді окремі типи заголовків можуть виражати оцінку подій, осіб, явищ, про які йдеться в тексті, не передаючи змісту повідомлення. Насамперед цими засобами можуть бути оцінні прикметники, які містять у своїй семантиці елемент позитивної чи негативної оцінки, надають усьому заголовку характеру позитивної чи негативної оцінки, наприклад:

Clean Sweep (March 23, 1998);

A Hateful Halloween (November 19, 2001).

У наведених прикладах прикметник *hateful* надає заголовку негативно-оцінного, а прикметник *clean* – позитивно-оцінного характеру.

Для підсилення основного змісту в заголовку використано вислови. Сутність експресивних семантичних категорій полягає у вираженні додаткових семантичних відтінків, що накладаються на основне (лексичне чи граматичне) значення, або в посиленні цього значення. Слід розрізняти якісне

і кількісне вираження, останнє збігається з інтенсивністю. Експресивність як ознака тексту – це його якісна властивість, яка відповідає нейтральній формі інформації, без якої немає вираження. Підсилення як показник збільшення є кількісною ознакою виразності [92, с. 128]. Силу змісту заголовка можна виразити морфологічними засобами. Так, у назві *Higher Intoxication (February 1, 1999)* *intoxication* виражає негативну оцінку висвітлюваної інформації, а прикметник *higher* у порівняльному ступені підсилює цю оцінку. У заголовку *Size Does Matter (July 13, 1998)* емфатичне дієслово *do* у заголовку підсилює оцінку подій, про які йдеться у повідомленні. Синтаксичний засіб також виражає силу змісту заголовка. Зокрема, “really” прислівника справді виражає ступінь бажання повернутися додому в назві *They Really, Really Wanted to Get Home (January 5, 1998)*.

Показники заголовків привертають увагу читача, оскільки вони не містять інформації, яка б дозволяла заздалегідь передбачити зміст вашої статті. Для прикладу можна навести наступні заголовки: *A Swiss Mess (July 26, 1999)*, *The Mystery Money Men (December 10, 2001)*. У початкових реченнях тексту зазвичай пояснюється заголовок, а в основній частині інформації зазвичай викладається проблема або конкретна ситуація. Приклад:

Patty Hearst Mini-Mystery

Who sent Patty Hurst Shaw's drugs to the party? The story, first reported in The New Yorker magazine, began on February 18, when a suspicious package was delivered to her home in Connecticut. Shaw called the local police, but two DEA agents, alerted by UPS, found marijuana in the box, showed up and questioned them... The incident was said to be "a mystery" (June 22, 1998).

У наведеному вище прикладі перше речення відповідної форми повідомлення розкриває зміст заголовка: Одержувач дізнався, що хтось надсилає наркотики Петті Херст (*Who sent drugs to Patty Hearst Shaw?*), у чому і є таємниця, пов’язана з цим ім’ям. Основна частина повідомлення детально описує обставини (*a suspicious package was delivered to her Connecticut home. Shaw called the local police, but two Drug Enforcement Administration agents*

showed up and questioned her). Останнє речення основної частини завершує все повідомлення (*The episode is “a mystery”*).

Прислів'я вживаються також у заголовках, що визначають жанри. Примовні заголовки, як правило, не тільки оцінюють, а й інтригують. Наприклад:

Seeing Is Still Believing;

Seeing is believing;

Never Too Soon to Start;

Better late than never.

Здебільшого перетворення прислів'їв і крилатих фраз у заголовки відбувається шляхом скорочення, і читач усе ще може сприйняти інформацію повністю, ніби прислів'я не має скорочення, а кількість слів у заголовку зменшено [20, с. 137].

Заголовок-локалізатор. Цей тип заголовка зазвичай скорочується і закінчується трьома крапками. Така форма заголовка привертає увагу читача і спонукає його до ознайомлення з усім текстом, оскільки заголовок не дає можливості передбачити інформаційний зміст [40, с.16]. Наприклад:

Tokyo Is Talking... (April 5, 1999);

The Dutch Are Talking... (October 4, 1999).

Наведений приклад свідчить про те, що такий заголовок містить топонім або елемент, що задає координати простору ситуації. Зазвичай початкове речення розкриває зміст тексту. Наприклад:

Great Britain Is Talking...

About Cherie Blair and the shield against negative forces. British newspapers were in disarray when the Prime Minister's wife appeared at a recent event with a flying saucer-shaped disc around her neck. (August 3, 1998).

Як видно з наведеного прикладу, перше речення тексту є прямим продовженням заголовка, розповідаючи про дружину прем'єр-міністра Великої Британії Шері Блер і з'ясовуючи, що зумовило інтерес до неї ЗМІ.

Крім того, текст пояснює та уточнює інформацію, що міститься в попередньому реченні [20, с. 143].

Prescribing heroin on the NHS...

The leader of the country's top nurses union says heroin should be prescribed regularly by the NHS to help drug users break free. (The Times).

У цьому прикладі перше речення статті пояснює зміст заголовка та зміст самої статті. Мова йде про медичну практику використання героїну для лікування наркозалежності.

Отже, за характером подачі текстового змісту в дослідженні виділено такі семантичні типи заголовків:

- 1) заголовок-резюме (інформативно-нейтральний та інформативно-оцінний);
- 2) заголовок-індикатор
- 3) заголовок-локалізатор.

2.3 Стилiстичнi особливостi газетних заголовкiв

Серед фонетико-стилiстичних прийомiв i виразiв у газетних заголовках найчастiше зустрiчаються алiтерацiя, просодiя та рима, що сприяє виконанню ними рекламної (особливо привабливої) та оцiночної функцiй. Використання цих стилiстичних прийомiв в першу чергу обмежується типами новин та інформацiйної інформацiї про спортивнi подiї.

Алiтерацiя з'являється лише в заголовках «популярних» газет *Crackers Christmas*. Алiтерацiя має найбільший ефект, коли всi слова в назвi починаються з одного звуку *Passing, Punting, Pageantry, Strictly Stricter* (*The Daily Mirror*).

Римування газетних заголовкiв характеризується тим, що два слова римуються поруч у 80% випадкiв *Oregon Ruins Bruins*. Звичайно, саме ця пара римованих слiв робить всю назву iнтригуючою та надає їй виразної iндивiдуальностi.

Рими, як і алітерація, у більшості випадків супроводжуються тонким ритмічним розташуванням або цілими назвами *Projection, Infection, Election* або частини його *There's Moanin' in Homin, Scotch Whisky's On Rocks* [80, с. 109].

Важлива роль у заголовках британської преси належить «Синтаксису вираження». Перше місце за частотою займають різні типи паралельних структур (вони становлять 90% усіх заголовків, які містять прийоми синтаксичного стилю). Паралельні структури завжди супроводжуються ритмом. Паралелізм може бути повним і частковим. Повний паралелізм передбачає: 1) повторення синтаксичних моделей; 2) повторення інтонаційних моделей (принаймні, змісту того самого складу); 3) повторення одного чи кількох лексичних елементів: *Carolina Sees Russians and Usher Seer Reds*.

Одним із видів паралельної структури є структура, що перетинає (антипаралельна) – зворотний порядок розташування паралельних елементів, таким чином створюється ефект хреста. Перетин, як «різноманітні синонімічні паралелі», головним чином урізноманітнює форму, але також важливий для змісту. Часто цей прийом використовується для підкреслення ключових слів, центрального елемента. *Eat to Live Not Live to Eat*. Як і паралельні структури, їм властива ритмічна організація.

Іншим способом вираження синтаксису є стилістичний зворот (стилістична графіка, створена незвичайним порядком слів у реченні для підкреслення змісту інвертованої одиниці та посилення виразності мовлення): *Uneasy Lies the Head that Wears a Crown, Richer Become the Richest Despite the Weak Economy (The Guardian)*. Іноді інверсія заголовка робить його настільки емоційним, що виділяються елементи, які емоційно впливають на читачів: рецензії, реклама, дуже дрібні інформаційні елементи. В газетних заголовках часто зустрічається *elincuc*: *One Man Down; Brazil Burning, US Confident Of New Sanctions Against Iran (The Times)*. Слід підкреслити, що багато речень з еліпсами будуть стилістично позначеними в інших стилях, як це прийнято в газетних заголовках.

Серед лексичних стилістичних прийомів, використаних у заголовках, перше місце за частотністю займає епітет. Оскільки епітет чітко виражає оцінку суб'єкта чи об'єкта дії та суб'єктивне ставлення автора чи газети до викладеної інформації, він поширений у жанрах новинного характеру: *Valuable Connections. Pityful Excuses (The Daily Telegraph)*.

Друга за частотою вживання метафора: *HOP OFF, YOU FROGS*. Тут, поперше, звертається увага на те, що, з одного боку, переважне використання мовних (видалених) метафор підтримує тенденцію стандартів і виразів, а з іншого боку, намагається відновити вилучені образи.

Метонімія в газетних заголовках використовується рідше, ніж такі стилістичні засоби, як метафори та прізвиська. приклад: *Talks Between Washington and Moscow, Watergate Changed the Politics, Israel-Palestine Conflict: Imposing Solutions (The Guardian)*. Для газетних заголовків характерна мовна метонімія.

Це порівняння дуже рідко зустрічається в заголовках статей: *Busy as a Bee the New President Will Be; As You Sow, So Shall You Reap (The Times)*.

Перефразування займає одне з найважливіших місць у бібліотеці мовних засобів для вираження суб'єктивних і оціночних конотацій: *The Great Powers Leaders Council*.

Для газетних заголовків характерне використання контингентності, утвореної за рахунок продуктивної моделі словотвору зевгмс, яка ґрунтується на взаємодії основного та похідного значень слів і каламбуру: *It's Sex O'clock! (The Guardian)*.

Газетні заголовки виконують такі функції: інформативну, оціночну, переконливу та привабливу.

Інформативну функцію заголовків виконує тоді, коли він у стислій формі дає чітке уявлення про зміст інформації. Цю функцію іноді називають комунікативною, оскільки вона пов'язана з інформацією про зміст тексту.

Коли лексико-стилістичне наповнення дає змогу зрозуміти ставлення автора до змісту статті, заголовків виступає як оцінка.

Враховуючи масову аудиторію, деякі заголовки є переконливими, тобто виражають заклик до дії. За структурою такий заголовок є наказовим реченням, можливо, із знаком оклику в кінці.

Інтрига визначається як складне та напружене переплетення персонажів у досягненні своїх цілей за допомогою витончених прийомів і прихованих намірів. Ангажуючу функцію виконує заголовок, який привертає увагу читача, спонукає його до певного пояснення змісту, але не дозволяє заздалегідь зробити висновки про зміст інформації.

Семантика заголовків журнальних статей формується навколо опорних елементів ХТО, ЩО, ДЕ, КОЛИ за рахунок згортання всіх компонентів тексту. Розрізняють заголовки таких семантичних типів:

Анотаційні заголовки характеризуються максимальною наявністю допоміжних текстових елементів ХТО, ЩО, ДЕ, КОЛИ, які передають свій зміст у згорнутому вигляді. Такі заголовки змінюються залежно від ступеня об'єктивності передачі контенту та служать а) інформаційній нейтральності або б) оцінці інформації;

Заголовок-індикатор вказує на тему повідомлення, але не містить інформації, яка дозволила б заздалегідь передбачити зміст статті. Семантика заголовка-індикатора максимально компактна і має мінімальну кількість опорних елементів;

Заголовки локаторів зазвичай усічені й закінчуються трьома крапками. Така форма заголовка привертає увагу читача і спонукає його прочитати статтю повністю, оскільки заголовок не дає можливості передбачити інформаційний зміст.

Серед фонетико-стилістичних прийомів і виразів у газетних заголовках найчастіше зустрічаються алітерація, римування та римування, що сприяє виконанню ними рекламної (особливо привабливої) та оціночної функцій. У заголовку інформаційного повідомлення алітерація має найбільший ефект, коли всі слова, що містяться в заголовку, починаються на один звук. Римування, як і алітерація, у більшості випадків супроводжується тонким

ритмічним розташуванням усього заголовка або його частини. Важлива роль у заголовках британської преси належить «Синтаксису вираження». Перше місце за частотою займають різноманітні види паралельних конструкцій. Паралельні структури завжди супроводжуються ритмом. Одним із видів паралельної структури є структура, що перетинає (антипаралельна) – зворотний порядок розташування паралельних елементів, таким чином створюється ефект хреста. Іншим способом вираження синтаксису є стилістичний зворот — стилістична графіка, яка створюється незвичайним порядком слів у реченні, щоб підкреслити значення інвертованої одиниці та підсилити виразність мовлення. Серед лексичних стилістичних прийомів, що використовуються в заголовках, перше місце за частотністю займає епітет. Епітет поширений у жанрах публіцистичного характеру, оскільки чітко виражає оцінку суб'єкта чи об'єкта дії та суб'єктивне ставлення автора чи газети до інформації, що подається. Другими за частотою вживання є метафора та метонімія. Такі порівняння дуже рідко зустрічаються в заголовках статей. Для газетних заголовків характерне використання контингентності, утвореної за рахунок дієвих моделей словотворення, зевгмів, заснованих на взаємодії основного і похідного значень слів, каламбуру.

Розглядаючи заголовок як найменшу одиницю повідомлення, ми зауважимо, що заголовки пов'язані з більш складним мовним комплексом через складні зв'язки як частину цього комплексу. З одного боку, це синтаксичні відношення, а з іншого — семантичні відношення, що впливають із змісту повідомлення.

Слово семантика в англійській мові походить від французького терміна «*semantique*» — передбачати, вгадувати. Сьогодні в англійській мові це означає дослідження значення, відношення символів до фрагментів реальності. Він враховує всі лінгвістичні аспекти елементів мови.

Особливістю семантичного аспекту англійських газетних заголовків є те, що він одночасно конкретизує і узагальнює значення, оскільки вказує на

ситуацію об'єктивної дійсності, розповідаючи про факти того, що відбувається в країні та світі.

Розглядаючи лексичні аспекти заголовків англійських газет, можна помітити, що багато авторів використовують великий відсоток абстрактних слів, хоча інформація, як правило, конкретна. Аббревіатури, аббревіатури, складні слова з'являються часто, а імена та назви широко використовуються в англійських назвах для конкретизації інформації та зв'язку даних з конкретною особою, установою чи сферою. Крім того, слід зазначити, що існує велика кількість не емоційних слів, а оцінно-експресивних слів, вплив яких органічно пов'язаний з яскравістю та образністю англійської мови. Для забезпечення виразності та образності часто використовуються метафори, неологізми, жаргонізми та запозичення.

Семантична особливість англійського заголовка полягає в тому, що він поєднує в собі явище конкретизації та узагальнення значення одночасно. Заголовки новин англійською мовою – це короткі речення або фрази, більшість із яких є крапками. Використання пропущених речень і словосполучень, пропуск окремих елементів речення в заголовку пояснюється тим, що вони дозволяють стисло викласти матеріал, акцентуючи увагу на найважливіших аспектах інформації.

У нашому дослідженні ми виділили деякі семантичні типи заголовків, які можна зустріти в англійських газетах, такі як абстрактні заголовки, індикативні заголовки, локалізовані заголовки.

Отже, заголовки є залежною формою написання газети. Це фактично частина більшого цілого. Специфічні функціональні та мовні характеристики заголовків забезпечують достатню основу для їх виділення та аналізу як певного «типу» новин.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Аналізуючи семантико-стилістичні особливості газетних заголовків, нам вдалось виявити, що, в основному, мова публіцистичних текстів є стилістично нейтральною. Однак, для лексичного наповнення заголовків у англomовній публіцистиці характерним також є використання слів, які називають «заголовними кліше».

Особливо часто для привертання уваги у заголовках публіцистичних текстів використовуються жаргонізми, розмовні слова, фразеологічні сполуки. Дані елементи інтригують читача цікавою формою і змістом.

Алітерація та асонанс характеризуються повторенням приголосних і голосних звуків відповідно і надають заголовку приємного звучання. Створити такий заголовок – нелегке завдання, але результат вартий того.

Дуже часто у публіцистичних заголовках можна зустріти гру слів, каламбури, перифраз. Такі стилістичні прийоми підстобують інтерес читача, адже зазвичай вони використовуються у заголовках, які висміюють вади суспільства, критикують політиків тощо.

Для додавання заголовку експресивності автори часто використовують різноманітні тропи: епітети, метафори, метонімію, порівняння. Вони додають мові пишності та яскравості. Також досить часто вдаються до стилістичної інверсії – незвичного порядку слів у реченні, який дозволяє підкреслити окремі його елементи, підсилити їх значущість.

Семантика, або значення, публіцистичних заголовків формується навколо певних опорних елементів. Серед них є такі: хто? що? де? коли? За цими елементами заголовки поділяють на декілька типів.

Заголовок-резюме містить у собі найбільше опорних елементів і передають зміст маскимально стисло. Заголовки-цитати лише цитують інформацію, яка і так присутня в основному тексті. Заголовки-локалізатори зазвичай є неповними і закінчуються трикрапкою. Зазвичай такі заголовки можуть містити у собі топоніми, який буде задавати координати події, що неоднозначно закінчується. Заголовки-індикатори також не мають у собі

інформації, яка б дозволила передбачити зміст основного тексту і виконують атрактивну функцію.

РОЗДІЛ 3. ПЕРЕКЛАД АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

Зважаючи на відмінності в граматичній структурі та лексичному наповненні між українською та англійською мовами, слід зазначити, що при перекладі часто використовуються граматичні та лексичні трансформації.

У цьому дослідженні ми будемо дотримуватися класифікації видатних лінгвістів, які виділили наступні перекладацькі переходи:

- Трансформація словника – транслітерація, транскрипція, калькування, конкретизація, узагальнення, модуляція або розвиток змісту, описовий переклад;
- Граматичні трансформації – перестановки, заміни, пропуски та доповнення, антонімічний переклад, компенсація, транспозиція.

3.1 Лексичні трансформації при перекладі англомовних заголовків на українську мову

Оскільки англійська стає мовою міжнародного спілкування, кількість людей, які розмовляють нею, у всьому світі зростає. Багато лінгвістів і перекладачів задаються питанням про те, як переконатися, що їхні переклади передають те саме повідомлення, що й оригінальний текст. Є кілька причин, чому вони запитують це. Одна з них полягає в тому, що англійська вважається глобальною мовою, яка не схожа на жодну іншу, тому її легко вивчати та використовувати в усьому світі. Крім того, багато організацій і людей використовують англійську в культурних, політичних, літературних та інших цілях.

Газети відіграють значну роль у сучасному суспільстві. Вони дають новини про соціальні, політичні та побутові теми, а також філософські запити.

Заголовки служать певній меті: привабити читачів, передаючи основну ідею статті, налагодити взаєморозуміння з читачами та викликати інтерес до теми.

Багато впливових вчених і професіоналів аналізували мову газетних заголовків та інших джерел ЗМІ. Деякі навіть створюють про це наукові статті. Заголовки передають найважливішу інформацію, а також впливають на те, як читачі бачать історію, яку вони містять. Мовознавство Арнольда І.В., Комісарова В.Н., Разинкіної Н.М., Федорова А.В., Скребньова Ю.М., Швейцара А.Д., Дубенко О.Ю. треба визнати. Їхні значні праці йдеться про необхідність використовувати їхні поради під час викладання методів і використання англійських газет як інструменту для майбутніх перекладачів, щоб дізнатися про їхнє ремесло [23, с. 217].

Створення бази знань, створення схем і створення рекомендацій щодо правильного використання граматичних і лексичних змін у перекладі походять від труднощів, які виникають під час будь-якого перекладу. Тому має сенс створювати класи, щоб навчати людей найпоширенішим граматичним і лексичним змінам, які вносяться під час перекладу англійських заголовків новин іншими мовами.

Коли слово перекладається з однієї мови на іншу, його написання має змінюватися. Це тому, що слова переносяться з одного алфавіту в інший за допомогою машин. Наприклад, слово «транслітерація» утворилося через механічний процес перемикання тексту та окремих слів між двома графічними системами. Це слово виникло шляхом створення одного письма з літер іншого [24, с. 22].

1. Автентичне відтворення (передача заголовка у тому вигляді, як він існував мовою оригіналу):

а) *"Carte blanche"* / *Карт-бланш* (The Washington Post, 2019).

б) *"Dolce vita"* / *Дольче Віта* (Sunday Mirror, 2019).

2. Повноеквівалентний переклад:

а) *"Russia "will not accept" a price cap on its oil"* / *Росія «не погодиться» на обмеження ціна на свою нафту* (Reuters, 2022).

б) *"Russian forces are concentrating most of their strength on taking the town of Bakhmut in Donetsk"* / «Росія зосереджує більшість своїх сил для взяття міста Бахмута Донецької області» (ISW, 2022).

3. Частково еквівалентний переклад:

а) *"In a complex world, youth who lost their way"* / *Молодь, загублена у цьому непростому світі* (антонімічний переклад) (The Wall Street Journal, 2021).

б) *"Titanic watch to be auctioned"* / *Наручний годинник, знайдений на Титаніку, буде проданий з аукціону* (додавання) (The Collector, 2022).

4. Повна заміна одного заголовка на інший при перекладі з мови оригіналу на перекладну мову:

а) *"Snookered"* / *Кінець гри* (The Independent, 2018).

б) *"Looking forward to a move Down Under"* / *Нове життя Австралії* (Financial Times, 2017).

в) *"When less means more"* / *Тількише ідеш, далі будеш* (The Guardian Weekly, 2018).

Також було встановлено, що з усіх вищеперелічених як найбільш поширені способи передачі газетних заголовків виступають повноеквівалентний (зустрічається в 48,3% випадків) і частковоеквівалентний (зустрічається в 34,3% випадках) переклади. Разом з тим, автентичне відтворення є менш поширеним способом (12,1%), як і повна заміна заголовка (5,3%). Варто звернути увагу на те, що використання повної заміни як способу перекладу заголовка залежить від індивідуального стилю та переваг перекладача.

Попри умовний характер класифікації Л.С. Бархударова, заголовки були досліджені щодо наявності перестановок, додавань, замін і опущень за її перекладі українською мовою.

Більшість перекладів заголовків не зазнала жодної з цих трансформацій (67,3%), досить часті перестановки (11,7%), заміни (9,6%), додавання (7,3%) та опущення (4,1%).

Більшість досліджуваних заголовків були перекладені, як уже було сказано, без використання трансформацій, наприклад:

1) *IMF: it's worse than we thought / МВФ: Все гірше, ніж ми думали* (The Financial Times, 2012).

2) *Putin Cancels annual press conference as unease grows over Ukraine war / Путін скасовує щорічну пресс-конференцію, оскільки зростає напруженість у війні з Україною* (Financial Times, 2022).

3) *A 'Zero Option' for Afghanistan / "Нульовий варіант" для Афганістану* (Foreign Policy, 2013).

Можливе пояснення цього явища – важлива роль заголовка в публіцистиці, про яку вже йшлося.

Іншими словами, перекладач повинен передати зміст заголовка з мови оригіналу мовою перекладу так, щоб він не втратив своєї функціональності. Насамперед важливо зберегти інформативну функцію заголовка.

Перестановки, тобто перебудова чи зміна структури пропозиції, викликаються цілу низку причин. Основною причиною є відмінність у ладі речення в англійській та українській мовах.

Перестановки під час перекладу з англійської на українську неминучі з різного граматичного ладу цих мов. Практично всі виявлені перестановки при перекладі заголовків газетних статей так чи інакше пов'язані з граматичними особливостями, наприклад:

1) *Putin has lost this game of cat and mouse / Цю гру в кішки-мишки Путін програв* (The Independent, 2022).

2) *Apple, Google, Facebook на Supreme Court: Gay marriage boosts business / Одностатеві шлюби добре позначаються на бізнесі, вважають Apple, Google i Facebook* (The Washington Times, 2014).

У цьому прикладі проявляється особливість англійського порядку слів: на першому місці стоїть підмет, потім – присудо, далі – другорядні члени речення. В українському перекладі допускається перестановка об'єкта та суб'єкта місцями.

У заголовках часто опускається допоміжне дієслово. У разі, передусім, слід відновити повну конструкцію речення і лише потім робити переклад. Причому слід забувати, що українським заголовкам більше властива не дієслівна структура, а структура, центром якої є іменник.

Якщо опускається як допоміжне дієслово, так і основне, тобто присудок загалом, то перекладачеві слід відновити повну структуру речення, а потім робити переклад.

Перестановки в чистому вигляді зустрічаються не так часто, як це і впливає з попереднього прикладу.

Заміни частин мови, як правило, обумовлені відсутністю в українській мові тієї чи іншої структури, непослідовним вживанням відповідних форм і конструкцій, а також лексичними причинами: різним слововживанням, різними правилами поєднання в англійській та українській мовах, відсутністю відповідних значень, частин мови.

При перекладі газетних заголовків можливі різноманітні заміни.

При перекладі заголовка: *US to Play Russia?* відбувається заміна синтаксичного зв'язку: словосполучення *US to Play Ukrainian?* перетворюється на запитання: *Ну що, росіяни, зіграємо?* (The New York Times, 2022)

Опущення підмета – це явище, яке вимагає прочитання статті для того, щоб зрозуміти, про що в ній йдеться. При перекладі таких заголовків часто доводиться змінювати граматичну конструкцію, наприклад:

1) *Running scared* / *Біжи без оглядки* (The Guardian Weekly, 2006).

2) *Traumatized into music* / *Травма породила талант до музики* (Washington Times, 2006) (повна граматична трансформація, заміна).

Заголовки зі складними атрибутивними ланцюжками часто вимагають повної граматичної трансформації, тому що атрибутивні ланцюжки, що складаються з кількох іменників, не характерні для української мови.

Britain`s holocaust shame / Участь у геноциді – безчестя Великобританії (заміна членів пропозиції, заміна) (The Guardian Weekly, 2018).

Буквальний переклад – це вид перекладу, при якому перекладна одиниця точно копіює лексему оригіналу, включаючи його значні частини, але з використанням незапозичених матеріалів. Тобто калька копіює кожну значущу частинку іноземного слова в матеріалі, який використовується для його перекладу. Кальки можна побачити у фразеологізмах, прислів'ях, ідіомах і термінах. Наприклад, калькування зустрічається в перекладі ідіоматичних виразів та фраз. Створення конкретного значення передбачає заміну загального терміна більш конкретним у мові перекладу. Цей процес лексичної конкретизації вимагає творчого внеску перекладача та завершує зміну семантичного значення слова [56, с. 22].

Da Vinci Code - Fake Under Disguise of Truth / Код да Вінчі – вигадка під маскою правди (The Guardian, 2018) [44].

Oxford coronavirus vaccine to face more tests to prove it works / Оксфордська вакцина від коронавірусу зтикнулася з низкою випробувань на ефективність (The Times, 2020) [53].

Coronavirus crisis can herald a new era for disabled workers / Коронавірусна криза може бути вісником нової ери для людей з обмеженими можливостями (The Times, 2020) [53].

Рекомендується, щоб транспонування використовувало узагальнення лише тоді, коли це необхідно для збереження інформації, втраченої через заміну слова з вузьким значенням у вихідній мові на слово з ширшим значенням. Це пояснюється тим, що заміна слова зі схожими значеннями може порушити стандарти граматики та стиль мови перекладу.

Через відмінності між англійською та українською лексиконами робиться мало перекладів з однієї мови на іншу. Це пов'язано з тим, що абстрактні слова в англійській мові мало мають такого значення, як звичайні слова в українській.

Наприклад, фрази на кшталт «те саме поняття» перекладаються з української на англійську з меншими труднощами, ніж переклади, пов'язані з конкретизацією [56, с. 23]. що абстрактні слова в англійській мові недостатньо мають таке ж значення, як звичайні слова в українській. Наприклад, фрази на кшталт «те саме поняття» перекладаються з української на англійську з меншими труднощами, ніж переклади, пов'язані з конкретизацією [56, с. 23].

China launches its most ambitious lunar mission yet / Китай ще в процесі запуску найсміливішої місії місяця (Los Angeles Times, 2020) [48].

Doctors Attack NHS Ban on Robot Cancer Surgeon / Лікарі проти заборони Національною службою охорони здоров'я Великобританії автоматизації операцій з видалення ракових пухлин [53].

Existing-Home Sales Take a Big Fall in December / У грудні впали продажі нерухомості [54].

Основні лексичні труднощі при перекладі газетних заголовків пов'язані з тим, що в них зустрічається велика кількість скорочень, назв, різноманітних реалій, властивих англійській чи американській дійсності. У всіх цих випадках необхідно користуватися спеціальною довідковою літературою та спеціальними словниками як англо-українськими, так і українсько-англійськими.

3.2 Граматичні трансформації при перекладі англомовних заголовків на українську мову

Транспозиція як вид перекладацької трансформації — це зміна положення мовних елементів у тексті перекладу відносно тексту оригіналу. Елементами, які можна транслітерувати, є слова, словосполучення, компоненти складних речень (clauses) і окремі речення в структурі тексту.

Перестановки викликані низкою причин, головна з яких відмінності в структурі речень в англійській та українській мовах. Англійське речення зазвичай починається з підмета (або групи підметів), за яким йде присудок (група предикатів), який є центром повідомлення. Уся другорядна інформація (час, місце тощо) розміщується в кінці речення. Порядок речень в українській мові дещо інший: зазвичай першими з'являються другорядні речення, потім присудок і, нарешті, підмет. Це необхідно враховувати при перекладі.

Despite recession over, UK economy will take years to recover (BBC, 2022)

Незважаючи на закінчення кризи, Британії знадобляться ще роки, аби відновити свій економічний стан.

У цьому прикладі порядок членів речення для назви англійською мовою такий: підмет-присудок-цільова ситуація-речення. У перекладі українською мовою в заголовку пропонується такий порядок членів речення: спочатку речення, потім головне речення (додаток, присудок, підмет), речення мети.

Workers trapped in Chinese mines after massive floods (Reuters, 2021)

В результаті потужної повіні робітники однієї з китайських шахт опинилися у настці.

У наступному прикладі, згідно з українською нормою, під час перекладу речення причини, яке стояло після головного в мові оригіналу, було переміщено на перше місце.

Investment in renewable power falls to 1.2 billion euros amid green tariff crisis (Kyiv Post, 2021)

В умовах кризи зеленого тарифу, інвестиції у поновлювану енергію впали до 1,2 мільярдів євро.

У цьому випадку в перекладі було використано зміну розташування підрядних речень, а положення місця було розміщено на початку речення, оскільки таке розташування підрядних речень характерне для української мови.

Заміна є найпоширенішим і різноманітним видом перекладацької трансформації. Під час перекладу можуть замінюватися такі граматичні одиниці: форми слова, частини мови, речення, види синтаксичного зв'язку тощо [63, С. 76].

а) Зміна форми слова означає зміну числа іменників, часу дієслів тощо.

Al Qaeda still intends to use weapons of mass destruction against the US, report says (Washington Post, 2005).

Аль-Каїда все ще планує застосувати зброю масового знищення проти США, йдеться у звіті.

При перекладі даного заголовку було використано конверсію числа, яке замінює множину лексеми зброя, а український відповідник (зброя) вжито в однині.

If Washington believes that Israel's intransigence is undermining its war effort, it can take a tougher stance against its allies (The Times, 2011).

Якщо США вважають, що непоступливість Ізраїлю завдає шкоди його військовій економіці, вони можуть вжити жорсткіших заходів.

В англійській мові інфінітив теперішнього часу вживається в підрядному умовному способі (decide), а в українській умова передається формою майбутнього дієслова (вирішать). У цьому прикладі також використовується перетворення узагальнення *Washington – США*.

б) Заміна частин мови

Заміна частин мови часто використовується при перекладі англійської дієслівної форми іменника, назви виконавця (зазвичай із суфіксом -er (-or)), українською особою формою дієслова.

*Ukraine's affordable housing seduce foreign investors (Kyiv Post, 2021).
Доступність українського житла приваблює іноземних інвесторів.*

У процесі перекладу відбуваються заміни інших частин мови, зазвичай супроводжувані заміною членів речення, тобто реконструкцією синтаксичної структури речення.

в) Заміна членів речення (зміни синтаксичної будови речень)

Найпоширенішим прикладом такої синтаксичної перебудови є заміна пасивних структур в англійській мові на активні в українській, під час якої англійські присудки замінюються додатками в українській мові, суфікси з прийменником *by* в англійській мові перекладаються на українську мову за

допомогою предикативної заміни або пропуску, і використання безособової конструкції, підрядна форма англійського дієслова стає активною формою українського дієслова.

Russia Seeks Revenge for Crimea Bridge by Bombing Ukrainian Cities (Greek Reporter, 2022)

Росія хоче помститися за Кримський міст бомбардуванням українських міст.

У цьому прикладі англійський прислівник із прийменником при перекладі українською стає додатком у реченні.

Також часто підмети в англійських реченнях замінюються контекстом при перекладі українською мовою.

U.S. Effort to Arm Taiwan Faces New Challenge With Ukraine Conflict (The Wall Street Journal, 2022).

Зусиллям США озброїти Тайвань кинута новий виклик через війну в Україні.

У цій версії перекладу суб'єкт мовою оригіналу (*Effort to Arm*) замінено на додаток у цільовій мові (*Зусиллям*).

Ottawa Sees Record January Rainfall (The Globe and Mail, 2021).

В січні в Оттаві зафіксовано рекордну кількість опадів

У цьому варіанті перекладу використовуються такі трансформації: змінна синтаксичної структури речення (*Ottawa sees - в Оттаві зафіксовано*, підмет замінено ситуацією розташування, активна структура в мові оригіналу замінена пасивною) структура в мові перекладу), альтернативні морфеми (*rainfall* в англійській мові вживається в однині, відповідні лексеми в українській мові вживаються лише в множині), перестановки (для української мови характерне змішування часу та місця початку речень).

Опущення і доповнення.

Граматичні та лексичні трансформації часто вимагають введення додаткових слів або, навпаки, пропуску деяких елементів. Таким чином, пропуски і доповнення часто поєднуються з іншими видами граматичних трансформацій, найчастіше замінюючи частини мови. Введення додаткових

слів було зумовлено низкою причин: відмінностями в структурі речень і тим, що більш стислі речення англійською мовою вимагають більш детального вираження думок українською мовою. Відсутність відповідних слів або відповідних лексичних семантичних варіантів даного слова також є приводом для введення зайвих слів у процесі перекладу [13, с. 76].

French supreme court annuls decision not to extradite activist to Italy (Reuters, 2022).

Верховний Суд Франції визнає екстрадицію активіста до Італії недійсною.

У цьому прикладі використовуються пропущені конверсії, що є досить типовим прийомом при перекладі парних синонімів англійською мовою, що нехарактерним для українського використання.

Deepwater Horizon: Conservationists warn of 'real disaster' for wildlife (The Guardian, 2010)

Вибух нафтової платформи Deepwater Horizon у Мексиканській затоці: природоохоронці попереджають про початок справжньої катастрофи для дикої природи

В даному прикладі використано доповнення по-перше, оскільки лексема *conservationists* не має в українській мові точного відповідника і перекладається як захисник природи, друге – лексема *wildlife* також перекладається двома словами – *жива природа*. По-третє, рекомендується використовувати доповнення в першій частині назви, щоб полегшити розуміння читачам, а не залишати лише назву платформи.

Israel's latest election too close to call (The Wall Street Journal, 2021).
Результати чергових виборів в Ізраїлі дуже важко передбачити.

У цьому прикладі пропонується позначити що мова у статті піде саме про результати виборів 2021 року в Ізраїлі.

Контекстуальна заміна — це використання в перекладі іншого слова чи фрази (або виразу), які формально не відповідають слову чи фразі оригіналу мовою перекладу. Тому неправильно говорити про заміну, якщо немає

офіційного еквівалента оригінального слова чи фрази в мові перекладу. Трохи спрощуючи проблему, можна сказати, що заміна контексту передбачає відмову від використання існуючих еквівалентів або аналогів. Причиною такої відмови є специфіка контексту, а точніше незвичайне використання слова чи фрази в певному контексті.

The Practices May Be Considered Successful (The Financial Times, 2010).

Дані заходи можна вважати успішними

У запропонованому перекладі назви використано контекст заміни лексеми *practices* на лексему *заходи*, оскільки вживання відповідної практики є некоректним і не відповідає змісту повідомлення.

Need For Funds (The Financial Times, 2021).

Потреба у фінансуванні.

Антонімічний переклад – це перекладацька трансформація, яка передбачає заміну будь-якої одиниці в вихідній мові на протилежну одиницю в цільовій мові та відповідну реорганізацію всього речення для збереження значення [63, р. 79].

They Never Tell Us Everything! (The Observer, 2010)

Вони завжди щось замовчують!

Рекомендується використовувати антонімічний переклад, щоб уникнути подвійних заперечень у назвах статей («Вони ніколи нічого нам не говорять»).

A Tough Weekend For Ukraine’s Anti-LGBT “Excremists” (Bellingcat, 2022).

Нелегкий тиждень для українських анти-ЛГБТ «Екстремістів».

У цьому прикладі можливий дослівний переклад – важкий тиждень – однак газетні заголовки, як правило, стискаються, тому рекомендується антонімічний переклад.

Nothing Has Changed for David Cameron (The Times, 2010).

Для Девіда Кемерона все залишилося незмінним.

Not a Positive Side of Skin-Whitening (CNN, 2022).

Негативна сторона відбілювання шкіри.

В обох прикладах використано антонімічний переклад, щоб зробити

заголовки більш короткими, влучними і вони більш природньо звучали українською мовою (*Nothing has changed - все залишилося незмінним; Not a Positive Side - Негативна сторона*).

Nothing But Laughter (The Times, 2020).

Лише сміх.

Nothing But Laughter в українській мові є відповідник – сміх і гріх. Але такого перекладу недостатньо, бо в українській мові воно вживається, щоб кепкувати, не схвалювати щось. Ця стаття не має такого смислового навантаження, і містить інформацію про дослідження, проведені у Великобританії, які показали, що сміх може підвищити апетит.

No More Oil On Troubled Waters (The Guardian, 2010).

Досить нафти у вже забруднених водах.

У цьому прикладі використано антонім «No more», а також використано метод контекстуальної заміни, оскільки слово «каламутна вода» яскраво представляє хаотичну, складну ситуацію, але такий переклад може ускладнити розуміння людей, тому використовується дослівний переклад – води під питанням, цей варіант прийнятний, якщо ми не знаємо контексту. Мова йде про аварію на нафтовидобувній платформі в Мексиканській затоці, яка призвела до пожежі, яка розлилася на тисячі кілометрів у море. Тому в перекладі доцільніше використовувати термін «забруднена вода».

Компенсація – це лексико-граматична трансформація, яка передбачає перенесення семантичних або стилістичних тіней, а не туди, де це виражено в оригінальному тексті. Багато разів один стильовий пристрій замінюється іншим під час компенсації втрат. Компенсація потрібна, оскільки в багатьох випадках неможливо знайти повні відповідники (тобто семантичну та експресивну стилістику) для перекладу окремих фрагментів оригінального тексту.

Якщо в процесі перекладу потрібно пожертвувати стилістичним забарвленням або силою виразу, то перше, що потрібно зробити, це спробувати зберегти напрям виразності. Це означає, що, наприклад,

перекладаючи будь-яке сленгове (жаргонне) слово, перекладач повинен насамперед стежити за точною передачею семантичного та експресивного значення слова, жертвуючи в крайніх випадках його жанровим і стилістичним забарвленням. Однак, якщо це забарвлення має принципове значення для стилю оригіналу, його необхідно передати в перекладі, навіть в іншому реченні, що є метою прийняття відшкодування.

An A1 Day! (The Financial Times, 2019).

День кращий з найкращих!

У цьому прикладі англійський ідіоматичний вислів A1 для beautiful і пропонується перекладати як the best of the best, оскільки в українській мові немає прямого відповідника.

We'd Better Sit On the Fence When It Comes To Voting (The Wahsington Post, 2010).

Коли справа дійде до голосування, ми краще зберігатимемо нейтралітет.

Ідіоматичний вислів Sit On the Fence англійською означає не займати позиції під час обговорення питання. Прямого відповідника в українській мові немає, проте є один вислів, який повністю передає значення англійської ідіоми - залишатися нейтральним.

It's Zero Hour for Georgia (The Globe and Mail, 2011).

Для Грузії все лише починається.

В англійській мові ідіоматичний вираз *Zero Hour* означає момент перед початком чогось важливого, але в українській мові не існує такого виразу, як «Нульова година», тому пропонується перекласти його як *все лише починається*.

Транспозиція – це одночасно лексико-граматична і стилістична трансформація, яка передбачає перетворення одного жанру або функціонального стилю в інший.

В англомовних текстах частіше вживаються елементи розмовного стилю, а інколи навіть мають знайомі риси. У результаті перекладачам іноді

доводиться згладжувати перекладений текст, замінюючи звичні терміни та фрази більш нейтральними.

Woman Arrested Over Child Fire Deaths (Breakingnews, 2022).

Заарештовано жінку за звинуваченням у вчиненні пожежі, в якій загинуло двоє дітей.

В оригінальній статті чітко видно, як автор засуджує підозрювану, хоча її провина не доведена. Тому при перекладі доцільно використовувати менше стилістичних слів, щоб надати читачеві інформацію для роздумів і дозволити йому сформулювати власне ставлення.

Nicaragua Accused of Helping Colombian Drug Lords (The Guardianm 2010).

Владу Нікарагуа звинувачено у сприянні наркоторговлі у Колумбії.

В даному прикладі вираз *helping Colombian drug lords* пропонується перекласти більш загально, як *сприяння наркоторговлі*, аби не робити голосних заяв щодо допомоги наркобаронам.

Vatican Hit By Gay Sex Scandal (The Times, 2010)

У Ватикані вибухнув скандал навколо звинувачення у розбещенні неповнолітніх хлопчиків.

У цьому прикладі під час перекладу пропонується менш стилістична та більш політично коректна лексика. Також пропонувалося зробити назву більш конкретною, ніж оригінальна, виходячи з інформації, яка міститься в статті: Глава Римсько-католицької церкви звинувачений у приховуванні священика, який протягом багатьох років розбещував неповнолітніх хлопчиків (є близько 200 жертв сексуальних домагань).

Ugandan Prime Minister to Be Banned From UK If His Gay Death Penalty Bill Succeeds (The Guardian, 2010).

‘Прем’єр-міністру Уганди заборонять в’їзд до Великобританії, якщо буде прийнято його законопроект щодо страти представників сексуальних меншин.

У цьому прикладі пропонується використання більш політкоректних лексем, ніж мова оригіналу, а також використання узагальнених трансформацій.

Газетним заголовкам як специфічному мовному явищу написано багато наукових праць. Як об'єкт дослідження заголовки англійських газет часто привертають увагу. Переклад заголовків можна розглядати як окрему проблему перекладознавства, від вирішення якої залежить «доля» всієї іноземної мови.

Проблема визначення англійських газетних заголовків була цікавим предметом дослідження та обговорення багатьох науковців, таких як Арнольд, Невада, Лазарева, Шевченко та ін.

Зважаючи на відмінності в граматичній структурі та лексичному наповненні між українською та англійською мовами, важливо зазначити, що при перекладі газетних заголовків часто використовуються граматичні та лексичні трансформації [2, с.73].

Першим лексичним засобом, обраним під час перекладу назви, є транслітерація. Візьмемо приклад:

"Web Censorship in China? Not a Problem, Says Bill Gates" [5, с. 4].

«Веб цензура у Китаї? Не проблема, вважає Біл Гейтс» [3, с. 5].

При перекладі заголовків перекладачі використовують транслітерацію, використовуючи українську графіку для чіткої передачі власних назв англійською мовою. Зважаючи на те, що в назві висвітлюються міжнародні питання, транслітерація в даному випадку є доцільною і дає змогу зрозуміти зміст назви як українським читачам, так і іноземцям.

Наступний спосіб перекладу назви, близький до транслітерації, - це транскрипція. приклад:

"Obama to Propose Freeze On Government Spending" [5, с. 7].

«Обама пропонує заморозити урядові витрати» [3, с. 9].

У цих прикладах перекладач не перекладав, а скопіював власне ім'я, що є загальноприйнятим правилом. Під час перекладу власні імена та прізвища

перетворюються відповідно до графічної форми мови перекладу, що не порушує відтінку тексту оригіналу.

Не менш важливою технологією, яку ми виділяємо, є відстеження. Розглянемо такий приклад:

"Visual Merchandising in Retail Trade" [5, с. 3].

«Візуальний мерчандайзинг у роздрібній торгівлі» [3, с. 4].

Заголовки є загальноприйнятими термінами, тому перекладачі не помиляться, перекладаючи складні слова (терміни), використовуючи найширший доступний метод відстеження. Утворені відповідники не порушують норм українського слововживання та відмінювання.

Інший спосіб перекладу газетних заголовків - це присвоєння значень. приклад:

"New Science Facilities in Texas" [4, с. 6].

«Нові наукові лабораторії у Техасі» [6, с. 11].

Як видно з прикладу, перекладач використовує прийом конкретизації, замінюючи в тексті оригіналу слова з ширшою семантикою на слова з вузькою семантикою, не втрачаючи основної інформації, закладеної в вихідному газетному заголовку.

Наступний прийом, який ми виділяємо, це узагальнення примітивних значень. Розберемо такий приклад:

"Existing-Home Sales Take a Big Fall in December" [4, с. 6].

«У грудні впали продажі нерухомості» [6, с. 5].

У цьому реченні словосполучення Existing-home пропонується перекладати на нерухомість, оскільки в статті міститься інформація про зниження продажів не тільки готових будинків, а всіх типів будинків. Тобто перекладач замінює словосполучення в перекладі еквівалентним словом, яке має ширше значення.

Модуляція або розвиток змісту є ще одним важливим прийомом під час перекладу газетних заголовків. приклад:

"Can the Leopard Change His Spots?" [4, с. 6].

«Природу не виправити» [6, с. 5].

В обох прикладах переходи модуляції представлені відповідями цільової мови на запитання вихідної мови.

У випадках, коли не вдається підібрати короткі та точні еквіваленти, використовується наступний прийом – описовий переклад [1, с.76].

" Caucus for Producers, Writers & Directors in Austin" [4, с. 5].

«Закриті збори виробників, письменників та менеджерів для попереднього обговорення організаційних питань у Остіні, Техас» [6, с. 11].

Перекладач використав описовий прийом слова caucus, оскільки в українській мові немає точного відповідника.

Отже, у процесі дослідження з'ясовано, що при перекладі газетних заголовків перекладачі будуть використовувати певну кількість лексичних трансформацій для повної передачі інформації мови перекладу, яка міститься в оригінальних заголовках. У цьому дослідженні найчастіше використовуються такі методи лексичного перекладу: транслітерація (18,7%), транскрипція (12,5%), калькування (18,7%), описовий переклад (6,2%), конкретизація (18,7%), узагальнення (12,5%). і модуляція (12%).

Зважаючи на відмінності в граматичній структурі та лексичному наповненні між українською та англійською мовами, слід зазначити, що при перекладі часто використовуються граматичні та лексичні трансформації. У цьому дослідженні ми будемо дотримуватись класифікації видатного мовознавця Ю. Ю. Рецкера, який виділив такі лексико-граматичні перекладацькі переходи:

Транслітерація – механічна передача тексту та окремих слів, написаних однією графічною системою, через іншу графічну систему з вторинним ефектом звукової точності, тобто передача одного письма через літери іншого письма.

“Man Arrested Under Terrorism Act in Birmingham” [53].

«Заарештовано людину за звинуваченням у скоєнні терористичного акту у Бірмінгемі».

Транскрипція – інший тип лексичних трансформацій, який використовується для точного відтворення звукового складу слів і тексту на будь-якій мові чи діалекті.

“Obama to Propose Freeze on Government Spending” [44].

«Обама пропонує заморозити урядові витрати».

Калькування – відстеження значення слова чи словосполучення шляхом копіювання його вихідного матеріалу чи морфем. Це часто виникає при перекладах термінів і риторичних виразів різними мовами. Крім того, це використовується під час калькування приказок, прислів'їв та інших фразеологічних елементів, таких як ідіоми.

“Visual Merchandising in Retail Trade” [57].

«Візуальний мерчандайзинг у роздрібній торгівлі».

Конкретизація значення -дослівна зміна слова до слова називається ізоморфізмом, який змінює ширше значення слова відповідно до вузького значення його мовного відповідника.

“New Science Facilities in Texas” [57].

«Нові наукові лабораторії у Техасі».

Генералізація значення – Перехід у значенні від одного слова до іншого називається «перетворенням» у застосуванні до цільової мови.

“Existing-Home Sales Take a Big Fall in December” [52].

«У грудні впали продажі нерухомості».

Модуляція, або змістовий розвиток – слово або фраза з вихідної мови замінюється одиницею цільової мови, що поділяє його значення, як правило, граматичною конструкцією, яка далі розвиває оригінальну ідею.

“Can a Bad Mother Help Her Nature?” [45].

«Недбайливі матері не змінюються».

Описовий переклад Слово вживається, коли до слова немає точних синонімів.

“Candidates hopscotch through battleground states” [51].

«Виборча гра у стрибки: кандидати борються за першість у

кожному штаті».

Перестановка – перехід від оригінального тексту до перекладеного призводить до переміщення елементів мови.

“Shelling at nuclear plant raises alarm, as war intensifies in Ukraine” [56].
«Поки в на сході України триває війна, тривогу викликає обстріл атомної станції».

Є багато компонентів мови, які губляться під час перекладу, включаючи слова, фрази, речення та навіть синтаксичні зв’язки.

Report Says Al-Qaeda Still Aims to Use Weapons of Mass Destruction Against U.S. [56].

«Як повідомляється у доповіді, Аль-Каїда й досі планує використати зброю масового знищення проти США».

Опущення і доповнення – видалення зайвих тверджень у перекладі.

“China’s Huawei says 2020 sales rose despite US sanctions” [45].

«Китайська компанія Huawei заявила, що, попри санкції США, у 2020 році кількість продажів зросла»

Контекстуальна заміна – замість того, щоб у перекладі було використано слово чи фразу, яка формально відповідає мові оригіналу, використовується інше слово чи фраза.

“A disturbance in the atmosphere” [49].

«Неспокій в атмосфері».

Антонімічний переклад – Щоб виконати лексико-граматичну зміну, програміст повинен замінити будь-яке слово чи фразу в вихідній мові на відповідну заміну в цільовій мові. Для цього потрібно перебудувати все речення так, щоб передбачуване значення залишилося незмінним.

“They Never Tell Us Everything” [53].

«Вони завжди щось замовчують!»

Компенсація – Коли значення або характер слова змінюються через граматику або вибір слова, це називається лексико-граматичною

трансформацією. Часто люди замінюють один стилістичний прийом іншим, щоб компенсувати втрати.

“An A1 Day!” [46].

«День кращий з найкращих!»

Транспозиція – у семантико-лексичному аспекті відбувається зміна одного функціонального стилю іншим. Цей процес включає як мовні, так і стилістичні елементи.

“Vatican Hit By Gay Sex Scandal”[45].

«У Ватикані вибухнув скандал навколо звинувачення у розбещенні неповнолітніх хлопчиків».

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

У даному розділі ми розглянули два види перекладацьких трансформацій: лексичні і граматичні. Було з'ясовано, що до лексичних трансформацій належать: конкретизація та генералізація значення, транслітерація і транскрипція, модуляція, калькування та описовий переклад.

Конкретизація і генералізація є протилежними за своїми функціями. Конкретизація – це спосіб перекладу, при якому лексема мови оригіналу із більш широкою семантикою замінюється одиницею мови перекладу із більш вузьким значенням. Генералізація ж навпаки використовується для експлікації значення одиниці мови при перекладі.

Транслітерація – це передача слова або словосполучення за допомогою системи знаків мови перекладу, а транскрипція – це відтворення звукового складу одиниці перекладу.

При застосуванні модуляції відбувається заміна одиниці мови оригіналу лексичною одиницею мови перекладу, яка є наслідком або продовженням одиниці, що перекладається. Калькування – це буквальный переклад слова або словосполучення.

Серед граматичних трансформацій нам вдалося виділити такі: заміна, контекстуальна заміна, перестановка, опущення або доповнення та антонімічний переклад.

Заміна може відбуватися на морфемному, морфологічному та синтаксичному рівнях. Вона допомагає зробити переклад тексту адекватним. Під час контекстуальної заміни перекладач не використовує відомі відповідники, а підбирає слово, яке більше підходить за контекстом.

Перестановка – це зміна позицій слів, частин речення і навіть цілих речень. Дана трансформація використовується достатньо часто з тієї причини, що структури англійської та української мови істотно відрізняються. Для англійської характерний прямий порядок слів, у той час як для української мови інверсія – звичайне явище.

Опущення і додавання часто використовуються у тандемі з іншими

трансформаціями. Їхнім завданням, як зрозуміло із назви, є вилучення зайвих елементів із тексту, або додавання нових, коли цього потребує ситуація.

Під час антонімічного перекладу одиниця мови оригіналу замінюється на протилежну за значенням одиницю мови перекладу і при цьому відбувається перебудова речення.

Також у даному розділі було проаналізовано заголовки статей, новин, та інших текстів публіцистичного стилю.

ВИСНОВКИ

Газети відіграють важливу роль у сучасному житті. Газетні новини називають хронікою сучасності, оскільки вони відображають події та звертаються до повсякденних проблем суспільства – політичних, соціальних, побутових, філософських тощо. Заголовки є точкою відліку читача у вирі газетних статей.

Заголовок покликаний виразити основну мету інформації, залучити читача, привернути його увагу, викликати інтерес до тематики опублікованого матеріалу. Водночас заголовок актуалізує найважливіше в інформації та виступає ефективним засобом впливу на читацьке сприйняття. Внаслідок цієї мети в англійських та українських ЗМІ склалися самостійні стилі газетних заголовків з багатьма притаманними лексико-граматичними та функціонально-стилістичними ознаками.

Особливий стиль заголовків газетних статей викликає певні труднощі з перекладом. Тому ця робота здебільшого зосереджена на особливостях заголовків англійських газет, а також розглядає та порівнює типи заголовків в англійських та українських ЗМІ, вказує на певні відмінності між ними та пропонує відповідні способи перекладу.

У розділі 1 розглядаються структурні, граматичні та лексичні особливості газетних заголовків. За структурою газетні заголовки, як правило, виражаються односкладними, двоскладними та складнопідрядними реченнями, еліпсом, підпунктовими реченнями, відокремленими реченнями. Двоскладні речення як заголовки поширені в англійській мові, оскільки вони дають стисле уявлення про зміст статті, тоді як заголовки односкладних речень не дають достатньої інформації та можуть бути нецікавими для читачів. Речення зі складними назвами вважаються надто багатослівними. Щодо лексичних характеристик газетних заголовків можна сказати, що використовуються термінологія та інші лексичні елементи розмовного стилю, вживаються фразеологічні сполуки типу «дієслово +

іменник", вживаються прийменники і післявідмінки. Використовується алітерація - повторення голосних або приголосних звуків у заголовках, щоб зробити їх виразними та привабливими, зустрічається парафраз, використовуються натяки на загальновідомі факти чи події; часто гра слів і каламбур.

У 2 розділі розглядається комунікативна функція та семантика газетних заголовків, а також стилістичні особливості. Газетні заголовки виконують такі функції: інформативну, оцінну, переконливу та привабливу. Варто зауважити, що заголовки рідко виконують лише одну функцію. Часто останні групуються таким чином, що заголовок інформує читача про подію та дає оцінку йому як автору або закликає читача до дії. Причому інтригуюча функція часто поєднується з функцією переконання чи оцінки, що значно послаблює інформаційну функцію, оскільки вона мало обізнана зі змістом статті. Серед фонетико-стилістичних прийомів у газетних заголовках найчастіше зустрічаються алітерація, просодика, рима, що сприяє виконанню ними рекламної (захоплюючої) та оціночної функцій. У заголовку інформаційного повідомлення алітерація має найбільший ефект, коли всі слова, що містяться в заголовку, починаються на один звук. Римунання, як і алітерація, у більшості випадків супроводжується тонким ритмічним розташуванням усього заголовка або його частини. «Синтаксис виразу» займає чільне місце в заголовках у британських ЗМІ. Перше місце за частотою займають різноманітні види паралельних конструкцій. Паралельні структури завжди супроводжуються ритмом. Одним із видів паралельної структури є структура, що перетинає (антипаралельна) – зворотний порядок розташування паралельних елементів, таким чином створюється ефект хреста. Іншим способом вираження синтаксису є стилістичний зворот — стилістична графіка, яка створюється незвичайним порядком слів у реченні, щоб підкреслити значення інвертованої одиниці та підсилити виразність мовлення. Серед лексичних стилістичних прийомів, що використовуються в заголовках, перше місце за частотністю займає епітет. Епіграми поширені в жанрах

новинного характеру, оскільки виражають оцінку суб'єкта чи об'єкта дії, а також суб'єктивне ставлення автора чи газети до інформації, що подається. Другими за частотою вживання є метафора та метонімія. Такі порівняння дуже рідко зустрічаються в заголовках статей. Для газетних заголовків характерне використання контингентності, утвореної за рахунок дієвих моделей словотворення, зевгмів, заснованих на взаємодії основного і похідного значень слів, каламбуру.

Семантика заголовків журнальних статей формується навколо опорних елементів ХТО, ЩО, ДЕ, КОЛИ за рахунок згортання всіх компонентів тексту. Розрізняють заголовки таких семантичних типів:

анотаційні заголовки характеризуються максимальною наявністю допоміжних текстових елементів ХТО, ЩО, ДЕ, КОЛИ, які передають свій зміст у згорнутому вигляді. Такі заголовки змінюються залежно від ступеня об'єктивності передачі контенту та служать а) інформаційній нейтральності або б) оцінці інформації;

заголовок-індикатор вказує на тему повідомлення, але не містить інформації, яка дозволила б заздалегідь передбачити зміст статті. Семантика заголовка-індикатора максимально компактна і має мінімальну кількість опорних елементів;

заголовки локаторів зазвичай усічені й закінчуються трьома крапками. Така форма заголовка привертає увагу читача і спонукає його прочитати статтю повністю, оскільки заголовок не дає можливості передбачити інформаційний зміст.

У розділі 3 подано варіанти перекладу англійських заголовків українською мовою та проаналізовано лексико-граматичні, стилістичні та гібридні трансформації, використані при перекладі. У даній роботі використовується наступна класифікація трансформацій Якова Йосиповича Рецке:

1. Лексична трансформація - транслітерація, транскрипція, калькування, реіфікація, узагальнення, модуляція або розвиток змісту, описовий переклад

2. Граматичні трансформації - перестановка, перестановка, опущення та додавання, антисенс. переклад, компенсація, транспозиція.

Транслітерація — це механічне перенесення тексту й окремих слів, написаних однією графічною системою, через іншу графічну систему із вторинним ефектом звукової точності, тобто передача однієї писемності літерами іншої писемності; транскрипція — інший вид лексичних перетворень, для точного відтворення звукового складу слів і текстів на будь-якій мові чи діалекті. Калькування – відтворення іншомовних слів за допомогою власного, незапозиченого матеріалу або морфологічних перекладів іншомовних слів. Калькування часто зустрічається при перекладі термінів і термінових виразів, у тому числі прислів'їв. Значення норми - це лексичне перетворення, в результаті якого слова з ширшою семантикою в оригіналі перекладаються словами з вузькою семантикою в мові на яку вони перекладаються замінено; узагальнення значення - трансформація, заміна слова з більш вузьким значенням у вихідному тексті словом з ширшим значенням у мові перекладу; модуляція, або розробка контенту – це лексико-семантична заміна слова чи фрази вихідної мови одиницею цільової мови, значення якої є логічним продовженням або наслідком значення вихідної одиниці; описовий переклад використовується, коли короткі та точні еквіваленти неможливо знайти. При граматичній трансформації часто використовується перестановка - зміна положення мовних елементів у тексті перекладу відносно тексту оригіналу, при цьому під час перекладу можуть замінюватися такі граматичні одиниці: форми слова, частини мови, речення, типи синтаксичного зв'язку тощо. .; опускання та додавання - зсув, у якому додаються члени речення або пропускаються непотрібні члени речення під час перекладу; контекстна заміна - це використання іншого слова чи фрази (або виразу) у перекладі, а не слова чи фрази, які формально відповідають оригіналу мовою перекладу; антисенсовий переклад — це лексико-граматична трансформація, яка передбачає заміну будь-якої одиниці в мові оригіналу одиницею з протилежним значенням у мові перекладу та відповідну

реорганізацію всього речення, щоб зберегти значення; компенсація — це лексико-граматична трансформація за участю семантичного або зміщення стилістичного відтінку, а не там, де оригінальний вираз. Багато разів один стильовий пристрій замінюється іншим під час компенсації втрат. Транспозиція — це як лексико-граматична трансформація, так і стилістична трансформація, яка передбачає перетворення одного жанру чи функціонального стилю в інший.

Наші висновки дозволяють стверджувати, що при перекладі англійських назв українською мовою використовується велика кількість трансформацій, щоб зробити переклад адекватним. Така потреба в конверсії викликана відмінностями між англійською та українською мовами, головним чином у структурі та граматиці. Крім того, переклад назви вимагає професійних навичок, винахідливості та старанності, щоб передати не лише повідомлення, яке міститься в назві, але й задум і стиль автора.

Оскільки мови постійно розвиваються, змінюються, з'являються нові правила, норми та категорії, логічно припустити, що дане дослідження не закінчене і має зацікавити в майбутньому.

АНОТАЦІЯ

Дана магістерська робота має на меті дослідити питання лексико-граматичних та структурних характеристик заголовків сучасного публіцистичного тексту у перекладацькому аспекті.

У першому розділі розкриваються питання вивчення заголовків. Окреслюються визначення поняття «заголовок». Визначаються основні вимоги до газетного заголовка та його функції, серед яких: атрактивна, інформативна та композиційна. Наводяться класифікації заголовків за їхніми типами з огляду на зміст, рівень емоційної забарвленості, ступінь складності будови.

Так, за змістом заголовки поділяють на проблемні, інформаційні, спонукально-наказові, рекламно-інтригуючі, констатуючо-описові. За рівнем емоційної забарвленості – на скандальні, інтригуючі та інтимні. За ступенем складності будови дослідники розділяють заголовки на такі типи: простий, ускладнений і заголовковий комплекс.

У другому розділі розглядаються різноманітні стилістичні засоби, що використовуються авторами у публіцистичних заголовках для надання їм більшої яскравості: епітети, метафори, метонімія, гра слів, стилістична інверсія. Також звертається увага на лексичні особливості заголовків, розглядаються ідіоми, фразеологічні сполуки. Звертається увага також на структурно-граматичні та семантичні особливості.

Третій розділ присвячений дослідженню перекладацьких трансформацій у заголовках сучасного публіцистичного тексту. Розглянуто лексичні (конкретизація та генералізація значення, транслітерація і транскрипція, модуляція, калькування та описовий переклад) та граматичні (заміна, контекстуальна заміна, перестановка, опущення або доповнення та антонімічний переклад) трансформації. Також проводиться кількісний аналіз частотності використання певних стилістичних засобів у заголовках, а також різних трансформацій під час їхнього перекладу на українську мову.

Підсумовуючи можемо стверджувати, що різноманітність

класифікацій заголовків на типи та визначень поняття «заголовок» безпосередньо пов'язана із поліфункціональністю та подвійною природою публіцистичного заголовка.

Найчастіше вживаються у заголовках епітети та метафори. Найбільш поширеною трансформацією при перекладі заголовків з англійської на українську мову є перестановка, що зумовлено різною граматиною цих двох мов.

Ключові слова: *газетний заголовок, назва, семантика, стилістика, публіцистичний стиль, перекладацькі трансформації*

RESUME

This work aims to explore the lexical and grammatical features of the titles of modern journalistic text in the translation aspect.

In the first section, based on the research of such scientists as V. Rizun, S. Muzhev, R. Weinrich and others. the issues of studying headlines are revealed. The definitions of the term "title" are outlined. The main requirements to the newspaper title and its functions are determined, among which: attractive, informative and compositional. Classifications of titles by their types are given according to the content, the level of emotional coloring, the degree of complexity of the structure.

Thus, the content of the titles is divided into problematic, informational, motivational-orderly, advertising-intriguing, ascertaining-descriptive. According to the level of emotional coloring - scandalous, intriguing and intimate. According to the degree of complexity of the structure, researchers divide the titles into the following types: simple, complex and title complex.

The second section discusses the various stylistic means used by the authors in journalistic titles to give them more brightness: epithets, metaphors, metonymy, puns, stylistic inversion. Attention is also paid to the lexical features of the titles, idioms and phraseological compounds are considered. Attention is also paid to structural grammatical and semantic features.

The third section is devoted to the study of translation transformations in the titles of modern journalistic text. Lexical (concretization and generalization of meaning, transliteration and transcription, modulation, tracing and descriptive translation) and grammatical (replacement, contextual replacement, permutation, omission or addition and antonymous translation) transformations are explained. A quantitative analysis of the frequency of use of certain stylistic means in the headlines, as well as various transformations during their translation into Ukrainian is also carried out.

In summary, we can say that the variety of classifications of titles into types and definitions of the term "title" is directly related to the multifunctionality and dual

nature of the journalistic title.

The authors of the publication most often use epithets and metaphors in the titles. The most common transformation when translating titles from English to Ukrainian is a permutation, which is due to the different grammar of these two languages.

Keywords: *title, newspaper headline, semantics, stylistics, journalistic style, translation transformations*

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексєєва Л. О. Виразальні засоби мови у текстах розмовного, художнього та публіцистичного стилів. Донецьк: 2009. 204 с.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Академія, 2004. 344 с.
3. Бакало А. Заголовок друкованого ЗМІ: рекламний слоган. Київ: Друкарство, 2006. № 5. С. 36-39.
4. Болдарьова Є.Ф. Мовна гра у заголовках публіцистичних текстів [англ. яз.] // Мовна особистість: проблема лінгвокультурології та функціонал. семантики. – 1999. – С.45-51
5. Верещинська Ю.В. Номінативні та дієслівні заголовки (на матеріалі іспанської преси) // Іберо-романістика у світі. Матеріали міжнародної наукової конференції М.: МДУ, 2008. - С. 1 -2.
6. Гончаренко А. С. Англomовні заголовки та їх переклад на українську мову: Наукові записки Національного університету «Острозька академія» № 45. Івано-Франківськ: Серія «Філологічна», 2014. 217-219с.
7. Голубєв В.Ю. Аргументативний діалог в американській газеті: взаємовплив логічного і мовного аспекту дискурса: онлайн журнал. Київ. 2000.
8. Даниленко Л. Інноваційний освітній менеджмент: навч. посіб. Київ: Главник, 2006. 144с.
9. Желтухіна М.Р. Медіа-дискурс: Енциклопедія дискурсології. Дискурс-Пі №3. Т., 2004. С. 292–296.
10. Желтухіна М. Р. Про зміст мас-медійного дискурсу: посібник. Луганськ: Вісник Луганського педагогічного університету імені Тараса Шевченка № 11 (128), 2007. С. 27-40.

11. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі. Вінниця: Нова книга, 2001. 303 с.
12. Карпчук Н.П. Адресованість в офіційному та неофіційному англomовному дискурсі (комунікативно-прагматичний аналіз): Монографія. Луцьк: РВВ «Вежа» Волин. Держ. Ун-ту ім. Лесі Українки, 2006. 162 с.
13. Коновець С.П. Комунікативно-прагматичні особливості актуалізації фразеологізмів у дискурсі сучасної преси Київ: 2002. 22 с.
14. Коваленко Є. С. Рекламний дискурс: лінгвістичні аспекти вивчення. Лінгвістичні студії: збірник наук. праць. Донецьк: ДонНУ, вип. 19,2009. С. 314–319.
15. Коваленко А.М. Заголовок англomовного журнального мікротекстповідомлення: структура, семантика, прагматика: дис. канд. філол. Наук. Київ: Київськ. Нац. Лінгв. Ун-т., 2002. 187 с.
16. Корунець І.В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). Нова книга, 2003. 448 с.
15. Корунець І.В. Порівняльна типологія англійської та української мов. Нова книга, 2003. - 464 с.
16. Лазарева Е.О. Заголовок у газеті / Е.О. Лазарева. – Свердловськ: Урал. держ. ун-т, 1989. – 196 с.
17. Максимов С. Є. Практичний курс перекладу (англійська та українська мови) Теорія та практика перекладацького аналізу тексту для студентів факультету перекладачів та факультету заочного та вечірнього навчання: навч. посіб. Київ: Ленвіт, 2006. 157 с.
18. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація: навч. Посіб. / В.М.Манакін. К.: ВЦ «Академія», 2012. 159 с.
19. Мацько Л. І. Стилiстика української мови /Л. І. Мацько, О. М.

Сидоренко, О. М. Мацько. К.: Вища шк., 2003. 462 с.

20. Менджеріцкая Е. О. Дискурс, медіа-дискурс і когнітивнодискурсивна парадигма в лінгвістиці. Філологічні науки, 2011. С. 54-60.

21. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / за наук. ред. В. В. Різуна. К.: Центр Вільної Преси, 2013. 352 с.

22. Мірошніченко, І. Г. Сучасні підходи до типології мас-медійного дискурсу: [препринт] / І. Г. Мірошніченко // Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку: матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. конф., Вінниця, 12–13.10.2016 р. Вінниця: Вінниц. держ. педагог. ун-т ім. М. Коцюбинського. 2016. С. 227—231.

23. Назайкін А.Н. Рекламный текст в современных ЗМІ. 2007. 352 с.

23. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти: монографія. Ніжин: Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. 391 с.

24. Раду А. І. Типологія та лінгвістичні особливості функціонування ділової реклами (на матеріалі англомовної рекламної продукції): дис. канд. філол. наук: 10.02.04 – герм. мови. Запоріжжя, 2004. 247 с.

25. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвістичний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти: на матеріалі політичного різновиду українського масово-інформаційного дискурсу): автореф. дис. док. філол. наук: 10.01.08. Київ, 2003. 32 с.

26. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. П.: Довкілля. К, 2010. 844с.

27. Сизонов Д. Ю. Медіатекст та медіа-дискурс у сучасному медійному просторі 7/2013. С.: Studia Linguistica. С. 389–392.

28. Суська О. О. Розвиток інформаційно-комунікативних теорій масмедіа та вивчення впливу інформаційного простору на особистість людини. Київ: Слово. Символ. Текст, 2006. С. 211–226.
29. Сухорукова А. В. Вплив ЗМІ на формування духовності особистості та суспільствам № 84. Культура народів Причорномор'я, 2006. С. 78–82.
30. Соболева І.О. Знижені (позалітературні) мовні засоби в сучасному публіцистичному дискурсі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.02 «Російська мова». Сімферополь, 2002. 20 с.
31. Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. 380 с.
32. Шевчук С. В. Сучасна українська літературна мова: навч. посіб. К. Літера, 2000. 688 с.
33. Ширяєва О. В. Інформаційно-аналітичний дискурс як комунікативно-дискурсивного дослідження. Електронний дступ: <http://www.mediascope.ru/node/1218>
34. Шевченко І.С. Проблеми типології дискурсу / І. С. Шевченко, О. І. Морозова // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / За загальн. Ред. Шевченко І. С.: монографія. Харків: Константа, 2005 С. 233 – 236.
35. Яцимірська М. Медіатекст як продукт журналістської творчості (психолінгвістичний аналіз логічного сприйняття та емоцій). Львів: Вісник. Серія «Журналістика», Львівський національний університет ім. Івана Франка ; голов. Ред. М. Присяжний. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, Вип. 30, 2008С. 267–276.
36. Чередниченко О.І. Про мову і переклад. К.: Либідь, 2007. 248 с.
37. Cutting J. Pragmatics and Discourse/ Joan Cutting. – London and New York: Routledge, 2002. – 187 p.

38. Mumbi D. Organizational Discourse. Discourse Studies: A Multidisciplinary Study / D. Mumbi, R. Clair. – Vol.2. – L.: Sage, 1997. – P. 181–205.
39. Novinger, Tracy. Intercultural Communication: Practical Guide / Tracy Novinger. — Austin, TX: University of Texas Press, 2001. — 230 p.
40. S. Baranova, T. Pavlenko. Contact Establishing in American Corporate Culture via Translation // Філологічні трактати. - 2019. - Т. 11, № 1, С. 7-14.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

41. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. І голов. Ред. В. Т. Бусел. – К.–Ірпінь : ВТФ „Перун”, 2002. – 1736 с. – Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://www.slovnyk.net/>
42. <https://slovnyk.ua/>
43. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/72903>
44. Газета The New York Times [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.nytimes.com/>.
45. Газета The Guardian [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/uk>
46. Газета USA Today [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.usatoday.com/>
47. Газета The Globe and Mail [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theglobeandmail.com/>
48. Газета The Independent [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.independent.co.uk>
49. Газета Los Angeles Times [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.latimes.com/>
50. Газета The Daily Telegraph [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.telegraph.co.uk/>

51. Журнал The Wall Street Journal [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.wsj.com/>
52. Газета The Denver Post Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.denverpost.com/>
53. Газета BBC Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.bbc.co.uk/news>
54. Газета The Times Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.thetimes.co.uk/>
55. Газета The Economist Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.economist.com/>
56. Газета The Washington Post Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.washingtonpost.com/>
57. Газета The Observer Электронный ресурс]– Режим доступа до ресурсу: <https://observer.com/>

ДОДАТОК А
ОДИНИЦІ АНАЛІЗУ

Заголовок	Переклад	Перекладацька трансформація
Infamous Troieshchyna shines in edgy foreign productions (Kyiv Post)	Скандально відома Троєщина блищить різкими іноземними постановками	транслітерація, еквівалентний переклад
Diane Francis: The United States of Anarchy (Kyiv Post)	Дайан Франсіс: Сполучені Штати Анархії	калькування, транскрипція
Russia is making a digital weather (Kyiv Post)	Росія робить цифрову погоду	калькування
Antidepressants for Kryvyi Rih (Kyiv Post)	Антидепресанти для Кривого Рогу	калькування, транслітерація
Kyiv can be a safe market for brave investors (Kyiv Post)	Київ може стати безпечним ринком для сміливих інвесторів	калькування, заміна часової форми
Ukraine's affordable housing seduce foreign investors (Kyiv Post)	Доступність українського житла приваблює іноземних інвесторів	заміна частин мови
Russian top game developer Playrix buys Ukrainian tech firms (Kyiv Post)	Провідний російський розробник ігор Playrix купив українську технологічну фірму	перестановка, заміна часової форми, еквівалентний переклад
Apple to work with unofficial shops in Ukraine, but there's a catch (Kyiv Post)	Компанія Apple співпрацюватиме із неофіційними магазинами в Україні, але у цьому є певний підступ	додавання, конкретизація, еквівалент
Kyiv loses ground in global Smart City index (Kyiv Post)	Київ втрачає позиції світовому індексі розумних міст	еквівалент, калькування
Ukrainian video streaming startup with big-name	Український	калькування,

clients raises \$50 million (Kyiv Post)	відеострімінговий стартап з іменитими клієнтами зібрав 50 мільйонів доларів	еквівалент, заміна часової форми
Ukraine climbs higher in global innovation ranking (Kyiv Post)	Україна піднялася вище у світовому рейтингу інновацій	контекстуальна заміна, заміна часової форми, калькування
How Soviets brought Ukraine to heel with Holodomor (Kyiv Post)	Як «Совети» приструнили Україну за допомогою голодомору	транскрипція, еквівалент
Ukrainian Fashion Week to be streamed online for free on Feb.5-8 (Kyiv Post)	З 5 по 8 лютого проходить онлайн стрім Українського тижня моди	контекстуальна заміна, калькування
Novel about Donbas war shows grey lives in grey zone (Kyiv Post)	Книга про війну на Донбасі показує сіре життя у «сірій зоні»	контекстуальна заміна, калькування
Robot software and augmented reality developer attracts \$2 million (Kyiv Post)	Робот-розробник програмного забезпечення та доповненої реальності залучив 2 мільйони доларів	калькування, контекстуальна заміна, еквівалентний переклад, заміна категорії часу
Europe ramps up vaccination as virus haunts Easter holidays (Kyiv Post)	Європа нарощує темпи вакцинації, оскільки вірус переслідує Великодні свята	еквівалентний переклад, додавання
Hunter Biden blasts Trump in new book (Kyiv Post)	Хантер Байден знищив Трампа у своїй новій книзі	транскрипція, заміна категорії часу, додавання
China's Huawei says 2020 sales rose despite US sanctions (Kyiv Post)	Китайська компанія Huawei заявила, що, попри санкції США, у 2020 році кількість продажів зросла	контекстуальна заміна, заміна категорії часу, додавання, конкретизація
Covid-19 shots for children hold key to herd immunity	Дитячі щеплення від коронавірусу мають ключове	еквівалентний переклад

(Kyiv Post)	значення для колективного імунітету	
Ships stuck in ‘traffic jam’ as salvage efforts continue (Kyiv Post)	Доки тривають зусилля з порятунку, кораблі «застрягли у заторі»	перестановка частин речення, еквівалент
How a coronavirus variant tore through a tiny English island and onto the world stage (Kyiv Post)	Новий штам коронавірусу прорвався на світову арену через маленький англійський острів	еквівалент, контекстуальна заміна, додавання, перестановка
A disturbance in the atmosphere (Kyiv Post)	Неспокій в атмосфері	контекстуальна заміна
Paradise in a bottle (Kyiv Post)	Рай у пляшці	калькування
Just one moment can change everything (Kyiv Post)	Одна мить може змінити все	перестановка, контекстуальна заміна
Ukraine launches \$3.6 million fund to lure foreign investors (Kyiv Post)	Для залучення іноземних інвесторів Україна створила державний фонд зі статутним капіталом у 3,6 мільйонів доларів	додавання, конкретизація, перестановка частин речення
New tax amnesty bill encourages taxpayers to come clean (Kyiv Post)	Новий законопроект про амністію податків закликає платників бути чесними	еквівалентний переклад
Investment in renewable power falls to 1.2 billion euros amid green tariff crisis (Kyiv Post)	В умовах кризи зеленого тарифу, інвестиції у поновлювану енергію впали до 1,2 мільярдів євро	перестановка простих речень, еквівалентний переклад
Kyiv School of Economics to create new think tanks (Kyiv Post)	Київська школа економіки планує створити нові мозкові центри	калькування, додавання, еквівалент
Books in Russian remain	У той час як українські	перестановка

bestsellers as Ukrainian publishers struggle to survive (Kyiv Post)	видавництва борються за виживання, російськомовні книги залишаються бестселерами	простих речень, калькування, конкретизація
Coworking Creative States is 'five-star hotel for business' (Kyiv Post)	Коворкінг Creative States – це «п'ятизірковий готель» для бізнесу	калькування, транслітерація
Israel's latest election too close to call (The Wall Street Journal)	Результати чергових виборів в Ізраїлі дуже важко передбачити	перестановка, контекстуальна заміна, описовий переклад
Candidates hopscotch through battleground states (The Wall Street Journal)	Виборча гра у стрибки: кандидати борються за першість у кожному штаті	еквівалент, заміна частин мови, контекстуальна заміна, описовий переклад
Tech CEOs come under fire for online disinformation (The Wall Street Journal)	Технічних керівників розкритикували за дезінформацію у мережі	описовий переклад, заміна, еквівалентний переклад
AstraZeneca's rocky road to releasing a vaccine (The Wall Street Journal)	Тернистий шлях компанії AstraZeneca до випуску вакцини	еквівалент, додавання, конкретизація, перестановка
Violent protests sweep Ukraine (The Wall Street Journal)	Україна охоплена жорстокими протестами	контекстуальна заміна, заміна стану
Russia tests Obama's ability to stop its advances (The Wall Street Journal)	Росія перевіряє спроможність Барака Обами призупинити її прогрес	додавання
Libraries are dying? Think again (The Wall Street Journal)	Чи дійсно бібліотеки помирають? Подумайте над цим	додання, контекстуальна заміна
In a complex world, youth	Молодь, загублена у цьому	перестановка,

who lost their way (The Wall Street Journal)	непростому світі	додавання, антонімічний переклад
More than five years into the financial and economic crisis, the once-hot topic of “globalisation” is no longer where the action is (The Guardian)	Через більш ніж п'ять років після початку фінансової та економічної кризи колись гаряча тема «глобалізації» вже не є центром уваги	калькування, контекстуальна заміна
Cooking his own goose (The Guardian)	Він сам готує свого гусака	калькування
Red-hot brewers win by swinging freely, always (The Guardian)	Жарка перемога пивоварів, як і завжди	заміна частин мови, додавання
New Zealand's Catholic Church apologises to abuse victims at royal commission hearing (The Guardian)	Новозеландська католицька церква вибачилася за знущання над жертвами	калькування, перестановка частин речення
World nature photography awards (The Guardian)	Всесвітня премія за найкращі фото дикої природи	додавання
Uneasy lies the head that wears a crown, richer becomes the richest despite the weak economy (The Guardian)	Нелегко голові, котра корону носить, стає багач іще багатшим, хоч економіка й слабка	перестановка слів, опущення, додавання
Tattoo tyo tumult takes toll on Texan (The Guardian)	Одрук у татуюванні спричиняє незручності	опущення, еквівалент
Woman complains to police about marijuana quality (The Guardian)	Жінка поскаржилась поліції на погану якість марихуани	заміна категорії часу, додавання

<p>The virus swamps an island nation that had gone largely untouched (The New York Times)</p>	<p>Вірус дістався до острова Пасхи, який до цього часу залишався незайманим</p>	<p>контекстуальна заміна, заміна категорії часу, опущення, конкретизація контекстуальна заміна, калькування</p>
<p>Taking action can cure your climate grief (Scientific American)</p>	<p>Скорботу за кліматом лікують рішучі дії</p>	<p>транскрипція, контекстуальна заміна</p>
<p>Deutsche Bank reviews UK operation in warning shot over EU referendum (Financial Times)</p>	<p>Дойче Банк розглядає діяльність Сполучаного Королівства як попередження про референдум у Євросоюзі</p>	<p>калькування, заміна часової форми, опущення</p>
<p>The White House declares an active threat from hackers (CTV News)</p>	<p>Білий Дім заявляє про активну загрозу з боку хакерів</p>	<p>контекстуальна заміна, заміна пунктуації, калькування</p>
<p>FinCEN files: there was a new document leak about dirty money (BBC)</p>	<p>Досьє FinCEN. Стався новий витік банківських документів</p>	<p>додавання, калькування, контекстуальна заміна</p>
<p>Some things hugs can't fix: parental warmth does not remove anxiety that follows punishment (The Guardian)</p>	<p>Деякі речі неможливо виправити обіймами: батьківське тепло не може усунути страх після покарання</p>	<p>заміна категорії часу, контекстуальна заміна</p>
<p>More than a million stars are forming a mysterious dusty gas cloud in a nearby galaxy (BBC)</p>	<p>Більш ніж мільйон зірок сформували загадкову сіру газову хмару у сусідній галактиці</p>	<p>додавання, конкретизація</p>
<p>A year is a long time in politics. Long enough in the case of Volodymyr</p>	<p>Рік – це довгий термін у політиці. Досить довгий у випадку Володимира</p>	<p>калькування, транскрипція, транслітерація,</p>

<p>Zelensky, the comedian elected President of Ukraine, to go from the set of his sitcom in Kyiv to the biggest political drama in the world, the one in which an American President may wind up getting impeached (The Wall Street Journal)</p>	<p>Зеленського, – коміка, обраного президентом України, якому за цей час вдалося перейти від знімального майданчика його комедійного серіалу в Києві до найбільшої політичної драми у світі, у якій американському президенту може загрозувати імпічмент</p>	<p>контекстуальна заміна</p>
<p>The White House said that Mr. Trump lost confidence Mr. Flinn because he had lie (The New York Times)</p>	<p>Білий Дім заявив, що президент Трамп втратив довіру до пана Флінна, бо той не був правдивим</p>	<p>калькування</p>
<p>That was a key moment (The Guardian)</p>	<p>Цей момент був ключовим</p>	<p>зміна стану, перестановка, контекстуальна заміна, відповідник</p>
<p>The former butler was said to believe that a shock, perhaps through the media, would provide a “healthy” way “to bring the church back on the right track” (The Guardian)</p>	<p>Колишній дворецький вважав, що правильний шлях для того, щоб наставити церкву на істинну путь – це шокувати публіку, принаймні через ЗМІ</p>	<p>еквівалентний переклад</p>
<p>An anti-graft crusader steamrolls a hapless government” (The Economist)</p>	<p>Хрестоносець, що бореться із хабарництвом, розігнав беспорядний уряд</p>	<p>еквівалентний переклад</p>
<p>Carte blanche (The Washington Post)</p>	<p>Карт-бланш</p>	<p>еквівалентний переклад</p>
<p>Russia “will not accept” a price cap on its oil (Reuters)</p>	<p>Росія «не погодиться» на обмеження ціна на свою нафту</p>	<p>еквівалентний переклад</p>
<p>Russian forces are concentrating most of their</p>	<p>Росія зосереджує більшість своїх сил для взяття міста</p>	<p>антонімічний переклад</p>

strength on taking the town of Bakhmut in Donetsk (ISW)	Бахмута Донецької області	
In a complex world, youth who lost their way / Молодь, загублена у цьому непростому світі (The Wall Street Journal).	Молодь, загублена у цьому непростому світі	додавання
Titanic watch to be auctioned (The Collector)	Наручний годинник, знайдений на Титаніку, буде проданий з аукціону	повна заміна
Snookered (The Independent)	Кінець гри	повна заміна
Looking forward to a move Down Under (Financial Times).	Нове життя Австралії	повна заміна
When less means more (The Guardian Weekly)	Тихіше їдеш, далі будеш	перестановка
Putin has lost this game of cat and mouse / Цю гру в кішки-мишки Путін програв (The Independent)	Цю гру в кішки-мишки Путін програв	перестановка
Apple, Google, Facebook на Supreme Court: Gay marriage boosts business (The Washington Times).	Одностатеві шлюби добре позначаються на бізнесі, вважають Apple, Google і Facebook	повна граматична трансформація (заміна)
Running scared (The Guardian Weekly).	Біжи без оглядки	повна граматична трансформація (заміна)
Traumatized into music (Washington Times)	Травма породила талант до музики	заміна членів речення
Britain`s holocaust	Участь у геноциді – безчестя	еквівалентний

shame (The Guardian Weekly).	Великобританії	переклад
Da Vinci Code - Fake Under Disguise of Truth (The Guardian)	Код да Вінчі – вигадка під маскою правди	еквівалентний переклад
Oxford coronavirus vaccine to face more tests to prove it works (The Times)	Оксфордська вакцина від коронавірусу зтикнулася з низкою випробувань на ефективність	еквівалентний переклад
Coronavirus crisis can herald a new era for disabled workers (The Times)	Коронавірусна криза може бути вісником нової ери для людей з обмеженими можливостями	конкретизація
China launches its most ambitious lunar mission yet (Los Angeles Times)	Китай ще в процесі запуску найсміливішої місії на Місяць	конкретизація
Doctors Attack NHS Ban on Robot Cancer Surgeon	Лікарі проти заборони Національною службою охорони здоров'я Великобританії автоматизації операцій з видалення ракових пухлин.	конкретизація
Existing-Home Sales Take a Big Fall in December	У грудні впали продажі нерухомості	перестановка
Despite recession over, UK economy will take years to recover (BBC)	Незважаючи на закінчення кризи, Британії знадобляться ще роки, аби відновити свій економічний стан.	перестановка
Workers trapped in Chinese mines after massive floods (Reuters)	В результаті потужної повіні робітники однієї з китайських шахт опинилися у пастці.	зміна форми слова
Al Qaeda still intends to use weapons of mass destruction against the US,	Аль-Каїда все ще планує застосувати зброю масового знищення проти США,	зміна членів речення

report says (Washington Post).	Йдеться у звіті.	
Russia Seeks Revenge for Crimea Bridge by Bombing Ukrainian Cities (Greek Reporter)	Росія хоче помститися за Кримський міст бомбардуванням українських міст.	контекстуальна заміна
U.S. Effort to Arm Taiwan Faces New Challenge With Ukraine Conflict (The Wall Street Journal)	Зусиллям США озброїти Тайвань кинуто новий виклик через війну в Україні.	опущення
French supreme court annuls decision not to extradite activist to Italy (Reuters)	Верховний Суд Франції визнає екстрадицію активіста до Італії недійсною.	додавання
Deepwater Horizon: Conservationists warn of 'real disaster' for wildlife (The Guardian)	Вибух нафтової платформи Deepwater Horizon у Мексиканській затоці: природоохоронці попереджають про початок справжньої катастрофи для дикої природи	контекстуальна заміна антонімічний переклад
The Practices May Be Considered Successful (The Financial Times)	Дані заходи можна вважати успішними	антонімічний переклад
A Tough Weekend For Ukraine's Anti-LGBT "Excremists" (Bellingcat)	Нелегкий тиждень для українських анти-ЛГБТ «Екстремістів».	антонімічний переклад
Nothing Has Changed for David Cameron (The Times)	Для Девіда Кемерона все залишилося незмінним.	антонімічний переклад
Not a Positive Side of Skin-Whitening (CNN).	Негативна сторона відбілювання шкіри.	антонімічний переклад
No More Oil On Troubled Waters (The Guardian).	Досить нафти у вже забруднених водах.	антонімічний переклад

ДОДАТОК Б
КІЛЬКІСНИЙ АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ
ТРАНСФОРМАЦІЙ

