

4. Кокіна В. В. Статистичний аналіз дієслівної лексики в авторському стилі / В. В. Кокіна // Мова і культура. – 2003. – Вип. 6. – Т. 3/2. – С. 63–69.
5. Кононенко В. І. Мова у контексті культури : [монографія] / Віталій Іванович Кононенко. – К., Івано-Франківськ : Плай, 2008. – 389 с.
6. Мухин, М. Ю. Лексическая статистика и идиостиль автора : корпусное идеографическое исследование (на материале произведений М. Булгакова, В. Набокова, А. Платонова, М. Шолохова) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / М. Ю. Мухин. – Екатеринбург, 2011. – 43 с.
7. Науменко А. М. Від рецепції через інтерпретацію до аналізу / Анастолій Максимович Науменко // Нова філологія. – Запоріжжя : ЗДУ, 2000. – № 1. – С. 305–319.
8. Павличко О. О. Щодо статистичних параметрів авторського стилю (на матеріалі творів Е. М.Ремарка) / Оксана Олексіївна Павличко // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. пр. – К. : ВПЦ “Київський університет”, 2010. – Вип. 29. – С. 186–191
9. Павлищенко О. Маркери авторського ідіолекта в лексико-семантичних полях дієслів англословної художньої прози / О.Павлищенко // Мова і культура. – 2004. – Вип. 7. – Т. 4, Ч. 2. – С. 314–315.
10. Підгорна А. Б. Лінгвальні засоби актуалізації авторських моделей світу в романах сестер Бронте : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / Анна Борисівна Підгорна; Одес. нац. ун-т ім. І. І.Мечникова. – О., 2008. – 20 с.
11. Стельмах Б. Індивідуальний стиль як об’єкт лінгвостилістичних досліджень / Б. Стельмах // Вісник Уман. Педуніверситету : зб. наук. пр. / голов. ред. В. Г.Кузь. – К. : Знання України, 2004. – С. 228–233. – Серія: “Філологія (мовознавство)”.
12. Berührungbeziehungen zwischen Linguistik und Literaturwissenschaft / Michael Hoffmann, Christine Keßler (Hrsg.). – Frankf. /M. etc. : Lang, 2003. – 374 S.

**Інна Збіглей, Олеся Мусурівська**  
(Чернівці)

## **СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ У ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ТА НАУКОВОМУ СТИЛЯХ**

*Стаття присвячена вивченню стилістичних особливостей англословних заголовків у публіцистичному та науковому стилях. Предметом дослідження є стилістичні фігури, які вживаються у заголовках новин та наукових заголовках.*

*Для досягнення поставленої мети у статті розглянуто теоретичні питання, пов’язані з визначенням терміну „заголовок” та його*

основних функцій, класифікації заголовків; досліджено закономірності вживання різних стилістичних фігур у сучасних англомовних заголовках публіцистичного та наукового стилів.

**Ключові слова:** заголовок, стилістичні засоби, публіцистичний стиль, науковий стиль

*Статья посвящена изучению стилистических особенностей англоязычных заголовков в публицистическом и научном стилях. Предметом исследования являются стилистические фигуры, которые используются в заголовках новостей и научных заголовках.*

*Для достижения поставленной цели в статье рассмотрены теоретические вопросы, связанные с определением понятия “заголовок” и его основных функций, классификации заголовков; исследованы закономерности употребления различных стилистических фигур в современных англоязычных заголовках публицистического и научного стилей.*

**Ключевые слова:** заголовок, стилистические приемы, публицистический стиль, научный стиль

*The article is dedicated to the study of stylistic peculiarities of English headlines in publicistic and scientific styles. The object of the study is the use of stylistic devices in news and scientific headlines.*

*The article studies the definitions of headlines, their main functions and structure. The classification of headlines are viewed; the use of different stylistic devices in modern English headlines of publicistic and scientific styles is investigated, an integrated analysis of the most common stylistic devices in the headlines is made, the regularity of usage of the expressive means in the headlines of publicistic and scientific styles is investigated. The headline is the text indicating the nature of the article below it. The most important function of the headline is to rule the reader's attention, that's why very often various expressive means and stylistic devices are used in publicistic headlines but rather rarely in scientific ones, though they play rather significant role. Such prominent scientists as Safonov, Maliuha, Kovalenko, Arnold, Lazareva investigated the role of the headlines, their functions and peculiarities. The publicistic style is used in public speeches and printed public works which are addressed to a broad audience and revealed important social or political events, public problems of cultural or moral character. The scientific style is employed in professional communication to convey some information. Its most conspicuous feature is the abundance of terms denoting objects, phenomena and processes characteristics of some particular field of science and technique.*

**Key words:** headline, stylistic devices, publicistic style, scientific style

Заголовок був і залишається предметом дослідження лінгвістів, літературознавців, журналістикознавців, психологів, але до сьогодні остаточно не з'ясована його роль у структурі тексту. Це доводить значущість, першорядність заголовка у процесі сприйняття та розуміння публіцистичного, наукового та будь-якого іншого твору [9, с.210]. Найважливіша функція заголовка – керувати увагою читача, саме тому все частіше у заголовках ми спостерігаємо використання різноманітних художньо–виразних засобів, які інтригують нас, цікавлять і змушують звернутися до тексту статті публіцистичного стилю. Але вживання експресивних засобів у науковому стилі є менш поширеним, хоча відіграють вони не менш значну роль. Роль заголовків в англо–американській пресі досліджували А. Сафонов, М. Бахарев, В. Ронгінський, О.М. Малюга, А.М. Коваленко, І.В. Арнольд. Опису функціонально–стилістичних особливостей заголовків присвячені праці М.А. Шамелашвілі, А.Н. Сухачової. О.С.Толомасова вивчала структурно–функціональні особливості американської і британської преси.

Незважаючи на суттєвий науковий доробок, отриманий у різний час у межах даної проблематики, деякі питання, що стосуються стилістичних особливостей заголовків публіцистичного, а особливо, наукового стилів, залишилися невисвітленими, що складає **актуальність** цього дослідження.

**Метою** даної статті є виявлення стилістичних особливостей заголовків у науковому та публіцистичному стилях.

Досягнення поставленої мети зумовлює необхідність вирішення таких конкретних **завдань**:

- визначити головні характеристики заголовків;
- визначити основні функції заголовка;
- розглянути класифікації заголовків;
- провести комплексний аналіз найбільш вживаних стилістичних фігур у наукових заголовках та заголовках новин;
- дослідити закономірності вживання експресивних засобів у заголовках публіцистичного та наукового стилів;

**Матеріалом** дослідження слугував корпус із 500 заголовків сучасної англomовної преси на основі ЗМІ: *BBC* [11], *CNN* [12], *The Guardian* [14], *The New York Times* [15] та *Yahoo news* [16] та 500 заголовків сучасного наукового видання *Science Daily* [13].

Оскільки до заголовків така значна увага, то відповідно й визначень цього поняття чимало. Зокрема, В. Іванов вважає, що «заголовок – це складова частина, постійний елемент газети – незмінний, повсякденний, завжди присутній у газетному номері» [5, с. 109] «ефективний заголовок у газеті – це концентроване відображення головної ідеї твору, основної думки автора, але відображення максимально стисле, лаконічне, чітке, конкретне» [5, с. 109–110]. Науковець також наголошує на максимальній інформативності заголовка, його публіцистичній гостроті й експресивності, виразності в ньому почуттів і думок, звертає увагу на його структурну завершеність, інтонаційну виразність, точність термінів [5, с. 110]. «Скомпресованим нерозкритим змістом тексту» [4, с. 147] називає його А. Євграфова; це те, що «виражає основний задум, ідею, концепт творця» [2, с. 133] – пише І. Гальперін. На погляд М.–Ю.–Л. Паташюте заголовок «несе максимальну інформацію» і «становить ніби скомпресований варіант усієї статті чи замітки» [7, с. 86]. Заголовок наукового тексту – інформативна одиниця, що відображає тему поданого твору і відповідає змісту тексту. Він відображає задум автора, визначає межі інформації, яку той має подати. Кількома словами, одним реченням необхідно не лише передати основний смисл наукового тексту, а й зацікавити читача.

Перелік характеристик, що їх повинен мати близький до ідеального заголовок такий: простота, однозначність, максимальна інформативність, лаконічність, об'єктивне відображення тематичного змісту тексту, самобутність і оригінальність, публіцистична гострота й експресивність, виразність почуттів, думок, структурна завершеність та інтонаційна виразність, актуальність і конкретність, відповідність змісту матеріалу, точність термінів [1, с. 170]. Аналізуючи наукові праці Є. Лазаревої, А. Євграфової, О. Калякіної, ми вияснили що основними функціями наукового заголовка є номінативна та інформативна, а для заголовків ЗМІ, крім цих функцій, важливими ще є рекламна, експресивно– оцінна, інтегративна та композиційна.

Ми також розглянули різноманітні класифікації заголовків. Неможливо назвати один або кілька типів заголовків, адже майже кожен науковець, який займається цією проблематикою, висуває власну типологію. Так, наприклад, В.І. Іванов за способом поліграфічного виконання поділяє всі заголовки в газеті на набірні та клішовані [5, с. 123], а залежно від оформлення заголовків В. Е. Шев-

ченко виділяє шрифтові та зображальні [10, с. 391]. Що стосується наукових заголовків, то науковці виділяють заголовки загального характеру, заголовки, які конкретизують питання, що досліджуються автором та такі, що відображають особливості авторської постановки питання.

Проаналізувавши заголовки публіцистичного стилю, ми досліддили, що серед фонетичних стилістичних прийомів і способів вираження найпоширенішими в газетних заголовках виявилися алітерація *“Tattoo typo tumult takes toll on Texan”* [16] та асонанс *“For the Tech-Savvy With a Need for Speed, a Limited Choice of Towns With Fiber”* [15].

Серед лексичних стилістичних прийомів, що використовуються в заголовках, перше місце по частотності займає епітет. Оскільки в епітеті експліцитно виражається оцінка суб'єкта або об'єкта дії і суб'єктивне відношення автора або газети до інформації, що подається, то він поширений в жанрах публіцистичного характеру: *“Underground picnic targets 'Women Who Eat on Tubes' Facebook group”* [14];

Друге місце по частотності вживання належить метафорі: *“Russian Lada 'chases Ukraine tank”* [11]; *“Violent protests sweep Ukraine”* [12];

Тут в першу чергу звертає на себе увагу той факт, що тенденція до стандарту і експресії підтримується шляхом переважаючого вживання мовних (стертих) метафор, з одного боку, і спробами оживити стертий образ, з другого [8, с. 135].

Метонімія *“Russia tests Obama's ability to stop its advances”* [16] та персоніфікація *“It seems that Microsoft's 'Scroogled' campaign has finally died”* [16] також належать до найчастіше використаних стилістичних засобів на лексичному рівні.

Порівняння доволі рідко зустрічається в заголовках до текстів публіцистичного характеру: *“I'm like the Mona Lisa”* [11].

Особливістю газетного заголовку є алюзія на добре відомі факти та події дня. Найчастіше такі алюзії зустрічаються в статтях, що коментують події в межах країни. Залежно від характеру газети, від змісту самої статті, від мети, яку ставить автор, змінюється характер алюзії, тип образності та співвідношення розмовних і книжних елементів у статті [8, с. 132]. У проаналізованому матеріалі було знайдено лише один випадок використання цієї стилістичної фігури: *“Search is on for good Samaritan who turned in 4-carat diamond ring at Newark Airport”* [16].

Аналізуючи англомовні заголовки вищезгаданих ЗМІ, ми відзначили те, що наступні стилістичні лексичні фігури також вживаються досить рідко: оксюморон був відзначений у трьох випадках “*The Oldest Hatred, Forever Young*” [15], антитезис – у п’яťох “*Clive Palmer's nickel refinery shut, says government, but open, says Palmer*” [14] та іронію було знайдено у трьох заголовках “*Woman complains to police about marijuana quality*” [16].

У газетних заголовках часто зустрічається еліпсис: “*Debenhams to bring in new names after profit slide*” [14], “*South Africa a 'failed country'?*” [12]. Слід підкреслити, що багато еліптичних речень, які були б стилістично маркованими в інших стилях, в газетних заголовках є нормою [3]. Широке використання еліптичних речень у заголовках газетних статей пояснюється закладеною в них здатністю виражати думку в максимально стислій формі та створювати інтригу. Еліптичність заголовків, по–перше, відповідає основній з вимог, що висувається до заголовків – лаконічність. По–друге, вона дозволяє концентрувати увагу на найголовнішому в повідомленні, звільняючи його від усього другорядного, що дозволяє підсилити дієвість такого повідомлення і полегшує його сприйняття [6, с. 45].

Для газетних заголовків характерне вживання різних видів повторень: послідовне повторення “*It's a mad, mad, mad, 'Mad Men' world*” [12], анафора “*Henri Matisse: The Cut-Outs review – 'how rich, how marvellous, how alive'*” [14], анадиплосис “*Users' Stark Reminder: As Web Grows, Grows Less Secure*” [15].

У проаналізованих заголовках рідко зустрічаються паралельні конструкції: “*Come Here, Look Back, Move Forward*” [15], “*Sleepwalking girl gets into car, drives, and then crashes into four vehicles*” [16].

Ще одним засобом експресивного синтаксису є стилістична інверсія: “*In a Complex World, Youth Who Have Lost Their Way*” [15]; “*Red-Hot Brewers Win by Swinging Freely, Always*” [15]; “*Libraries are dying? Think again*” [12]. Іноді інверсія в заголовку робить його настільки емоційно забарвленим, що на перший план виступають функції емоційного впливу на читача: оцінна, рекламна і в незначному ступені інформативна функція [8, с. 127].

Отже, найбільш вживаними стилістичними фігурами у заголовках публіцистичного стилю є епітет, еліпсис та метафора.

Відомо, що вживання експресивних засобів у науковому стилі є менш поширеним, ніж у публіцистичному, чи будь–яких інших сти-

лях, але вони відіграють не менш значну роль. Провівши наше дослідження, ми виявили, що експресивні засоби вживаються вкрай рідко у заголовках наукового стилю та отримали наступні результати:

Серед фонетичних стилістичних прийомів було виявлено алітерацію (зустрічається у 3 заголовках), наприклад *“Paleoclimate, Proxies, Paleosols, and Precipitation: A Look to the Future”* [13].

Серед лексичних стилістичних прийомів, що використовуються в наукових заголовках, найчастіше вживаною є метафора (25 заголовків): *“Some Things Hugs Can't Fix: Parental Warmth Does Not Remove Anxiety That Follows Punishment”* [13]. Зустрічаються також і епітети (5 заголовків): *“More Than a Million Stars Are Forming in a Mysterious Dusty Gas Cloud in a Nearby Galaxy”* [13]. Було виявлено у даній вибірці й один випадок вживання перифразу *“Three Million Egg-Laying Hens Killed Each Year: Redundant Egg Layers Can Become Food”* [13] та один заголовок з використанням порівняння: *“Why Comets Are Like Deep Fried Ice Cream”* [13]. Виявили ми і заголовок із вживанням антономазії – *“Settling for 'Mr. Right Now' Better Than Waiting for 'Mr. Right', Shows Model of Digital Organisms”* [13].

Щодо синтаксичних стилістичних засобів і прийомів, то найчастотнішими є риторичні запитання (14 заголовків). Їх використання робить текст наукових заголовків яскравим та емоційно-експресивним: *“Why Isn't the Universe as Bright as It Should Be?”* [13]. На цьому рівні були також знайдені еліipsis (5 заголовків): *“Low Back Pain Risk Factors Identified”* [13], один випадок вживання алюзії: *“Epidemics: To Quarantine or Not to Quarantine”* [13], один науковий заголовок із повторенням: *“More Schools, More Challenging Assignments Add Up to Higher IQ Scores”* [13] та єдиний приклад із використанням антитези: *“When Is a Pollock Not a Pollock? Computer Analysis Verifies Authenticity of Jackson Pollock's Drip Painting”* [13].

Отже, наше дослідження підтвердило, що заголовки публіцистичного стилю є більш стилістично забарвленими, ніж заголовки наукового стилю. Експресивність не властива науковому стилю, а різноманітні стилістичні засоби і прийоми використовуються у наукових заголовках дуже рідко.

**Перспективи подальших досліджень** вбачаємо у можливості проведення порівняльного аналізу стилістичних особливостей заголовків англомовних та україномовних ЗМІ.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Блисковский З. Д. Заголовок / З.Д. Блисковський // Газетные жанры. – М., 1971. – С. 166–182.
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М.: Наука, 1981. – 140 с.
3. Грицай І.С. Засоби масової інформації як окремих підстиль публіцистичного стилю [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.kamts1.kpi.ua/node/1008>
4. Євграфова А.О. Заголовок як актуалізатор текстової інформації / А.О. Євграфова // Стиль і текст : зб. наук. ст. / за ред. В. В. Різуна ; Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2003. – № 4. – С. 141–147.
5. Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети: Курс лекцій / В.Ф.Іванов – К.: Знання, КОО, 2000. – 222 с.
6. Коваленко А.М. Заголовок англомовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика: дис. ... канд. Філол. наук: 10.02.04 / Київськ. нац. лінгв. ун-т. / Коваленко Анатолій Михайлович. – К. – 2002. – 187с.
7. Паташюте М.–Ю.–Л. Информативность заголовка / М.–Ю.–Л. Паташюте // Вестник Московского ун-та. – 1975. – № 2. – С. 83–86. – (Серия X Филология).
8. Шамелашвили М.А. Функционально–стилистические особенности газетных заголовков (на материале прессы Великобритании и США): дисс. ...канд. филол. наук: 10.02.04 / Шамалашвили Мзия Абрамовна. – М., 1982. – 197 с.
9. Шаповалова Г.В. Лексико–стилистические особенности заголовков в современных украинских печатных СМИ / Г.В. Шаповалова // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – 2011. – Т.24 (63). – №4. – Часть 1. – С.204–210. – (Серия «Филология. Социальные коммуникации»).
10. Шевченко В. Е. Заголовки як спосіб впливу на суспільну свідомість / В. Е. Шевченко // Наукові записки Луганського національного педагогічного університету : [зб. наук. праць]. – У 3–х т. – Вип. 5, Т. 1. – Луганськ : Альма-матер, 2004. – С. 388–397. – (Серія «Філологічні науки»).

## СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ

11. BBC [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.bbc.com/news/world/>
12. CNN [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://edition.cnn.com/>
13. Science Daily [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.sciencedaily.com /videos/ed61d4363771bc0bf5d331ec00e20880.htm>
14. The Guardian [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.theguardian.com/uk>
15. The New York Time [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.nytimes.com/>
16. Yahoo news [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://news.yahoo.com/>