

**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 прагматичні особливості перекладу  
заголовків англомовної преси»**

Виконала:

студентка II курсу, групи ЛА-321мп

Волковенко Анна Дмитрівна \_\_\_\_\_

Науковий керівник:

Доцент, к. філол. н.

Сотников А.В. \_\_\_\_\_

Рецензент:

Доцент, к. філол. н.

Олійник Л.В. \_\_\_\_\_

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

Студентка \_\_\_\_\_

Київ – 2023 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**

**Волковенко Анні Дмитрівні**

1. Тема дисертації «Лексико-граматичні та прагматичні особливості перекладу заголовків англійської преси», науковий керівник дисертації: Сотніков Андрій В'ячеславович, к. філол. н., затверджені наказом по університету від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р., № \_\_\_\_\_.

2. Термін подання студентом дисертації: 15.12.2023 р.

3. Об'єкт дослідження: англійські заголовки, які використовуються у сучасній англійській пресі.

4. Предмет дослідження: лексико-граматичні і прагматичні особливості перекладу заголовків англійської преси.

5. Перелік завдань, які потрібно розробити:

- 1) З'ясувати поняття та основні риси публіцистичного стилю «лексична компетенція» в методичній науці;
- 2) Визначити важливість преси в сучасному суспільстві;
- 3) Висвітлити особливості заголовку та його функції;
- 4) Виокремити прагматичне спрямування заголовків;
- 5) Дослідити класифікацію заголовків у сучасній англійській пресі;
- 6) Виявити лексичні та граматичні особливості заголовків англійської преси;

- 7) Проаналізувати прагматичні особливості перекладу заголовків англомовної преси;
- 8) З'ясувати лексико-граматичні трансформації при перекладі англомовних заголовків українською мовою.
6. Ілюстративний матеріал включає 300 англомовних газетних заголовків виокремлених методом суцільної вибірки з сучасних англомовних видань та їх переклад українською мовою.
7. Перелік публікацій: тези на міжнародній конференції.
8. Дата видачі завдання: 01 жовтня 2023 р.

#### Календарний план

№ з/п	Назва етапів дипломної магістерської роботи	Терміни виконання етапів	Примітка про виконання
2	Обґрунтування теоретичних передумов дослідження	23.11.2023	<i>виконано</i>
5	Написання практичної частини	04.12.2023	<i>виконано</i>
6	Оформлення додатків	10.12.2023	<i>виконано</i>
7	Загальні висновки, оформлення списку використаних джерел	11.12.2023	<i>виконано</i>
8	Оформлення дипломної магістерської роботи (чистовий варіант)	12.12.2023	<i>виконано</i>
9	Перевірка дипломної магістерської роботи на наявність текстових збігів	15.12.2023	<i>виконано</i>
10	Здача дипломної магістерської роботи на кафедру для рецензування	18.12.2023	<i>виконано</i>
11	Подання магістерської роботи на затвердження завідувачу кафедри	26.12.2023	<i>виконано</i>

Студентка

\_\_\_\_\_

А.Д. Волковенко

Науковий керівник

\_\_\_\_\_

А.В. Сотников

## РЕФЕРАТ

**Волковенко А.Д.** Лексико-граматичні та прагматичні особливості перекладу заголовків англомовної преси.

Дисертація на здобуття ступеня магістра зі спеціальності 035 «Філологія». КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, 2023.

У кваліфікаційній роботі розглянуто поняття та основні риси публіцистичного стилю, визначено важливість преси в сучасному суспільстві, висвітлено особливості заголовку та його функції, виокремлено прагматичне спрямування заголовків. Дослідивши класифікацію заголовків у сучасній англомовній пресі виявлено лексичні та граматичні особливості заголовків англомовної преси, проаналізовано прагматичні особливості перекладу заголовків англомовної преси та з'ясовано лексико-граматичні трансформації при перекладі англомовних заголовків українською мовою.

Новизна дослідження полягає у тому, що розширюються теоретичні дані щодо особливостей перекладу англомовних заголовків, а також удосконалено відомості щодо лексико-граматичних і прагматичних особливостей перекладу заголовків англомовної преси.

Практичне значення наукової праці полягає у можливості використання її матеріалів та результатів у вивченні курсів з перекладу іноземних мов. Результати цього дослідження можуть бути корисними при написанні курсових, дипломних та магістерських робіт. Отримані результати поглиблюють уявлення про особливості перекладу англомовних газетних заголовків, зокрема в теоретичних та практичних курсах теорії та практики перекладу, зіставному мовознавстві.

Теоретико-методичною основою дослідження є значна кількість опрацьованої літератури, зокрема роботи відомих лінгвістів та перекладачів з питань теорії перекладу, а також специфіки перекладу публіцистичних текстів.

У процесі дослідження використовувались наступні методи: **загальнонаукові** – індукція, дедукція, аналіз і синтез – для уточнення теоретичних засад і

формування висновків дослідження; **спеціальні лінгвістичні методи**: метод суцільної вибірки – для відбору досліджуваного матеріалу – газетних заголовків; метод аналізу словникових дефініцій – для визначення первинного значення мовних одиниць у заголовку; метод функційного аналізу – для виявлення особливостей функціонування газетних заголовків та їх впливу на читачів; метод перекладацького аналізу – задля аналізу текстів оригіналів та їх перекладів і докладне вивчення лінгвістичних питань, пов’язаних з відтворенням англomовних газетних заголовків; метод кількісного аналізу – для визначення частотності застосування перекладацьких трансформацій під час перекладу заголовків.

Результати дослідження є важливими, і їх практична цінність полягає в тому, що вони можуть служити базою для підготовки спеціалістів у галузі перекладу публіцистичного дискурсу, а також вдосконалення існуючих методик та підходів до перекладу публіцистичних текстів, зокрема газетних заголовків.

Дослідження, яке було проведено, може виявитися корисним у педагогічній практиці, а саме під час навчання студентів-філологів. Досліджуваний матеріал може використовуватися в курсах підвищення кваліфікації для перекладачів, а також містить рекомендації для фахівців, які працюють у перекладі публіцистичного дискурсу.

**Апробація результатів дослідження.** Основні методологічні, теоретичні результати та концептуальні положення дослідження обговорювались на міжнародній науково-практичній онлайн конференції «Вектори розвитку науки, освіти, технологій і суспільства в умовах глобалізації» 19 жовтня 2023 р., м. Полтава, Україна.

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

**Ключові слова:** *переклад, публіцистичний дискурс, газетні заголовки, лексичні трансформації, граматичні трансформації, лексико-граматичні трансформації, класифікація заголовків, прагматична спрямованість заголовків, англійська мова, українська мова.*

## ABSTRACT

**A.D. Volkovenko.** Lexical, grammatical and pragmatic features of translation of English-language press headlines.

Thesis for Master's degree in specialty 035 «Philology». Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Kyiv, 2023.

In the qualifying work, the concepts and main features of the journalistic style are considered, the importance of the press in modern society is determined, the peculiarities of the headline and its functions are highlighted, and the pragmatic direction of the headlines is highlighted. After studying the classification of headlines in the modern English-language press, the lexical and grammatical features of the headlines of the English-language press are revealed, the pragmatic features of the translation of the headlines of the English-language press are analyzed, and the lexical-grammatical transformations during the translation of English-language headlines into Ukrainian are clarified.

The scientific novelty of the study is that it expands theoretical data on the peculiarities of the translation of English-language headlines, as well as improves information on the lexical-grammatical and pragmatic features of the translation of English-language press headlines.

The practical significance of scientific work lies in the possibility of using its materials and results in the study of foreign language translation courses. The results of this study can be useful when writing course, diploma and master's theses. The obtained results deepen the understanding of the peculiarities of translation of English-language newspaper headlines, in particular, in theoretical and practical courses in the theory and practice of translation, comparative linguistics.

The theoretical and methodological basis of the research is a significant amount of processed literature, in particular the works of well-known linguists and translators on the issues of translation theory, as well as the specifics of the translation of journalistic texts.

The following methods were used in the research process: general scientific – induction, deduction, analysis and synthesis – to clarify the theoretical foundations and form research conclusions; special linguistic methods: continuous sampling method – for selecting the research material – newspaper headlines; the method of analysis of dictionary definitions – to determine the primary meaning of language units in the title; the method of functional analysis – to identify the peculiarities of the functioning of newspaper headlines and their impact on readers; the method of translation analysis – for the analysis of the original texts and their translations and a detailed study of linguistic issues related to the reproduction of English-language newspaper headlines; the method of quantitative analysis – to determine the frequency of application of translation transformations in general during the translation of newspaper headlines.

The results of the study are important, and their practical value is that they can serve as a basis for the training of specialists in the field of translation of journalistic discourse, as well as the improvement of existing methods and approaches to the translation of journalistic texts, in particular newspaper headlines.

The research that was conducted may be useful in pedagogical practice, namely during the training of philology students. The studied material can be used in professional development courses for translators, and contains recommendations for specialists working in the translation of journalistic discourse.

The main methodological, theoretical results and concepts of the study were discussed at the international scientific and practical online conference «Vectors of Development of Science, Education, Technology and Society in the Context of Globalisation» 19 October 2023, Poltava, Ukraine.

**Publications.** The main points and results of the dissertation are highlighted in the publication of the materials of the international scientific and practical conference.

**Keywords:** *translation, media discourse, newspaper headlines, lexical transformations, grammatical transformations, lexical-grammatical transformations, classification of headlines, pragmatic orientation of headlines, the English language, the Ukrainian language.*

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	8
<b>РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТІВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ</b> .....	11
1.1 Поняття та основні риси публіцистичного стилю.....	12
1.2 Важливість преси в сучасному суспільстві.....	15
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1</b> .....	19
<b>РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ В ПРЕСІ</b> .....	20
2.1 Заголовок та його функції.....	20
2.2 Прагматичне спрямування заголовків.....	26
2.3 Класифікація заголовків у сучасній англomовній пресі.....	30
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2</b> .....	34
<b>РОЗДІЛ 3. ЛЕКСИЧНЕ НАПОВНЕННЯ ТА ГРАМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗАГОЛОВКІВ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ</b> .....	36
3.1 Лексичні особливості заголовків англomовної преси.....	37
3.2 Граматичні особливості заголовків англomовної преси.....	46
3.3 Лексико-граматичні трансформації.....	50
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3</b> .....	55
<b>РОЗДІЛ 4. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЗАГОЛОВКІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ПРЕСІ</b> .....	58
4.1 Прагматичні особливості перекладу заголовків англomовної преси.....	58
4.3 Лексико-граматичні трансформації при перекладі англomовних заголовків українською мовою.....	68
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 4</b> .....	78
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	80
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	84
<b>СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ</b> .....	92
<b>ДОДАТОК А</b> .....	143



## ВСТУП

Переклад заголовків є важливою частиною процесу перекладу текстів. Назви англomовного друку мають свої особливості, пов'язані з лексико-граматичними та прагматичними аспектами мови. Одне з основних завдань під час перекладу заголовків – передати основну ідею статті чи новини, використовуючи найбільш підходящі лексичні засоби та граматичні конструкції.

При перекладі заголовків також необхідно враховувати культурні та соціальні нюанси мови, щоб уникнути непорозуміння та помилок у перекладі. Наприклад, в англomовних заголовках часто використовуються скорочення та аббревіатури, які можуть бути незнайомі читачеві другою мовою. Перекладач повинен вміти адаптувати назву до культурних особливостей мови перекладу, зберігаючи при цьому зміст та намір автора.

Отже, **актуальність** дослідження зумовлена насамперед необхідністю більш детального вивчення особливостей англomовних заголовків та їх перекладу. У сучасному світі англійська мова є однією з найпоширеніших мов комунікації. Не дивно, що заголовки англійською часто зустрічаються в друкованих та електронних виданнях. Однак, при перекладі цих заголовків іншими мовами, в тому числі і українською, виникають складнощі, пов'язані з лексико-граматичними і прагматичними особливостями мови. Дослідження цих особливостей дозволить не тільки більш точно перекладати заголовки, а й ефективніше привертати увагу читачів.

**Ступінь розробленості проблеми у науковій літературі.** Дослідженням публіцистичного стилю займалися такі науковці як Колесник Г., Проценко О., Мошецька К. Ю. та ін. Серед дослідників газетних заголовків можна виокремити Ткаченко О. М., Загнітко А. П., Михайлин І. П., Здоровега В. Й., Святчик К. В., Норд К., Гір Дж., Кім Ф. Кан та ін. Прагматичну спрямованість заголовків вивчали Ревенко В., Т. ван Дейк, Євграфова А., Блекмор Д., Ісмаїл Х.М., Фадєєва О. В., Захарчук М. Я., Желтоногова Т. В., Зіран Х., Левінсон К.

С. та ін. Класифікацію заголовків вивчали Тимошин М. С., Іванов В. І., Здоровега В. Й. та ін.

Попри те, що дослідженнями цієї теми займалися чимало вітчизняних і зарубіжних науковців і лінгвістів, проблематика перекладу заголовків англomовної преси недостатньо висвітлена у наукових роботах.

**Метою** дослідження є аналіз лексико-граматичних і прагматичних особливостей перекладу заголовків англomовної преси.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

1. З'ясувати поняття та основні риси публіцистичного стилю;
2. Визначити важливість преси в сучасному суспільстві;
3. Висвітлити особливості заголовку та його функції;
4. Виокремити прагматичне спрямування заголовків;
5. Дослідити класифікацію заголовків у сучасній англomовній пресі;
6. Виявити лексичні та граматичні особливості заголовків англomовної преси;
7. Проаналізувати прагматичні особливості перекладу заголовків англomовної преси;
8. З'ясувати лексико-граматичні трансформації при перекладі англomовних заголовків українською мовою.

**Об'єктом дослідження** є англomовні заголовки, які використовуються у сучасній англomовній пресі.

**Предметом дослідження** виступають лексико-граматичні і прагматичні особливості перекладу заголовків англomовної преси.

**Методи дослідження** зумовлені загальною метою та конкретними завданнями роботи. Для досягнення мети та розв'язання поставлених завдань у роботі застосовано такі основні методи дослідження: **загальнонаукові** – індукція, дедукція, аналіз і синтез – для уточнення теоретичних засад і формування висновків дослідження; **спеціальні лінгвістичні методи**: метод суцільної вибірки – для відбору досліджуваного матеріалу – газетних

заголовків; метод аналізу словникових дефініцій – для визначення первинного значення мовних одиниць у заголовку; метод функційного аналізу – для виявлення особливостей функціонування газетних заголовків та їх впливу на читачів; метод перекладацького аналізу – задля аналізу текстів оригіналів та їх перекладів і докладне вивчення лінгвістичних питань, пов'язаних з відтворенням англomовних газетних заголовків; метод кількісного аналізу – для визначення частотності застосування перекладацьких трансформацій загалом під час перекладу газетних заголовків.

**Матеріалом дослідження** слугували 300 англomовних газетних заголовків виокремлених методом суцільної вибірки з сучасних англomовних видань та їх переклад українською мовою.

**Новизна дослідження** полягає у тому, що розширюються теоретичні дані щодо особливостей перекладу англomовних заголовків, а також удосконалено відомості щодо лексико-граматичних і прагматичних особливостей перекладу заголовків англomовної преси.

**Практичне значення** наукової праці полягає у можливості використання її матеріалів та результатів у вивченні курсів з перекладу іноземних мов. Результати цього дослідження можуть бути корисними при написанні курсових, дипломних та магістерських робіт.

**Структура й обсяг роботи.** Робота складається зі вступу, трьох теоретичних розділів, одного практичного розділу, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел, двох додатків та анотації. Список використаних джерел містить 70 позицій. Джерела ілюстративного матеріалу містять 300 одиниць. Результати дослідження проілюстровано трьома секторними та однією стовпчиковою діаграмами. Загальний обсяг дисертації – 147 сторінок.

**Апробація роботи.** Результати дослідження обговорювались на міжнародній науково-практичній конференції «Вектори розвитку науки, освіти, технологій і суспільства в умовах глобалізації» 19 жовтня 2023 р., м. Полтава, Україна.

## **РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТІВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

Тексти засобів масової інформації (ЗМІ) – це різні форми повідомлень, що поширюються на широку аудиторію через канали масової інформації, такі як газети, журнали, телебачення, радіо, вебсайти, соціальні мережі та інші цифрові платформи. Однією із головних функцій текстів ЗМІ є передача інформації, а саме поширення новин, фактів та інформації про події, які відбуваються у світі. Вони забезпечують громадськість інформацією про політичні, економічні, соціальні та культурні події, а також про нові відкриття в науці та технологіях.

Для лінгвістів тексти ЗМІ мають все більше значення як основа для дослідження сучасного стану мови. Це пояснюється тим, що ЗМІ швидко відображають та фіксують численні зміни, що відбуваються у мовному середовищі. Завдяки своєму широкому охопленню, ЗМІ можуть показати різноманітність мовних явищ та тенденцій, що відбуваються у різних сферах. Також мова, яку використовують ЗМІ, може відображати мовні особливості певної цільової аудиторії. Наприклад, ЗМІ для дітей можуть використовувати спрощену мову, тоді як фахові видання можуть використовувати спеціалізовану термінологію та складнішу лексику.

Тексти ЗМІ мають велике значення для суспільства, оскільки вони впливають на формування громадської думки, поширення ідеологій, розвиток культури та освіти. За допомогою вживання певних слів, фраз, образів та риторичних прийомів, ЗМІ можуть активно впливати на сприйняття інформації аудиторією. Також ЗМІ можуть пропонувати певні інтерпретації подій, надавати контекст та змінювати перспективу, що може мати довготривалий ефект на сприйняття різних подій. Саме тому, для кращого розуміння взаємозв'язку між мовою ЗМІ та громадською думкою, лінгвісти аналізують мовні особливості сучасного публіцистичного стилю мовлення.

## 1.1 Поняття та основні риси публіцистичного стилю

Публіцистичний стиль – це специфічний стиль ЗМІ, метою якого є точне, ефективно та цікаве донесення інформації до аудиторії. У сучасній науковій літературі все більш поширеним є термін «стиль масової інформації», що відображає процеси глобалізації в суспільстві та зміну медійних ресурсів у всьому світі [43, с. 202]. Цей стиль передбачає використання принципів і практик, яких дотримуються журналісти при висвітленні новин, написанні тематичних статей, авторських колонок та інших форм журналістського контенту. Головне завдання публіцистичного стилю полягає в тому, щоб сприяти розв'язанню суспільно-політичних питань, активно впливати на читачів, переконувати їх у справедливості конкретної ідеї, стимулювати до творчої діяльності, просувати прогресивні ідеї, вчення, знання та здоровий спосіб життя [51, с. 526].

Ключовим фактором успішності текстів ЗМІ є здатність до декодування, що означає передачу інформації в такий спосіб, щоб текстові повідомлення були зрозумілими та доступними для цільової аудиторії. Цей критерій важливий також для журналістів, які повинні використовувати мовний код, що відповідає культурному середовищу своєї аудиторії. Вони повинні оперувати загальновідомими образними виразами, а саме: історичними, філософськими, літературними, географічними та іншими концептами, які вже знайомі їхнім читачам або слухачам [65, с. 220].

На відміну від інших стилів мовлення, які можуть бути більш довільними та невимушеними, основні особливості публіцистичного стилю доволі легко визначити. Окрім простоти та доступності вони включають:

- орієнтацію на новизну;
- інформативність;
- політичну, суспільну, морально-етичну оцінку того, про що пишеться або йдеться;

- синтез логічності та образності в мовному вираженні, що нагадує про спорідненість публіцистичного стилю з науковим і художнім стилями;
- документальну точність і фактологічну правдивість;
- заголовки, які привертають увагу та інтригують;
- переконливість [2, с. 562].

Публіцистичний стиль має письмову та усну форми. Статті в пресі є однією з найпопулярніших форм письмової публіцистики. Вони дозволяють глибоко дослідити та розглянути певну тему. Статті можуть бути об'єктивними оглядами подій або виражати особисту точку зору автора.

Наступним видом письмової публіцистики є нариси. Вони часто мають художній характер, адже в них автори висловлюють свої емоції, враження та досвід. Нариси поєднують факти та особисті переживання, що дає можливість читачам глибше зануритись у тему через сильний емоційний зв'язок.

Репортер The New York Times пан Барнс, який вже понад 20 років займається журналістикою, розповідає про різницю між новинами та нарисами. На його думку, структурно новостійна стаття набагато простіша, адже найважливіша та найактуальніша інформація з'являється в перших кількох реченнях, а решта фактів зазвичай подається за зменшенням їхньої важливості. У нарисі, навпаки, автор часто не поспішає розкривати деякі деталі для створення інтриги. Пан Барнс вважає, що найбільші труднощі при написанні новинної статті пов'язані з поєднанням швидкості та точності в умовах обмеженого часу. В нарисі, на думку журналіста, складність полягає у довгому процесі ретельної компіляції багатогодинних інтерв'ю та досліджень у цікаву та точну розповідь, яка не буде перевантажена зайвою інформацією [5].

Усні форми публіцистики також мають велике значення. Наприклад, репортажі дають змогу поділитися з глядачами враженнями та інформацією про події з перших вуст, а публічні виступи передають аудиторії ідеї через виразність мовлення, міміку і жестикуляцію мовця. Виступи створюють пряму взаємодію між оратором та слухачами, спонукаючи до активної участі та обговорення.

Також одним з ефективних усних видів публіцистики є публічні дискусії, що дозволяють залучати спікерів з різними точками зору до обговорення певної теми. Завдяки ним спікери можуть висловити свої аргументи, побудувати діалог та знайти спільне розв'язання проблеми [76].

На думку дослідника Г. Колесника публіцистичний стиль включає різноманітні підстили, які мають свої особливості та спрямовані на досягнення різних цілей. Їх можна розподілити наступним чином:

- 1) *публіцистичний підстиль*, який охоплює такі жанри як повідомлення, хроніка, прокламації, відкриті листи, статті та огляди міжнародних подій. Ці форми спрямовані на передачу об'єктивної інформації, висвітлення актуальних подій та подання офіційних заяв;
- 2) *науково-публіцистичний підстиль* включає праці, присвячені сучасній політиці, економіці та суспільним відносинам. Сюди входять літературно-критичні статті, наукові та літературно-мистецькі огляди, рецензії. Ці тексти поєднують науковий підхід з публіцистичною метою, що дозволяє розкривати сутність та аналізувати сучасні явища з точки зору експертів в певній галузі;
- 3) *художньо-публіцистичний підстиль* включає нариси, фейлетони, памфлети, мемуари та політичні доповіді. Ці жанри поєднують літературну естетику з публіцистичною інтонацією, що дозволяє передати авторську думку та враження через художні засоби [45].

Філологиня О. Проценка у своїй статті «До проблеми вивчення функціональних стилів у вищій школі» пише про ще два додаткові публіцистичні підстили. Насамперед це *публіцистично-розмовний підстиль*, який включає усні виступи, промови, дискусії та інтерв'ю. А також це *публіцистично-діловий підстиль*, який характеризується стислим, об'єктивним та інформативним поданням фактів і подій. Він використовується у новинах на радіо, стрічці новин на телебаченні та в інших медіа. Його особливістю є швидкість передачі

інформації, зосередженість на фактах та відсутність суб'єктивних оцінок [75, с. 270].

Варто також окремо розглянути *газетно-публіцистичний підстиль*, який використовується у газетах та журналах для висвітлення суспільно-політичних тем. У статті «Стилістичні особливості англійського газетного тексту» дослідниця К. Ю. Мошецька зазначає, що газета є засобом інформування та переконання масової аудиторії. Читачі зазвичай читають газети в умовах, коли їм важко зосередитися, наприклад, у громадському транспорті, під час прийому їжі або коротких перерв. Тому газета повинна передавати інформацію швидко, стисло та цікаво, навіть якщо стаття не буде дочитана до кінця. Текст не повинен вимагати від читача фонових знань, а обізнаність в контексті має бути мінімальною. Через обмежений час для обробки матеріалу у газетному тексті часто використовуються штампи та типові структури. Все це формує специфіку газетного стилю [71, с. 12].

Отже, публіцистичний стиль є ефективним інструментом передачі інформації великій аудиторії. Його завдання – здійснювати вплив на читачів, розв'язувати суспільно-політичні питання і просувати прогресивні ідеї. Цей стиль мовлення відрізняється новизною, інформативністю, оцінкою подій, логічністю та образністю. Публіцистичний стиль можна поділити на різні підстилі, такі як публіцистично-розмовний, науково-публіцистичний, художньо-публіцистичний та газетно-публіцистичний, кожен з яких має свої особливості та використовується для різних призначень.

## **1.2 Важливість преси в сучасному суспільстві**

Преса є однією з основних форм ЗМІ, саме походження терміну «преса» пов'язане з першою масовою газетою «La Presse», що з'явилася в Парижі у 1836 році [85, с. 744]. До преси належать друковані видання ЗМІ, що виходять з регулярністю одного або кількох номерів (випусків) протягом року. Вона включає такі видання, як газети, журнали, збірки, бюлетені, що мають свій визначений наклад.



Проте на сьогодні цифрові технології разом з мережею Інтернет визначають майбутнє комунікацій. Мас-медіа, не хочуть погоджуватися з втратою ринку збуту, тому вони намагаються йти у ногу з часом та розміщують новини в цифровому вигляді на вебсайтах, сторінках в соціальних мережах або навіть в додатках для телефонів (наприклад, найстаріша щоденна газета в США «The New York Times» має додаток на App Store та Google Play). Відсоток такої інформації у цифровому вигляді, що публікується щороку, відчутно перевищує кількість друкованих примірників [55].

Перевагами електронних видань є широке охоплення аудиторії, легкість виправлення помилок, оперативна передача інформації, відсутність процедури тиражування та можливість збирати дані, щоб надалі використовувати їх для покращення контенту. Також цифрова версія видання має більше можливостей для зацікавлення аудиторії, адже в ній використовуються кольорові фотографії, анімація, картинки і т. д. [28]

Однак, попри всі переваги електронної преси, друкована преса досі залишається актуальною в світі та має на це свої причини, серед яких є зручність у використанні, адже читачу не потрібен телефон, комп'ютер та Інтернет, щоб отримати інформацію. Також варто враховувати, що не всі мають змогу купити смартфон або ноутбук, на якому вони будуть читати новинні статті, тому друкована преса є більш доступною. Крім того, друковані газети для багатьох є більш надійним джерелом інформації, адже для того, щоб змінити інформацію в газеті, потрібно знімати з друку весь тираж, тому в друкованих ЗМІ етап фактчекінгу проводиться більш ретельно [32].

Преса має велике значення в сучасному суспільстві. Вона виконує ряд важливих функцій, такі як вплив на діяльність уряду та громадську думку. Друковані ЗМІ забезпечують широкий доступ до актуальних новин, аналітики, коментарів та інших матеріалів, що стосуються політики, суспільства, науки, культури, спорту та багатьох інших сфер життя.

Одна з головних функцій преси – інформування громадськості. Вона поширює новини та факти про важливі події, надає глибокий аналіз суспільних процесів, допомагає розібратися в складних питаннях. Преса є також незалежним спостерігачем, контролером влади, яка розкриває корупцію, неправомірні дії та інші проблеми, що існують у суспільстві. Наглядова журналістика виконує роль сторожового собаки, слідкуючи за прозорістю та відповідальністю урядових структур та підприємств [74, с. 55].

Термін «сторожовий собака» (watchdog) вперше виник в американській журналістиці, де він використовується для опису високопрофесійного журналістського розслідування, публікації викривальних матеріалів та виконання журналістом наглядової функції [70, с. 210]. Наглядовий журналіст надає громадянам інформацію, необхідну для запобігання зловживанням владою та попередження шкоди, яку може бути завдана суспільству [26]. Сфера наглядової журналістики охоплює широкий спектр тем, включаючи політичні скандали, фінансові порушення, збагачення державних посадовців та інші правопорушення. Щоб виконувати роль спостерігача, журналісти мають бути незалежними від влади та бути готовими критикувати її, на відміну від пропагандистських журналістів, які виявляють лояльність до влади та еліти [31, с. 95].

Свобода слова в пресі та демократія в країні мають глибокий взаємозв'язок. В 1786 році Томасом Джефферсоном в листі до друга писав: «Наша свобода залежить від свободи преси, яку не можна обмежувати, інакше свобода буде втрачена» [41]. Свобода слова в пресі сприяє свободі висловлювання і плюралізму поглядів. Журналістика допомагає представити різні точки зору, проголошувати різноманітність ідей і думок. Таким чином, преса дозволяє враховувати інтереси різних груп населення та сприяє побудові демократичного суспільства, де кожен може висловити свою думку.

Преса впливає на формування громадської думки та свідомості, через що її називають «четвертою владою». Походження цього терміну приписують Едмунду Берку, видатному британському політику та філософу, який використав цей вираз

під час дебатів у британському парламенті в 1787 році [62, с. 422]. Поняття «четверта влада» стало метафорою, що підкреслює важливість ролі преси як контрольного органу, незалежного від трьох офіційних влад – законодавчої, виконавчої та судової. Преса виступає як голос громадськості, яка вимагає прозорості та бореться за демократію.

В епоху фейкової інформації, які заповнили ЗМІ, надійна журналістика є дуже важливою. Саме тому для журналістського контролю використовується фактчекінг, що є процесом перевірки правдивості інформації, що викликає підозру. Практичне застосування фактчекінгу було ефективно продемонстроване у 2016 році під час першого туру теледебатів між кандидатами на пост президента США, Гіллари Клінтон і Дональдом Трампом. Під час цих дебатів кілька поважних медіа, включаючи Національне громадське радіо (NPR) та The New York Times, проводили фактчекінг в режимі реального часу, одразу підтверджуючи або спростовуючи заяви кандидатів. Цей фактчекінг розкрив багато неправдивих висловлювань як з боку Гіллари Клінтон, так і з боку Дональда Трампа, проте виявилось, що Дональд Трамп використовував значно більше неправдивої інформації. Ця ситуація підкреслила важливість наглядової журналістики та фактчекінгу як механізму зовнішнього контролю над правдивістю інформації, що надходить до громадськості [30, с. 948].

Отже, преса є важливою формою ЗМІ, що виконує різні функції, включаючи інформування громадськості, контроль дій влади та вираження думки суспільства. Преса поширює новини, надає аналіз суспільних процесів і допомагає громадськості розібратися в складних питаннях. Вона виступає як незалежний спостерігач, який розкриває корупцію, неправомірні дії та інші проблеми у суспільстві, виконуючи роль сторожового собаки. Свобода слова в пресі має глибокий взаємозв'язок з демократією, сприяючи свободі висловлювання і плюралізму поглядів. Для перевірки правдивості інформації журналісти використовують такий інструмент, як фактчекінг, що є важливими інструментами зовнішнього контролю.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Тексти ЗМІ є важливим засобом передачі інформації на широку аудиторію, адже вони впливають на формування громадської думки, поширюють ідеології та сприяють розвитку культури і освіти. В ЗМІ використовується публіцистичний стиль, який характеризується простим та зрозумілим викладом інформації, орієнтацією на новизну, інформативністю, а також синтезом логічності та образності в мовному вираженні. Також публіцистичний стиль має усну (виступи, дебати, інтерв'ю, репортажі) та письмову (статті, нариси, фейлетони) форми.

Існує кілька видів публіцистичних підстилів, які використовуються в ЗМІ для різних цілей. Серед них є науково-публіцистичний, художньо-публіцистичний, публіцистично-розмовний та публіцистично-діловий підстилі. Кожен з цих підстилів має свої особливості та використовується для передачі інформації залежно від контексту. Особлива увага приділяється газетно-публіцистичному підстилю, який використовується в пресі для висвітлення суспільно-політичних тем.

Преса виконує роль «четвертої влади» в суспільстві, через її вплив на громадську думку та політичні процеси. Цей термін відображає роль ЗМІ як незалежного суб'єкта, який здатен впливати на суспільство та політику. Саме завдяки свободі слова, журналісти можуть досліджувати та розголошувати скандальні справи, розкривати правопорушення та зловживання владою. Наглядова журналістика грає роль контрольного механізму, який спонукає владу до відповідальності та покращує прозорість діяльності урядових структур та підприємств. Вона забезпечує публічність та перевірку дій урядових органів, політиків та чиновників, що сприяє демократії в суспільстві та допомагає побудувати довіру громадськості до владних структур.

## **РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ В ПРЕСІ**

Преса є одним з основних засобів поширення інформації у світі. Вона забезпечує людей актуальними новинами, професійним аналізом подій та різними тематичними статтями. Одним із невід'ємних елементів будь-якого журналу чи газети є заголовки. Оскільки велика кількість новин і матеріалів щодня з'являється у мас-медіа, конкуренція за увагу аудиторії стає все більшою. Саме заголовки впадають в око першими та з одразу дають нам зрозуміти, чи стаття варта нашої уваги. Вдалий заголовок створює інтригу та зацікавленість читачів, в той час, як неправильно підібраний заголовок зведе всі старання автора нанівець та не набере бажаних переглядів.

В цьому розділі ми провели детальний аналіз всієї поліфункціональності заголовків та розглянули їхню класифікацію. Ми дослідили різні стилі та підходи до створення заголовків та їхню роль у пресі. Звернули увагу на те, як заголовки можуть впливати на формування громадської думки, залучати читачів і взаємодіяти з аудиторією.

Такий аналіз дозволив нам всю різноманітність заголовків та їхньої важливості в сучасних ЗМІ. На нашу думку, заголовки це не просто слова, що вкладені в початок статті. Вони мають велику силу залучати аудиторію, впливати на її сприйняття матеріалів та формувати перші враження про весь текст. Тому вдале створення заголовків залишається критичним елементом журналістської майстерності, і їхній вплив на комунікацію з читачами не може бути переоцінений.

### **2.1 Заголовок та його функції**

Заголовок в тексті є одним з головних елементів журналістського твору. На сьогодні майже всі тексти та ілюстрації, що з'являються в газетах і подібних виданнях, публікуються з заголовками. Вони є невід'ємним першим елементом публікацій і нерозривно пов'язані з їх змістом. Саме поняття заголовка має багато визначень, одне з яких можна знайти у сучасному тлумачному словнику

української мови. Згідно з цим тлумаченням, заголовок є назвою твору або його частини, розміщеною над текстом, а також може бути початковою описовою або ідентифікуючою частиною повідомлення, таблиці, блоку даних [48, с. 1008].

Дослідниця О. М. Траченко, пише: «заголовок, як елемент і знак тексту сам по собі, можна вважати «мінітекстом». Він вступає у тісні зв'язки із самим текстом і одночасно виступає посередником між текстом і читачем». Заголовок виконує функцію «ярлика» або власної назви об'єкта, що він позначає. Однак, він має особливу референтну співвіднесеність, оскільки визначає матеріальне середовище або звичну ситуацію. Заголовок є невід'ємною частиною початкового стимулу, що визначає хід та результат будь-якої людської діяльності [81, с. 265].

Як стверджує мовознавець А. П. Загнітко: «Заголовок є одним із найбільш насичених та актуалізаційно маркованих компонентів тексту, який виконує різноманітні функції та виступає складником різних категорій тексту». Заголовок – динамічне утворення, яке виступає як основний актуалізатор текстового концепту. При перериванні читання тексту ми також перериваємо формування концепту і відповідно формування змісту заголовка [53, с. 792].

Заголовок може належати до різних категорій, які впливають на сприйняття та зміст тексту. Перша категорія – **інформативність**, яка виявляється через використання ономасіологічних, означувальних та номінативних функцій, що дозволяють називати об'єкт (текст) за його темою та вказувати на основну ознаку або тему, яка є цікавою для читача.

До другої категорії належить **модальність**, яка проявляється у використанні емоційно-оцінних слів у прямому значенні, що допомагає передати певний настрій або оцінку. Вона особливо актуальна в газетних жанрах, де використання виразних термінів підкреслює певні емоційні аспекти.

**Завершеність** заголовка належить до наступної категорії. Вона виявляється через його делімітативну функцію, яка відокремлює один закінчений текст від іншого. Ця категорія дозволяє читачеві швидко зорієнтуватись у змісті та структурі тексту, розпізнавати окремі частини та зосереджувати увагу на тому, що

є важливим. Крім того, заголовок, як делімітатор, допомагає зберегти компактність та характер підсумовування інформації.

Проміжні заголовки, що використовуються для окремих розділів твору, актуалізують категорію **членування тексту**, тобто допомагають розподілити твір на логічні і змістовні блоки. Вони полегшують сприйняття твору і виділяють певну структурну частину, роблячи її підтемою загальної структури, що сприяє більш систематизованому ознайомленню зі змістом та легкому орієнтуванню у тексті.

Остання категорія – **проспекція**, вона виявляється в заголовку через його взаємозв'язок зі структурою тексту та характер прогнозування. Заголовок спрямовує читача на майбутній зміст тексту, надаючи певну підказку щодо того, що його очікує надалі. Категорія проспекції у заголовку передбачає здатність вибудовувати припущення або передбачати зміст тексту на основі інформації, яку він має. Завдяки характеру прогнозування, заголовок стає засобом привертання уваги читача та стимулює його бажання продовжити читання, щоб перевірити свої очікування або здогадки [68, с. 234].

Згідно з Е. В. Толкачевим, основне призначення заголовка в пресі полягає у тому, щоб допомагати виявити матеріал та точно відобразити його зміст та стиль викладу [80, с. 62]. Науковець І. Л. Михайлин виділив основні характеристики заголовка, вказавши, що він повинен бути виразним, стислим, змістовним, цікавим та легко запам'ятовуватися читачами. Чим більш компактно сформульована головна ідея твору, тим сильніший вплив має медіазаголовок і легше сприймається аудиторією [69, с. 284]. Таким чином, журналісти та редактори преси повинні завжди зосереджувати увагу на формуванні вдалого заголовка, оскільки він відіграє важливу роль у передачі інформації та привертанні уваги читачів.

Для значної кількості читачів (за деякими оцінками до 80%) ознайомлення з новинами в пресі обмежується в основному читанням заголовків [54, с. 268]. З цієї причини одна з основних функцій, яку, на нашу думку, повинні виконувати

заголовки, розміщені у ЗМІ полягає в передачі інформації та впливу на формування поглядів читачів.

Доктор філологічних наук та заслужений журналіст України В. Й. Здоровега у своєму підручнику пише, що із зародженням журналістики заголовки початково використовувалися лише для виділення певної публікації серед інших. Однак згодом набула поширення **називна (номінативна)** функція заголовка, яка полягає в тому, що він не лише привертає увагу читачів, а й відображає ключову інформацію або основну думку статті, забезпечуючи зручний орієнтир для аудиторії. **Інформативна** функція заголовків проявляється в їх відображенні змісту тексту. Коли читач переглядає заголовок, він одразу за допомогою ключових слів отримує загальне уявлення про статтю. **Апеляційна** функція заголовка пов'язана з агітаційно-пропагандистською складовою. Такий заголовок спрямований на залучення уваги читача, збудження його інтересу і вплив на його емоції та переконання в певних ідеях. Також заголовки виконують **графічно-видільну** функцію, яка дає змогу окремим матеріалам виступати на шпальтах видання та виділяти їх один від одного. Ця функція досягається за допомогою різноманітних немовних засобів, таких як шрифтові виділення, кольори, графічні елементи, лінії, малюнки і т.д. [54, с. 119].

Лінгвістка Крістіан Норд вважає, що заголовки мають **експресивну** функцію, яка включає дві важливі підфункції: емотивну та оцінну. **Емотивна** підфункція заголовків передає емоційний відтінок та настрій автора або редакції. За допомогою зменшено-пестливих форм слів, вищих ступенів порівняння та почуттєвих слів, як от «любов», «злість», «захоплення», вона викликає емоційний зв'язок з читачем, впливаючи на його сприйняття матеріалу та викликаючи відповідні реакції. **Оцінна** підфункція заголовків спрямована на вираження оцінки якості або характеру змісту статті. Вона використовує позитивні або негативні конотації, оцінні прикметники, прислівники та інші мовні засоби. Виконуючи оцінну функцію, заголовок експліцитно або імпліцитно виражає оцінку подій, про які йдеться у статті. Наприклад: «*Breathing Bad Air*», «*Uneasy*



*Neighbours*», «*The Deadly Noodle*», «*Mighty Funny*», «*The Net's Cool Too!*». У наведених прикладах прикметники «bad, uneasy, deadly» надають заголовкам негативної оцінки, а прикметники «mighty, cool». Таким чином, автор здійснює прямий вплив на сприйняття інформації читачами [29, с. 5].

Дослідження американських вчених показали, що заголовки з негативною оцінкою мають певні переваги. Наприклад, вони можуть попереджати людей про небезпеку та стимулювати їхнє бажання діяти. Одне з перших досліджень заголовків, проведене Флойдом Олпортом і Мілтоном Лепкіним у 1943 році, вивчало, як заголовки впливають на ставлення громадян до участі у Другій світовій війні. Коли заголовки наголошували на поганих новинах, читачі новин говорили, що вони відчували бажання брати активнішу участь у військових діях, ніж заголовки, які подавали хороші новини. Наприклад, заголовки «*Americans Lose Troopships in African Occupation*» та «*Major Attack on Guadalcanal Opened by Japan*» викликали більше бажання взяти участь у воєнних діях, ніж заголовок «*Germans Battle Futilely at Stalingrad*». Таким чином, негативні заголовки сприяли підвищенню бойового духу [4].

Крім того, негативна інформація зазвичай привертає більше уваги, ніж позитивна та краще запам'ятовується. Політологи Джон Гір і Кім Ф. Кан виявили, що негативні емоції викликають у людей збудження реакцій, які відповідають за запам'ятовування інформації. Вони провели дослідження, де з'ясували, що учасники, які читали негативні заголовки про кандидата в губернатори, запам'ятовували інформацію краще, ніж учасники, які читали позитивні або нейтральні заголовки про кандидата [36, с. 7].

**Рекламна** функція заголовка медійного тексту має за мету привернути увагу читача та зацікавити його. Для реалізації цієї функції використовуються особливі синтаксичні конструкції. Вони можуть включати заголовки у формі питання, що ставиться безпосередньо до читача, у формі альтернативного або риторичного запитання, а також у формі обірваного або невисловленого повністю речення. Наприклад, заголовки «*How to deal with Kim?*», «*America, That's Who*»,

«*So You Want to Be an Astronaut?*», «*Peace at any Price?*» створюють інтригу, спонукаючи читача задуматися про зміст статті та одразу братися до читання.

Крім того, **рекламна** функція здійснюється також за допомогою заголовків, які викликають подив, але не дають можливості заздалегідь зробити висновки про зміст повідомлення. Наприклад, заголовок «*Deaner, Meaner, Cheaper*» використовує гру слів і комічний зв'язок між співзвучними словами з різними значеннями, що створює інтригу та зацікавленість. Заголовки «*When Elephants Fly*», «*The Left's Mr. Right*», «*Tale of Dark Horse*» також привертають увагу читачів своєю нестандартністю [23, с. 94].

**Спонукальна** функція заголовків полягає в їхній здатності залучати увагу читача, стимулювати його інтерес до тексту та направляти його думки у певний спосіб. Заголовки можуть бути різних типів, проте найбільш яскраво спонукальна функція виявляється у двох типах заголовків:

- 1) Заголовки, що містять двоскладове речення з іменним предикативом. Ці заголовки передають основний висновок автора та пробуджують цікавість читача. Приклади таких заголовків: «*Victory is No Panacea*», «*Smugness Is Our Great Enemy*», «*Turkey Gets Cold Feet*».
- 2) Заголовки, що містять спонукальне речення (односкладове чи двоскладове). Ці заголовки спонукають читача до певної дії або роздумів. Приклади таких заголовків: «*Don't Eat This*», «*Point it Black... No, Pink! No, Blue!*», «*Let Iraq be Iraq*» [33].

Залежно від заголовка для свого матеріалу, автором досягається певна комунікативна мета. Заголовок є ключовим елементом, що актуалізує читацьке сприйняття і впливає на інтерес до тексту. Дослідниця в галузі масової комунікації К. В. Святчик зазначає, що «заголовки газетних і журнальних статей є поліфункціональними» [78, с. 93]. Наприклад, у заголовку «*Wine with a Twist*», автор вдало поєднав декілька функцій. По-перше, заголовок є інформативним, оскільки передає тему статті, а саме «wine». По-друге, він має оцінну функцію, виражаючи оцінку предмета повідомлення, яке має щось особливе чи незвичне –

«with a twist». Це стимулює цікавість читача і робить заголовок привабливим. По-третє, заголовок може мати рекламну або інтригуючу функцію, так як він не розкриває повністю зміст тексту, а натомість заохочує до прочитання статті, щоб дізнатись більше про вино. Таке поєднання різних функцій дозволяє досягти ефективної комунікації з аудиторією.

Отже, завдяки своїй різноманітності та багатофункціональності заголовки є ключовим елементом, що сприяє активізації читацького сприйняття. Автори використовують різні функції заголовків в залежності від їхніх комунікативних цілей. Вони можуть бути номінативними, інформативними або експресивними. Крім того, заголовки можуть мати рекламний, спонукаючий або інтригуючий характер, стимулюючи цікавість читача до подальшого ознайомлення з текстом. Завдяки такому поєднанню різних функцій заголовків, журналістам вдається ефективно привертати увагу аудиторії та зберігати інтерес до матеріалу.

## **2.2 Прагматичне спрямування заголовків**

У своєму дослідженні прагматичних аспектів заголовків у британських та американських виданнях, філологиня В. Ревенко розглядає їх поліфункціональність. Вона вказує на те, що заголовки мають здатність виконувати низку різноманітних функцій, таких як номінативна, інформативна, прагматична, семантична, рекламна та оцінно-експресивна. Ці функції постійно взаємодіють між собою, впливаючи одна на одну та сприяючи глибшому розумінню сенсу публіцистичного тексту [77, с. 134].

Лінгвістична прагматика (лінгвопрагматика) – це галузь, яка аналізує, як людина використовує мовні засоби для вираження своїх намірів і розуміння намірів співрозмовника, враховуючи контекст, у якому висловлювання було виголошено. Крім того, лінгвістична прагматика досліджує засоби, якими людина досягає комунікативних цілей [50, с. 643]. Нідерландський вчений Ван Дейк наголошує, що «роль прагматики може виявитися у розкритті справжніх намірів

автора тексту, які іноді залишаються прихованими, а отже, призводять до відчуття незрозуміння з боку автора тексту» [38].

Науковиця А. Євграфова зауважує, що з погляду прагматики можна розрізнити кілька категорій інформації:

1. **Змістовно-фактуальна** – ця категорія містить в собі дані про об'єктивні факти, події та процеси, що відбуваються як у реальному світі, так і у віртуальному.
2. **Змістовно-концептуальна** – цей тип інформації передає читачеві індивідуальне авторське розуміння відношень між явищами, описаними у змістовно-фактуальній інформації.
3. **Змістовно-підтекстова** – ця категорія пов'язана з глибинним смислом, який прихований у конотативних співзначеннях та виникає завдяки асоціативним зв'язкам читацького сприйняття.

Також А. Євграфова додає, що змістовно-концептуальна інформація виводиться із загального контексту тексту та є творчим переосмисленням авторського сприйняття подій. Розкриття цієї інформації вимагає вдумливого аналізу, який можливий тільки при поглибленому дослідженні не лише самого тексту, а і його контексту. Декодування тексту потребує знання епохи, мовних особливостей жанру, стилю та індивідуальних рис характеру автора. Таким чином, змістовно-концептуальна інформація впливає з намірів автора та інтерпретації змісту [49]. Британська науковиця Д. Блекмор також наголошувала на тому, що «прагматика охоплює процесуальний процес, зосереджуючись на зв'язку між мовою, що вимовляється, і контекстом, у якому вона використовується» [8]. Про зв'язок між прагматикою та контекстом також писав Х. М. Ісмаїл: «прагматичні знання допомагають читачам завдяки їхнім спільним уявленням про культуру, суспільство та своїм прагматичним знанням мови зрозуміти контекст ситуації» [19, с. 754].

Кандидатка філологічних наук О. В. Фадєєва зазначає, що прагматична спрямованість газетних заголовків – це їхня здатність лаконічно та ефективно

передавати основне повідомлення, враховуючи при цьому інтереси та очікування цільової аудиторії. Завдяки використанню яскравих слів і ретельно продуманих формулювань, заголовки мають на меті викликати у читачів певну реакцію, що може варіюватися від викликання емпатії до розпалювання цікавості або навіть спонукання до роздумів. Використовуючи такі стратегії, заголовки можуть справити на читача довготривалий вплив, заохочуючи його заглибитися в статтю глибше [82, с. 135].

Прийоми мовної гри є одним із потужних прагматичних засобів, які дозволяють авторові вплинути на аудиторію та сприяти відзначенню його власної позиції. Як зазначає М. Я. Захарчук, мовна гра завжди містить в собі елемент неправильності (чи незвичайності), яка є усвідомленою та спеціально допущеною мовцем, а необхідною умовою є адекватна реакція зі сторони аудиторії. Така *«намірена неправильність»* стимулює бажання підтримати гру та розкрити наміри автора.

Українська лінгвістка Т. В. Желтоногова розповідає, що вміння мовця адекватно виражати свої комунікативні наміри та здатність слухача або читача їх розпізнавати та сприймати є важливою складовою лінгвістичної компетенції. Ураховуючи це, прагматичний аспект вивчення заголовків можна представити у вигляді такої схеми: *автор – заголовок – читач*. Автор, використовуючи мовні засоби, формує заголовок, в якому висуває основну ідею тексту та вибирає те, на що хоче зосередити увагу отримувача, а читач надалі інтерпретує значення заголовка. На першому етапі заголовок сприймається перед читанням тексту як індексний знак, що виділяє його з-поміж інших; на другому етапі отримувач пропускає його через власну свідомість, порівнюючи з текстом; на третьому етапі читач, користуючись фоновими знаннями, формує своє розуміння заголовка [52].

Багато закордонних науковців у своїх роботах розглядають такий термін, як *прагматична пресупозиція*, який є своєрідним припущенням, зроблене мовцями щодо контексту під час спілкування. Зокрема, Х. Зіран зазначає, що *«пресупозиційне відношення є чутливим до контексту і пов'язане з*

переконаваннями, ставленням та намірами мовців (іноді й адресатів)» [15]. Також прагматична пресупозиція може розглядатися дослідниками як сприятлива умова для здійснення певних мовленнєвих актів або як необхідна передумова, яка може надати висловлюванню соціальної доречності. Наприклад, філолог С. Дж. Філлмор характеризує прагматичну пресупозицію наступним чином: «це відповідна умова, яку необхідно виконати для ефективного здійснення певного іллокутивного акту за допомогою речення» [13]. Крім того, прагматична пресупозиція вважається взаємним знанням або спільним розумінням між мовцем і слухачем. Цю ідею демонструє К. С. Левінсон, розглядаючи прагматичну пресупозицію таким чином: «висловлювання А прагматично передбачає пропозицію В, якщо А є доречним лише тоді, коли В взаємно відоме учасникам» [22].

Дослідження китайських вчених Т. Донга та П. Шао є цікавим матеріалом, спрямованим на вивчення прагматичної пресупозиції в реченнях, словосполученнях та словах, які містяться в заголовках англomовної преси. Прикладом використання цього лінгвістичного прийому є наступне речення: «*NZ-China ties remain strong through dairy issues. (China Daily, August 22, 2013)*», де передбачається, що читачі вже знають, що «NZ» означає Нову Зеландію, і що стосунки між Новою Зеландією та Китаєм є стабільними. Читаючи цей заголовок, аудиторія також може згадати про деякі програми співпраці між двома країнами в політиці, економіці, культурі і т. д. Таким чином, прагматична пресупозиція збільшує кількість інформації в заголовку та робить його лаконічним.

Прикладом прагматичної пресупозиції у словосполученні є наступне речення: «*New information in Diana's death (China Daily, August 19, 2013)*» де, метою заголовка є заінтригувати та викликати цікавість у читачів, повідомляючи про появу нової інформації через чотирнадцять років після смерті принцеси. На думку автора статті, читачам вже відомо, що мова йде саме про принцесу Уельську Діану, що базується на загальному знанні аудиторії або їхніх спільних поглядах.

Пресупозиційна інформація в абрєвіатурах базується на спільній базі знань автора та читачів, що допомагає зробити заголовки короткими та насиченими. Наприклад, в заголовку «*Britain to submit Syria resolution to UN (China Daily, August 28, 2013)*» читачі можуть припустити, що ООН це якась організація, навіть якщо вони насправді не знають, що це означає. У аудиторії, яка обізнана з ООН, активізуються знання про її мету, профіль групи, держави-члени, а деякі читачі можуть навіть зробити припущення, що ООН, як глобальна організація, буде справедливо ставитися до врегулювання ситуації в Сирії. Отже, прагматична пресупозиція відіграє важливу роль у створенні лаконічних та інформативних заголовків новин, які зацікавлюють читачів [12, с. 295].

Узагальнюючи, можна зазначити, що лінгвістична прагматика досліджує використання мови для вираження намірів, розуміння комунікативних цілей та наголошує на зв'язку між мовою та контекстом. Пресупозиції, які містяться в заголовках, використовують загальні знання та спільні уявлення автора і читачів, а також можуть впливати на сприйняття інформації. Категорії інформації включають змістовно-фактуальну, змістовно-концептуальну та змістовно-підтекстову, а декодування цієї інформації потребує глибокого розуміння всього сенсу повідомлення, яке закладає автор статті.

### 2.3 Класифікація заголовків у сучасній англomовній пресі

З метою полегшення роботи над публікаціями та структуруванням текстів, журналістикознавці активно працюють над класифікацією заголовків за різними критеріями. Велика кількість думок та підходів у цій сфері призводить до існування різних класифікацій заголовків у науковій та довідковій літературі.

Одним із вчених, який запропонував власну класифікацію заголовків, є М. С. Тимошик. Він виділяє заголовки за такими ознаками:

#### **За змістом:**

- прості, які коротко відображають основну тему тексту;
- складні, що містять більше інформації та деталей про зміст статті.

### За формою зображення:

- нумераційні, де використовуються номери для структурування тексту;
- літерні, де застосовуються літери для позначення розділів або пунктів;
- німі, що не містять слів, а складаються з графічних символів або зображень.

### За місцем розташування:

- заголовки на шмуцтитулі, розміщені на початку сторінки або розділу;
- заголовки шапкою, які розташовуються у верхній частині сторінки;
- заголовки у розріз із текстом, де текст проходить через заголовок;
- заголовки у підбір із текстом, розташовані під текстом;
- заголовки віконцем, які виділяються за допомогою рамки або кольору;
- заголовки розташовані на боковій колонці [79, с. 560].

Сучасний український учений В. І. Іванов класифікував заголовки в пресі за кількома ознаками. Одна з ключових характеристик заголовків – спосіб їх поліграфічного виконання. Згідно з цією ознакою, всі заголовки у газеті можна розділити на дві категорії – *набірні* та *клішовані*. Набірні заголовки поділяються додатково на ті, що виконуються шрифтами ручного та машинного набору. Такий поділ дозволяє відзначити відмінності у графічному оформленні та стилістиці цих заголовків.

В. І. Іванов також виокремив декілька типів заголовків в залежності від їхнього призначення та ролі на газетній шпальті. **Основні (головні)** заголовки мають ключове значення, оскільки передають основну тему статті або розділу і привертають найбільше уваги читачів. **Підзаголовки** виконують функцію додаткової інформації, яка допомагає більш детально розкрити тему або структурувати текст. **Внутрішні підзаголовки**, своєю чергою, слугують для розділення тексту на окремі частини та підкреслення логічної послідовності матеріалу. **Надзаголовки** можуть бути корисними для підсумовування декількох статей або передачі загальної інформації про певну тему. **Рубрики**, зазвичай, є окремими розділами у газеті, які містять матеріали на певну тему або з певної сфери. В пресі існує декілька видів рубрик: **постійна рубрика** вказує на



розташування найбільш важливих матеріалів у виданні і друкуються упродовж тривалого часу. **Тимчасові (епізодичні) рубрики** створюються на певний термін, щоб розказати про якісь тимчасові події. **Спеціальні рубрики** можуть бути як постійними, так і тимчасовими, залежно від специфіки конкретного ЗМІ. **Шапки** розташовуються у верхній частині сторінки або на початку розділу, мають за мету надати загальну інформацію про зміст статті або її значення [56, с. 114].

За структурою заголовки можна поділити на три типи: **простий заголовок** складається з одного речення, що виражає певну закінчену думку, наприклад: «*Kyiv claims success as southern fighting intensifies*». Наступний ти це **ускладнений заголовок**, який відрізняється від простого тим, що формується з декількох самостійних, логічно завершених частин, що також несуть певну закінчену думку, наприклад: «*The International Energy Agency thinks peak oil use is in sight this decade as the world switches to renewables. What is driving this shift?*». **Заголовковий комплекс** – це структурований набір заголовків, який включає основний заголовок та підзаголовки різноманітної складності, наприклад: «*Why Hunter Biden is important to Republicans. The BBC's Anthony Zurcher explains why the US president's son, Hunter Biden, is looming large over the campaign trail and beyond*» [84, с. 61].

Наступна класифікація газетних заголовків базується на відображенні елементів тексту. Згідно з цією ознакою, виділяються **односпрямовані** та **комплексні** заголовки. **Односпрямовані** заголовки, як правило, пов'язані з одним елементом смислової структури тексту і виражають його тему. Наприклад, «*Weather causes transport problems across country*» (The Guardian).

**Комплексні** заголовки, натомість, охоплюють кілька елементів структурної схеми тексту одночасно та передають більш ускладнену інформацію. Рівень їх інформативності вищий, і зв'язок цих назв з текстом більш різноманітний, ніж у попередньому типі. Комплексний заголовок наголошує одночасно на темі і аналітичній оцінці ситуації, наприклад, «*Vincent Browne: «The present crowd and Fine Gael-Labour crowd will not make any appreciable change*» (The Guardian) [63].

Сучасний український дослідник В. Й. Здоровега виділяє декілька типів заголовків залежно від їх змістовного наповнення, а саме: **інформаційний, спонукально-наказовий, проблемний** (виражається у формі питального речення чи зіставлення двох явищ), **констатуючо-описовий та рекламно-інтригуючий** [54, с. 268]. Залежно від того, наскільки інформаційні заголовки відображають смисловий компонент тексту, їх поділяють на дві категорії:

1) **Повноінформативні**: вони повністю актуалізують смисловий компонент тексту, надаючи читачеві ключову інформацію: «*Gas prices for the population will rise on December 1st*». Повноінформативні заголовки можуть бути поділені на дві підкатегорії:

1.1) **Номінативні**: ці заголовки називають тему або основну ідею всього тексту. Вони стисло передають основну інформацію без розкриття деталей. Приклади: «*Oil has fallen below \$50 per barrel again*».

1.2) **Предикативні заголовки**: вони містять розгорнуту тезу, що описує предмет розмови та його дію або властивість та детальніше передають контекст і зміст тексту, наприклад: «*A new record for smartphone sales in the second quarter*».

2) **Неповноінформативні**: також відомі як пунктирні, адже вони не повністю актуалізують смисловий компонент тексту. Вони можуть бути загадковими або привертати увагу читача без конкретного розкриття інформації. Приклади: «*The mystery of the old photo is solved!*», «*Unexpected changes in Apple company*» [83, с. 392].

У статті «19 Types of Headlines» розповідається детально про різні типи заголовків та яку мету вони виконують. Найбільш розповсюдженими в пресі, на нашу думку, є **новинні заголовки**, які одразу повідомляють читачам якусь важливу свіжу інформацію: «*Russia urged to renew Ukraine grain deal at Africa summit*». Також дуже поширеними є **заголовки-питання**, які мають на мені зацікавити читача відповіддю в тексті, наприклад: «*Is the decline of oil in sight?*». Крім того, журналісти дуже часто використовують **емоційні та контroversійні**

**заголовки**, щоб збільшити клікабельність статей та обговорення певної теми: «Disabled flyers angry at airline 'double charging» [1].

Узагальнюючи, класифікація заголовків є важливим інструментом у журналістиці для досягнення різних цілей, а розглянуті типи дозволяють адаптувати заголовки до потреб та вимог різних видань та аудиторій. Існує велика кількість класифікацій заголовків, які відрізняються змістом, формою зображення, місцем розташування та структурою, а кожен тип заголовка має свої унікальні характеристики і призначення.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Отже, в цьому розділі ми розглянули значення та роль заголовка в журналістських творах та можемо зробити висновок, що заголовок виступає як важливий посередник між текстом і читачем, виконуючи функцію «ярлика» об'єкта, який він позначає. Він впливає на сприйняття матеріалу та передає емоційний настрій тексту. Різні категорії заголовків, такі як інформативність, модальність, завершеність, проміжні заголовки та перспекція впливають на сприйняття змісту тексту. Крім того, заголовки виконують різні функції, серед яких: називна, інформативна, апеляційна та графічно-видільна. Кожна з цих функцій має свої особливості та спрямована на досягнення певних комунікативних цілей. Вони постійно взаємодіють між собою та сприяють глибшому розумінню публіцистичних текстів.

Одними з найважливіших характеристик заголовка є виразність, стислість, змістовність, інтрига та легка запам'ятовуваність. Нами було представлено класифікації заголовків, запропоновані різними дослідниками, які враховують змістові, графічні та структурні особливості заголовків. Ми зазначили, що заголовки можуть бути простими, складними, нумераційними, літерними, німими та розміщуватись на різних частинах сторінки. Зокрема, було виокремлено основні типи заголовків, такі як головні, підзаголовки, внутрішні підзаголовки, надзаголовки та рубрики. Також зазначено різновиди заголовків залежно від

їхнього змістового наповнення, такі як інформаційні, спонукально-наказові, проблемні, констатуючо-описові та рекламно-інтригуючі. Найбільш розповсюдженими, на нашу думку, типами заголовків у пресі є новинні, питальні та контroversійні, які ефективно привертають увагу читачів та передають важливу інформацію.

Крім цього, нами було розглянуто прагматичне спрямування заголовків англomовної преси та визначено, що лінгвістична прагматика досліджує використання мови для вираження намірів та розуміння комунікативних цілей. Важливо зазначити, що заголовки часто містять певні передумови, що ґрунтуються на загальних знаннях та спільних уявленнях автора та читачів. Ці передумови можуть впливати на сприйняття інформації.

Категорії інформації розподіляються на змістовно-фактуальну, яка стосується об'єктивних фактів та подій; змістовно-концептуальну, що передає індивідуальне розуміння автора відношень між явищами; та змістовно-підтекстову, пов'язану з глибинним сенсом, який може бути прихований у конотативних співзначеннях та виникати завдяки асоціативним зв'язкам у сприйнятті читача. Для розкриття цих категорій необхідний уважний аналіз і глибоке осмислення тексту і його контексту. Розуміння інформації автора повністю досягається шляхом врахування епохи, мовних особливостей жанру, стилю та індивідуальних особливостей автора.

### **РОЗДІЛ 3. ЛЕКСИЧНЕ НАПОВНЕННЯ ТА ГРАМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗАГОЛОВКІВ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ**

Сучасна преса посідає важливе місце в суспільному житті, оскільки вона впливає на формування поглядів, сприяє інформаційній свідомості та визначає сприйняття новин та подій. Серед всіх інструментів, які ЗМІ використовують для привертання уваги аудиторії, заголовки новинних статей займають особливе місце. Вони є причиною прочитати статтю або ж приводом для ігнорування матеріалу.

З одного боку, заголовки виконують інформаційну функцію, коротко передаючи ключовий зміст статті, тему, та основну ідею. Вони повинні бути чіткими та лаконічними, здатними умістити максимальну кількість інформації у обмеженій кількості слів. З іншого боку, заголовки можуть бути емоційно забарвленими, захоплюючими та провокаційними. Вони активізують емоції, цікавість, що стимулює читачів до активної реакції на новини.

Однак, у світі безмежного потоку контенту, який постійно отримуємо на екранах наших смартфонів, здати зацікавити велику кількість людей новинним текстом може бути справжнім викликом. Завдяки соціальним мережам та різноманітним джерелам інформації, аудиторія має безліч варіантів вибору, і тому конкуренція за увагу є високою.

Саме тому, нам цікаво дізнатися, як саме журналісти впораються з цим завданням та якими мовними засобами вони привертають увагу читачів. Вивчення лексичного наповнення та граматичних і прагматичних характеристик заголовків англomовної преси допомагає розкрити різноманітність комунікативних стратегій. З'ясовуючи, які засоби є найефективнішими для підвищення привабливості статті, лінгвісти можуть зробити вагомий внесок у розвиток якісної журналістики та медіа-комунікацій.

### 3.1 Лексичні особливості заголовків англомовної преси

Лексичне наповнення заголовків новин – це справжнє мистецтво, в основі якого лежать ретельний аналіз цільової аудиторії, чітко визначена мета, глибоке розуміння предмета події та лінгвістична майстерність журналістів. В контексті англійської преси, цей процес є далеким від поверхневого підходу – газети дбайливо формують свою унікальну лексичну палітру, здатну передати глибину новин та відповідати принципам ABC (Accuracy, Brevity, and Clarity) [3].

Завдяки ретельній роботі журналістів, слова в заголовках новин оточуються магією точності, а кожне слово відіграє свою важливу роль у тлумаченні подій та наданні їм значущості. Лаконічність заголовків сприяє кристалізації інформації, зберігаючи при цьому повноту інформації та вираження її у найяскравіших тонах. Нові лексичні оберти та оригінальні вирази найчастіше народжуються в реакції на все більші вимоги аудиторії та світовий контекст. Ці слова, врешті-решт, стають не просто комунікаційним інструментом, а й справжніми символами новинного лексикону, віддзеркалюючи живі події та емоції.

З метою кращого візуального сприйняття тексту, ми поділили лексичні особливості заголовків на наступні категорії:

#### **а) аббревіація**

В англійській газеті використання аббревіатур є частою практикою, що дозволяє відтворити слова чи фрази у скороченій формі, зберігаючи їх повний зміст. Для журналістів аббревіатури є надійним методом оптимізувати простір на сторінці, водночас підвищуючи їхній естетичний вигляд. Це добре відзначив Девід Крістал, стверджуючи, що аббревіатури часто використовуються в заголовках, щоб забезпечити не лише збереження місця на сторінці, але й змусити читачів зупинитися на декілька секунд і задуматися над оригінальним словом чи фразою [11]. Наприклад, «*Pakistan ex-PM given three-year jail sentence*» (BBC News, August 2023), де PM означає Prime minister. «*New AI systems collide with copyright law*» (BBC News, August 2023), де AI є скороченням artificial intelligence.

### **б) скорочення**

Однією з особливостей англomовних заголовків є використання скорочень. Українська дослідниця Хованець зазначає, що при написанні ефективного заголовка для економії тексту довгі слова слід замінювати короткими, а найважливіші слова виносити на початок, наприклад: «*Fed waits for job market to perk up*». «Fed» у наведеному заголовку є скороченням від «Federal Reserve System», центральної банківської системи Сполучених Штатів Америки. Це слово є жаргонізмом, тобто словами та виразами, що використовуються в певній професії або певною групою людей, які важко зрозуміти іншим людям [9, с. 139]. Також однією з основних характеристик газетних статей є простота і зрозумілість для аудиторії, а використання скорочень робить мову більш сучасною, свіжою і виразною. Завдяки тому, що всі скорочення прийшли в газетну мову з повсякденного життя, читач без проблем розшифрує їх. Ще однією перевагою скорочень є те, що журналісту зручно використовувати їх як синоніми повних форм слів, щоб уникати надмірних повторів. Прикладами таких скорочень є *it's*, *aren't*, *haven't*, *won't*, *doesn't*, або *teens* замість *teenagers*, *high-tech* замість *high-technology*, *rehab* замість *rehabilitation* тощо [40, с. 1112].

### **в) неологізми**

Неологізми нерідко зустрічаються в газетах та журналах. Важливо зауважити, що кількість слів у мові є динамічною, і вона постійно збільшується завдяки творчості мовців та письменників, які створюють нові слова, щоб висловити концепції, ідеї або явища, які виникають у сучасному світі. Наприклад, поява технологічних новацій може призвести до створення нових термінів, які точно відображають їхню сутність. Читачі мають неймовірну здатність розуміти та сприймати нові слова, навіть якщо вони раніше не зустрічалися з ними. Це свідчить про гнучкість та адаптивність мовного сприйняття. Німецький лінгвіст М. Гаспельмат наголошує на тому, що здатність створювати неологізми є важливим елементом мовної еволюції та гарантує актуальність та живучість кожної мови в умовах постійних змін у суспільстві [25, с. 509].

За словами Девіда Кристела [11], неологізми активно використовуються в заголовках газет через обмежений простір для передачі інформації. Джон Річардсон [34] вказує, що найчастіше неологізми утворюються за допомогою префіксів або суфіксів. Прикладом такої афіксації є використання суфікса *-gate* для позначення скандалів, наприклад, *Irangate*, *Lewinskygate* і *Rathergate*. Ще одним прикладом морфологічного утворення неологізму є використання префіксу *cyber-*: *cyberaddiction*, *cyberracism*, *cyberculture*. «**Cyber-attacks on Port of Los Angeles have doubled since pandemic**»(BBC News, July 2022)

### г) сленг

Найчастіше сленг зустрічається у виданнях, які таргетовані на молоде покоління, тому не дивно, що в заголовках використовується звична для них мова. Також сленг використовується у серйозних виданнях для того, щоб зробити мову більш свіжою та сучасною, тим самим зробивши текст більш зрозумілим для широкого кола читачів. Такий прийом може стати чудовою можливістю для журналістів покращити показник клікабельності заголовків. Прикладами найпопулярніших сленгових слів в пресі є: *mood*, *tea*, *chost*, *shook*, *fire*, *flex*, *salty*, *shade*, *toxic*.

Проте, під час використання модних сленгових слів потрібно звертати увагу на дві речі: контекст і аудиторія. Наприклад, якщо стаття має психологічну тематику, то цілком нормально використовувати термін «*toxic*», якщо контент стосується нездорових стосунків, наприклад, «*The first step in breaking a toxic pattern is to recognise it for what it is*» (The Guardian, May, 2023). Ще одним прикладом доцільного використання сленгу є заголовок «*3 Ways Kendrick Lamar's Woke Lyrics Inspired a Generation to Denounce Social Injustices*», де слово *woke* означає небайдужість людини до соціальної несправедливості, особливо до расизму. Саме це слово найкраще описує позицію американського репера Кендріка Ламара, що відомий своїми соціально-свідомими текстами [27]. Таким чином, завдяки сленгу можна зробити цікавий заголовок, який легко залучить необхідну цільову аудиторію.



### г) числа

Один з ефективних прийомів в заголовках, що допомагає швидко передати інформацію та привернути увагу є використання чисел у заголовках. Голландський дослідник М. Кетсенруйтер розповідає про парадокс чисел в пресі. Це явище, пов'язане з використанням журналістами чисел у своїх новинних матеріалах для підкреслення того, що джерело новин є надійним [20, с. 77]. Схожу думку має Ван Дейк, який наголошує на тому, що числа використовуються не стільки для передачі точної інформації, скільки власне для створення відчуття точності, а отже, правдивості [39, с. 78]. Таким чином, використання чисел у заголовках важливо не лише для залучення уваги, але й для підсилення довіри до інформації, що подається, наприклад: «*Maui Death Toll Climbs to 93*» (The NY Times, August 2023), «*4 Dead After House Explosion in Pennsylvania, Officials Say*» (The NY Times, August 2023).

### д) експресивна лексика

Лінгвістка Дебора Шаффер зазначає, що замість публікування правдивих новин або належної оцінки інформації жовта преса часто використовує «клікбейтні» заголовки, щоб зробити історії сенсаційними [37, с. 34]. Це означає вживання експресивної, багатой на конотації лексики, яка привертає увагу читачів і сприяє виникненню цікавості та сильного емоційного зв'язку. Такі заголовки ще називають рекламними, бо як пише Отто Фрідріх: «середньостатистична газета – це просто бізнес, що продає новини та використовує цю приманку для продажу рекламних площ» [24].

Преса, особливо жовта, часто використовує заголовки з експресивною лексикою, щоб ми могли, наприклад поспівчувати знаменитостям з «розбитим серцем» або розповідає нам якусь трагічну історію, яка може бути нам особисто знайома, наприклад, «*Test-Tube Baby for Burt & Loni: Friends Say It's in the Works*» Дебора Шаффер пише, що такі слова, як «*sex*», «*scandal*», «*sizzling*», «*death*» і «*weird*» пробуджують в нас різні емоції такі як страх, агресію або бажання дізнатися плітки, тому їх можна використовувати для продажу чого завгодно,

навіть якщо це сумнівні історії на кшталт: «*Surgeon, 70, Makes 11 Nurses Pregnant,*» «*Marie Osmond puts her 5-yr-old son to work and church is outraged,*» «*Lonely UFO Aliens Are Stealing Our Pets,*» «*Michael J. Fox Outrages Hotel Guests During His Bizarre Island Honeymoon.*»[37, с. 35].

Впливовий медіаресурс Upworthy, що використовує вірусні технології для просування новинних статей у соціальних мережах, провів у 2023 році дослідження, де було проаналізовано понад 105 тис. варіантів заголовків статей. Користувачам Upworthy випадковим чином показували різні варіанти заголовків для новин, а їхню реакцію записували та порівнювали. Редактори зазвичай повинні були запропонувати 25 різних заголовків, з яких для експериментального тестування відбиралися найбільш перспективні. Результати цього дослідження виявили, що статті з негативною експресивною лексикою в заголовках мають більшу кількість кліків та рейтинг залученості користувачів. У дослідженні використовувався аналіз таких слів, як «*harm*», «*heartbroken*», «*ugly*», «*troubling*» і «*angry*», що входять до корпусу негативних термінів. Додавання цих негативних термінів корелювало зі збільшенням кількості переходів на сайт, тоді як використання позитивних термінів, як «*benefit*», «*laughed*», «*pretty*», «*favorite*» і «*kind*», мало протилежний ефект [35, с. 816].

Керівник відділу контенту та соціальних медіа в Social Media Today Ендрю Хатчінсон пояснює феномен такої реакції на використання лексики з негативним емоційним забарвленням з точки зору еволюції: «усвідомлення можливих негативних наслідків дозволяє планувати та уникати потенційно шкідливого або болючого досвіду, тому негативна інформація може краще «в'їдатися» в наш мозок та автоматично активувати реакцію на загрозу». Також він додає, що якою б не була логіка, що лежить в основі такої поведінки, суть полягає в тому, що чим більша кількість негативних слів у заголовках, тим більша ймовірність того, що користувачі переходитимуть на публікації [17].

Цікавим фактом є те, що серед англійських журналістів є розповсюджена фраза «*if it bleeds, it leads*», яка чудово передає стратегію багатьох новинних

видань. Її суть полягає в тому, що якщо в історії йдеться про жорстоку смерть або поранення, вона, швидше за все, отримає вищий рейтинг [18]. Чим страшніша історія, тим більше шансів у неї стати лідером рейтингу серед читачів. Саме тому стихійні лиха, війни, пограбування банків, перестрілки, історії про серійних вбивць та бандитські угруповання для багатьох журналістів є чудовим новинним матеріалом, який матиме високий рівень залученості читачів.

#### е) колоквіалізми та жаргонізми

Жаргонізми та інші лексичні елементи розмовного стилю особливо широко вживаються в газетних заголовках, завдяки їхній здатності привернути увагу та надати тексту певний емоційний відтінок. Навіть якщо в самій статті будь-яка ситуація описується в більш стриманому стилі, заголовок часто має розмовний характер, адже його завданням є не лише інформувати, але і привертати увагу читача. Прикладом цього є заголовок щотижневого журналу «The Economist», який публікує статті про політичні події, міжнародні відносини, фінансові, економічні й ділові новини: «*Why are so many **Britons** not working?*» (September 2022). В цьому заголовку слово «Britons» є неформальною версією «British people», тобто жителів Великої Британії.

Також, якщо стаття в пресі присвячена інтерв'ю якійсь відомій персоні, то з її цитати можуть зробити заголовок: «*Miriam Margolyes: 'I don't just want to be a **foul-mouthed old biddy**'*» (The Guardian, September 2022). Таке використання розмовного стилю чудово передає характер інтерв'ю, підкреслюючи емоційний стан співбесідниці. Фраза «**foul-mouthed old biddy**» надає тексту відтінок самоіронії, що робить заголовок виразнішим та запам'ятовуваним для читача, адже такий підхід до формулювання заголовків дозволяє створити зв'язок з аудиторією та викликати інтерес до матеріалу. Однак важливо мати на увазі, що використання жаргону має бути обґрунтованим, відповідати контексту та темі статті, щоб уникнути можливого непорозуміння у читачів [60, с. 15].

### є) ідіоми

Ідіоматичні вирази є однією з найпоширеніших форм образної мови. У публіцистиці ідіоми зустрічаються значно частіше, ніж в інших стилях мовлення. Мовознавиця В. Хсу зазначає, що у заголовках новин ідіоми можуть бути використані з метою досягнення іронії або гумору. Наприклад, цей прийом можна побачити в заголовку щотижневої газети «New Zealand Herald»: «*Korean Air VP goes nuts over nuts*». Тут ідіома *go nuts* може мати кілька значень, наприклад, «з'їхати з глузду», «збожеволіти», «бути вкрай розлюченим», «демонструвати зневагу або насмішку над дурістю». В новинній статті розповідається, що віцепрезидент авіакомпанії Korean Air був настільки розлючений тим, як стюардеса подавала горіхи в салоні першого класу, що наказав літаку повернутися на місце посадки та вигнав стюардесу з літака. Таким чином, використання цієї ідіоми створює майстерну гру слів, що привертає увагу читачів [16, с. 41].

Ще одним прикладом використання ідіоми з метою досягнення іронії є заголовок: «*Fat cat bosses come under fire*» (BBC, August 2017). У цьому заголовку «**fat cat bosses**» вжито ідіоматично для опису керівників компаній, чиї зарплати перевищують доходи їхніх компаній. Крім того, використання ідіоми «**come under fire**» додає емоційності, а також передає ставлення до групи осіб, які стають об'єктом гніву та критики британського прем'єр-міністра.

Ісландський лінгвіст Крістофер Фіцджеральд провів дослідження, це проаналізував заголовки таких британських газет, як «New York Times», «Daily Mail» та «Daily Express». Результати показали, що більшість англійських газет надають перевагу використанню ідіом у політичних та соціальних новинах. Крім того, найчастіше в заголовках використовуються ідіоми, які позначають наступні концепти:

- влада та авторитет («Government Vows to Achieve Vaccination Targets **by Hook or by Crook**», Daily Mail, Aug 12, 2009);
- інтелект та дурість («Gordon Brown's **lost his marbles**», Daily Express, Jan 27, 2009), («Deputy Russian Prime Minister Dmitry Rogozin **'shoots**

*himself in the foot' after expressing support for NRA», Daily Express, Jun 24, 2010);*

- нечесність («*Who Threw Westmoreland Under the Bus?*», New York Times, March 6, 2018) [14].

Також в описах подій журналісти часто використовують ідіоми для короткої та влучної передачі своїх думок. Це пов'язано з тим, що ідіоми створюють у свідомості читача чітку картину, і автори новин використовують їх для того, щоб яскравіше висловити щось у суперечливих або резонансних питаннях. Прикладами таких ідіом є: «*call the shots*» (наказувати), «*jump the gun*» (поспішати), «*rock the boat*» (створювати проблеми), «*out of pocket*» (зі своєї кишені), «*put on the back burner*» (відкласти на потім), «*take a back seat*» (відступити на задній план), «*the upper hand*» (перевага), «*win hands down*» (легко перемогти) [23, с. 682].

Філологиня В. В. Ревенко відзначає, що ідіоми, які використовуються в текстах, мають унікальну властивість змінювати свою комунікативну сутність в залежності від конкретного контексту. Ця особливість ідіом дозволяє втілити наміри автора у тексті з оптимальною ефективністю. Зокрема, ідіоми можуть спонукати читачів до роздумування, впливати на їхні емоції, переконувати їх прийняти авторську точку зору, а також формувати ставлення читача до описаних в статті подій. Наприклад, використання журналістом ідіоми «*push hot buttons*» у цьому заголовку підкреслює складність та напруженість політичної ситуації: «*If politics is all about **pushing hot buttons**, is there anything that can cool us down?*» (The New York Times, May 21, 2019). Або, наприклад, у заголовках «*Theresa May makes second referendum vote pledge **to force through Brexit deal***» (Mirror, 21 May 2019), «*Brexit: Theresa May could pull vote **AGAIN** as her 'new deal' **goes down in flames***» (Mirror, 22 May 2019), використано ідіоми з метою відобразити складність політичної ситуації, з якою зіштовхнулася Тереза Мей, намагаючись провести другий референдум для затвердження угоди щодо Брекзиту. Англійська ідіома «*go down in flames*» виражає можливу ризиковану ситуацію, а «*to force through Brexit*

deal» підкреслює визначеність і наполегливість Мей у досягненні цілі. Загальна мета цих фразеологізмів – не тільки інформувати про подію, а й надати читачеві відчуття загостреної політичної конфронтації та значущості прийняття рішення [77, с. 135].

### ж) терміни

Спеціалізовані видання регулярно використовують терміни та професіоналізми у своїх заголовках. Особливо часто ця практика спостерігається в економічних чи політичних газетах, оскільки їхня аудиторія зазвичай добре знайома зі специфічною термінологією. Наприклад, «*Could AI transform science itself?*» (The Economist, 14 Sep 2019), «*Tiny hitchhikers on viruses could promote resistance to antibiotics*» (The Economist, 19 June 2019).

### з) власні назви

Заголовки з власними назвами привертають увагу читачів, оскільки вони допомагають одразу зрозуміти зміст статті. Дослідники відзначають, що в газетних та журнальних заголовках зустрічається значна кількість власних назв, серед яких найпоширеніші – це імена знаменитостей, назви різноманітних організацій, закладів та топонімічних об'єктів. Чеська дослідниця Л. Бедржихова пише, що в заголовках найчастіше зустрічаються власні назви, що позначають людей. Особливо це стосується новин, що належать до сфери внутрішньої політики, де вживання власних назв політиків є невід'ємною частиною новинних статей, на відміну від міжнародної політики, де зазвичай переважають географічні назви. Проте, тут варто зазначити, що в заголовках частіше використовуються прізвища людей, ніж їхні імена. Це пояснюється стратегією економії тексту в заголовку, яка базується на обізнаності людей з іменами відомих персон. Філологиня наголошує, що єдине ім'я, яке можна знайти в проаналізованих нею заголовках – це «Чарльз»: «*What kind of king will Charles be?*» (BBC, September 2022) [7, с. 27].

### и) фразові дієслова

Сталі вирази грають важливу роль у наданні заголовкам більшої виразності. Наприклад, вони можуть включати у себе фразові дієслова, такі як «*step down*» та «*crackdown*», які часто набувають субстантивовану форму: «*Prince Philip to step down from carrying out royal engagements*» (BBC, May 2017), «*John Conyers steps down from Judiciary Committee*» (CNN, Nov 2017), «*The brutal Bangkok crackdown that was hushed up for years*» (BBC, October 2016), «*UK police crackdown on terror suspects*» (CNN, September 2014) [57, с. 15].

Отже, лексичне наповнення заголовків в англomовній пресі є досить багатим. Заголовки використовують різноманітні лінгвістичні стратегії, такі як аббревіації, скорочення, сленг, неологізми, ідіоми, терміни, жаргонізми, фразові дієслова, числа та експресивну лексику для максимально точного та ефективного вираження суті новин. Ці стратегії не тільки привертають увагу читачів, але й гарантують правдивість і актуальність інформації, що надається в заголовках.

### 3.2 Граматичні особливості заголовків англomовної преси

Англomовна преса відзначається особливим стилем формулювання заголовків, а саме короткими, лаконічними виразами в 5-10 слів та неважкою граматиною. Проте, існують граматичні нюанси у заголовках, які можуть викликати плутанину, навіть серед тих, хто володіє англійською мовою на високому рівні. Сьогодні ми розглянемо ці аспекти уважніше, щоб краще розібратися в тонкощах їх створення та використання.

Головною граматичною особливістю заголовків є використання іменникових фраз без дієслова. За допомогою іменникової фрази описується головний іменник, наприклад: «*Under Pressure from Boss*», «*Overwhelming Response of Voters*». Завдяки цьому прийому читач починає ставити собі питання *звідки?, про що?, від кого?, кому?* і т.д. Наприклад, заголовок «*Unexpected Visit*» буде підштовхувати читачів до таких думок: *від кого був візит?, чому візит був*

несподіваним? Ця практика допомагає підготувати читача до матеріалу, спонукаючи його думати про терміни, пов'язані з темою статті [6].

Однією з найхарактерніших особливостей англійських газетних заголовків є їхня здатність до компресії мовних одиниць на всіх рівнях, відома також як **еліпсис**. Поширене використання еліптичних речень у заголовках газет пояснюється їхньою здатністю виражати ідею максимально коротко формою. Використання еліпсису в заголовках, в першу чергу, дозволяє дотримуватися головної вимоги до заголовків – їхньої лаконічності. Еліптичний характер газетних заголовків зазвичай формується завдяки виключенню незначущих елементів, що допомагає зосередити увагу читачів лише на найважливіших аспектах повідомлення. Розуміння пропущеного компонента речення виникає з його контексту та граматичної структури [59, с. 187].

Еліпсис може виражатися упушенням наступних частин мови:

- підмет (*Expect no change in Ukraine*);
- присудок (*Wall Street crash*);
- дієслівне словосполучення (*President is not telling the truth, neither his speaker*);
- артиклі *the* та *a*. Їх можна упускати навіть в прикметниках, які характеризують певну групу людей, наприклад, *the poor*, а також у загальних іменниках, таких як: *The West Indies* або *The Eiffel Tower (Trump calls for (a) boycott of more companies over Georgia voting law)* [2];
- присвійні займенники *my, our, your* та *her* (*Hannibal walked (his) elephants across (the) Pyrenees*);
- особові займенники *I, you, he, she, it*, якщо в попередній частині речення вже була згадка про певну людину/істоту (*Caesar conquered (the) Britons and then (he) returned to Rome*);
- дієслово *to be* в пасивному стані (*Patty Hearst arrested*);
- прийменниковий зворот з *of* разом з іменниками, які позначають неживі предмети (*Price Control's Effect Discussed*);



- вступне дієслово при цитуванні (*Life is short, and it is here to be lived: Kate Winslet*) [46];
- сполучники. Замість них використовуються кома, двокрапка, крапка з комою, тире тощо (*Police arrest serial killer – close case on abductions*).

Українські філологині М. В. Котенко та Х. З. Штанхрет у своєму науковому дослідженні проаналізували використання еліпсису в заголовках англomовної преси та в результаті зробили висновок, що еліптичні заголовки складаються переважно з двох частин та мають дві моделі:

- 1) **іменник + адресат дії** (*The deep roots of the Russians to money laundering* (*The Guardian*, January 14, 2022));
- 2) **іменник + прямий додаток** (*Forgotten what to wear? The new rules of party dressing* (*The Guardian*, February 18, 2022) [21, с. 41].

Ще одна важлива граматична особливість у заголовках англomовної преси – використання неперфектних часових форм дієслова. Зазвичай, якщо ми хочемо в заголовку продемонструвати результат дії або те, що щось було завершено, то краще передати це за допомогою дієприкметників, наприклад: «*Lion **recaptured** earlier today*» [53].

Крім того, розповсюдженим граматичним аспектом у заголовках англomовної преси є застосування теперішнього часу. Зазвичай в заголовках використовується дієслово у теперішньому часі з метою акцентувати увагу на дії, яка відбувається. Кандидатка філологічних наук С. Ю. Пампура розповідає, що в заголовках англomовної преси часто події, які трапилися недавно, описуються за допомогою Present Simple, наприклад: «*Influenza **Kills** 200 in India*» [73, с. 158]. Лінгвіст С. Ваннакан також додає, що використання теперішнього часу допомагає читачам не лише відчутти актуальність поточних подій, але й передає елемент новизни, адже для журналістів швидкість є надзвичайно важливою, а вчорашня новина вже не є новиною. Таким чином, заголовки в теперішньому часі є найпоширенішими, оскільки вони створюють відчуття оперативності та

актуальності, а отже, сприяють більшій та активнішій залученості читачів [40, с. 1115].

У випадках майбутніх подій, форми майбутнього часу можуть бути замінені інфінітивом, наприклад: «*They are to Meet in Minsk*». Past Indefinite, використовують у заголовках, що стосуються минулих подій, переважно в ситуаціях, коли у заголовку вказана конкретна обставина часу або коли читачам відомо, що описувана подія сталася у певний момент минулого: «*Why Couldn't Rockefeller Secure a Landslide Victory?*», «*A Nationwide Wave of Peace Activism Swept the Nation*». Цей підхід допомагає зберегти лаконічність та чіткість у заголовках [50, с. 158]

Професор університету Масарика Я. Хованець у своєму дослідженні, присвячену часовим формам у заголовках, стверджує, що часто теперішній час використовується у зв'язці з минулим часом. Він наголошує, що традиційний теперішній час використовується в головному реченні заголовка, що виражає основну подію, про яку повідомляється, а минулий час зустрічається в підрядних реченнях, які виражають попередню дію. Наприклад, в складнопідрядних реченнях «*Wife's affair tore my heart out, teacher tells jury*» та «*Couple who hushed boys in cinema are beaten up*» минулий час пов'язаний з більш «віддаленими» подіями, які сприймаються, як другорядні чи побічні. Таким чином, в заголовках англomовної преси теперішній час може виконувати функцію переднього плану, тоді як минулий час може використовуватися для фону [10, с. 90].

Проте, простий минулий час може також вживатися в окремому реченні без прив'язки до теперішнього часу. Він може посилатися на минулі події, особливо коли в заголовку присутній прислівниковий модифікатор часу. Ще один випадок вживання простого минулого часу – коли читачеві відомо, що подія, про яку йдеться в заголовку, відбулася в певний момент у минулому: «*Wave of Peace Action Swept the Nation*» [42].

Окрім часових форм, автори заголовків також використовують таку граматичну конструкцію, як **пасивний стан дієслова**, який слугує певним

комунікативним цілям. Він створює особливий тон і наголошує на адресата дії, а не того, хто її виконує. Наприклад, у заголовку: «*New Policy Implemented by Government*» пасивний стан акцентує увагу на впровадженні нової політики, а не на тому, хто її впровадив. Крім того, пасивний стан у заголовках може додати елемент нейтральності або об'єктивності. Він дозволяє більш неупереджено подавати інформацію, дозволяючи читачеві сформулювати власну думку без впливу конкретного виконавця, що є дуже важливим для журналістики [51, с. 1117].

Отже, граматичні особливості заголовків англomовної преси відіграють важливу роль у привертанні уваги читачів та чіткому вираженні основної інформації. Важливою рисою заголовків є використання іменникових фраз без дієслова, що дозволяє читачеві швидше сприймати основну інформацію. Застосування еліпсису допомагає стисло виразити ідею, привертаючи увагу читачів до суттєвих аспектів повідомлення. Крім того, використання різних часових форм (теперішнього, минулого) в заголовках впливає на сприйняття читачем часових характеристик подій, а пасивний стан дієслова в заголовках надає можливість підкреслити адресата дії та нейтральність інформації.

### **3.3 Лексико-граматичні трансформації**

Переклад газетних заголовків – це складне та важливе заняття для перекладачів, оскільки заголовок має бути коротким, інформативним та привабливим для привертання уваги читачів. Однак, при перекладі заголовків виникає безліч труднощів, пов'язаних із лексико-граматичними особливостями мов, такими як відмінності в порядку слів, використання різних часів дієслів тощо.

Щоб зберегти зміст заголовка під час перекладу, перекладач має використовувати різні лексико-граматичні трансформації. Наприклад, зміна порядку слів у реченні, використання синонімів, антонімів, а також заміна слів на інші, більш відповідні для цільової аудиторії. Усі ці трансформації допомагають зберегти сенс заголовка і роблять переклад точнішим і природнішим.

Однак не завжди можливо зберегти всі нюанси та особливості оригінального заголовка при перекладі. Тому при перекладі газетних заголовків дуже важливо вміти знаходити баланс між збереженням сенсу, привабливістю заголовка та точністю перекладу.

Дослідники виділяють наступні лексико-граматичні трансформації:

1. *Антонімічний переклад*. Один із цікавих способів вивчення мови – це переклад антонімічних пар. Антонімічний переклад дає змогу побачити, які слова протилежні одне одному в контексті. Переклад заголовків газет з англійської на українську може бути складним, особливо коли необхідно передати як сенс, так й стиль і емоції. Використання цієї перекладацької трансформації може бути спричинене необхідністю передати іронію, сарказм або просто протилежний контекст [72, с. 34].

*Антонімічний переклад* – це метод перекладу, у якому використовуються слова із протилежним значенням. В англомовних газетних заголовках цей метод перекладу може використовуватися для створення гумористичного чи несподіваного ефекту. Наприклад, заголовок «*Good news for the economy*» може бути переведений як «*Погані новини для економіки*», що створить несподіваний ефект під час читання заголовка. Однак, при використанні цього методу перекладу необхідно бути уважним та обережним, щоб не спотворювати сенс оригінального заголовка [58, с. 102].

Такий підхід часто застосовується у газетних заголовках, щоб привернути увагу читача та створити несподіваний ефект. Наприклад, заголовок «*Success story*» може бути перекладений як «*Історія провалу*», а «*Breaking news*» – як «*Немає новин*» [66, с. 302]. Такі переклади можуть викликати посмішку і змушувати задуматися, що, своєю чергою, сприяє запам'ятовуванню інформації.

Для успішного антонімічного перекладу необхідно не тільки добре знати мову, а й розуміти культурні особливості та контекст, у якому використовується оригінальний заголовок. Це допоможе вибрати відповідні слова та фрази, які передадуть не лише протилежний зміст, а й стиль та емоції. Хороший переклад

заголовків газет – це важливий елемент журналістської роботи, який дозволяє розширити аудиторію та передати інформацію різними мовами.

2. *Описовий переклад* англомовних газетних заголовків є важливим для читачів, які цікавляться світовими подіями та хочуть бути в курсі останніх новин. Особливо це актуально для тих, хто не говорить англійською мовою і потребує більш детальної інформації про те, що відбувається у світі. Суть цієї трансформації полягає в тому, щоб перекласти заголовок не просто дослівно, а з урахуванням контексту та особливостей мови [58, с. 106].

Описовий переклад англомовних газетних заголовків – це процес перекладу заголовків з англійської на інші мови, використовуючи описові слова та висловлювання, щоб збереглося їх значення та зміст. Це важливий процес для тих, хто займається перекладом новин та політичних повідомлень, бо газетні заголовки мають бути точними та інформативними. Ця трансформація допомагає зберегти інформацію, що передається в заголовках, та доповнити її додатковими деталями, щоб вона була зрозуміла читачам. Наприклад, заголовок «*Trump wins election*» можна перекласти як «*Трам виграв вибори*», але описовий переклад може звучати так: «*Після напруженої та захоплюючої битви за голоси, Дональд Трамп стає новим президентом Сполучених Штатів Америки*». Це додає більше інформації про те, як сталася подія та як вона може вплинути на майбутнє [66, с. 303]. Крім того, описовий переклад допомагає передати відтінки настрою та емоцій, які не завжди можуть бути передані буквальним перекладом [66, с. 306].

Ще один приклад – заголовок «*Record-breaking heatwave hits California*». Описовий переклад цього заголовка може бути таким: «*Каліфорнію накрила спекотна хвиля, яка б'є рекорди*». У цьому випадку описовий переклад допомагає передати не тільки інформацію про погодні умови, а й підкреслити серйозність ситуації [66, с. 302].

Таким чином, описовий переклад є важливим інструментом передачі інформації та емоцій в газетних заголовках англійською мовою.

3. *Прийом цілісного перетворення.* При перекладі англомовних заголовків газет українською мовою важливо зберегти їх смислову цілісність і передати весь обсяг інформації, що міститься у вихідному заголовку. Для цього необхідно провести цілісне перетворення заголовка, яке може включати заміну слів, зміна порядку слів, додавання додаткових слів і т.д.

Одним із ключових аспектів при перекладі заголовків є збереження їх стислості та яскравості, які є важливими якостями гарного заголовка. Тому при перекладі необхідно використовувати мовні засоби, які дозволяють зберегти ці якості, наприклад використання англіцизмів або коротких формулювань. Важливо також враховувати контекст, у якому використовується заголовок, щоб правильно передати його зміст і недопущення нерозуміння з боку читачів. Тому при перекладі заголовків необхідно звертати увагу на особливості тексту, в якому вони використовуються, та на аудиторію, яка їх читатиме [72, с. 78].

Цілісне перетворення англомовних газетних заголовків можна досягти з допомогою різних методів. Один із прикладів такого перетворення – використання ігор слів та каламбурів. Наприклад, заголовок «*A New Spin on Recycling*» можна перетворити на «*Turning Green: Recycling Gets a Makeover*». Інший метод – використання активних дієслів та коротких формулювань, щоб зробити заголовок більш прямим та переконливим. Наприклад, «*Changes to Tax Law Announced*» можна перетворити на «*Tax Law Overhaul: What You Need to Know*». Загалом, цілісне перетворення заголовків допомагає привернути увагу читачів і зробити інформацію більш доступною. Наприклад, заголовок «*Trump's Latest Tweet Sparks Outrage*» може бути перекладений українською мовою як «*Новий твіт Трампа викликає обурення*». Однак, при використанні прийому цілісного перетворення, переклад може бути зроблений адаптованішим до української аудиторії, наприклад, «*Трамп знову шокував своїм твітом*» [66, с. 304].

Ще один приклад – «*Record Breaking Heatwave Hits Europe*» може бути перекладений як «*У Європі встановлені нові рекорди спеки*». Однак, при використанні прийому цілісного перетворення, переклад може звучати жвавіше та

привабливіше для аудиторії, наприклад, «*Європа страждає від спеки: нові температурні рекорди*» [66, с. 305].

У результаті, цілісне перетворення англomовних газетних заголовків вимагає як знання мови, а й уміння передати сенс і емоційне забарвлення вихідного заголовка іншою мовою, зберігаючи його стислість і яскравість.

Слід звернути увагу також на збереження еквівалентності під час перекладу. *Еквівалентність* – це поняття, яке використовується для опису відповідності між двома мовами чи текстами. Вона означає, що перекладач досягає максимальної схожості між оригінальним текстом і перекладом, зберігаючи його зміст та емоційне забарвлення.

Існують різні рівні еквівалентності, включаючи лексичну, граматичну та семантичну еквівалентність. Лексична еквівалентність означає, що перекладач використовує аналогічні слова та вирази у перекладі, щоб зберегти сенс оригінального тексту. Граматична еквівалентність передбачає, що перекладач зберігає структуру речення та граматичні конструкції у перекладі. Семантична еквівалентність означає, що перекладач досягає максимальної схожості між значеннями слів та виразів в оригінальному тексті та його перекладі. Також виділяють різні види еквівалентності, такі як повна, часткова та функціональна еквівалентність [64, с. 30]. Повна еквівалентність означає, що перекладач досягає максимальної схожості між оригінальним текстом та перекладом. Часткова еквівалентність означає, що перекладач зберігає лише деякі аспекти оригінального тексту у перекладі. Функціональна еквівалентність означає, що перекладач зберігає функцію оригінального тексту у перекладі, але не обов'язково зміст [67, с. 129].

Ми схилиємося до поділу еквівалентності за Комісаровим В. Н., який розмежовує зазначене поняття на п'ять рівнів. Таким чином, перший рівень еквівалентності характеризується повною схожою смисловою інформацією між оригіналом та перекладом. Другий рівень має на увазі збереження смислової інформації, але з деякими змінами у формі викладу. Третій рівень еквівалентності

описує переклад, що зберігає лише частину інформації оригіналу, а четвертий – переклад, що містить додаткову інформацію, але при цьому спотворює основний зміст. Зрештою, п'ятий рівень еквівалентності характеризується наявністю значних спотворень у перекладі, але при цьому зберігається загальний зміст повідомлення. Важливо, що вибір рівня еквівалентності залежить від цілей перекладу та контексту, в якому він використовуватиметься [61, с. 272].

До уваги слід також брати не тільки поняття еквівалентності, але і схожі за значенням поняття. Еквівалентність передбачає збереження сенсу та контексту, але може вимагати зміни форми та вибору слів. Тотожність означає точну відповідність між словами в оригіналі та перекладі без урахування контексту. *Адекватність* – це здатність передати у перекладі всі нюанси та емоційне забарвлення оригіналу, зберігши при цьому повне розуміння тексту. Важливо пам'ятати, що вибір між цими термінами залежить від контексту та завдання перекладу. Необхідно враховувати як культурні, і мовні відмінності задля досягнення найкращого результату [44, с. 31].

Однак, не варто забувати, що переклад заголовків газет – це лише перший крок у отриманні інформації. Щоб отримати повне розуміння подій, потрібно читати всю статтю та аналізувати її зміст. Також варто пам'ятати, кожен автор має своє бачення подій і може описувати їх по-різному. Тому важливо читати кілька джерел інформації та формувати власну думку на основі аналізу різних точок зору.

### ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

У цьому розділі ми дослідили лексичне та граматичне наповнення новинних заголовків. Узагальнюючи, можна зазначити, що англійська мова має величезну лексичну палітру для досягнення точності, стислості та чіткості. Наприклад, *аббревіація* дозволяє ефективно використовувати простір, не втрачаючи при цьому повного значення слова чи фрази. Також вона допомагає залучати увагу читачів і спонукати їх задуматися над повною формою слова. Використання *скорочень*



робить мову більш сучасною та зрозумілою для аудиторії, оскільки вони часто використовуються у повсякденному житті. Крім того, *скорочення* можна використовувати як синоніми повних форм слів, щоб уникати надмірних повторів, що додає структурованості та легкість сприйняття матеріалу. *Неологізми* складають значну частину лексичних засобів, які вживаються у заголовках, оскільки кількість нових слів у мові постійно зростає через велику кількість появи нових концепцій та ідей. Використання *чисел* у заголовках є ефективним прийомом для швидкої та точної передачі інформації. Також вживання *чисел* у заголовках пов'язане з прагненням журналістів підкреслити надійність джерела новин для формування у читачів довіри до інформації. Важливо зазначити, що у виданнях на економічну та політичну тематику часто вживаються *терміни*, *професіоналізми* та *власні назви*. Це пов'язано з тим, що читачі таких видань вже обізнані зі специфічною лексикою та відомими персонами, які нерідко є головними героями новин.

Для видань спрямованих на молоде покоління притаманне використання *сленгу*. Це дозволяє робити мову більш свіжою та сучасною, а також робить текст більш зрозумілим для широкого кола читачів. З цією ж метою у заголовках вживаються *жаргонізми* та *колоквіалізми*. Для підвищення рейтингів видання у заголовках так само використовується *експресивна лексика*, яка підсаджує читачів на емоційний гачок та змушує їх прочитати статтю. З ціллю викликати емоційну реакцію та здійснити вплив на сприйняття читачів, у публіцистиці також використовуються *ідіоми* та *фразові дієслова*. Вони можуть змінювати комунікативну сутність тексту та ефективно надавати заголовкам виразність.

У граматиці англійських заголовків поширеним є використання *іменникових фраз без дієслова* та *еліпсис*, що дозволяє коротко та чітко передавати основний зміст статті, привертаючи увагу читачів. Для створення відчуття свіжості новин найчастіше використовується *теперішній простий час*. Вживання *неперфектних часових форм* дієслів також дозволяє передати заголовку актуальність події, а використання *дієприкметників* може вказувати на те, що

подія сталася недавно або її наслідки залишаються актуальними на момент публікації. *Минулий час* використовується для виділення попередніх подій або обставин, які стали передумовою або фоном для основної події, викладеної в заголовку. З метою нейтралізації інформації та акцентуванні уваги на події вживається *пасивний стан дієслова*. Журналісти використовують цей засіб, щоб передати інформацію максимально об'єктивно та неупереджено.

Збереження змісту заголовка під час перекладу вимагає від перекладача використання різних лексико-граматичних трансформацій. Використання таких методів, як зміна порядку слів, використання синонімів, антонімів та заміна слів, сприяє більш точному і вдалому перекладу, який зберігає сенс заголовка. Зокрема, *антонімічний переклад* є ефективним методом, який може створити гумористичний чи іронічний ефект у газетних заголовках. *Антонімічний переклад* дає можливість читачам осягнути весь сенс заголовка, оскільки на відміну від дослівного перекладу описовий переклад може передати не лише фактичну інформацію, а й контекст, емоції та настрої події. Крім того, емоційне забарвлення заголовків та відтінки сенсу оригінального заголовка можна передати за допомогою *цілісного перетворення*.

Перекладачам необхідно дотримуватися еквівалентності в перекладі, щоб максимально по сенсу наблизити переклад до оригіналу. Варто зазначити, що поняття еквівалентності в перекладі включає різні рівні: *лексичний, граматичний та семантичний*. Це обґрунтовано тим, що кожен рівень відображає різний аспект відповідності між оригіналом та перекладом, починаючи від повної схожості до наявності значних спотворень. Додатково, розрізняються різні види еквівалентності, такі як *повна, часткова та функціональна*, кожна з яких передбачає певний рівень відповідності між оригіналом та перекладом. При цьому важливо враховувати, що вибір конкретного рівня еквівалентності залежить від завдань перекладу та конкретного контексту використання.

## **РОЗДІЛ 4. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЗАГОЛОВКІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ПРЕСІ**

В сучасному світі, де інформаційний потік неупинно зростає, заголовки стають ключовим елементом звернення уваги читача. Англomовна преса, будучи одним з головних носіїв інформації, використовує заголовки як ефективний інструмент комунікації. У цьому розділі ми розглянемо особливості перекладу заголовків у сучасних британських та американських виданнях, таких як BBC, The Wall Street Journal, Reuters, Time, Bloomberg і т. д. Ми звернемо увагу на важливі аспекти, такі як стиль, культурні відмінності та збереження смислу при перекладі. Досліджуючи цю тему, ми отримаємо уявлення про те, як заголовки стають не лише засобом передачі інформації, а й складною мовною формою, що відображає та взаємодіє з культурним контекстом.

### **4.1 Прагматичні особливості перекладу заголовків англomовної преси**

Заголовки є важливою частиною будь-якої друкованої продукції, оскільки вони мають на меті привернути увагу читача та зацікавити його змістом статті. При перекладі заголовків з англійської на українську мову необхідно враховувати низку прагматичних особливостей. Однією з таких особливостей є те, що заголовки англійською мовою можуть бути короткими та місткими, а для передачі того ж сенсу українською мовою може знадобитися більше слів. Крім того, важливо враховувати культурні відмінності та особливості мови, щоб назва не втратила своєї значущості та не викликала непорозуміння у читача. Загалом переклад заголовків потребує ретельного підходу та знання не тільки мови, а й культурних особливостей обох мов.

Прагматизація є важливою частиною англomовних газетних заголовків, оскільки це допомагає читачам швидко зрозуміти основну суть статті. Заголовки мають бути інформативними та привабливими, щоб привернути увагу читачів, але також мають відображати основні теми статті. Водночас заголовки мають бути короткими та лаконічними, щоб не займати надто багато місця на сторінці газети.

Добре написаний заголовок може привернути увагу не лише тих, хто вже зацікавлений у темі, а й тих, хто ще не знайомий із нею. Таким чином, прагматизація є важливим інструментом для залучення нових читачів та утримання старих.

Хороший заголовок має містити ключові слова, які відображають суть статті. Він має бути оригінальним і незвичайним, щоб привернути увагу читачів та викликати їхній інтерес до статті. Важливо також враховувати контекст, у якому використовуватиметься заголовок, щоб уникнути непорозуміння чи спотворення сенсу. Наприклад, заголовок, який може бути зрозумілим в одній країні або культурі, може бути незрозумілим або образливим в іншій. Тому, при написанні заголовків необхідно враховувати аудиторію та контекст, щоб він був зрозумілим та привабливим для всіх читачів.

Крім того, варто пам'ятати, що заголовок – це лише початок статті. Він має бути пов'язаний зі змістом статті та нести в собі інформацію, яка буде розкрита у тексті. Не варто використовувати сенсаційні заголовки, які не відображають змісту статті, оскільки це може призвести до розчарування у читачів та втрати довіри до видання. Натомість слід використовувати заголовки, які точно відображають суть статті та привертають увагу читачів до її змісту.

Прагматизація – це процес зміни чи пристосування чогось під практичні потреби, чи цілі. В англомовних газетних заголовках ми можемо спостерігати тенденцію до дедалі прагматичнішого підходу. Заголовки стають більш короткими, інформативними та спрямованими на те, щоб привернути увагу читача. Разом з тим вони стають менш емоційними та менш схильними до сенсаціонізму. Це пов'язано з тим, що люди дедалі більше орієнтовані на достовірну інформацію і схильні ставитися до новин критично. У результаті, газетні заголовки стають прагматичнішими та орієнтованішими на привернення уваги читачів своєю інформативністю та точністю. Наприклад: «*No Ukraine offensive without more weapons – Zelensky*» – «Зеленський пояснив, чому відкладається весняний наступ ЗСУ»; «*Putin: Russia to station nuclear weapons in*

*Belarus» – «Путін розмістить тактичну ядерну зброю у Білорусі. Чим це загрожує Україні та світу»; «Israel Gaza: Father loses 11 family members in one blast» – «11 членів моєї родини вбило одним ударом».*

Газетні заголовки відіграють важливу роль у приверненні уваги читачів та зацікавленні їх до статті. Щоб заголовок був максимально ефективним, необхідно використовувати засоби прагматизації. Першим засобом є **використання актуальних тем**. Читачі зацікавлені у новинах, які мають відношення до їхнього життя та відбуваються нині. Так, основною темою міжнародних новин є війна в Україні та події, які з нею пов'язані, тому часто можна зустріти заголовки, що переповненні нещодавніми подіями війни, наприклад: *«Ukraine's Economy Starts to Rebound as It Adapts to War – «Економіка України починає відновлюватися, адаптувавшись до війни – NYT»; «Ukraine Uses Powerful American-Supplied Missiles for First Time» – «Україна вперше застосувала АТАСМС; U.S. readies \$2 billion-plus Ukraine aid package with longer-range weapons» – «Україна отримає від США ракети GLSDB радіусом дії до 150 км – Reuters»*. Інколи у заголовках можна зустріти згадки щодо інших країн, але вони не є настільки частотними: *«U.S. Leans on Turkey to End Russian Flights With American-Made Planes» – «США вимагають від Туреччини припинити приймати американські літаки, які використовує РФ – WSJ»; «Dell to Cut About 6,650 Jobs, Battered by Plunging PC Sales» – «Dell скоротить близько 6650 співробітників через падіння попиту на ПК»*.

Другим важливим засобом **використання ключових слів**. Це дозволяє більш точно передати суть статті та привернути увагу цільової аудиторії. Наприклад, у заголовку *«EU Is Weighing Fresh Sanctions on \$5.3 Billion in Russian Trade» – «ЄС готує новий пакет санкцій проти РФ з торговими обмеженнями на \$5,3 млрд – Bloomberg»*, ключовими словами є ЄС, РФ та санкції, які відразу помічаються читачем та швидко дають усвідомити про що буде основний зміст статті. У наступному прикладі *«Exclusive: Germany in advanced talks with Oman for natural gas supplies» – «Німеччина веде переговори з Оманом щодо скрапленого*

газу, шукає заміну постачанням з РФ – Reuters», ми простежуємо наступні ключові слова: *Німеччина, Оман, природний газ*. Таким чином, ключові слова допомагають передати більш точно те, на що хоче зосередити увагу автор статті. Крім того, заголовок має бути коротким, але інформативним і не містити зайвої лексики.

Третім засобом є використання **питальних конструкцій**. Вони дозволяють викликати в читача інтерес до теми і змусити замислитися над проблемою, яка торкається статті. Наприклад: *«What does the huge leak of Ukraine war documents tell us?»* – *«Злив секретних документів США по Україні: про що він нам розповів; Could Russia really play nuclear roulette in Ukraine?»* – *«Ядерні загрози війни. Чого чекати від Росії; Where is Yevgeny Prigozhin? And why does it matter?»* – *«Де подівся Євген Пригожин? Чому це важливо?»*; *«Rustem Umerov: Who is Ukraine's next defence minister?»* – *«Умеров замість Резнікова. Що важливо знати про цю заміну»*.

Інколи перекладач може використати заголовок-питання під час перекладу навіть якщо цього не було в оригінальному тексті для привернення уваги: *«Matthew Perry cause of death inconclusive pending toxicology tests»* – *«Чому помер Метью Перрі? Встановити причину не вдалося»*; *«Ukraine war: Kyiv rejects Wagner claim over Bakhmut»* – *«РФ заявила, що захопила Бахмут. Що каже українська влада?»*; *«Russia seizes control of Danone and Carlsberg operations»* – *«Путін конфіскував російський бізнес світових гігантів Carlsberg і Danone. Як це можливо?»*.

Заголовки можуть містити цифри та статистику, що також допомагає привернути увагу та зробити заголовок більш прагматичним: *«OpenAI Seeks New Valuation of Up to \$90 Billion in Sale of Existing Shares»* – *«OpenAI почала пропонувати акції інвесторам при оцінці компанії до \$90 млрд»* – *«WSJ; Samsung Q3 profit set to slump 80% as chip losses persist»* – *«Прибуток Samsung у третьому кварталі міг впасти на 80%. Аналітики вказують на зниження цін на чипи пам'яті»*.

У четвертому випадку можна використовувати **гру слів**, що також приверне увагу читача. Наприклад у заголовку *«A tough choice in Ukraine - to have children or not»* – *«Коли, якщо не зараз? Українки, які народжують попри війну»*. У цьому випадку заголовок містить алюзію на відому фразу Шекспіра *«to be or not to be»*, що ще більше привертає увагу.

Інколи заголовки можуть містити назву бренду, відомих особистостей, наприклад: *«Ukraine's Eurovision 2023 act **TVORCHI** have war on their mind»* – *«Як український гурт **TVORCHI** готується до Євробачення під час війни»*; *«AI named word of the year by **Collins Dictionary**»* – *«Слово року за версією **Collins Dictionary**: що обрали цього разу»*; *«Britain wants **Challenger** tanks in Ukraine by end of March»* – *minister»* – *«**Challenger** та **Leopard**. Велика Британія і Німеччина планують передати Україні танки вже у березні»*; *«**Microsoft** reorgs its **Xbox** and marketing teams to prepare for an AI and gaming future»* – *«**Microsoft** проводить реорганізацію керівництва ігрового підрозділу після поглинання Activision Blizzard – The Verge»*. Це допомагає створити у читачів певну асоціацію з об'єктами та предметами про які йде мова.

В останні роки ми стали свідками того, що дедалі більше англомовних газетних заголовків включають назви конкретних місцевостей. Це відбувається через тенденцію до прагматизації заголовків, щоб зробити їх якомога більш інформативними і конкретними для аудиторії. Назви географічних об'єктів, таких як міста, країни чи регіони, допомагають читачам краще розуміти, про що йдеться у статті, а також роблять заголовок привабливішим для тих, хто цікавиться цими місцями. Наприклад: *Analysis: «**Swiss** neutrality on the line as arms-for-Ukraine debate heats up»* – *«**Швейцарія** може відмовитись від нейтрального статусу на тлі дебатів про надання зброї **Україні** – Reuters»*; *«**Netherlands** warns of **Russian** attempts to sabotage its energy infrastructure»* – *«**Нідерланди** зафіксували підготовку **Росією** диверсій проти енергоінфраструктури в **Північному морі**»*. На додаток, використання конкретних назв місцевостей може бути корисним для тих,

хто планує поїздки в ці регіони, оскільки заголовок може дати уявлення про те, що на них чекає в цьому місці та чому це варто відвідати.

Особливо часто зустрічаються заголовки, що починаються з питання «чому». Це з тим, що такі заголовки привертають увагу читачів і викликають інтерес до статті: «*Why the U.S. Government Has \$5 Billion in Bitcoin*» – «Уряд США має на підконтрольних гаманцях \$5 млрд у біткоїнах – *WSJ*»; «*The Enfield Poltergeist: Why the unexplained mystery that shocked 1970s Britain continues to disturb*» – «Енфілдський полтергейст. Чому таємниця, що шокувала Британію у 1970-х, досі бентежить». Крім того, такі заголовки дозволяють читачеві відразу зрозуміти, про що буде мова в статті, і зацікавитись її прочитанням. Для підвищення зацікавленості також використовують заголовки з питальним словом «як»: «*How Trump presidency could change Ukraine war*» – «Як президентство Трампа може змінити хід війни в Україні»; «*'They're opportunistic and adaptive': How Hamas is using cryptocurrency to raise funds*» – «ХАМАС збирав пожертви для нападу на Ізраїль у криптовалюти через соцмережі – *CNN*».

Заголовки стають більш прямими та інформативними, щоб привернути увагу читачів та спонукати їх прочитати статтю: «*Abkhazia: Russia to build naval base in Georgian separatist region, says local leader*» – «Росія створить базу флоту в Абхазії. Як це пов'язано з Україною та ударами по Криму»; «*Ukraine war: US to give Kyiv long-range ATACMS missiles – media reports*» – «Байден пообіцяв дати Україні «невелику кількість» ракет ATACMS – *ЗМІ*». У таких заголовках чітко простежується їх основна мета. Непрямі заголовки, які раніше використовувалися для створення загадкового чи драматичного ефекту, тепер поступаються місцем більш ясним і зрозумілим заголовкам. Однак вони також зустрічаються, наприклад: «*Ukraine war: Russian 'evil cannot be trusted', Zelensky tells UN*» – «Спитайте у Пригожина, чи вірити Путіну. 5 головних речей, які Зеленський сказав в ООН». Ця тенденція пов'язана зі зростанням конкуренції у медійній сфері та необхідністю виділятися на тлі інших видань. Однак, незважаючи на



спрощення заголовків, вони все ще залишаються важливим інструментом для привернення уваги до газети та її матеріалів.

У сучасному світі газетні заголовки відіграють ключову роль у формуванні громадської думки та приверненні уваги читачів. Саме тому їхній переклад має велике значення для тих, хто хоче розуміти суть тих чи інших подій. Однією з найпоширеніших тенденцій в англomовному медіа стало використання прагматичних прийомів у заголовках новин. Це означає, що замість простого переказу подій журналісти намагаються виділити у заголовку найважливішу та найцікавішу інформацію, яка змусить читача задуматися чи зацікавитися темою. Однак при перекладі таких заголовків іншою мовою необхідно враховувати, що прагматичні прийоми не завжди точно передаються в іншій мові, тому перекладачеві доводиться шукати баланс між точністю та ефективністю.

Правильне використання засобів прагматизації газетних заголовків дозволить зробити статтю привабливішою для читачів та підвищити її ефективність. Однак, важливо пам'ятати, що заголовок має бути не тільки прагматичним, але й чесним і не вводити читача в оману. Використання сенсаційних заголовків, які не відповідають змісту статті, може негативно позначитися на репутації видання та викликати недовіру у читачів.

У результаті прагматизація при перекладі англomовних газетних заголовків українською мовою – це складний процес, який вимагає знання мови, культури та журналістики. Однак, якщо виконати його правильно, можна створити заголовок, який не лише точно передасть суть новини, а й зацікавить читачів.

Для досягнення прагматичності у перекладі необхідно використовувати різні рівні еквівалентності. Це означає, що перекладач повинен як перекладати слова, так і враховувати контекст, культурні відмінності, соціальні норми тощо. Наприклад, якщо в оригінальному тексті використані ідіоми чи фразеологізми, то перекладач повинен знайти відповідні вирази у мові перекладу, які передадуть зміст та настрій оригіналу. Крім того, важливо враховувати всі нюанси мови, такі як граматики, стиль, тон тощо. У результаті правильно виконаного перекладу

досягається максимальна прагматичність, яка допомагає передати зміст оригінального тексту найточніше та ефективно.

Проаналізувавши газетні заголовки за рівнем еквівалентності відповідно до класифікації Комісарова В. Н., яку ми взяли за основу, ми отримали наступні результати:

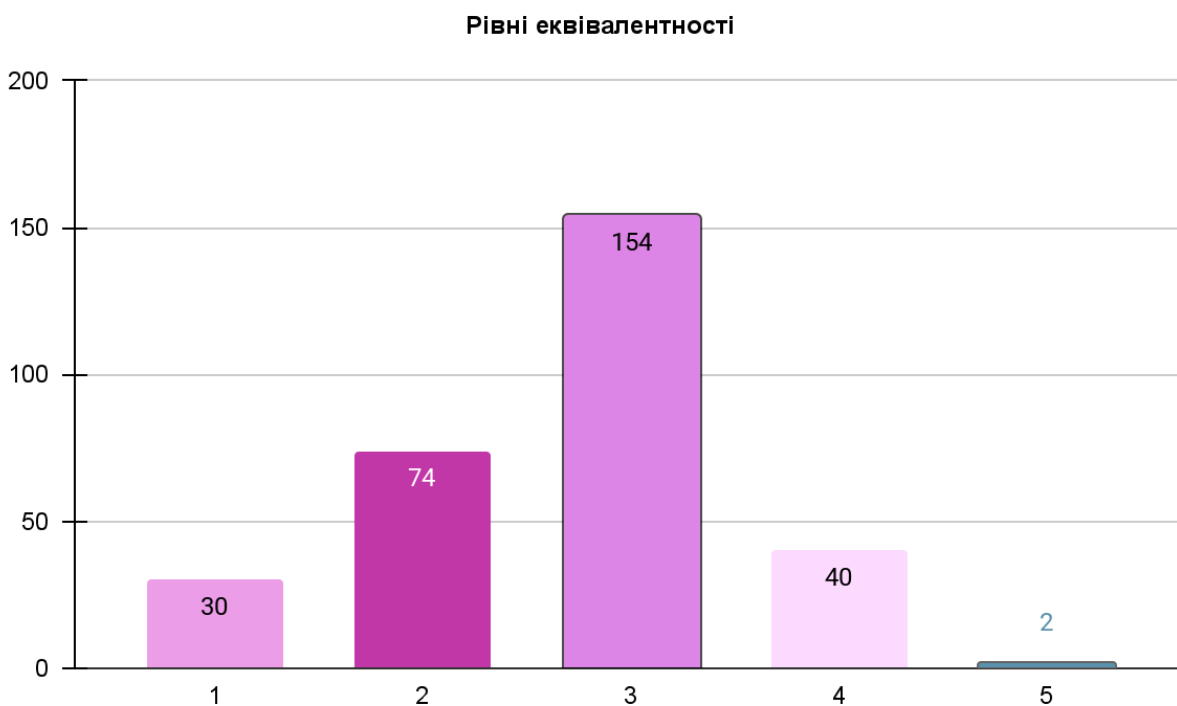


Рисунок 4.1 – Кількісне відображення рівнів еквівалентності, використаних у заголовках англомовної преси

- Перший рівень** – 30 заголовків газет. Наприклад: «*Russia scrambles to cover ballooning cost of Ukraine war*» – «Потроєння акцизів, нові експортні мита та зростання комуналки. Як Росія планує покрити видатки на війну у бюджеті-2024»; «*Ukraine prepares for winter again as Russia targets its power grid*» – «Україна зберігатиме нові трансформатори в сусідніх країнах через загрозу обстрілів Росією» – *The Economist*; «*Japan puts the brakes on lucrative used-car trade with Russia*» – «Японія за допомогою санкцій загальмувала торгівлю вживаними автомобілями у Росії на \$2 млрд». При перекладі зберігається мета комунікації, однак речення повністю може

трансформуватися та змінюватись з метою підвищення уваги читачів та їх більшого зацікавлення.

- **Другий рівень** – 74 заголовків газет є також поширеним. Наприклад: «*Tesla CEO Musk's demand warning sparks selloff in EV stocks*» – «Акції Tesla стрімко падають після виступу Ілона Маска. Автовиробник може втратити \$70 млрд капіталізації»; «*Ukraine's Risky Bet Pays Off With Ships Streaming to Ports*» – «Україні вдалося повернути контроль над експортом зі своїх портів попри вихід РФ з зернової угоди – Bloomberg»; – «*'They're opportunistic and adaptive': How Hamas is using cryptocurrency to raise funds*» – «ХАМАС збирав пожертви для нападу на Ізраїль у криптовалюти через соцмережі – CNN». При перекладі зберігається однакова передача мети та ситуації, яка описується.
- **Третій рівень** – 154 заголовків газет є найбільшим, бо при перекладі заголовків важливим є привернення уваги читачів, правильність, точність та адекватність перекладу. Наприклад: «*Germany eyes faster entry of Ukrainian refugees into labour market*» – «Німеччина поспішає інтегрувати українських біженців у свій ринок праці. Роботодавці послаблять низку вимог»; «*Germany eyes faster entry of Ukrainian refugees into labour market*» – «Німеччина поспішає інтегрувати українських біженців у свій ринок праці. Роботодавці послаблять низку вимог»; «*Why the U.S. Government Has \$5 Billion in Bitcoin*» – «Уряд США має на підконтрольних гаманцях \$5 млрд у біткоїнах – WSJ». При перекладі переважно або розширюється або звужується значення слів та виразів, тому переважно застосовується додавання, упущення, модуляція, конкретизація або генералізація значень, а також заміна частин мови.
- **Четвертий рівень** – 40 заголовків газет. Наприклад: «*Estonia Calls for EU to Halve the \$60 Price Cap on Russian Oil*» – «Естонія закликає ЄС вдвічі знизити цінову стелю у \$60 на російську нафту та посилити санкції проти банків»; «*Dutch to restrict semiconductor tech exports to China, joining US*

*effort*» – «Нідерланди приєднались до США в обмеженнях експорту напівпровідникових технологій до Китаю»; «*Mitsubishi Motors Plays Catchup With Plans to Electrify Fleet by 2035*» – «*Mitsubishi Motors планує електрифікувати весь свій автопарк до 2035 року*»; «*ECB Seen Preserving Peak Rates Until Second Half of Next Year*» – «*ЄЦБ може зберегти пікові ставки до другої половини 2024 року. Нещодавно банк підвищив їх вдвічі*». При перекладі переважають перестановки частин мови та заміни та переважно зберігається синтаксична структура оригіналу.

- **П'ятий рівень** – 5 заголовків газет є найменшим. Наприклад такі заголовки як «*Some Ukrainians Helped the Russians. Their Neighbors Sought Revenge*» – «*Деякі українці допомагали росіянам. Їхні сусіди прагнули помститися*»; «*Meta Plans Thousands More Layoffs as Soon as This Week*» – «*Meta планує ще тисячі звільнень вже цього тижня – Bloomberg*»; «*OpenAI Gives ChatGPT the Ability to Speak in Five Different Voices*» – «*OpenAI надасть ChatGPT можливість говорити п'ятьма різними голосами*», мають більш простий, буквальный переклад, який є менш поширеним, бо не настільки вдало привертає увагу читачів як інші способи перекладу. Однак застосовуючи п'ятий рівень еквівалентності зберігається зміст і стилістичні особливості тексту оригіналу.

Кожен рівень еквівалентності визначається ступенем подібності чи різницю між мовними одиницями. На п'ятому рівні знаходяться абсолютно еквівалентні одиниці, тобто ті, що повністю збігаються за формою та значенням. На четвертому рівні – одиниці, які мають деякі відмінності у формі, але повний збіг у значенні. На третьому рівні – одиниці, які мають схожість у значенні, але відмінності у формі. На другому рівні – одиниці, які мають часткову подібність у значенні та відмінності у формі. На першому рівні знаходяться нееквівалентні одиниці, тобто ті, які не мають подібності ні у формі, ні в значенні.

Переклад газетних заголовків – це відповідальне завдання, яке потребує максимальної точності та ясності. Одним із найважливіших аспектів перекладу є

еквівалентність. Це означає, що переклад заголовка повинен передавати ту саму інформацію, що й оригінал. Якщо заголовок містить гру слів або жарт, переклад повинен передавати цей же зміст, використовуючи аналогічну гру слів або жарти мовою перекладу. Важливо пам'ятати, що газетні заголовки мають обмежений простір, тому перекладач має вміти коротко і точно передати зміст заголовка мовою перекладу, не змінюючи його змісту.

Проаналізувавши 300 англомовних заголовків, ми можемо зробити висновок, що третій рівень еквівалентності є найбільш поширеним, оскільки за його допомогою перекладачі можуть передати повний сенс оригінального заголовка, а також звузити, або розширити його значення, використовуючи лексичні, граматичні та лексико-граматичні трансформації, такі як додавання, упущення, модуляція і т.д. Найменш розповсюдженим є п'ятий рівень еквівалентності, оскільки дослівний переклад не завжди є адекватним та не передає зміст повідомлення, яку закладав автор оригінального заголовка.

#### **4.2 Лексико-граматичні трансформації при перекладі англомовних заголовків українською мовою**

Переклад заголовків українською є важливим етапом у процесі перекладу текстів з англійської мови. Для того, щоб переклад був якісним, необхідно враховувати особливості української мови та застосовувати лексико-граматичні трансформації.

Однією з основних завдань під час перекладу заголовків є збереження сенсу оригіналу. При цьому необхідно враховувати, що українська мова має свої особливості, які можуть відрізнятися від англійської. Наприклад, в українській мові часто використовуються закінчення, яких немає в англійській.

Для того, щоб переклад був більш читабельним та підходив до української мови, можна використовувати лексико-граматичні трансформації. Це можуть бути зміни порядку слів, заміна слів на синоніми, зміна тимчасових форм та багато інших. Однак, при використанні лексико-граматичних трансформацій

необхідно бути уважним і не змінювати сенсу оригінального заголовка. Переклад має бути точним та зрозумілим для читача.

Аналізуючи переклад англомовних газетних заголовків ми виокремили, що найпоширенішими перекладацькими трансформаціями є додавання (23,0%), прийом цілісного перетворення (14,9%), упущення (13,9%), модуляція (8,8%), граматична перестановка (7,9%), конкретизація (7,6%) та генералізація (5,3%). Найменш популярними є компенсація (0,3%), граматична заміна (0,4%) та транслітерація (0,4%) (див. рис. 4.2).

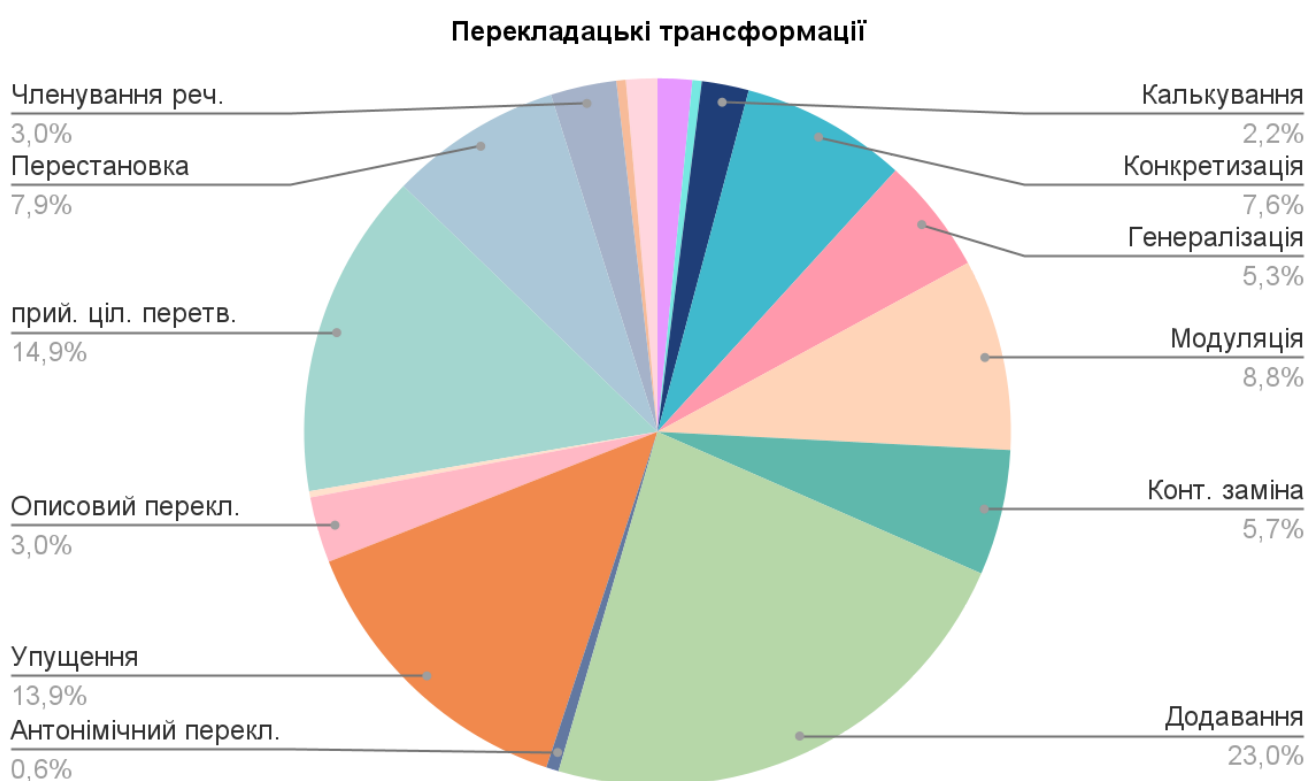


Рисунок 4.2 – Відсоткове співвідношення перекладацьких трансформацій

Розгляньмо детальніше використані лексико-граматичні трансформації в заголовках англомовної преси:

1. **Антонімічний переклад.** Антонімічний переклад заголовків англійської газети може бути складним завданням, але воно потребує великої творчості та лінгвістичної майстерності. Процес містить взяття заголовка та використання слів із протилежним значенням для передачі того самого

повідомлення. Це може здатися простим, але вимагає глибокого розуміння мови та гострого відчуття гри слів.

Серед відібраних прикладів ми виявили тільки чотири заголовки у яких використовувався антонімічний переклад. Це може стверджувати те, що використання такого виду перекладу заголовків з англійської на українську мову не є частотним. Наприклад, в одному із заголовків *«Zelensky says Ukraine needs more time for counter-offensive»* – «Володимир Зеленський: «До контрнаступу **ми готові**», в оригінальному тексті стверджується, що «Україна потребує більше часу для контрнаступу», однак заголовок переклали використовуючи протиставлення «ми готові». Однією з причин використання такого перекладу є збереження гумористичного або іронічного ефекту, який може бути в оригінальному заголовку. Також антонімічний переклад може бути використаний для привернення уваги читача, оскільки він виділяється серед інших заголовків.

Крім того, антонімічний переклад може бути корисним під час перекладу новин, пов'язаних з політикою або міжнародними відносинами. У таких випадках антоніми можуть допомогти передати складну ситуацію чи подію у доступнішій формі для читача. Наприклад, *«EU Sanctions Aim to Make Banks Divulge Frozen Russian Assets»* – «Нові санкції ЄС передбачатимуть **штрафи за нерозкриття** банками інформації про заморожені російські активи – *Bloomberg*». У тексті оригіналу зазначено, що санкції «змушуватимуть банки розкривати дані щодо заморожених російських активів», однак у перекладі використовується протиставлення «штрафи за нерозкриття». Однією з причин використання антонімічного перекладу є збереження гри слів та виразів, які часто використовуються в англійській мові. Крім того, такий підхід дозволяє зберегти емоційне забарвлення заголовка і передати його найбільш точно іншою мовою. Ще одна причина полягає в тому, що антонімічний переклад може привернути увагу читача та викликати у нього інтерес до статті. Однак важливо враховувати контекст і зміст заголовка, щоб переклад був максимально точним та зрозумілим для україномовного читача.

Наступний приклад «*Ukraine war: Kyiv rejects Wagner claim over Bakhmut*» – «*РФ заявила, що захопила Бахмут. Що каже українська влада?*» демонструє зміну фокуса уваги під час перекладу. Таким чином Росія висвітлюється як негативна сторона, що виступає загарбником. Це привертає увагу читачів та пробуджує більше бажання прочитати статтю.

Інший приклад «*Ukraine claims gains in Bakhmut after Russia denials*» – «*Росія відступає біля Бахмуту. Що там відбувається*» показує протиставлення. В англomовному заголовку увагу зосереджено на тому, що Росія не погоджується з тим, що вони відступають у битві за Бахмут, а у перекладі фокус уваги зосереджено на відступ Росії та її програшу.

Проте антонімічний переклад не завжди підходить всім заголовків. У деяких випадках може бути неприйнятним, оскільки може спотворити сенс оригінального заголовка. Тому вибір способу перекладу залежить від контексту та цілей перекладу. Антонімічний переклад заголовків може бути цікавим завданням як для ентузіастів лінгвістики, так і для тих, хто вивчає мову. Це заважає розумінню мови та змушує мислити творчо та критично. Це також допомагає розширити словниковий запас і зрозуміти слова та їх значення. Загалом, антонімічний переклад заголовків англійської газети є захоплюючим і корисним завданням для кожного, хто любить мову.

**2. Компенсація** – цей прийом полягає в тому, щоб перекладач знаходив альтернативні способи вираження ідеї, використовуючи доступні мовні засоби. Наприклад, якщо в англійському заголовку використовується гра слів, перекладач може використовувати аналогічну гру слів українською мовою, щоб зберегти зміст заголовка. Важливо при цьому не втратити головну думку заголовка та зберегти його стиль та емоційне забарвлення. Серед проаналізованих прикладів ми виявили лише один заголовок, який перекладений за допомогою компенсації, що говорить про непопулярність вживання компенсації при перекладі англomовних газетних заголовків українською мовою.



У виявленому заголовку *«Exclusive: Europeans dial down the heating, heed calls to save energy» – «Європейці «прикручують» опалення через заклики урядів до економії – Reuters»* значення фрази *«heed calls»* доповнюється та компенсується шляхом додавання уточнення *«заклики влади»*. Таким чином, використання прийому компенсації при перекладі заголовків дозволяє зберігати сенс оригінального заголовка іншою мовою, що допомагає читачеві краще розуміти зміст статті.

3. **Описовий переклад** англomовних газетних заголовків – це процес перекладу заголовків статей українською мовою, у якому як передаються основні ідеї заголовка, так і додаються додаткові пояснення та описи. Це дозволяє читачеві краще зрозуміти суть статті, особливості предмета її вивчення та контекст, у якому вона була написана. Описовий переклад також може включати переклад назв організацій, імен, термінів та інших специфічних виразів, які можуть бути незрозумілі для україномовного читача. Крім того, при описовому перекладі враховується культурний контекст та нюанси, які можуть бути важливими для повного розуміння статті.

У досліджуваних заголовках частка використання описового перекладу є трохи більшою у порівнянні з вищезазначеними способами перекладу, однак не такою значною. Наприклад, у заголовку *«OpenAI unveils Dall-E 3, latest version of its text-to-image tool» – «OpenAI презентувала нову версію генеративної нейромережі Dall-E 3»* перекладач уточнює характеристику мережі. На відміну від дослівного перекладу, що може призвести до нерозуміння спотворених смислів, описовий переклад дозволяє зберегти зміст заголовка та дати читачеві повне уявлення про зміст статті. Однією з особливостей описового перекладу є необхідність враховувати культурні та історичні нюанси, які можуть бути незнайомими для цільової аудиторії. Важливо також вміти вибрати найбільш відповідні слова та фрази, які відображають зміст статті та привертають увагу читача.

Розглянемо інший приклад: «*'We thought it'd be a crisis we could live through' – steel workers remember Mariupol siege*» – «*Рік без дому. Як живуть мариупольські металурги з «Азовсталі»*». У тексті оригіналу прямий переклад є наступним: «Ми думали, що це буде криза через яку ми зможемо пройти» - робітники-металурги згадують облогу Маріуполя». Однак при перекладі використання такого довгого речення у заголовку перевантажуватиме статтю. Тому для більш лаконічного звучання перекладач підбирає інший відповідник використовуючи описовий спосіб перекладу.

Наступний приклад «*Pope's visit to Hungary dominated by Ukraine war*» – «*Папа Римський приїхав до Орбана говорити про війну в Україні*» також вжито опис ситуації, яка відбулася з більшим уточненням задля привернення уваги. Важливо розуміти, що описовий переклад заголовків повинен як передавати сенс ідеї, а й привертати увагу читача, викликати його інтерес і бажання прочитати статтю повністю. Тому перекладач має бути творчим і вміти вибирати найбільш відповідні вирази і слова, які точно передаватимуть зміст заголовка.

У іншому прикладі «*Biden Requests \$105 Billion Aid Package for Israel, Ukraine and Other Crises*» – «*Білий дім направив у Конгрес США запит на виділення 106 мільярдів доларів на допомогу Україні, Ізраїлю та інші безпекові потреби*» розширено зміст заголовку з уточненням для підвищення розуміння читачем змісту статті. Важливо розуміти, що описовий переклад не є простим перекладом слів, а скоріше мистецтвом передачі сенсу, ідеї та емоції. Для успішної роботи перекладач повинен брати на себе відповідальність за точність та якість перекладу, а також враховувати потреби цільової аудиторії.

**4. Прийом цілісного перетворення** може допомогти зробити переклад точнішим і зрозумілішим для україномовних читачів. Відповідно до цього найбільшу частку становить саме даний вид перекладу.

Цілісне перетворення – це процес, який полягає у перекладі всього заголовка, а не лише його окремих слів. Це дозволяє зберегти сенс та ідею, які

автор хотів висловити у заголовку, а також зробити переклад природнішим та зрозумілішим.

Одним із прикладів використання прийому цілісного перетворення може бути переклад заголовка «*Ukraine war: Avdiivka civilians cling on amid Russian assault*» – «*Авдіївки більше немає. Як живуть люди в місті, за яке йдуть нещадні бої*». Замість буквального перекладу «Цивільні Авдіївки тримаються під час російського нападу», цілісне перетворення може запропонувати переклад «як живуть люди в місті, за яке йдуть нещадні бої», що більш точно відбиває сенс заголовка.

Аналізуючи газетні заголовки візьмемо для прикладу наступний варіант «*Ukraine war: Russia demands UN court throw out case against it*» – «*Росія й Україна зішлись в юридичній битві в суді ООН: суть справи*». Основна думка заголовка полягає в тому, що Росія вимагає від ООН відмовитися від судового розгляду стосовно себе. Ця дискусія пов'язана з військовим конфліктом на території України, який розпочався у 2014 році. Англomовні заголовки в газетах не завжди бувають зрозумілі для аудиторії, тому при перекладі їх необхідно враховувати контекст і зміст, щоб передати їх основну ідею найточніше і чіткіше. Слід пам'ятати, що заголовки відіграють важливу роль у приверненні уваги читачів, тому їхній переклад має бути креативним та привабливим, зберігаючи при цьому основну думку та не спотворюючи її сенсу.

Наступний приклад – «*Russian air defence system destroyed in Crimea, Ukraine says*». У цьому прикладі назва англійською містить інформацію про те, що система ППО Росії була знищена в Криму. Однак при перекладі українською мовою необхідно враховувати, що назва має бути більш інформативною та точною. Тому цілісне перетворення заголовка допомагає передати сенс точніше. Наприклад, переклад заголовка може звучати так: «*Ракетна атака на судноремонтний завод у Севастополі: чому російська ППО не впоралася?*» – у такому заголовку міститься більш точна інформація про подію, що сталася в Криму, і він може допомогти читачеві краще зрозуміти суть того, що сталося.

Прикладом такого цілісного перетворення може бути заголовок *«A tough choice in Ukraine – to have children or not»*, який було перекладено українською мовою *«Коли, якщо зараз? Українки, які народжують всупереч війні»*. Такий заголовок не лише передає сенс про важкий вибір, перед яким стоять українські жінки, а й приділяє увагу їхній мужності та рішучості.

Крім того, необхідно зберігати смислове навантаження та стиль оригінального заголовка. У наступному прикладі заголовок описує кібервійну в Україні та включає терміни, пов'язані з високими технологіями й військовою тематикою: *«Ukraine war: Cyber-teams fight a high-tech war on front lines»* – *«Зламати російський захист. Як воюють українські кібершпигуни»*. У перекладі важливо передати зміст заголовка та привернути увагу читача. Результатом перекладу цього заголовка може бути, наприклад, наступний варіант: *«Українські кібершпигуни борються на передовій: як вони ламають російський захист»*. Він зберігає смислове навантаження оригіналу, а також включає цікавий і привабливий заголовок для читача.

У наступному прикладі ми маємо справу із заголовком про конфлікт в Україні та напад дронів на російську авіа базу в Пскові: *«Ukraine war: Kyiv confirms drone attack on Russia's Pskov airbase»*. Цілісне перетворення даного заголовка полягає в тому, щоб передати основну суть статті, а не лише перекладати слова буквально. Таким чином, при перекладі заголовка ми можемо використовувати наступне формулювання: – *«Псков і Брянськ в Росії атакували дрони: є руйнування і знищені військові літаки»*. Такий переклад передає основну інформацію зі статті, а також чітко дає зрозуміти, що напад стався на території Росії, а не України.

У іншому прикладі *«Prigozhin buried in private funeral – Wagner chief's press service»* – *«Просто він-похорон: голову ПВК «Вагнер» Пригожина поховали у Петербурзі у «закритому форматі»* також змінюють оригінал. Такий переклад є більш простим і зрозумілим варіантом, який відображає основну ідею заголовка – те, що похорон пройшов у закритому форматі, як для VIP-гостей. Це

дозволяє читачеві легше сприймати інформацію та сфокусуватися на головній думці заголовка. Наприклад, у заголовку *«Ukraine war: The men who don't want to fight»* описується ситуація під час війни в Україні, коли деякі чоловіки ухиляються від військової служби. При перекладі українською необхідно передати цю інформацію максимально точно і ясно. Тому перекладач використовує конструкцію *«Як ухиляються від служби чоловіка, які не хочуть воювати»*, яка передає сенс заголовка, але водночас звучить природніше українською мовою. Таким чином, цілісне перетворення дозволяє зберегти сенс оригінального заголовка, а також зробити переклад читабельним та зрозумілим для цільової аудиторії.

Розглянемо наступний приклад: *«A baby aged just 22 days, her 12-year-old brother and their parents were among seven people killed by Russian shells in southern Ukraine on Sunday»* – *«Вранці 13 серпня росіяни вдарили по Херсонщині. Загинули 7 людей, серед них немовля і 12-річний хлопчик. А вдень обстрілів зазнав Херсон»*. Цей приклад демонструє, як в англomовних газетних заголовках іноді втрачаються важливі деталі та контекст. У цьому випадку заголовок не вказує, що обстріл стався в Херсоні, що робить його менш інформативним для тих, хто не знайомий з географією України. При перекладі таких заголовків важливо зберігати цілісність та повноту інформації, щоб читачі могли отримати повне уявлення про те, що відбувається.

У наступному прикладі *«Ukraine war: Sex lives in focus for Ukraine's injured veterans»* – *«Секс після війни. Як українські ветерани знову вчаться кохатися»* перекладач обрав інше формулювання яке є більш інформативним і точно відображає зміст статті.

Наступний заголовок *«Russia's new schoolbook aims to justify war on Ukraine»* може бути перекладений як *«Новий підручник історії Росії: виклики та перспективи»*. Однак перекладач його повністю змінює на *«Спецоперація» і «український неонацизм»*. У Росії переписали підручник історії». Враховуючи, що заголовки статей мають бути інформативними та привабливими для аудиторії,

перекладач повинен використовувати креативні та ефективні методи, щоб привернути увагу читачів та передати основну ідею статті.

Переклад заголовків новин може бути дуже складним завданням, особливо коли йдеться про такі теми, як військові конфлікти або ядерну безпеку. У наступному прикладі «*Ukraine war: Russians likely targeted Khmelnytsky nuclear plant – Zelensky*» ми бачимо заголовок з англomовних газет, який говорить про те, що Росія, можливо, спрямувала свої зусилля на удар по ядерній електростанції Хмельницької області в Україні. Це викликає питання, наскільки небезпечна ця загроза і чи це буде стратегією Москви на зиму. Тому перекладач обирає наступний варіант «*Хмельницька АЕС під ударом Росії. Наскільки це небезпечно і чи буде стратегією Москви на зиму*». У будь-якому випадку, перекладач має бути обережним у своїх діях, щоб зберегти сенс і точність оригінального заголовка.

Загалом прийом цілісного перетворення є важливим інструментом для перекладу англomовних газетних заголовків на українську мову. Він дозволяє зберігати зміст та ідею оригінального заголовка, а також робить переклад більш зрозумілим та природним для україномовних читачів.

При перекладі газетних заголовків необхідно враховувати контекст та цільову аудиторію. Наприклад, заголовок про політичну подію, написаний для англomовної аудиторії, може працювати для україномовної аудиторії. Перекладач повинен враховувати всі ці фактори та створювати заголовки, які будуть зрозумілі та переконливі для цільової аудиторії.

Лексико-граматичні трансформації є важливим інструментом під час перекладу газетних заголовків англomовних видань. Вони допомагають передати сенс і емоційне забарвлення заголовка якнайкраще, враховуючи контекст і цільову аудиторію. Таким чином, переклад заголовків потребує уважного підходу та використання лексико-граматичних трансформацій для того, щоб зберегти сенс оригіналу та зробити переклад більш читабельним та зрозумілим для україномовної аудиторії.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 4

Переклад заголовків українською мовою потребує як знання мовних правил, так і розуміння культурних нюансів і контексту. Одним із важливих завдань при перекладі є збереження сенсу та стилю оригінального тексту. Для цього необхідно використовувати лексико-граматичні трансформації, які дозволяють передати смислові відтінки та особливості оригіналу українською мовою. Важливо також враховувати аудиторію, на яку виконується переклад, та вибрати відповідний мовний реєстр та стиль. Загалом переклад заголовків – це творчий процес, який вимагає знання та досвіду в галузі перекладу та мовознавства.

Під час проведеного аналізу ми виявили, що найбільш частим способом перекладу заголовків є прийом цілісного перетворення, а менш частим за живанням компенсація, антонімічний переклад та описовий переклад. Це пояснюється потребою у зміні фокуса для читачів новин та необхідністю привернути увагу великої аудиторії, тому доволі часто перекладачі вдаються до цілісного перетворення.

Одна з головних причин полягає в тому, що такий підхід дозволяє зберегти зміст заголовка під час перекладу іншою мовою. Крім того, цілісне перетворення дозволяє зберегти стиль та тональність оригінального заголовка, що важливо для збереження його ефекту на читачів. Ще однією перевагою такого підходу є те, що він дозволяє уникнути неоднозначності та неправильного розуміння заголовка іншою мовою. У цілому нині, прийом цілісного перетворення під час перекладу англійських газетних заголовків є ефективним способом збереження сенсу і стилю оригінального заголовка.

Переклад заголовків є важливим елементом журналістської роботи. Особливо важливо правильно перекладати заголовки англійських видань, оскільки часто містять короткий виклад основної ідеї статті. Перекладач повинен враховувати не лише зміст, а й стиль, тон та інтонацію оригінального заголовка. Важливо також зважати на культурні відмінності та особливості мови перекладу. Це вимагає від перекладача певних прагматичних навичок та знань. Крім того,

переклад заголовків має бути лаконічним, ясным та привабливим для читача, щоб привернути його увагу до статті. Загалом переклад заголовків є тонким і важливим завданням, яке вимагає від перекладача високої кваліфікації та уважності.

Одним із важливих аспектів при перекладі заголовків є еквівалентність. Ця концепція означає, що переклад має бути точним та передавати всі нюанси оригінального заголовка. Еквівалентний переклад забезпечує розуміння змісту статті іншою мовою без спотворень та помилок. Крім того, еквівалентність допомагає зберегти стиль та тон оригінального тексту, що важливо для збереження його ефекту та цілісності. В результаті еквівалентність є важливим критерієм, який має враховуватися під час перекладу газетних заголовків. Ми простежили, що серед відібраних заголовків переважає еквівалентність третього (154 заголовки) та другого (74 заголовки) рівнів, у той час, як еквівалентність першого (30 заголовків), четвертого (40 заголовків) та п'ятого (5 заголовків) рівнів є менш поширеною.

Правильний переклад заголовків не менш важливий, ніж переклад статті, бо саме заголовок часто стає визначальним фактором для читача при виборі статті для прочитання. Перекладач повинен вміти передати не тільки сенс, а й емоційне забарвлення оригінального заголовка. Різні мови та культури мають свої особливості, і перекладач повинен враховувати їх під час перекладу заголовків. Однак, не варто забувати про те, що переклад заголовків має бути коротким та привабливим, щоб зацікавити читача та змусити його прочитати статтю до кінця. Переклад заголовків – це складне завдання, яке вимагає від перекладача знань, досвіду та творчого підходу.



## ВИСНОВКИ

Підсумовуючи усе вищезазначене ми дійшли до наступних висновків:

З'ясувавши поняття та основні риси публіцистичного стилю ми виявили, що він відрізняється від художнього стилю тим, що його головне завдання – інформування та вплив на громадську думку. Публіцистичний стиль використовується в журналістиці, політичній та соціальній сферах, а також у рекламі та PR. Він має бути ясним і зрозумілим для широкої аудиторії, не містити зайвої емоційності та бути заснованим на фактах. Крім того, публіцистичний текст має бути актуальним та цікавим для читача, щоб викликати у нього реакцію та зацікавити у проблемі, яку він висвітлює.

Визначивши важливість преси в сучасному суспільстві ми з'ясували, що вона є невід'ємною частиною нашого життя. Друк використовується в різних областях, таких як бізнес, освіта, медицина та багато інших. Без друку багато процесів нашого життя було б уповільнено або навіть зупинено. Загалом, друк має велике значення в нашому житті і він продовжуватиме розвиватися та змінюватись разом з технологіями.

Висвітливши особливості заголовку та його функції ми виявили, що важливо звернути увагу на структуру тексту, щоб краще зрозуміти його зміст та логіку викладу. Також слід приділити увагу використаним мовним засобам та тону, в якому написано текст. Усе це допоможе нам глибше зрозуміти тему та зробити висновки про те, що автор хотів передати своїм читачам. Будьте уважні та критично оцінюйте інформацію, яку ви отримуєте з тексту.

Виокремивши прагматичне спрямування заголовків ми можемо побачити, що вони відіграють важливу роль у створенні тексту. Заголовки допомагають читачеві швидко зрозуміти про що буде наступний абзац або розділ, а також дозволяють структурувати інформацію та покращити її сприйняття. Важливо пам'ятати, що заголовки повинні бути інформативними та відображати зміст, а також привабливими та легко читаними. Крім того, вони мають бути написані відповідно до мови та стилю тексту, щоб не порушувати єдність стилістики та не

викликати плутанину у читача. У цілому нині використання заголовків одна із ключових елементів успішного написання якісного тексту.

Дослідивши класифікацію заголовків у сучасній англomовній пресі, можна назвати кілька основних типів: перший тип – інформативний заголовок, який дає чітке уявлення зміст статті. Другий тип – назва-питання, який ставить питання, який автор статті буде відповідати. Третій тип – заголовок-висловлювання, який висловлює думку автора статті на певну тему. Четвертий тип – заголовок-провокація, який покликаний привернути увагу читача та викликати його інтерес до статті. Незалежно від типу заголовка, його головне завдання – привернути увагу читача та зацікавити його у змісті статті.

Виявивши лексичні та граматичні особливості заголовків англomовної преси, можна зрозуміти, наскільки важливою є роль мовного аналізу в журналістиці. Деякі заголовки можуть бути дуже заплутаними та важкими для розуміння, особливо для тих, хто вивчає англійську мову. Тому журналісти та редактори повинні звертати велику увагу на мовну складову своїх заголовків та статей, щоб вони були зрозумілі та доступні для широкої аудиторії. Крім того, правильне використання мови може допомогти привернути увагу читачів і зробити матеріал більш цікавим і цікавим.

Проаналізувавши прагматичні особливості перекладу заголовків англomовної преси, можна дійти висновку, що у більшості випадків переклад виконується з урахуванням максимально точної передачі сенсу оригінального заголовка. Крім того, важливо враховувати культурні та мовні особливості цільової аудиторії, щоб заголовок був зрозумілим і привабливим для україномовної аудиторії. У деяких випадках використовуються творчі прийоми, такі як гра слів або використання метафор, щоб привернути увагу читача та викликати інтерес до статті. Загалом переклад заголовків є важливим етапом у процесі створення перекладу друкованих матеріалів і вимагає від перекладача не тільки знання мови, а й креативності та почуття стилю.

З'ясувавши лексико-граматичні трансформації при перекладі англомовних заголовків українською мовою у відібраних заголовках ми виявили, що для успішного перекладу заголовків українською мовою необхідно враховувати різноманітні лексико-граматичні особливості мовних систем. Важливо розуміти, що англійські та українські мови мають різні структури та особливості, що відображаються у трансформації заголовків. Наприклад, українською мовою існує родова категорія, якої немає в англійській мові. Це може призвести до зміни форми слова та порядку слів у реченні при перекладі заголовків.

Провівши аналіз відібраних заголовків ми виявили, що серед лексико-граматичних трансформацій найбільш поширеним є прийом цілісного перетворення (14,9%), а інші види перекладу, зокрема антонімічний переклад (0,6%), компенсація (0,3%) та описовий переклад (3,0%) є менш вживаними. Серед граматичних трансформацій найбільшого поширення під час перекладу має перестановка (7,9%), менш вживаними є членування речень (3,0%), дослівний переклад (1,4%) та граматична заміна (0,4%). Серед лексичних трансформацій найчастіше вживались додавання (23,0%), упущення (13,9%), модуляція (8,8%), конкретизація (7,6%). Менш вживаними за частотністю є контекстуальна заміна (5,7%), генералізація (5,3%), калькування (2,2%), транскрипція (1,6%). При перекладі заголовків необхідно вміло поєднувати лексичні та граматичні трансформації, щоб зберегти сенс та стиль оригінального тексту.

Переклад газетних заголовків – це одне з найважливіших завдань журналістики, оскільки від правильності перекладу може залежати розуміння суті статті. Проте, під час перекладу заголовків виникає проблема еквівалентності – не завжди вдається передати весь сенс оригінального заголовка українською мовою. У таких випадках часто доводиться шукати компромісне рішення, яке передало б основну ідею заголовка, але не спотворювало його зміст. Для цього журналістам потрібно володіти не лише мовою, а й знати тему статті, щоби точно передати її суть. Важливо також враховувати культурні відмінності та нюанси мови, щоб не ображати читачів та не створювати непорозуміння. Під час аналізу ми виявили,

що переважає еквівалентність третього (154 заголовки) та другого (74 заголовки) рівнів, у той час, як еквівалентність першого (30 заголовків), четвертого (40 заголовків) та п'ятого (5 заголовків) рівнів є менш поширеною. Отже, перекладачі дуже рідко використовують дослівний переклад англomовних заголовків, адже він часто може бути не зовсім зрозумілим україномовним читачам, які не володіють необхідними додатковими знаннями. Таким чином, часто при перекладі журналісти вдаються до повної або часткової заміни речень зі збереженням сенсу оригіналу з метою більшого зацікавлення читачів та наближення їх до реалій та культурних особливостей, які є більш близькими аудиторії для якої перекладається стаття.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. 19 Types of Headlines. Indeed. URL:  
<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/types-of-headlines>.
2. Abbreviated Sentences. guinlist. URL:  
<https://guinlist.wordpress.com/tag/newspaper-headlines/>.
3. Accuracy, Brevity and Clarity in Communication. URL:  
<https://openlearningforall.blogspot.com/2019/09/accuracy-brevity-and-clarity-in.html>.
4. Allport F. H., Lepkin M. Building war morale with news-headlines. Public Opinion Quarterly. 2nd ed. 1943.
5. Bahr S. A Reporter Explains His Approach to Writing News and Features. The New York Times. URL:  
<https://www.nytimes.com/2022/03/24/insider/a-reporter-explains-his-approach-to-writing-news-and-features.html>.
6. Beare K. Understanding English Newspaper Headlines. ThoughtCo. 2019. URL:  
<https://www.thoughtco.com/understanding-newspaper-headlines-p2-1211336>.
7. Bedřichová L. Headlines and subheadlines in newspaper reporting : thesis. Brno, 2006. 27 p.
8. Blakemore D. Relevance and Linguistic Meaning. The Semantics and Pragmatics of Discourse Markers. Cambridge University Press, 2009.
9. Chovanec J. Interpersonal Aspects of Printed News Discourse: A Sociolinguistic Study of the Woodward Case Reporting in the Electronic Telegraph : doctoral dissertation. Brno, 2000. 139 p.
10. Chovanec J. The uses of the present tense in headlines. Brno. 90 p. URL:  
[https://www.phil.muni.cz/angl/thepep/thepep\\_01\\_09.pdf](https://www.phil.muni.cz/angl/thepep/thepep_01_09.pdf).
11. Crystal D. A Dictionary of Linguistics and Phonetics : підручник. 6th ed. Oxford: Oxford University Press, 2008.
12. Dong T. The Analysis of Pragmatic Presupposition in English News Headlines. Hebei, 2016. 295 p.

13. Fillmore C. J. Verb of Judging: an exercise in semantic description. *Studies in Linguistic Semantics*. 1971. No. 3.
14. Fitzgerald K. The use of idioms in newspaper headlines and caricatures. 2021. URL: <https://studymoose.com/semantics-example-essay>.
15. He Z. R. An introduction to pragmatics. Changsha: Hunan Education Press. 1988.
16. Hsu W. The most frequent opaque idioms in English news. *PASAA*. 2020. Vol. 60. P. 41.
17. Hutchinson A. New Study Finds that Including Negative Terms in Headlines Drives More Clicks. *Social Media Today*. URL: <https://www.socialmediatoday.com/news/new-study-finds-that-including-negative-terms-in-headlines-drives-more-clic/645632/>.
18. If It Bleeds, It Leads. URL: <https://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/IfItBleedsItLeads>.
19. Ismail H. M. Pragmatic and Semantic Potential of Newspaper Headlines. *US-China Foreign Language*. 2016. Vol. 14, no. 11. P. 754. URL: <https://www.davidpublisher.com/Public/uploads/Contribute/5823e34fbaeb9.pdf>.
20. Koetsenruijter A. W. M. Using Numbers in News Increases Story Credibility. *Newspaper Research Journal*. 2011. Vol. 32, no. 2. P. 77. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/073953291103200207>.
21. Kotenko M. V., Shtanhret H. Z. Elliptical sentences as headlines of newspaper articles. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2022. No. 55. P. 41. URL: <http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v55/9.pdf>.
22. Levinson C. S. *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press. 1983.
23. Liu D. The most frequently used spoken American English idioms: A corpus analysis and its implications. *TESOL Quarterly*, 2003. 682 p.
24. Luu C. How Does the Language of Headlines Work? The Answer May Surprise You. *JSTOR*. URL: <https://daily.jstor.org/how-does-the-language-of-headlines-work-the-answer-may-surprise-you/>.

25. Malchukov A., Spencer A. Terminology of case : handbook of case. Oxford: Oxford University Press, 2009. 509 p.
26. Marder M. 1998: This Is Watchdog Journalism. Nieman reports. URL: <https://niemanreports.org/articles/1998-this-is-watchdog-journalism/>.
27. Montes B. Should You Use Slang Words In Your Headlines? 15 Words You Want To Consider In 2019. URL: <https://yourtangoexperts.com/slang-words-in-headlines-slang-terms-consider/>.
28. Nirmal Raj Singh Rathore. Print Media Vs Digital Media. techniajz. URL: <https://www.techniajz.com/blog-detail/print-media-vs-digital-media>.
29. Nord C. Text-Functions in Translation: Titles and Headings as a Case in Point. 1995. P. 5. URL: [https://www.academia.edu/12701579/Text\\_Functions\\_in\\_Translation\\_Titles\\_and\\_Headings\\_as\\_a\\_Case\\_in\\_Point](https://www.academia.edu/12701579/Text_Functions_in_Translation_Titles_and_Headings_as_a_Case_in_Point).
30. Nyhan, B., Porter, E., Reifler, J. et al. Taking Fact-Checks Literally But Not Seriously? The Effects of Journalistic Fact-Checking on Factual Beliefs and Candidate Favorability. Polit Behav 42. 2020. P. 948. URL: <https://doi.org/10.1007/s11109-019-09528-x>.
31. Pasti S. Two Generations of Contemporary Journalists. European Journal of Communication. 2005. P. 95. URL: [https://www.researchgate.net/publication/228622659\\_Two\\_Generations\\_of\\_Contemporary\\_Russian\\_Journalists](https://www.researchgate.net/publication/228622659_Two_Generations_of_Contemporary_Russian_Journalists).
32. Print Media Vs Electronic Media. Target Study. URL: <https://targetstudy.com/articles/print-media-vs-electronic-media.html>.
33. Ptashchenko N. Headline as a persuasive tool in publicistic discourse : Term Paper. 2008. URL: <https://www.grin.com/document/133215>.
34. Richardson J. Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis. London : Palgrave Macmillan, 2007.

35. Robertson C. E., Pröllochs N., Schwarzenegger K. Negativity drives online news consumption. *Nature Human Behaviour*. 2023. P. 816. URL: <https://www.nature.com/articles/s41562-023-01538-4#Sec10>.
36. Scacco J. M., Muddiman A. The current state of news headlines. URL: <https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2019/05/THE-CURRENT-STATE-OF-NEWS-HEADLINES.pdf>.
37. Schaffer D. B. Shocking Secrets Revealed! The Language of Tabloid Headlines. *Review of General Semantics*. 1995. Vol. 52, no. 1. P. 34-35.
38. Teun A. van Dijk. Text and context: explorations in the semantics and pragmatics of discourse. London : Longman, 1977. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-linguistics/article/abs/teun-a-van-dijk-text-and-context-explorations-in-the-semantics-and-pragmatics-of-discourse-longman-linguistics-library-21-london-longman-1977-pp-xvii261/3DFBF37901E89B0E17F346049F39DA20>.
39. Van Dijk T. A. News as discourse. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1988. 78 p.
40. Wannakan S. An analysis of grammatical characteristics and lexical features of online news headlines in English language newspapers. *International Journal of Science and Research (IJSR)*. 2022. P. 1112-1115. URL: <https://www.ijsr.net/archive/v11i12/SR221222084548.pdf>.
41. Wermiel S. J. Freedom of the Press: Challenges to this Pillar of Democracy. *American Bar Association*. 2019. Vol. 19, no. 2. 3. URL: [https://www.americanbar.org/groups/public\\_education/publications/insights-on-law-and-society/volume-19/insights-vol-19-issue-2/freedom-of-the-press/](https://www.americanbar.org/groups/public_education/publications/insights-on-law-and-society/volume-19/insights-vol-19-issue-2/freedom-of-the-press/).
42. Williams P. 8 grammar rules for writing newspaper headlines. ELB. URL: <https://englishlessonsbrighton.co.uk/8-grammar-rules-writing-newspaper-headlines/>.
43. Алексеева Л. О. Виразжальні засоби мови у текстах розмовного, художнього та публіцистичного стилів. Донецьк: Юго-Восток, 2009. с. 202.



44. Балахтар В.В., Балахтар К.С. Адекватність та еквівалентність перекладу. «Спецпроект: аналіз наукових досліджень» : матер. IV Міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 2011. с. 28–33.
45. Городиловська Г. Проблема стилів в українському мовознавстві. <https://vseosvita.ua/library/embed/001ydr-bda1.doc.html>.
46. Граматика в заголовках. orentalk. URL: <https://opentalk.org.ua/langstory/gramatyka-v-zagolovkah/>.
47. Друковані засоби масової інформації, преса // Юридична енциклопедія : [у 6 т.] / ред. кол.: Ю. С. Шемшученко (відп. ред.) [та ін.]. — К. : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 1998. — Т. 2 : Д — Й. — 744 с. — ISBN 966-7492-00-8.
48. Дубічинський В. Сучасний тлумачний словник української мови: 60 000 слів. Школа, 2014. 1008 с.
49. Євграфова А. Заголовок як актуалізатор текстової інформації. Електронна бібліотека Інституту журналістики. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1080>.
50. Єрмоленко А., Шинкарук В. І. Прагматика. Філософський енциклопедичний словник : Київ : інститут філософії ім. Григорія Сковороди НАН України : Абрис, 2002. 643 с.
51. Єрмоленко С. Я. Публіцистичний стиль. Українська мова: енциклопедія. 3-тє вид. Київ : Укр. енциклопедія ім. М.П. Баж., 2007. 526 с.
52. Желтоногова Т. В. Заголовок як компонент структури поетичного тексту : автореф. дис. Кіровоград, 2004.
53. Загнітко А. П. Теоретична граматики сучасної української мови. Морфологія. Синтаксис. Літературне місто. URL: <https://litmisto.org.ua/?p=927>.
54. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. 2-ге вид. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
55. Зіставна характеристика друкованих та електронних видань. Переваги. Недоліки. Специфіка Інтернет-видання. Що очікує пресу? URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/journalism/25747/>.

56. Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети : курс лекцій. Київ : Знання, 2000. 114 с.
57. Іщук А. А. Лексичні особливості заголовків новин англomовних каналів BBC та CNN. Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. 2021. № 3 (341). с. 15.
58. Карабан В.І. Переклад наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця : Нова Книга, 2004. 576 с.
59. Коваленко А. М. Заголовок англomовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика : дис. канд. філол. наук. Київ, 2002. 187 с.
60. Ковтун Ю. М. Лексико-граматичні особливості англomовних газетних заголовків та способи їхнього перекладу українською мовою : курсова робота. Київ, 2021. 15 с.
61. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. М.: ЭТС, 2002. 424 с.
62. Консерватизм. Консервативна традиція політичного мислення від Едмунда Берка до Маргарет Тетчер : антологія. Смолоскип, 2008. 422 с.
63. Король Н. Л. Загальна характеристика та особливості заголовків. Двадцять восьма всеукраїнська практично-пізнавальна інтернет-конференція : Архів конф., м. Житомир. URL: <https://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/59-dvadtsyat-vosma-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/723-zagalna-kharakteristika-ta-osoblivosti-zagolovkiv>.
64. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу. Вінниця : Нова книга, 2003. 448 с.
65. Краснобаєва Б. О. Сучасна американська публіцистика у комунікативно-функціональному дискурсі. Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля, серія «філологічні науки». 2014. Т. 1 (7). с. 220. URL: <https://phil.duan.edu.ua/images/PDF/2014/1/30.pdf>.
66. Красуля А. В., Миклащук В. П. Лексичні та граматичні трансформації у процесі перекладу художніх текстів з англійської мови українською ( на матеріалі трилогії Сюзанни Коллінз «Голодні ігри»). Collection of scientific papers «New Philology». № 80. Vol. I. 2020. с. 299 – 305.

- 67.Мамрак А.В. Вступ до теорії перекладу: навчальний посібник. К: Центр учбової літератури, 2009. 304с.
- 68.Микитів Г., Попруга Т. Інтерпретація газетних заголовків у сучасному інформаційному просторі. Запорізький національний університет. 2010. с. 234. URL: [https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2010/fil\\_2010\\_1/233-237.pdf](https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2010/fil_2010_1/233-237.pdf).
- 69.Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник. 5-те вид. Київ : Центр учб. літ., 2011. 284 с. URL: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Mykhailyn\\_Ihor/Osnovy\\_zhurnlistyky.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Mykhailyn_Ihor/Osnovy_zhurnlistyky.pdf).
- 70.Михайлин І. Основи журналістики. Розділ 9. Загальні та спеціальні функції журналістики. : підручник. 5-те вид. Київ : "Центр учб. літ.", 2011. 210 с.
- 71.Мошенець К. Ю. Стилiстичнi особливостi англiйського газетного тексту(тропи, фiгури i тд). 2018. с. 12. URL: <http://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/151609>.
- 72.Науменко Л.П., Гордєєва А.Й. Практичний курс перекладу з англійської мови на українську : навч. посібник. Вінниця : Нова книга, 2011. 136 с.
- 73.Пампура С. Ю. Мова англійських газетних заголовків: особливості перекладу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2019. Т. 2, № 41. с. 158. URL: [http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v41/part\\_2/40.pdf](http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v41/part_2/40.pdf).
- 74.Парубець О. Функції преси в умовах трансформації медіасистеми. Український науковий журнал "освіта регіону: політологія, психологія, комунікації". 2014. № 4. с. 55. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/1279>.
- 75.Проценко О. В. До проблеми вивчення функціональних стилів у вищій школі. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2013. № 6. с. 270. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VZhDU\\_2013\\_6\\_50](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VZhDU_2013_6_50).
- 76.Публіцистичний стиль мовлення та його ознаки: як "говорять" ЗМІ. URL:<https://naurok.ua/student/blog/publicistichniy-stil-movlennya-ta-yogo-oznaki-yak-govoryat-zmi>.

- 77.Ревенко В. Фразеологічні одиниці в заголовках британських та американських Інтернет-видань. Закарпатські філологічні студії. Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний університет». 2019. № 11. с. 134-135.
- 78.Святчик К. В. Структура та функції заголовків англomовних текстів (на матеріалі англійської преси). Соціально-гуманітарні та психолого-педагогічні науки. 2004. с. 93–94. URL: <https://elar.khmnu.edu.ua/items/fa337c37-b9f4-4f25-9717-831c37f4e6ac>.
- 79.Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця : практ. посіб. 2-ге вид. Наша культура і наука, 2006. 560 с.
- 80.Толкачов Є. В. Заголовок у газеті. Нотатки випускника. Мистецтво, 1959. 62 с.
- 81.Траченко О. М. У задзеркаллі заголовків А. Содомори. Іноземна філологія. 2010. № 122. с. 265. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/infil\\_2010\\_122\\_43](http://nbuv.gov.ua/UJRN/infil_2010_122_43).
- 82.Фадєєва О. В. Функції та засоби прагматизації газетних заголовків. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. Т. 2, № 27. с. 135. URL: [http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v27/part\\_2/39.pdf](http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v27/part_2/39.pdf).
- 83.Шевченко В. Е. Заголовки як спосіб впливу на суспільну свідомість. Наукові записки Луганського національного педагогічного університету : зб. наук. праць. 2004. Т. 3, № 5. с. 392.
- 84.Шевченко В. Е. Система рубрикації газети – основа її архітектонічної організації. Наук. зап. Ін-ту журналістики, 2001. 61 с.
- 85.Шемшученко Ю. С. Друковані засоби масової інформації, преса. Юридична енциклопедія. Укр. енциклопедія ім. М. П. Баж., 1998. с. 744.

## СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

№.	Оригінальний заголовок	Переклад	Перекладацька трансформація	Рівень еквівалентності
1	<a href="#">Vladimir Putin's plan to profit from the Israel-Hamas war</a>	<a href="#">Як Путін хоче виграти від війни Ізраїлю і ХАМАС</a>	генералізація, додавання (лексична трансформація)	4
2	<a href="#">Ukraine war: Russia attacks Avdiivka stronghold in eastern Ukraine</a>	<a href="#">Росіяни пішли в масштабний наступ на Авдіївку. Що там відбувається</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
3	<a href="#">Ukraine war: Training to clear the world's most heavily mined country</a>	<a href="#">Проривати лінію Суровікіна. Як українці у Польщі вчать розмінювати російські міни</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
4	<a href="#">Never start vaping, says 12-year-old girl with lung damage</a>	<a href="#">12-річна дівчинка курила вейп. У неї відмовила легеня</a>	конкретизація (лексична трансформація)  членування речення (граматична трансформація)	4
5	<a href="#">Elon Musk: Social media platform X, formerly Twitter, could go behind paywall</a>	<a href="#">Ілон Маск анонсував «невелику» плату для усіх користувачів X (Twitter)</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
6	<a href="#">OpenAI unveils Dall-E 3, latest version of its</a>	<a href="#">OpenAI презентувала нову версію генеративної</a>	описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	4

	<a href="#">text-to-image tool</a>	<a href="#">нейромережі Dall-E 3</a>		
7	<a href="#">Israel shows Hamas bodycam attack footage to journalists</a>	<a href="#">Дуже страшне відео. Ізраїль показав кадри нападу ХАМАС з жорсткими вбивствами в одному фільмі</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
8	<a href="#">Ukraine war: Avdiivka civilians cling on amid Russian assault</a>	<a href="#">"Авдіївки більше немає". Як живуть люди в місті, за яке йдуть нещадні бої</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
9	<a href="#">Britney Spears' book: The Woman In Me is an angry, cautionary tale</a>	<a href="#">Аборт, стосунки з Тімберлейком і образа на батька: що розповіла Брітні Спірс у мемуарах</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
10	<a href="#">Ukraine fears drone shortages due to China restrictions</a>	<a href="#">Полювання на дрони. Як обмеження Китаю на продаж безпілотників вплинули на війну в Україні</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
11	<a href="#">Iceland's PM strikes over gender pay gap</a>	<a href="#">Чому ісландські жінки разом з прем'єркою оголосили страйк</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	4
12	<a href="#">Ukraine war: Blood stains visible in the soil as village of Hroza mourns</a>	<a href="#">Плями крові на землі. Репортаж із Грози, де росіяни "вбили пів села"</a>	додавання, упушення (лексичні трансформації)  членування речення (граматична трансформація)	2
13	<a href="#">Russian airstrike kills</a>	<a href="#">Росія вдарила по</a>	додавання,	3

	<a href="#">51 at a funeral in Ukraine</a>	<a href="#">кафе в селі Гроза біля Куп'янська: пів сотні загиблих на поминках</a>	контекстуальна заміна, генералізація (лексичні трансформації)	
14	<a href="#">Abkhazia: Russia to build naval base in Georgian separatist region, says local leader</a>	<a href="#">Росія створить базу флоту в Абхазії. Як це пов'язано з Україною та ударами по Криму</a>	членування речення (граматична трансформація)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
15	<a href="#">Ukraine hits HQ of Russia's symbolic Black Sea navy</a>	<a href="#">Атака на Севастополь і штаб ЧФ Росії. Що відомо про жертви та руйнування</a>	упущення, додавання (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	3
16	<a href="#">Ukraine war: US gives 1.1 million rounds of ammunition seized from Iran to Kyiv</a>	<a href="#">ЗСУ отримали мільйон іранських набоїв. Як це стало можливим</a>	упущення, додавання, генералізація (лексичні трансформації)  членування речення (граматична трансформація)	4
17	<a href="#">Ukraine war: Cannabis in focus for veterans treatment</a>	<a href="#">"Канабіс допоміг пережити найтяжчі дні". Як ветерани війни з Росією тамують біль</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
18	<a href="#">Ukraine: The soldiers who can't leave the front line until the war is over</a>	<a href="#">24 бригада. Як на Львівщині йдуть на війну, креативно воюють з Росією і скільки гинуть</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3

19	<a href="#">Ukraine claims Sevastopol strike hit navy commanders</a>	<a href="#">Україна стверджує, що через удар по Севастополю у важкому стані два генерали. Росія мовчить</a>	конкретизація, додавання, упушення (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	3
20	<a href="#">Ukraine war: US to give Kyiv long-range ATACMS missiles - media reports</a>	<a href="#">Байден пообіцяв дати Україні "невелику кількість" ракет ATACMS - ЗМІ</a>	модуляція, генералізація, додавання, упушення (лексичні трансформації)	3
21	<a href="#">Where Ukraine's army of amputees go to repair their lives</a>	<a href="#">"Я побачила, що в Андрія немає рук, тож просто торкнулася його ноги"</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
22	<a href="#">Ukraine war: Russian 'evil cannot be trusted', Zelensky tells UN</a>	<a href="#">"Спитайте у Пригожина, чи вірити Путіну". 5 головних речей, які Зеленський сказав в ООН</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
23	<a href="#">Ukraine war: Russia demands UN court throw out case against it</a>	<a href="#">Росія й Україна зішлись в юридичній битві в суді ООН: суть справи</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
24	<a href="#">Has Ukraine broken through the dragon's teeth?</a>	<a href="#">Як Україна пробила російську оборону і "зуби дракона" та коли чекати на прорив</a>	додавання (лексична трансформація)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	4
25	<a href="#">First grain ships arrive in Ukraine</a>	<a href="#">Україна прорвала російську морську</a>	додавання, модуляція,	3



	<a href="#">using new route</a>	<a href="#">блокаду. Перше судно із зерном уже в Босфорі</a>	конкретизація (лексичні трансформації)  членування речення, перестановка (граматичні трансформації)	
26	<a href="#">Historic Ukrainian sites in Kyiv and Lviv added to UN danger list</a>	<a href="#">Пам'ятки Києва і Львова через війну внесли до спадщини ЮНЕСКО під загрозою. Які саме і що це дасть?</a>	додавання, упущення (лексичні трансформації)	3
27	<a href="#">Ukraine's Crimea attacks seen as key to counter-offensive against Russia</a>	<a href="#">Українські удари в Криму. Чи стануть вони ключем для успіху контрнаступу</a>	членування речення (граматична трансформація)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	4
28	<a href="#">Russian air defence system destroyed in Crimea, Ukraine says</a>	<a href="#">Ракетна атака на судноремонтний завод у Севастополі: чому російська ППО не впоралася?</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
29	<a href="#">Ukraine offensive could have only 30 days left - US Army chief</a>	<a href="#">Україна має 30-45 днів до закінчення контрнаступу, потім стане важче - генерал Міллі</a>	конкретизація, генералізація, додавання (лексичні трансформації)	3
30	<a href="#">A tough choice in Ukraine - to have children or not</a>	<a href="#">"Коли, якщо не зараз?" Українки, які народжують попри війну</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
31	<a href="#">Ukraine war: 15 killed during attack</a>	<a href="#">Росіяни вдарили по людному ринку в</a>	конкретизація, додавання	3

	<a href="#">on market in 'peaceful city'</a>	<a href="#">Костянтинівці: 16 загиблих, десятки поранених</a>	(лексичні трансформації)	
32	<a href="#">Ukraine war: Cyber-teams fight a high-tech war on front lines</a>	<a href="#">Зламати російський захист. Як воюють українські кібершпигуни</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
33	<a href="#">Ukraine war: Kim Jong Un 'to visit Putin for weapons talks'</a>	<a href="#">Кім Чен Ин збирається до Путіна. Що вони хочуть вирішити</a>	додавання, упушення (лексичні трансформації)  членування речення (граматична трансформація)	3
34	<a href="#">Ukraine's Olena Zelenska tells of war's impact on family life</a>	<a href="#">"Синові не вистачає батька": Зеленська - про вплив війни на її сім'ю</a>	упушення, додавання (лексичні трансформації)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	4
35	<a href="#">Ukraine says Russian drones crashed in Romania</a>	<a href="#">Російські "Шахеди" влучили по території Румунії, каже Україна.</a>	додавання, модуляція (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	3
36	<a href="#">Rustem Umerov: Who is Ukraine's next defence minister?</a>	<a href="#">Умеров замість Резнікова. Що важливо знати про цю заміну</a>	транскрибування (лексична трансформація)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
37	<a href="#">Ukraine's defence</a>	<a href="#">Резніков написав</a>	упушення, додавання	3

	<a href="#">minister Oleksii Reznikov dismissed</a>	<a href="#">заяву про відставку. Чим він запам'ятався</a>	(лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	
38	<a href="#">Ukraine War: Counter-offensive troops punch through Russia line, generals claim</a>	<a href="#">"Далі буде легше". Генерал Гарнавський розповів про прорив першої лінії оборони</a>	додавання, конкретизація, модуляція (лексичні трансформації)	3
39	<a href="#">Ukraine war: US sees 'notable progress' by Ukraine army in south</a>	<a href="#">США відзначають "значний прогрес" українського контрнаступу на півдні</a>	модуляція (лексична трансформація)  дослівний переклад (граматична трансформація)	4
40	<a href="#">Ukraine war: Kyiv confirms drone attack on Russia's Pskov airbase</a>	<a href="#">Псков і Брянськ в Росії атакували дрони: є руйнування і знищені військові літаки</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
41	<a href="#">Prigozhin buried in private funeral - Wagner chief's press service</a>	<a href="#">"Просто віп-похорон": голову ПВК "Вагнер" Пригожина поховали у Петербурзі у "закритому форматі"</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
42	<a href="#">Wagner boss Prigozhin confirmed dead in plane crash - Moscow</a>	<a href="#">Пригожин мертвий: тепер офіційно від слідчих РФ</a>	упущення, модуляція, додавання (лексичні трансформації)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3

			трансформація)	
43	<a href="#">Ukraine claims Crimea landing for 'special operation' on Independence Day</a>	<a href="#">Український десант у Криму на День Незалежності. Що про це відомо</a>	упущення, додавання (лексичні трансформації) перестановка (граматична трансформація)	3
44	<a href="#">Ukraine war: The men who don't want to fight</a>	<a href="#">Як ухиляються від служби чоловіки, які не хочуть воювати</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
45	<a href="#">Russian rouble falls to 16-month low against US dollar</a>	<a href="#">Російський рубль обвалився нижче 100 за долар. Як це вплине на міць РФ</a>	додавання, модуляція, контекстуальна заміна (лексичні трансформації)	3
46	<a href="#">A baby aged just 22 days, her 12-year-old brother and their parents were among seven people killed by Russian shells in southern Ukraine on Sunday.</a>	<a href="#">Вранці 13 серпня росіяни вдарили по Херсонщині. Загинули 7 людей, серед них немовля і 12-річний хлопчик. А вдень обстрілів зазнав Херсон.</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
47	<a href="#">Ukraine war: Crimea bridge targeted by missiles, Russia says</a>	<a href="#">Росія каже про нову атаку України на Кримський міст. Що відомо</a>	додавання, упущення (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	4
48	<a href="#">Ukraine war: Sex lives in focus for Ukraine's injured veterans</a>	<a href="#">Секс після війни. Як українські ветерани знову вчаться кохатися</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
49	<a href="#">Yandex founder slams Russia's</a>	<a href="#">Засновник Яндексів виступив проти</a>	модуляція, додавання (лексичні	2

	<a href="#">'barbaric' war in Ukraine</a>	<a href="#">війни в Україні. Чому це важлива заява</a>	трансформації)	
50	<a href="#">Russia's new schoolbook aims to justify war on Ukraine</a>	<a href="#">"Спецоперація" і "український неонацизм". У Росії переписали підручник історії</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
51	<a href="#">Matthew Perry: Friends TV comedy star dies at 54</a>	<a href="#">Зірка "Друзів" Метью Перрі помер у 54 роки</a>	транскрибування (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	4
52	<a href="#">Ukraine war: Russians likely targeted Khmelnytsky nuclear plant - Zelensky</a>	<a href="#">Хмельницька АЕС під ударом Росії. Наскільки це небезпечно і чи буде стратегією Москви на зиму</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
53	<a href="#">Russian ship hit in Novorossiysk, Black Sea drone attack, Ukraine sources say</a>	<a href="#">Атака на базу флоту РФ у Новоросійську: пошкоджений корабель "Оленегорский горняк"</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
54	<a href="#">Ukraine war: Kyiv warns Russia as Moscow skyscraper hit in second drone attack</a>	<a href="#">Нова атака на Москву: пошкоджена висотка</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
55	<a href="#">Ukraine war: 'People call us the Ghosts of Bakhmut'</a>	<a href="#">"Привиди Бахмута": як воюють українські снайпери. Репортаж з передової</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2

56	<a href="#">Ukraine war: Kyiv claims success as southern fighting intensifies</a>	<a href="#">ЗСУ звільнили Старомайорське. Що означає цей успіх на південному фронті</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
57	<a href="#">World Fencing Championships: Ukraine's Olga Kharlan disqualified for refusing Russian Anna Smirnov's handshake</a>	<a href="#">Ольга Харлан перемогла росіянку і відмовилась тиснути їй руку. Як і чому українку за це покарали</a>	упущення, додавання (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	2
58	<a href="#">Ukraine war: Russian strikes on Odesa damage Orthodox cathedral</a>	<a href="#">Росія зруйнувала головний храм Одеси - Преображенський собор, є загиблій та поранені</a>	додавання, модуляція, конкретизація (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	3
59	<a href="#">Cluster bombs: Ukraine using munitions 'effectively', says US</a>	<a href="#">Україна застосовує касетні бомби коректно й ефективно – США</a>	упущення, додавання (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	3
60	<a href="#">Prigozhin: Video appears to show Wagner boss in Belarus</a>	<a href="#">Перше відео Пригожина після заколоту: він знову критикує командування Росії</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
61	<a href="#">Tony Blair was urged to back Ukraine's EU dream in face of Russia threats - records</a>	<a href="#">Як Кучма просив Тоні Блера підтримати мрію України про ЄС, але марно: розсекречені архіви</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1

62	<a href="#">Ukraine war: No fast results in offensive, warns Ukraine's General Syrskiy</a>	<a href="#">Генерал Сирський: людина, яка стоїть за українським наступом</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
63	<a href="#">Russia seizes control of Danone and Carlsberg operations</a>	<a href="#">Путін конфіскував російський бізнес світових гігантів Carlsberg і Danone. Як це можливо?</a>	додавання, модуляція (лексичні трансформації)	3
64	<a href="#">Ukraine war: Russian general fired after criticising army leaders</a>	<a href="#">Криза в керівництві армії РФ: чому командувача 58-ї армії Попова звільнили зі скандалом</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
65	<a href="#">Ukraine: Russian general reported killed in attack on Berdyansk hotel</a>	<a href="#">У Бердянську ударом Storm Shadow вбитий російський генерал Цоков: що відомо</a>	упущення, додавання, конкретизація (лексичні трансформації)	3
66	<a href="#">G7 to announce long-term Ukraine security package at Nato summit</a>	<a href="#">Саміт НАТО: як країни G7 зобов'язалися гарантувати безпеку України</a>	модуляція, додавання (лексичні трансформації) перестановка (граматична трансформація)	2
67	<a href="#">Stranger than fiction: When Putin met the mutineer</a>	<a href="#">Навіщо Путін зустрічався з Пригожиним після заколоту</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
68	<a href="#">US plans to send controversial cluster munitions to Ukraine</a>	<a href="#">США дадуть Україні касетні бомби. Чому це прорив на полі бою</a>	додавання, упущення, модуляція (лексичні трансформації) перестановка	4

			(граматична трансформація)	
69	<a href="#">Where is Yevgeny Prigozhin? And why does it matter?</a>	<a href="#">Де подівся Євген Пригожин? Чому це важливо?</a>	упущення, калькування, (лексичні трансформації)	3
70	<a href="#">Drone shot down in Moscow region</a>	<a href="#">Безпілотники під Москвою. Все, що відомо</a>	додавання, упущення, контекстуальна заміна (лексичні трансформації)	1
71	<a href="#">Ukraine war: The lethal minefields holding up Kyiv's counter-offensive</a>	<a href="#">"Ненавиджу цю роботу". Як мінні поля стримують контрнаступ</a>	додавання, упущення, калькування (лексичні трансформації)	2
72	<a href="#">Victoria Amelina: Ukrainian writer dies after Kramatorsk strike</a>	<a href="#">Вікторія Амеліна померла. Що відомо про письменницю, яку вбила російська ракета в Краматорську</a>	додавання, транскрипція, модуляція (лексичні трансформації)  членування речення (граматична трансформація)	3
73	<a href="#">British soldier Shareef Amin returns to Ukraine after life-changing injury</a>	<a href="#">"Мене тягне назад". Британець, поранений на війні в Україні, повертається на фронт</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
74	<a href="#">Ukraine war: Countdown has begun to end of Putin, say Kyiv officials</a>	<a href="#">Кінець правління Путіна розпочався, кажуть у Києві</a>	упущення, модуляція, додавання (лексичні трансформації)	3
75	<a href="#">Russia: Instability ratchets up pressure</a>	<a href="#">Як після заколоту Пригожина</a>	прийом цілісного перетворення	2



	<a href="#">on Vladimir Putin</a>	<a href="#">посилюється тиск на Путіна. І чи шукають йому заміну</a>	(лексико-граматична трансформація)	
76	<a href="#">Ukraine dam: Satellite images reveal Kakhovka canals drying up</a>	<a href="#">Канали пересихають. Супутникові знімки показують шкоду від підриву Каховської ГЕС</a>	модуляція, додавання (лексичні трансформації) членування речення, перестановка (граматичні трансформації)	3
78	<a href="#">Could Russia really play nuclear roulette in Ukraine?</a>	<a href="#">Ядерні загрози війни. Чого чекати від Росії</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
79	<a href="#">Russia renews drone and missile attacks on Ukraine</a>	<a href="#">Львів атакували "Шахедами", Запоріжжя - "Іскандерами", у Києві зникало світло</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
80	<a href="#">Ukraine war: BBC on the front line as Ukraine attacks Russian trenches</a>	<a href="#">Наступ: як українські бійці беруть штурмом окопи росіян. Репортаж BBC з передової</a>	додавання, модуляція (лексичні трансформації) членування речення (граматична трансформація)	3
81	<a href="#">Ukraine war: The challenges of training F-16 pilots</a>	<a href="#">Чому так непросто підготувати українських пілотів літати на F-16</a>	додавання, модуляція (лексичні трансформації) компенсація (граматична трансформація)	3
82	<a href="#">Russian nuclear weapons 'in hands of</a>	<a href="#">Лукашенко і російська ядерна</a>	прийом цілісного перетворення	2

	<a href="#">Belarus dictator', warns opposition leader</a>	<a href="#">зброя. Чому Захід мовчить</a>	(лексико-граматична трансформація)	
83	<a href="#">Valery Zaluzhny, the man behind Ukraine's counter-offensive</a>	<a href="#">"Перший після Бога, в хорошому сенсі". Як генерал Залужний став тим, ким він є</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
84	<a href="#">Putin claims Ukraine counter-offensive is failing</a>	<a href="#">Путін на зустрічі з воєнкорами хвалився ударами по енергетиці та штабу ГУР</a>	модуляція, додавання (лексичні трансформації)	1
85	<a href="#">Ukraine offensive: Inside one of the villages freed from Russian forces</a>	<a href="#">Контрнаступ ЗСУ. Що відомо про перші звільнені села</a>	калькування (лексична трансформація)  членування речення (граматична трансформація)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
86	<a href="#">Eleven dead after Russia strikes Zelensky's home city</a>	<a href="#">Удар по Кривому Рогу: багато загиблих і поранених</a>	контекстуальна заміна, генералізація, додавання (лексичні трансформації)  членування речення, перестановка (граматичні трансформації)	2
87	<a href="#">Ukraine's counter-offensive against Russia under way</a>	<a href="#">"Етап розвідки боєм". Що відомо про наступ ЗСУ на півдні</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1

88	<a href="#">Ukraine army attacks Russian forces in southern Zaporizhzhia region</a>	<a href="#">Українська армія наступає на російські сили на Запоріжжі. Що ми про це знаємо</a>	додавання, модуляція, упушення (лексичні трансформації)  дослівний переклад (граматична трансформація)	3
89	<a href="#">Ukraine war: Deserters risk death fleeing to Romania</a>	<a href="#">"У мене немає країни, у мене є сім'я". Як українські чоловіки через Тису і гори тікають від війни до Румунії</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
90	<a href="#">Ukraine dam: Dislodged mines a major concern as residents flee Kherson</a>	<a href="#">"Раніше ми знали, де небезпека, а тепер це невідомо". Херсонщині загрожують змиті водою міни</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
91	<a href="#">Belgorod: Shelling in Russian border region kills two, governor says</a>	<a href="#">Під російським Шебекіно тривають бої. Що відомо про рух танків і обстріли</a>	контекстуальна заміна, модуляція, упушення, додавання (лексичні трансформації)	1
92	<a href="#">Ukraine war: Three killed in overnight missile attack on Kyiv</a>	<a href="#">Людей вбило біля закритого укриття. Усі деталі удару Росії по Києву Іскандерами</a>	конкретизація, упушення, додавання (лексичні трансформації)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
93	<a href="#">Ukraine war: Russian air strikes target Kyiv for third night running</a>	<a href="#">Росія знову атакувала Київ: загинула людина, є руйнування</a>	додавання, упушення, контекстуальна заміна (лексичні трансформації)	2

94	<a href="#">Lindsey Graham: Russia issues arrest warrant for top Republican</a>	<a href="#">Росію розлютила фраза американського сенатора про війну.</a>	додавання, контекстуальна заміна, модуляція, упушення (лексичні трансформації)	1
95	<a href="#">We're ready to retake our country - Ukraine security boss Oleksiy Danilov</a>	<a href="#">Данілов: Україна готова розпочати контрнаступ "завтра, післязавтра або через тиждень"</a>	упушення, додавання, контекстуальна заміна (лексичні трансформації)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
96	<a href="#">Ukraine war: 'My brother saved my life - but lost his own'</a>	<a href="#">"Мій брат врятував мені життя, а сам загинув". Історія бійців з Бахмута</a>	додавання, модуляція (лексичні трансформації)	4
97	<a href="#">Ukraine war: Nato watches Russian 'Zombies' in Estonia</a>	<a href="#">Як пілоти НАТО перехоплюють російські "зомбі"</a>	упушення, додавання, контекстуальна заміна (лексичні трансформації)	3
98	<a href="#">Russia Claims Bakhmut, but Some See a 'Pyrrhic Victory'</a>	<a href="#">"Піррова перемога" - New York Times про взяття Бахмута</a>	калькування (лексична трансформація)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
99	<a href="#">Ukraine war: Satellite images reveal Russian defences before major assault</a>	<a href="#">Як росіяни укріпили свої позиції перед контрнаступом ЗСУ - супутникові знімки</a>	контекстуальна заміна, упушення, додавання (лексичні трансформації)  перестановка (граматична)	2

			трансформація)	
100	<a href="#">Ukraine war: Kyiv rejects Wagner claim over Bakhmut</a>	<a href="#">РФ заявила, що захопила Бахмут. Що каже українська влада?</a>	додавання, контекстуальна заміна (лексичні трансформації)  антонімічний переклад (лексико-граматична трансформація)	1
101	<a href="#">Zelensky: For today, Bakhmut is only in our hearts</a>	<a href="#">Росія каже, що захопила Бахмут. "Місто є лише в наших серцях", - сказав Зеленський</a>	додавання, генералізація, упущення (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	3
102	<a href="#">F-16 fighter jets: Biden to let allies supply warplanes in major boost for Kyiv</a>	<a href="#">США дозволять союзникам надати Україні F-16. Вважають, що прийшов новий етап війни</a>	генералізація, упущення, додавання (лексичні трансформації)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
103	<a href="#">Ukraine war: Taking steps to tackle the mental scars of conflict</a>	<a href="#">"Лягаєш спати, бачиш, як на руках помирили". Скільки українців матимуть психічні розлади чи ПТСР через війну</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
104	<a href="#">'We thought it'd be a crisis we could live through' - steel workers remember Mariupol siege</a>	<a href="#">Рік без дому. Як живуть мариупольські металурги з "Азовсталі"</a>	додавання, упущення (лексичні трансформації)  описовий переклад (лексико-граматична	1

			трансформація)	
105	<a href="#">Ukraine war: Kyiv comes under heavy missile and drone attack by Russia</a>	<a href="#">"Це було як у зоряних війнах". Розповіді очевидців про нічну атаку на Київ</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
106	<a href="#">Ukraine claims gains in Bakhmut after Russia denials</a>	<a href="#">Росія відступає біля Бахмуту. Що там відбувається</a>	додавання (лексична трансформація)  антонімічний переклад (лексико-граматична трансформація)	2
107	<a href="#">How Trump presidency could change Ukraine war</a>	<a href="#">Як президентство Трампа може змінити хід війни в Україні</a>	додавання (лексична трансформація)  перестановка (граматична трансформація)	4
108	<a href="#">UK confirms supply of Storm Shadow long-range missiles in Ukraine</a>	<a href="#">Британія дає Україні далекобійні ракети Storm Shadow: куди вони дістануть</a>	додавання, упущення, модуляція (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	3
109	<a href="#">Zelensky says Ukraine needs more time for counter-offensive</a>	<a href="#">Володимир Зеленський: "До контрнаступу ми готові"</a>	контекстуальна заміна, додавання (лексичні трансформації)  антонімічний переклад (лексико-граматична трансформація)	2
110	<a href="#">Russia's future rests on Ukraine war</a>	<a href="#">Проти Росії "знову розв'язали</a>	прийом цілісного перетворення	1

	<a href="#">Putin tells Victory Day parade</a>	<a href="#">справжню війну". Що сказав Путін на параді Перемоги</a>	(лексико-граматична трансформація)	
111	<a href="#">Ukraine war: Jet pilots talk about the air war with Russia</a>	<a href="#">"Наш головний ворог - Су-35". Як українські пілоти ведуть повітряну війну з Росією</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
112	<a href="#">Matthew Perry cause of death inconclusive pending toxicology tests</a>	<a href="#">Чому помер Метью Перрі? Встановити причину не вдалося</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
113	<a href="#">Lilie James: Murder at elite school horrifies Australia</a>	<a href="#">Молотком по голові: Австралію шокувало вбивство в елітній школі</a>	упущення, додавання, модуляція (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	3
114	<a href="#">Dagestan: Mob storms Russian airport in search of Jews</a>	<a href="#">Погроми в Махачкалі, "бандерівці" і "полювання на євреїв". Головне про антиізраїльські атаки в Росії</a>	конкретизація, додавання, контекстуальна заміна (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	1
115	<a href="#">Archaeologists reveal face of Peru's 'Ice Maiden' mummy</a>	<a href="#">Таємниця "Хуаніти". Як виглядала за життя найвідоміша мумія Перу</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
116	<a href="#">The Enfield Poltergeist: Why the unexplained mystery that shocked 1970s</a>	<a href="#">Енфілдський полтергейст. Чому таємниця, що шокувала Британію</a>	калькування, упущення, модуляція (лексичні трансформації)	4

	<a href="#">Britain continues to disturb</a>	<a href="#">у 1970-х, досі бентежить</a>	заміна (граматична трансформація)	
117	<a href="#">Shani Louk: Woman missing after Hamas attack is dead, says mother</a>	<a href="#">Шані Лук загинула. Що відомо про долю найвпізнаванішої заручниці ХАМАСу</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
118	<a href="#">Ukraine war: Whole family shot dead in Russian-occupied Ukrainian town</a>	<a href="#">Застрелили дітей уві сні. Що відомо про вбивство росіянами родини з 9 людей у Волновасі</a>	контекстуальна заміна, конкретизація (лексичні трансформації)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
119	<a href="#">Carlsberg CEO: Russia has 'stolen our business'</a>	<a href="#">Росія вкрала наш бізнес - гендиректор Carlsberg</a>	перестановка (граматична трансформація)	4
120	<a href="#">Conflicts in Ukraine and Middle East have clear links - Blinken</a>	<a href="#">Війни в Україні та Ізраїлі мають зв'язок - Блінкен</a>	контекстуальна заміна, конкретизація, упущення (лексичні трансформації)	3
121	<a href="#">Zakhar Prilepin: Russian pro-war blogger injured in car bomb</a>	<a href="#">Захар Прилепін поранений. Що відомо про замах на відомого українофоба</a>	транскрибування, упущення, додавання, контекстуальна заміна (лексичні трансформації)  членування речення (граматична трансформація)	3
122	<a href="#">Ukraine war: More than 20,000 Russian troops killed since</a>	<a href="#">США розсекретили нові дані про втрати РФ у війні: що в них</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична	2



	<a href="#">December, US says</a>	<a href="#">нового</a>	трансформація)	
123	<a href="#">Ukraine war: Russia launches second pre-dawn missile attack in three days</a>	<a href="#">Нічна атака ракет та дронів на Україну: що відомо</a>	генералізація, додавання, упушення (лексичні трансформації)	2
124	<a href="#">Pope's visit to Hungary dominated by Ukraine war</a>	<a href="#">Папа Римський приїхав до Орбана говорити про війну в Україні</a>	додавання, контекстуальна заміна, модуляція (лексичні трансформації)  описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	3
125	<a href="#">Ukraine war: 25 dead as Russian missiles hit cities</a>	<a href="#">Умань, Київ, Дніпро і Українка. Кількість жертв масованого ракетного удару Росії стрімко зростає</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
126	<a href="#">Ukraine war: Ex-BBC journalist Bondarenko killed on front line</a>	<a href="#">На фронті загинув колишній журналіст ВВС Олександр Бондаренко</a>	модуляція, додавання (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	4
127	<a href="#">Ukraine war: Bakhmut defenders worry about losing support</a>	<a href="#">"Буки" й "Гради" на вагу золота: як працюють бійці ЗСУ під Бахмутом. Репортаж ВВС</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
128	<a href="#">Ukraine rapidly expanding its 'Army of Drones' for front line</a>	<a href="#">"Це наші очі". Як Україна стрімко нарощує "армію дронів"</a>	додавання, модуляція, упушення (лексичні трансформації)	3

129	<a href="#">Ukraine war: Bakhmut defender remembered by comrades</a>	<a href="#">Один біля кулемета. Як український солдат відбивав "м'ясні" атаки росіян і врятував побратимів</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
130	<a href="#">Airman Shared Sensitive Intelligence More Widely and for Longer Than Previously Known</a>	<a href="#">Секретні дані про війну в Україні могли поширюватися з перших днів вторгнення - NYT</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
131	<a href="#">Ukraine war: Russian warplane accidentally bombs own city</a>	<a href="#">Чому російський Су-34, який летів бомбити мирні міста України, вдарив по Белгороду</a>	конкретизація, додавання, контекстуальна заміна, модуляція, упущення (лексичні трансформації)	2
132	<a href="#">Ukrainian vodka producers toast a rise in global sales</a>	<a href="#">Горілка замість водки. Як через війну світ переходить на український алкоголь замість російського</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
133	<a href="#">Ukraine war: The Russian ships accused of North Sea sabotage</a>	<a href="#">Як і навіщо Росія готує диверсії на півночі Європи - розслідування</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
134	<a href="#">Ukraine's Eurovision 2023 act TVORCHI have war on their mind</a>	<a href="#">Як український гурт TVORCHI готується до Євробачення під час війни</a>	додавання, модуляція, упущення (лексичні трансформації)	2
135	<a href="#">Ukraine war: Putin visits occupied Kherson region in Ukraine</a>	<a href="#">Навіщо Путін їздив на Херсонщину за 150 км від лінії фронту</a>	додавання, контекстуальна заміна, упущення (лексичні трансформації)	3

136	<a href="#">Vladimir Kara-Murza: Russian opposition figure jailed for 25 years</a>	<a href="#">Хто такий Кара-Мурза і чому режим Путіна засудив його на 25 років колонії</a>	упущення, транскрибування, додавання, модуляція (лексичні трансформації)	3
137	<a href="#">What the leaked Pentagon documents reveal</a>	<a href="#">Витік з Пентагону. Що розповіли секретні документи про війну Росії проти України</a>	додавання, транслітерація, модуляція (лексичні трансформації)  членування речення (граматична трансформація)	4
138	<a href="#">Meet the hacker armies on Ukraine's cyber front line</a>	<a href="#">Український кіберфронт. Як хакери ведуть свою війну проти Росії</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
139	<a href="#">Jack Teixeira: US airman to appear in court over intelligence leak</a>	<a href="#">У США арештували підозрюваного у зливів секретних документів Пентагону</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
140	<a href="#">Ukraine war: Russian parliament approves online call-up</a>	<a href="#">Електронні повістки. Як це працюватиме у Росії</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
141	<a href="#">Pentagon leak shows S Korea torn on sending Ukraine weapons</a>	<a href="#">Чому Південна Корея не поспішає озброювати Україну</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
142	<a href="#">'I looked at my foot and saw I was missing toes'</a>	<a href="#">"Я глянув на ногу і побачив, що пальців немає"</a>	генералізація (лексична трансформація)  дослівний переклад (граматична трансформація)	4

143	<a href="#">What does the huge leak of Ukraine war documents tell us?</a>	<a href="#">Злив секретних документів США по Україні: про що він нам розповів</a>	упущення, додавання (лексичні трансформації)  перестановка, членування речення (граматичні трансформації)	3
144	<a href="#">'They offered me a spot in a Wagner cemetery'</a>	<a href="#">"Мені пропонували місце на кладовищі вагнерівців"</a>	упущення (лексична трансформація)  перестановка (граматична трансформація)	4
145	<a href="#">Ukraine to export electricity again after months of Russian attacks</a>	<a href="#">Україна знову продаватиме електроенергію в Європу. Чому це свідчить про провал планів Кремля</a>	упущення, додавання, модуляція (лексичні трансформації)	3
146	<a href="#">Macron counting on Xi to 'bring Russia to senses'</a>	<a href="#">Сі просять привести Путіна до тями. Перші результати візиту Макрона до Китаю</a>	транскрибування, контекстуальна заміна, додавання (лексичні трансформації)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
147	<a href="#">Ukraine war: Poland pledges more jets to Ukraine as Zelensky visits</a>	<a href="#">Зеленський в Польщі: про що він говорив з Дудою і які їхні головні заяви</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
148	<a href="#">Darya Trepova: What we know about accused in Russian blogger Vladlen</a>	<a href="#">Підозрювана у смерті Владлена Татарського: що відомо про Дар'ю</a>	калькування, транслітерація, транскрибування, упущення, модуляція	3

	<a href="#">Tatarsky's killing</a>	<a href="#">Трепову</a>	(лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	
149	<a href="#">Ukraine accuses Orthodox Church leader Pavel of pro-Russian stance</a>	<a href="#">Арешт Павла. Навіщо влада ізолювала намісника Лаври і показала його золоту рибу</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
150	<a href="#">Putin: Russia to station nuclear weapons in Belarus</a>	<a href="#">Путін розмістить тактичну ядерну зброю у Білорусі. Чим це загрожуватиме Україні та світу</a>	додавання, упущення, контекстуальна заміна, конкретизація (лексичні трансформації)	3
151	<a href="#">No Ukraine offensive without more weapons – Zelensky</a>	<a href="#">Зеленський пояснив, чому відкладається весняний наступ ЗСУ</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
152	<a href="#">Ukraine war: Battle for Bakhmut 'stabilising', says commander</a>	<a href="#">Залужний - ситуацію в Бахмуті "стабілізували". У США вважають, що Росія відмовилась від наступу</a>	конкретизація, додавання, модуляція, упущення (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	3
153	<a href="#">‘Nobody Believes in Our Victory Like I Do.’ Inside Volodymyr Zelensky’s Struggle to Keep Ukraine in the Fight</a>	<a href="#">"Ніхто не вірить у перемогу, як я": журнал Time присвятив обкладинку Зеленському</a>	дослівний переклад (граматична трансформація)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3

			трансформація)	
154	<a href="#">Israel Gaza: Father loses 11 family members in one blast</a>	<a href="#">"11 членів моєї родини вбило одним ударом"</a>	упущення, модуляція (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	4
155	<a href="#">AI named word of the year by Collins Dictionary</a>	<a href="#">Слово року за версією Collins Dictionary: що обрали цього разу</a>	додавання, упущення (лексичні трансформації)	2
156	<a href="#">Their Sons Went Missing Fighting for Ukraine. They Want Answers.</a>	<a href="#">Війна в Україні: у NYT розповіли, як шукають зниклих безвісти українців</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
157	<a href="#">Russia Detains Two Soldiers Suspected of Killing 9 Civilians</a>	<a href="#">У РФ заявили, що затримали підозрюваних у вбивстві дев'яти людей у Волновасі</a>	модуляція, додавання, упущення, конкретизація, генералізація (лексичні трансформації)	3
158	<a href="#">Biden Requests \$105 Billion Aid Package for Israel, Ukraine and Other Crises</a>	<a href="#">Білий дім направив у Конгрес США запит на виділення 106 мільярдів доларів на допомогу Україні, Ізраїлю та інші безпекові потреби.</a>	конкретизація, додавання, модуляція (лексичні трансформації)  описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	3
159	<a href="#">Ukraine's Economy Starts to Rebound as It Adapts to War</a>	<a href="#">Економіка України починає відновлюватися, адаптувавшись до війни - NYT</a>	дослівний переклад (граматична трансформація)	4
160	<a href="#">Ukraine Uses</a>	<a href="#">Україна вперше</a>	упущення,	3

	<a href="#">Powerful American-Supplied Missiles for First Time</a>	<a href="#">застосувала АТАСМС.</a>	конкретизація (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	
161	<a href="#">Putin Agrees to Visit China in First Trip Since Arrest Warrant</a>	<a href="#">Путін уперше поїде за кордон після видачі ордера на його арешт – Bloomberg</a>	генералізація, упущення (лексичні трансформації) описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	3
162	<a href="#">Putin Visits China to Bolster Ties With 'My Friend,' Xi</a>	<a href="#">Путін їде до Китаю на зустріч із Сі Цзіньпіном</a>	модуляція, транскрибування, упущення, додавання (лексичні трансформації)	2
163	<a href="#">Satellite Photos Show How Russia Could Be Shipping Arms From North Korea</a>	<a href="#">Масштаби перевищують оцінки США: супутник зафіксував, як КНДР переміщує зброю у Росію</a>	додавання, генералізація, модуляція (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	3
164	<a href="#">Yellen Assures Europe That U.S. Will Provide More Funds for Ukraine</a>	<a href="#">"Будемо працювати": у Мінфіні США запевнили, що нададуть Україні більше коштів</a>	додавання, контекстуальна заміна, упущення (лексичні трансформації)	3
165	<a href="#">Four Ukrainian Children Abducted to Russia Return Home After Qatar Intervention</a>	<a href="#">Катар допомагає повернути в Україну викрадених РФ дітей</a>	описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	2
166	<a href="#">Some Ukrainians</a>	<a href="#">Деякі українці</a>	дослівний переклад	5

	<a href="#">Helped the Russians. Their Neighbors Sought Revenge.</a>	<a href="#">допомагали росіянам. Їхні сусіди прагнули помститися.</a>	(граматична трансформація)	
167	<a href="#">Ukraine's Top Commander Says War Has Hit a 'Stalemate'</a>	<a href="#">Залужний: Ситуація зайшла у глухий кут, було помилкою сподіватися на виснаження Росії</a>	контекстуальна заміна, додавання, генералізація (лексичні трансформації)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
168	<a href="#">A Small Country Far From Ukraine Is Sending Hundreds to War, on Both Sides</a>	<a href="#">Солдати якої країни воюють і за Україну, і за росію — розслідування NYT</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
169	<a href="#">Exclusive: Europeans dial down the heating, heed calls to save energy</a>	<a href="#">Європейці «прикручують» опалення через заклики урядів до економії – Reuters</a>	модуляція, додавання (лексичні трансформації)  компенсація (лексико-граматична трансформація)	3
170	<a href="#">Britain wants Challenger tanks in Ukraine by end of March - minister</a>	<a href="#">Challenger та Leopard. Велика Британія і Німеччина планують передати Україні танки вже у березні</a>	додавання, упущення, модуляція (лексичні трансформації)	3
171	<a href="#">U.S. Leans on Turkey to End Russian Flights With American-Made Planes</a>	<a href="#">США вимагають від Туреччини припинити приймати американські літаки, які використовує РФ –</a>	модуляція, додавання (лексичні трансформації)  описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	3



		<a href="#">WSJ</a>		
172	<a href="#">EU Sees Legal Grounds to Use Seized Russian Central Bank Assets</a>	<a href="#">У ЄС знайшли правові підстави для використання арештованих активів Центробанку РФ</a>	модуляція, калькування (лексичні трансформації)  граматична заміна (граматична трансформація)	4
173	<a href="#">IMF Weighs Ukraine Aid Package Worth Up to \$16 Billion</a>	<a href="#">МВФ може надати Україні багаторічний пакет допомоги на суму до \$16 млрд – Bloomberg</a>	калькування, модуляція, додавання (лексичні трансформації)	3
174	<a href="#">Roman Abramovich's Long-Shot Effort to Save Ukraine, His Reputation and His Fortune</a>	<a href="#">Абрамович займається обміном полоненими після провалу мирних переговорів між Україною та РФ – WSJ</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
175	<a href="#">IMF raises growth forecasts as China reopens and gas prices fall</a>	<a href="#">МВФ покращив прогнози зростання на 2023 рік через падіння цін на газ у Європі і відкриття Китаю</a>	калькування, модуляція, додавання (лексичні трансформації)  граматична заміна, перестановка (граматичні трансформації)	3
176	<a href="#">Russian oligarch ordered to forfeit \$5.4 mln to U.S., Ukraine may get funds</a>	<a href="#">У США можуть вперше конфіскувати кошти підсанкційного російського бізнесмена і спрямувати їх на відбудову України</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2

177	<a href="#">Crypto hacks stole record \$3.8 billion in 2022, led by North Korea groups - report</a>	<a href="#">Крадіжки криптовалюти торік досягли рекордних \$3,8 млрд. Найбільші кібератаки здійснювали хакери з Північної Кореї</a>	контекстуальна заміна, додавання, конкретизація (лексичні трансформації)  членування речення (граматична трансформація)	3
178	<a href="#">U.S. readies \$2 billion-plus Ukraine aid package with longer-range weapons</a>	<a href="#">Україна отримає від США ракети GLSDB радіусом дії до 150 км – Reuters</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
179	<a href="#">Germany, Sweden in Talks Over Anti-Missile Systems for Ukraine</a>	<a href="#">Німеччина та Швеція ведуть переговори щодо надання Україні ракет для IRIS-T – Bloomberg</a>	додавання, конкретизація (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	3
180	<a href="#">Paul Smith to stop trading in Russia</a>	<a href="#">Британський люксовий бренд Paul Smith йде з Росії. Компанія жалкує, що не зробила це раніше</a>	додавання, модуляція (лексичні трансформації)	3
181	<a href="#">Dell to Cut About 6,650 Jobs, Battered by Plunging PC Sales</a>	<a href="#">Dell скоротить близько 6650 співробітників через падіння попиту на ПК</a>	модуляція (лексична трансформація)	4
182	<a href="#">EU plans to host Volodymyr Zelensky at Brussels summit</a>	<a href="#">Зеленський може відвідати саміт ЄС у Брюсселі цього тижня. Візит стане його другою поїздкою за кордон</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3

		<a href="#">після вторгнення РФ – FT</a>		
183	<a href="#">Ukraine Crop Exporters Failed to Bring Home \$3 Billion Amid War</a>	<a href="#">Експортери агропродукції не повернули в Україну \$3 млрд валютної виручки з початку війни – Bloomberg</a>	упущення, контекстуальна заміна, додавання, конкретизація (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	3
184	<a href="#">EU Is Weighing Fresh Sanctions on \$5.3 Billion in Russian Trade</a>	<a href="#">ЄС готує новий пакет санкцій проти РФ з торговими обмеженнями на \$5,3 млрд – Bloomberg</a>	модуляція, додавання (лексичні трансформації)  описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	3
185	<a href="#">Microsoft reorgs its Xbox and marketing teams to prepare for an AI and gaming future</a>	<a href="#">Microsoft проводить реорганізацію керівництва ігрового підрозділу після поглинання Activision Blizzard – The Verge</a>	модуляція, додавання, упущення (лексичні трансформації)  описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	3
186	<a href="#">Analysis: Swiss neutrality on the line as arms-for-Ukraine debate heats up</a>	<a href="#">Швейцарія може відмовитись від нейтрального статусу на тлі дебатів про надання зброї Україні – Reuters</a>	перестановка (граматична трансформація)  описовий переклад (лексико-граматичні трансформації)	3
187	<a href="#">Google unveils ChatGPT rival Bard, AI search plans in battle with Microsoft</a>	<a href="#">Google запускає III-сервіс Bard – конкурента ChatGPT</a>	модуляція, додавання, упущення, калькування (лексичні)	3

			трансформації) перестановка (граматична трансформація)	
188	<a href="#">Iran's 'ghost fleet' switches into Russian oil</a>	<a href="#">Іранський «ТІНЬОВИЙ флот» перевозить нафту з РФ в обхід західних санкцій – FT</a>	додавання, контекстуальна заміна (лексичні трансформації)	3
189	<a href="#">Zoom to Lay Off 15% of Staff, CEO Slashes Salary</a>	<a href="#">Zoom скоротить 15% співробітників і зарплату гендиректора на 98%</a>	конкретизація (лексична трансформація)	3
190	<a href="#">ECB piles pressure on banks to exit Russia even as window for sale closes</a>	<a href="#">«Вікно для продажу закривається». ЄЦБ тисне на банки, щоб вони залишили Росію</a>	калькування, модуляція (лексичні трансформації)  членування речення, перестановка (граматичні трансформації)	3
191	<a href="#">Equinor makes record \$75bn profit during energy crisis</a>	<a href="#">Норвезька Equinor торік отримала рекордний прибуток у \$75 млрд на тлі енергокризи, вона постачала Європі газ замість Росії</a>	додавання, модуляція (лексичні трансформації)	3
192	<a href="#">SpaceX curbed Ukraine's use of Starlink internet for drones -company president</a>	<a href="#">SpaceX обмежила використання Україною інтернету Starlink для керування дронами</a>	упущення, додавання (лексичні трансформації)	4
193	<a href="#">Credit Suisse slumps to biggest annual loss since financial crisis</a>	<a href="#">Credit Suisse отримав найбільший річний</a>	додавання (лексична трансформація)	3

		<a href="#">збиток з часів фінансової кризи через різке виведення коштів клієнтами</a>		
194	<a href="#">Tesla's stock has almost erased last year's 65% plunge, just six weeks into 2023</a>	<a href="#">Tesla майже відіграла минулорічне падіння. Акції компанії Маска зросли цьогоріч на 65%</a>	додавання, упушення (лексичні трансформації)  членування речення (граматична трансформація)	3
195	<a href="#">Russia sees risk of oil output dipping in 2023 - agencies</a>	<a href="#">Росія зменшить видобування нафти у березні під тиском ембарго</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	
196	<a href="#">Exclusive: Indian regulator probes Adani's links to investors as Modi's office is briefed</a>	<a href="#">Індійський регулятор розслідує можливий конфлікт інтересів під час продажу акцій Adani на \$2,5 млрд – Reuters</a>	додавання, упушення, контекстуальна заміна (лексичні трансформації)	3
197	<a href="#">Adidas shares slide as fallout from Kanye West tie-up deepens</a>	<a href="#">Adidas очікує на збитки після розриву контракту з Каньє Вестом і ймовірного списання кросівок Yeezy</a>	додавання, упушення (лексичні трансформації)  описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	3
198	<a href="#">U.S. Poised to Further Tighten Technology Exports to China After Balloon Incident</a>	<a href="#">США готові ще більше скоротити експорт технологій до Китаю після інциденту з повітряною кулею-шпигуном – WSJ</a>	додавання (лексична трансформація)	3

199	<a href="#">Swiss gov't rejects request from Spain to allow it to re-export anti-aircraft guns to Ukraine</a>	<a href="#">Швейцарія не дозволила Іспанії передати Україні зенітні установки</a>	генералізація (лексична трансформація)  перестановка (граматична трансформація)	2
200	<a href="#">Exclusive: Germany in advanced talks with Oman for natural gas supplies</a>	<a href="#">Німеччина веде переговори з Оманом щодо скрапленого газу, шукає заміну постачанням з РФ – Reuters</a>	додавання, модуляція, конкретизація (лексичні трансформації)	3
201	<a href="#">Pentagon looks to restart top-secret programs in Ukraine</a>	<a href="#">США можуть відновити надсекретні програми спостереження в Україні – WP</a>	генералізація, калькування, додавання (лексичні трансформації)	3
202	<a href="#">Europe's spend on energy crisis nears 800 billion euros</a>	<a href="#">Витрати країн Європи на боротьбу з енергокризою становлять майже €800 млрд – Reuters</a>	додавання, калькування, модуляція (лексичні трансформації)	3
203	<a href="#">Euro Zone Is Seen Dodging Recession as Energy Crunch Eases</a>	<a href="#">Єврокомісія покращила прогноз для блоку. Єврозона уникне рецесії завдяки падінню цін на газ</a>	калькування, контекстуальна заміна, додавання (лексичні трансформації)  членування речення (лексико-граматична трансформація)	3
204	<a href="#">Qatar Said to Prepare Imminent Bid for Manchester United FC</a>	<a href="#">Катарські інвестори готують заявку на придбання «Манчестер Юнайтед» –</a>	упущення, конкретизація, транскрибування (лексичні трансформації)	3

		<a href="#">Bloomberg</a>		
205	<a href="#">U.S. warns Ukraine it faces a pivotal moment in war</a>	<a href="#">Адміністрація Байдена попередила Україну про вирішальний момент у війні й переконує Конгрес виділити \$10 млрд – WP</a>	конкретизація, додавання, упушення (лексичні трансформації)	3
206	<a href="#">Rheinmetall to Start Making Anti-Aircraft Rounds for Ukraine</a>	<a href="#">Німеччина розпочне виробництво снарядів до установок Gepard, які надали Україні</a>	генералізація, додавання, конкретизація (лексичні трансформації)	3
207	<a href="#">EU countries told to step up defence against state hackers</a>	<a href="#">Єврорада з системних ризиків доручила країнам блоку посилити захист фінінфраструктури від хакерів</a>	додавання, конкретизація, упушення (лексичні трансформації)	3
208	<a href="#">Amazon's Zoox tests robotaxi on public road with employees as passengers</a>	<a href="#">Amazon тестує роботаксі Zoox на дорогах зі співробітниками в якості пасажирів</a>	упушення (лексична трансформація)  перестановка (граматична трансформація)	4
209	<a href="#">US preparing \$10bn aid package for Ukraine</a>	<a href="#">США готують пакет допомоги Україні на \$10 млрд і нові санкції проти РФ до 24 лютого – Sky News</a>	додавання (лексична трансформація)  перестановка (граматична трансформація)	4
210	<a href="#">Elon Musk Says He May Lead Twitter for Almost Another Year</a>	<a href="#">Маск продовжить очолювати Twitter, шукати нового гендиректора планується</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2

		<a href="#">наприкінці року</a>		
211	<a href="#">EU Sanctions Aim to Make Banks Divulge Frozen Russian Assets</a>	<a href="#">Нові санкції ЄС передбачатимуть штрафи за нерозкриття банками інформації про заморожені російські активи – Bloomberg</a>	додавання, модуляція (лексичні трансформації)  антонімічний переклад (лексико-граматична трансформація)	3
212	<a href="#">US Awards \$522M Contracts for Artillery Shells for Ukraine</a>	<a href="#">США замовили боєприпаси для України на \$522 млн і розглядають можливість постачання вилученої у контрабандистів зброї</a>	генералізація, упущення, додавання модуляція (лексичні трансформації)	3
213	<a href="#">Resurgent China to drive 2023 oil demand, supply shortfall possible in H2 -IEA</a>	<a href="#">МЕА допускає дефіцит нафти у другому півріччі через відновлення попиту Китаю та зменшення видобутку РФ</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
214	<a href="#">Swiss Say Confiscating Russian Assets Would Undermine Law</a>	<a href="#">Швейцарія визнала неконституційною конфіскацію російських активів</a>	описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	2
215	<a href="#">Russian Hackers Slammed Ukraine After Invasion, Google Says</a>	<a href="#">Google прогнозує збільшення кібератак Росії на Україну та членів НАТО у 2023 році</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
216	<a href="#">JPMorgan estimates Turkey direct quake damage at \$25 bln, expects rate cut</a>	<a href="#">Збитки від землетрусу в Туреччині оцінюються у \$25</a>	упущення (лексична трансформація)  перестановка, заміна	4



		<a href="#">млрд – JPMorgan</a>	(граматичні трансформації)	
217	<a href="#">Tesla says it laid off 4% New York employees before union campaign</a>	<a href="#">Tesla звільнила десятки співробітників за профспілкову діяльність – Reuters</a>	упущення, генералізація, модуляція (лексичні трансформації)	3
218	<a href="#">Smartphones Are Changing the War in Ukraine Millions of sensors document the conflict, provide targeting information and much else</a>	<a href="#">«Перша війна з відкритим вихідним кодом». Як злочини РФ в Україні документують за допомогою смартфонів – WSJ</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
219	<a href="#">Facebook and Instagram are testing selling you blue checks for \$12 a month</a>	<a href="#">Meta тестує платну верифікацію для Instagram і Facebook</a>	генералізація, додавання (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	2
220	<a href="#">Japan to give Ukraine \$5.5B, host online G-7 plus Zelensky</a>	<a href="#">Японія надасть Україні фінансову допомогу на \$5,5 млрд</a>	упущення, додавання (лексичні трансформації)	3
221	<a href="#">EU Weighs New Powers to Hit Those Helping Russia Evade Sanctions</a>	<a href="#">Закриття лазівок і новий спецорган. У ЄС обговорюють шляхи протидії обходу санкцій проти РФ – Bloomberg</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
222	<a href="#">Netherlands warns of Russian attempts to sabotage its energy infrastructure</a>	<a href="#">Нідерланди зафіксували підготовку Росією диверсій проти енергоінфраструктури</a>	додавання (лексична трансформація)  прийом цілісного перетворення	2

		<a href="#">ри в Північному морі</a>	(лексико-граматична трансформація)	
223	<a href="#">Amazon Corporate Workers Face Pay Reduction After Shares Slip</a>	<a href="#">Amazon може скоротити зарплати працівникам до 50% після падіння акцій – WSJ</a>	додавання, упущення, модуляція (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	3
224	<a href="#">EU plans to finance weapons for Ukraine via its own budget</a>	<a href="#">ЄС може профінансувати озброєння для України з власного бюджету. Раніше так закуповували вакцини від COVID-19 – FT</a>	додавання (лексична трансформація)  дослівний переклад (граматична трансформація)	4
225	<a href="#">US Treasury Warns Chinese Companies on Tech Supplies to Russia</a>	<a href="#">Мінфін США попередив китайські компанії про санкції через постачання техніки до Росії</a>	додавання (лексична трансформація)	3
226	<a href="#">U.S. Plans to Impose New Sanctions on Some 200 Russian Individuals, Entities</a>	<a href="#">США планують запровадити нові санкції проти близько 200 фізичних та юридичних осіб з РФ – WSJ</a>	перестановка (граматична трансформація)	4
227	<a href="#">McKinsey Plans to Eliminate About 2,000 Jobs in One of Its Biggest Rounds of Cuts</a>	<a href="#">Консалтингова фірма McKinsey планує звільнити близько 2000 співробітників</a>	додавання, конкретизація, упущення (лексичні трансформації)	3
228	<a href="#">Focus: Top brands pull out of Russia,</a>	<a href="#">Після виходу світових брендів у</a>	прийом цілісного перетворення	2

	<a href="#">but their goods remain easy to find</a>	<a href="#">РФ досі продаються їхні товари, процвітає паралельний імпорт і з'являються підробки – Reuters</a>	(лексико-граматична трансформація)	
229	<a href="#">Starbucks Launches Olive-Oil Coffee Drinks</a>	<a href="#">Starbucks запускає лінійку кави з оливковою олією, почне з Італії, де не витримує конкуренцію з місцевими кав'ярнями</a>	генералізація, додавання (лексичні трансформації)	3
230	<a href="#">Ukraine wants one-year grain deal extension to include new ports</a>	<a href="#">Україна хоче продовжити «зернову угоду» на рік, включивши до неї Миколаївський порт</a>	конкретизація (лексична трансформація)	3
231	<a href="#">Bill Gates buys Heineken stake, despite saying he's 'not a big beer drinker'</a>	<a href="#">Білл Гейтс придбав частку в нідерландському холдингу Heineken</a>	упущення, транскрибування, додавання (лексичні трансформації)	3
232	<a href="#">West probes potential sanction dodging as exports to Russia's neighbours surge</a>	<a href="#">ЄС та союзники розслідують сплеск експорту у сусідні з РФ країни через можливе ухилення від санкцій – FT</a>	конкретизація, додавання (лексичні трансформації) перестановка (граматична трансформація)	3
233	<a href="#">G7 raises Ukraine support to \$39 bln for 2023, urges IMF programme by March</a>	<a href="#">G7 збільшує підтримку України до \$39 млрд на 2023 рік і закликає до затвердження програми МВФ до березня</a>	додавання (лексична трансформація) перестановка (граматична трансформація)	4

234	<a href="#">The Growing Cash Pile in Moscow That Investors Can't Touch</a>	<a href="#">У Росії накопичуються мільярди доларів іноземних власників, які вони не можуть повернути через санкції – Bloomberg</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
235	<a href="#">New sanctions ban every item Russia is using on the battlefield</a>	<a href="#">Велика Британія запровадила нові санкції проти РФ. Вони стосуються банків, керівників оборонних підприємств та «Росатома»</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
236	<a href="#">Russia Boosts Pacific Oil Cargoes as Year of War Reshapes Flows</a>	<a href="#">Росія збільшує відвантаження нафти з тихоокеанських портів – Bloomberg</a>	упущення (лексична трансформація)	3
237	<a href="#">Elon Musk Regains His Spot as the World's Richest Person</a>	<a href="#">Маск повернув статус найбагатшої людини світу на тлі зростання акцій Tesla</a>	додавання, упущення (лексичні трансформації)	3
238	<a href="#">Fighting 'Woke AI,' Musk Recruits Team to Develop OpenAI Rival</a>	<a href="#">Маск набирає команду для розробки аналога ШІ-бота ChatGPT – The Information</a>	конкретизація, контекстуальна заміна (лексичні трансформації)	3
239	<a href="#">Visa, Mastercard pause crypto push in wake of industry meltdown - sources</a>	<a href="#">Visa та Mastercard зупинили просування криптовалюти через кризу в галузі – Reuters</a>	генералізація (лексична трансформація)	4
240	<a href="#">FBI director says</a>	<a href="#">Пандемія</a>	упущення,	4

	<a href="#">COVID pandemic 'most likely' originated from Chinese lab</a>	<a href="#">COVID-19, ймовірно, є результатом витоку з лабораторії в Ухані – ФБР</a>	додавання, конкретизація (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	
241	<a href="#">Putin's War Upended Consumer Economy in Ways Pandemic Didn't</a>	<a href="#">Війна руйнує економіку РФ сильніше за пандемію. У роздрібній торгівлі зафіксовано найбільше падіння з 2015 року – Bloomberg</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3
242	<a href="#">Russian internet speeds drop on hardware shortage, research finds</a>	<a href="#">У Росії зафіксували падіння швидкості інтернету через брак обладнання, мобільні оператори це спростовують</a>	додавання, упущення (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	2
243	<a href="#">UBS loses bid to stop Chinese businessman's \$500 mln London lawsuit</a>	<a href="#">Китайський мільярдер Го Венгуй подав позов проти UBS на \$500 млн</a>	додавання, контекстуальна заміна (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	3
244	<a href="#">U.S. unveils new cybersecurity strategy with tighter regulations</a>	<a href="#">США представили нову стратегію кібербезпеки на тлі зростання хакерських атак, головними загрозами вважають</a>	додавання, упущення (лексичні трансформації)	3

		<a href="#">Китай і Росію</a>		
245	<a href="#">EU to speed up deliveries of howitzer shells for Ukraine</a>	<a href="#">ЄС може виділити додатковий €1 млрд на підтримку України та прискорити постачання артилерійських снарядів – AP</a>	генералізація, додавання (лексичні трансформації)	3
246	<a href="#">Justice Department Hiring Dozens of New Prosecutors to Enforce Russian Sanctions</a>	<a href="#">США наймають нових прокурорів для розслідування порушень санкцій проти РФ – WSJ</a>	генералізація, упущення (лексичні трансформації)  описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	3
247	<a href="#">U.S. adds 37 Chinese, Russian entities to trade blacklist</a>	<a href="#">США внесли 37 китайських та російських компаній до чорного списку</a>	упущення (лексична трансформація)  дослівний переклад (граматична трансформація)	4
248	<a href="#">FTX has a massive \$9.5 billion shortfall in top crypto and cash needed to repay customers, the bankrupt exchange's new bosses say</a>	<a href="#">Збанкрутілій криптобіржі FTX не вистачає \$9,5 млрд для виплат клієнтам</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
249	<a href="#">Former top Credit Suisse shareholder Harris Associates sells out of bank</a>	<a href="#">Головний акціонер Credit Suisse позбувся своєї частки в швейцарському банку</a>	упущення (лексична трансформація)  описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	2
250	<a href="#">Russia and Iran hesitate over co-operation as west</a>	<a href="#">Росія не купує балістичні ракети в Ірану через</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична	2

	<a href="#">warns of costs</a>	<a href="#">побоювання, що після цього Україна отримає ракети великої дальності – FT</a>	трансформація)	
251	<a href="#">EU closer to joint arms-buying to aid Ukraine but hurdles remain</a>	<a href="#">ЄС наблизився до спільної закупівлі боєприпасів для України, але питання фінансування досі не вирішене – Reuters</a>	упущення, контекстуальна заміна (лексичні трансформації)	3
252	<a href="#">Estonia Calls for EU to Halve the \$60 Price Cap on Russian Oil</a>	<a href="#">Естонія закликає ЄС вдвічі знизити цінову стелю у \$60 на російську нафту та посилити санкції проти банків</a>	додавання (лексична трансформація) описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	4
253	<a href="#">EU to Flex Collective Buying Clout in Gas Market Next Month</a>	<a href="#">У ЄС планують оголосити тендер на перші спільні закупівлі газу вже у квітні</a>	конкретизація, контекстуальна заміна, генералізація (лексичні трансформації)	3
254	<a href="#">Ukraine seeks US cluster bombs to adapt for drone use - lawmakers</a>	<a href="#">Україна просить США надати касетні боєприпаси для скидання з безпілотників – Reuters</a>	конкретизація, упущення (лексичні трансформації)	3
255	<a href="#">China's trade with Russia surges at double-digit pace in Jan-Feb</a>	<a href="#">Експорт Китаю до Росії зріс майже на 20% з початку цього року, попит з інших ринків скоротився – Reuters</a>	додавання, конкретизація, генералізація (лексичні трансформації)	3
256	<a href="#">Meta Plans Thousands More</a>	<a href="#">Meta планує ще тисячі звільнень</a>	дослівний переклад (граматична	5

	<a href="#">Layoffs as Soon as This Week</a>	<a href="#">вже цього тижня – Bloomberg</a>	трансформація)	
257	<a href="#">Dutch to restrict semiconductor tech exports to China, joining US effort</a>	<a href="#">Нідерланди приєдналися до США в обмеженнях експорту напівпровідникових технологій до Китаю</a>	упущення (лексична трансформація) перестановка (граматична трансформація)	4
258	<a href="#">EU Hunt for Sanctioned Russian Billionaires' Assets Stalls</a>	<a href="#">У ЄС майже зупинилося блокування активів підсанкційних російських мільярдерів – Bloomberg</a>	контекстуальна заміна, додавання (лексичні трансформації) перестановка (граматична трансформація)	2
259	<a href="#">EU plans joint navy patrols to combat Russian spy ships</a>	<a href="#">ЄС планує спільне морське патрулювання для захисту енергоінфраструктури від можливих диверсій РФ</a>	контекстуальна заміна, додавання (лексичні трансформації)	3
260	<a href="#">Mitsubishi Motors Plays Catchup With Plans to Electrify Fleet by 2035</a>	<a href="#">Mitsubishi Motors планує електрифікувати весь свій автопарк до 2035 року</a>	додавання, упущення (лексичні трансформації)	4
261	<a href="#">Military briefing: Russian hypersonic missiles bring new menace to Ukraine</a>	<a href="#">Україна отримала систему ППО Patriot, але вона ще не введена в експлуатацію – FT</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
262	<a href="#">IAEA board backs chief Grossi for second term in 'sign</a>	<a href="#">Правління МАГАТЕ підтримало переобрання Гроссі</a>	упущення, генералізація, транслітерація	3



	<a href="#">of trust'</a>	<a href="#">на другий термін</a>	(лексичні трансформації)	
263	<a href="#">India to Ensure No Breach on Russia Oil Purchase Sanctions</a>	<a href="#">Індія вирішила приєднатися до антиросійських санкцій щодо обмеження цін на нафту – Bloomberg</a>	контекстуальна заміна, додавання (лексичні трансформації)	3
264	<a href="#">Signature Bank Is Shut by Regulators After SVB Collapse</a>	<a href="#">У США збанкрутував Signature Bank. Це другий крах великого банку за три дні</a>	додавання, упущення (лексичні трансформації)  прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
265	<a href="#">China's Xi Plans to Speak With Zelensky for First Time Since Ukraine War Broke Out</a>	<a href="#">Сі Цзіньпін планує поговорити з Зеленським після зустрічі з Путіним – WSJ</a>	упущення, додавання, контекстуальна заміна (лексичні трансформації)	3
266	<a href="#">Blackstone Chief Schwarzman Says Remote Workers Don't Work as Hard</a>	<a href="#">Вдома співробітники «працюють не так старанно». Голова найбільшого у світі власника комерційної нерухомості назвав причини напівпустих офісів</a>	додавання (лексична трансформація)  членування речення, перестановка (граматичні трансформації)  описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	3
267	<a href="#">Magnificent Seven' tech stocks drive US equity domination to new highs</a>	<a href="#">Американський бігтех підтримує домінування акцій США на глобальному фондовому ринку</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	3

268	<a href="#">Bitcoin Hits \$35,000 for First Time Since 2022 on ETF Optimism</a>	<a href="#">Біткоїн досяг \$35 000 вперше з минулого року через очікування схвалення спотового ETF</a>	контекстуальна заміна, додавання (лексичні трансформації)  описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	3
269	<a href="#">Global billionaire tax could yield \$250 billion annually, study says</a>	<a href="#">В ЄС оцінили можливий ефект глобального податку на мільярдерів у \$250 млрд на рік</a>	додавання, упущення (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	2
270	<a href="#">China imposes export curbs on graphite</a>	<a href="#">Китай запроваджує обмеження на експорт графіту у відповідь на закриття США доступу до ШІ-чипів. Що це означає</a>	додавання (лексична трансформація)	
271	<a href="#">Tesla CEO Musk's demand warning sparks selloff in EV stocks</a>	<a href="#">Акції Tesla стрімко падають після виступу Ілона Маска. Автовиробник може втратити \$70 млрд капіталізації</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
272	<a href="#">Nokia to cut up to 14,000 jobs as US demand shrinks, growth uncertain</a>	<a href="#">Nokia скоротить до 14 000 робочих місць у межах програми зменшення витрат</a>	контекстуальна заміна, упущення (лексичні трансформації)	3
273	<a href="#">Germany eyes faster entry of Ukrainian refugees into labour market</a>	<a href="#">Німеччина поспішає інтегрувати українських біженців у свій</a>	додавання, модуляція (лексичні трансформації)	3

		<a href="#">ринок праці.</a> <a href="#">Роботодавці</a> <a href="#">послаблять низку</a> <a href="#">вимог</a>		
274	<a href="#">Ukraine's Risky Bet Pays Off With Ships Streaming to Ports</a>	<a href="#">Україні вдалося повернути контроль над експортом зі своїх портів попри вихід РФ з «зернової угоди» – Bloomberg</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
275	<a href="#">X Is Testing \$1 Annual Fee in New Zealand, Philippines to Fight Spam</a>	<a href="#">Платформа X тестує річну підписку за \$1 для боротьби з фейковими акаунтами</a>	додавання, упущення, контекстуальна заміна (лексичні трансформації)	3
276	<a href="#">Why the U.S. Government Has \$5 Billion in Bitcoin</a>	<a href="#">Уряд США має на підконтрольних гаманцях \$5 млрд у біткоїнах – WSJ</a>	додавання (лексична трансформація)	3
277	<a href="#">ECB Seen Preserving Peak Rates Until Second Half of Next Year</a>	<a href="#">ЄЦБ може зберегти пікові ставки до другої половини 2024 року. Нещодавно банк підвищив їх вдвічі</a>	калькування, конкретизація, додавання (лексичні трансформації)	4
278	<a href="#">Dutch prosecutor fines four companies that helped Russia build Crimea bridge</a>	<a href="#">Нідерланди оштрафували чотири компанії, які допомагали Росії будувати Кримський міст</a>	генералізація (лексична трансформація)	3
279	<a href="#">‘They’re opportunistic and adaptive’: How Hamas is using cryptocurrency to</a>	<a href="#">ХАМАС збирав пожертви для нападу на Ізраїль у криптовалюти через соцмережі – CNN</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2

	<a href="#">raise funds</a>			
280	<a href="#">EU urges Musk to tackle spread of disinformation on X after Hamas attack</a>	<a href="#">Фейки і прославлення насильства. У ЄС закликали Ілона Маска боротися з поширенням дезінформації в X</a>	додавання, упушення (лексичні трансформації)	3
281	<a href="#">Samsung Q3 profit set to slump 80% as chip losses persist</a>	<a href="#">Прибуток Samsung у третьому кварталі міг впасти на 80%. Аналітики вказують на зниження цін на чипи пам'яті</a>	додавання, конкретизація (лексичні трансформації)  перестановка, членування речення (граматичні трансформації)	3
282	<a href="#">NATO Member Finland on Alert as Gas Pipe Sabotage Suspected</a>	<a href="#">«Це може статися і знову». Фінляндія розцінює як саботаж витік газу в трубопроводі Balticconnector</a>	додавання, конкретизація, упушення (лексичні трансформації)	2
283	<a href="#">Biden team weighs using State Department grants to fund weapons for Ukraine</a>	<a href="#">Адміністрація Байдена може задіяти гранти Держдепу для додаткової військової допомоги Україні – Politico</a>	конкретизація, генералізація, додавання (лексичні трансформації)	3
284	<a href="#">Alibaba accused of 'possible espionage' at European hub</a>	<a href="#">Alibaba запідозрили у шпигунстві у Бельгії. Логістичний підрозділ перебуває під наглядом спецслужб через використання конфіденційних</a>	конкретизація, упушення, додавання (лексичні трансформації)	3

		<a href="#">даних</a>		
285	<a href="#">Russia scrambles to cover ballooning cost of Ukraine war</a>	<a href="#">Потроєння акцизів, нові експортні мита та зростання комуналки. Як Росія планує покрити видатки на війну у бюджеті-2024</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	1
286	<a href="#">EU estimates Ukraine entitled to €186bn after accession</a>	<a href="#">Україна матиме право на отримання €186 млрд підтримки після вступу до ЄС – розрахунки блоку</a>	додавання (лексична трансформація)  перестановка (граматична трансформація)	3
287	<a href="#">Ukraine prepares for winter again as Russia targets its power grid</a>	<a href="#">Україна зберігатиме нові трансформатори в сусідніх країнах через загрозу обстрілів Росією – The Economist</a>	контекстуальна заміна, додавання (лексичні трансформації)	1
288	<a href="#">Brussels to unfreeze Hungary funds as it seeks help for Ukraine</a>	<a href="#">ЄС може розморозити €13 млрд для Угорщини задля допомоги Україні – Financial Times</a>	генералізація, конкретизація, додавання (лексичні трансформації)	3
289	<a href="#">Japan puts the brakes on lucrative used-car trade with Russia</a>	<a href="#">Японія за допомогою санкцій загальмувала торгівлю вживаними автомобілями у Росії на \$2 млрд</a>	додавання, конкретизація (лексичні трансформації)	1
290	<a href="#">Asia faces one of worst economic outlooks in half a century, World Bank</a>	<a href="#">Азії загрожують одні з найгірших економічних перспектив за пів</a>	додавання (лексична трансформація)	3

	<a href="#">warns</a>	<a href="#">століття через кризу нерухомості в Китаї та політику США – прогноз Світового банку</a>		
291	<a href="#">LVMH Billionaire Bernard Arnault Probed Over Possible Money Laundering</a>	<a href="#">Французького мільярдера, очільника LVMH Бернара Арно запідозрили у відмиванні грошей</a>	транскрибування, додавання, опущення (лексичні трансформації)	3
292	<a href="#">Eurozone inflation hits 2-year low as US price pressures ease</a>	<a href="#">Інфляція в єврозоні досягла дворічного мінімуму. Це може призвести до припинення підвищення ставок ЄЦБ</a>	упущення, додавання (лексичні трансформації)	3
293	<a href="#">Elon Musk Wins US Space Force Contract for Starshield</a>	<a href="#">SpaceX Ілона Маска отримала контракт від Космічних сил США на супутниковий зв'язок Starshield</a>	додавання, конкретизація (лексичні трансформації)	3
294	<a href="#">OpenAI Seeks New Valuation of Up to \$90 Billion in Sale of Existing Shares</a>	<a href="#">OpenAI почала пропонувати акції інвесторам при оцінці компанії до \$90 млрд – WSJ</a>	описовий переклад (лексико-граматична трансформація)	4
295	<a href="#">Musk's X Is Biggest Outlet of Russia Disinformation, EU Says</a>	<a href="#">Єврокомісія вважає платформу X Ілона Маска найбільшим засобом поширення російської дезінформації</a>	конкретизація, додавання, модуляція (лексичні трансформації)  перестановка (граматична трансформація)	4
296	<a href="#">OpenAI Gives</a>	<a href="#">OpenAI надасть</a>	дослівний переклад	5

	<a href="#">ChatGPT the Ability to Speak in Five Different Voices</a>	<a href="#">ChatGPT можливість говорити п'ятьма різними голосами</a>	(граматична трансформація)	
297	<a href="#">Russia's Invasion Triggers Baby Bust in Ukraine</a> <a href="#">A slump in births is accelerating decades of population decline and deepening a demographic crisis</a>	<a href="#">Народжуваність в Україні через війну наближається до світового антирекорду – WSJ</a>	прийом цілісного перетворення (лексико-граматична трансформація)	2
298	<a href="#">Biden tells Zelenskyy that U.S. will send Ukraine ATACMS long-range missiles</a>	<a href="#">Байден пообіцяв Зеленському невелику кількість далекобійних ракет ATACMS – NBC News</a>	додавання (лексична трансформація)	3
299	<a href="#">Russia Plans Huge Defense Spending Hike in 2024 as War Drags</a>	<a href="#">Росія планує збільшити видатки на оборону більш ніж на \$45 млрд у держбюджеті на 2024 рік, з 3,9% до 6% ВВП</a>	додавання, конкретизація (лексичні трансформації)	3
300	<a href="#">EU Commission Prepares to Recommend Ukraine Membership Talks</a>	<a href="#">Єврокомісія у жовтні рекомендуватиме розпочати переговори про вступ України до ЄС – Bloomberg</a>	додавання, конкретизація (лексичні трансформації)	3

## ДОДАТОК А

Типи заголовків

	Тип заголовка	Мета використання	Приклад
1	Прямий заголовок	Прямий заголовок чітко вказує на мету статті. Зазвичай він містить факти, які підсумовують загальну ідею статті. Завдяки прямому заголовку читачі точно знають, що вони збираються прочитати або побачити.	<i>"15 Puppy Pictures To Cheer You Up"</i>
2	Непрямий заголовок	Він натякає на головну думку статті, щоб зацікавити читачів дізнатися про що йдеться в тексті.	<i>"Shoe company floats on in 2021"</i>
3	Новинні заголовки	Такі заголовки містять важливу інформацію про компанію або її продукцію. Журналісти часто використовують їх в новинних статтях, щоб ефективно ділитися свіжою інформацією з громадськістю.	<i>"Beach Cove Taffy Announces New Location Near Myrtle Beach"</i>
4	Заголовки, які починаються на "Як?"	Цей тип заголовків навчає читачів як опанувати нову навичку або розв'язати проблему за допомогою покрокової інструкції. Це також допомагає наголосити на тому, чому саме ця стаття може бути корисною для читачів.	<i>"How To Drive in a Foreign Country Like a Local"</i>
5	Заголовок-питання	Заголовок-питання ставить питання перед читачами з наміром надати відповідь на нього в статті.	<i>"Do You Know Which of Our Vegetables Has the Most Vitamins?"</i>
6	Заголовок в наказовій формі	Такі заголовки повідомляють читачам, що робити або про що вони можуть дізнатися, прочитавши статтю. Зазвичай	<i>"Simplify Your Wardrobe With This New Technique"</i>



		його використовують в рекламних цілях.	
7	Заголовок "причина чому"	Цей заголовок пояснює аудиторії причину різних ситуацій. Зазвичай такі статті мають форму списку і їх легко переглядати, тому багато читачів надають їм перевагу.	<i>"8 Reasons Why Your Outfit Is Affecting Your Interview"</i>
8	Емоційний заголовок	Емоційні заголовки зазвичай націлені на викликання у читачів позитивних або негативних почуттів, щоб заохотити аудиторію прочитати статтю.	<i>"Ways You Can Prevent Work Burnout in the New Year"</i>
9	Заголовок, що містить гру слів	У заголовку, що містить гру слів, використовується творче поєднання слів і фраз, як правило, у формі каламбуру або іронії. Журналісти часто використовують такі заголовки, коли намагаються зробити неважливу тему кумедною.	<i>"Local Auto Race Hits Bump in the Road"</i>
10	Заголовок, що містить назву бренду	У заголовках, присвячених брендам, використовуються впізнавані організації, щоб порівняти бізнес або продукцію компанії з її конкурентами. Це може бути корисно для нових компаній, які намагаються вийти на подібний ринок нарівні з більш відомими компаніями.	<i>"Skeeter Expected to Gain More Popularity Than Peach Scooter"</i>
11	Заголовок зі словом "найкращий"	Заголовки такого типу приваблюють читачів, які шукають інформацію про якісь місця або товари з хорошою репутацією і найвищим рейтингом. Наприклад, найкращі ресторани, які варто відвідати, або найкращий одяг, який варто купити.	<i>"Best Cities To Live in After College"</i>

12	Заголовок, який складається з двох частин	У заголовках, що складаються з двох частин, використовується розділовий знак, наприклад, двокрапка, тире або дужки, щоб об'єднати дві ідеї. Зазвичай обидві частини таких заголовків можуть писатися окремо, але разом вони збільшують шанси привернути увагу читача.	<i>"Why Word-of-Mouth Advertising Can Increase Sales: The Five Key Steps"</i>
13	Заголовки, які звертаються до читача	Такі заголовки використовують другу особу множини, щоб звернутися до читачів та зацікавити їх у статті.	<i>"Here's How You Could Make \$1,000 From Your Couch"</i>
14	Заголовок з назвою конкретної місцевості	Ці заголовки приваблюють читачів тим що дають їм змогу відчувати себе причетними до певної групи людей. Для цього вони фокусуються на чомусь спільному для людей у певній місцевості.	<i>"12 Things Anyone Who Lives in Seattle Knows To Be True"</i>
15	Заголовок, що кидає виклик переконанням	Заголовок, що викликає сумніви, переконує людей прочитати статтю, використовуючи техніку зворотної психології. Зазвичай такі заголовки починаються зі слів "Ви не повірите...", що часто викликає у людей бажання прочитати статтю, аби зрозуміти, чи справді вона їх здивувала.	<i>"You Won't Believe How Celebrities Are Losing Belly Fat"</i>
16	Контroversійний заголовок	Конфронтаційні заголовки є переконливими, оскільки вони приваблюють людей, які або згодні із заголовком, або мають протилежну думку. Представлення суперечливої позиції може спонукати людей прочитати статтю і подивитися, чи змінила вона їхні погляди.	<i>"12 Reasons Why Recycling Is Hurting the Planet"</i>

17	Заголовок "підкріплений наукою"	Цей заголовок надає твердження, підтверджуючи його тезу науковими даними та доказами. Автори використовують такі заголовки для статей, які містять дослідження певної ідеї.	<i>"Scientists Believe Cicadas Are About To Emerge From Underground"</i>
18	Заголовок, що містить додаткову інформацію	Зазвичай ці заголовки складаються з двох частин, перша з яких надає контекстну інформацію, а друга пояснює значення або причину першого твердження.	<i>"Millionaire Donates \$5 Million To Local Grocery Store; Thanks Cashiers With Bonus"</i>
19	Заголовок-відгук	Заголовок-відгук починається з цитати споживача продукції компанії, щоб надати читачам об'єктивну, неупереджену інформацію від людини, яка користувалася якоюсь продукцією.	<i>"This Cooking Plan Helps Me Make Meals for My Picky Children"</i>