

ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ И СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

Наумёнок И.В.

Белорусский государственный университет

Аннотация. В данной статье рассматриваются лексико-грамматические и стилистические особенности газетных заголовков на примере англоязычного новостного источника «Fox News». Актуальность данной статьи обусловлена тем, что несмотря на быстрый рост информационных технологий, новостные издания занимают важное место в жизни современного человека.

Ключевые слова: заголовок, функции заголовка, стилистические особенности, лингвистические особенности, грамматические особенности, перефраз, метафора, гипербола, клише.

Перед тем как начать читать какое-либо публицистическое издание человек первым делом обращает свое внимание на заголовок, для того чтобы понять содержание выбранной им статьи. Учеными доказано, что более семидесяти процентов людей получают новостную информацию только благодаря новостным заголовкам.

Современные исследователи выделяют целый ряд **функций** заголовков, среди которых:

- *информативная;*
- *графически-выделительная;*
- *интегративная;*
- *рекламная;*
- *оценочно-экспрессивная;*
- *номинативная.*

Заголовки в англо-американских газетах имеют две основные **задачи**: привлечение внимания и краткая подача содержания. Из этого следует, что английская пресса имеет особый специфический стиль заголовка, отличительной чертой которого является экспрессивность. Как правило, заголовки – это максимально лаконичные фразы без второстепенных элементов, в которых используется общеупотребительная лексика для максимальной доступности. В заголовках современных новостных изданий часто встречаются следующие речевые фигуры: **метафора, гипербола, клише, перифраз.**

Метафора как стилистический прием является одним из наиболее распространенных элементов в публицистике, которые мгновенно проникают в сознание читателей газет и способствуют формированию конкретных установок по восприятию газетного материала. В основе метафоры лежит подобие – название и признаки одного предмета переносят на другой: «*Texas school under fire for 'chivalry' assignment, instructing girls to 'obey' male students*». – ‘Школа в Техасе подверглась критике за "рыцарское" задание: девочки должны "подчиняться" мальчикам’. В данном заголовке используется метафоричность, т.е. не прямое значение слов *under fire* – ‘под огнем’, а переносное – «*находится под давлением, быть мишенью нападок, подвергаться критике*».

Наиболее часто встречаемой фигурой речи в заголовках английских новостных изданий является гипербола. **Гипербола** — это преувеличение свойств или качеств объекта, а также действий: «*Prince Charles launches fashion line and it's royally expensive*» – ‘Принц Чарльз запускает модную линию одежды и это по-королевски дорого’. В данном заголовке используется гипербола

«*royally expensive*», чтобы подчеркнуть статус и высокую цену данной одежды.

Разговорный характер большей части заголовков англоязычной прессы проявляется в широком использовании **клише** и различных устойчивых выражений. Это способствует привлечению внимания читателей, а также придает заглавию статьи яркую эмоциональную окраску: «*Queen Elizabeth II doesn't want 'family drama' this late in her reign*» – ‘Королева Елизавета II против “семейной драмы” в конце своего правления.’ Под выражением ‘семейная драма’ мы понимаем конфликтные отношения в кругу семьи.

Перифраз — это прием, позволяющий заменить название предмета или явления. Их используют в заголовках, чтобы привлечь внимание читателя, однако некоторые из них достаточно сложно понять, не прочитав публикацию: «*Max Lucado: Got worries about COVID, a job, food, family? Give your fears to the Father*» – ‘Беспокойтесь из-за COVID, работы, еды, семьи? Отдайте свои страхи Отцу’. В данном случае это «*Father*» – Отец, в значении Бог, Всевышний.

Заголовки английских газетных изданий обладают рядом грамматических особенностей: употребление инфинитива в качестве будущего времени, опущение глагола при цитировании, именные и неполные предложения. Они помогают раскрыть всю суть языка. Часто английские издания используют инфинитив для передачи будущего: «*Amy Winehouse's mom Janis to release a new doc 10 years after singer's death*» – ‘Мать Эми Уайнхаус Дженис выпустит новый документальный фильм посвященный 10-й годовщине смерти певицы’.

Глаголы, вводящие цитату, очень часто опускаются в англоязычных заголовках. Это происходит из-за того, что такой

глагол увеличивает размер заголовка, что в свою очередь уменьшает пространства самой статьи: «*Princess Eugenie shares adorable new photos of son August: 'The best present I could ask for'*» – ‘Принцесса Евгения делится очаровательными фотографиями сына Августа: "Лучший подарок, который я могла бы попросить"».

Именные предложения являются важной частью синтаксической композиции заголовка. Это объясняется тем, что такая структура обеспечивает большую экспрессивность. Употребление номинативных предложений делает заголовок более кратким и лаконичным, а также позволяет подчеркнуть важные аспекты статьи: «*Oscars' best picture nominees*» – ‘Номинанты на премию "Оскар"».

Предложение с отсутствующим главным членом среди заголовков употребляется крайне редко. Это можно объяснить тем, что отсутствие главного члена предложения приводит к тому, что заголовок не выполняет свою главную функцию – привлекать внимание читателя: «*The most anticipated movies of 2021*» – ‘Самые ожидаемые фильмы 2021 года’. В данном примере опущено сказуемое.

В данной статье, посвященной англоязычным газетным заголовкам, мы рассмотрели и изучили лексико-грамматические и стилистические особенности современных заголовков. Были исследованы особенности, а также проведен анализ англоязычных газетных заголовков на примере издания Fox News.

Стилистика газетного заголовка характеризуется частым употреблением: метафор, гипербол, клише, перифраз, употребление инфинитива в качестве будущего времени, опущение глагола при цитировании, именные и неполные предложения. Основной целью газетного заголовка является побудить читателя прочитать статью и ознакомиться с предложенным материалом автора. Также газетный

заголовок должен лаконично излагать содержание сообщения, сохраняя интригу и легкость восприятия. Рассмотренные нами лексико-грамматические и стилистические особенности газетного заголовка помогают сделать заголовок сжатым, но в то же время и достаточно информативным для читателя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнольд, И.В. Стилистика. Современный английский язык. Учеб. для вузов. – 4-е изд., испр. и доп./И.В. Арнольд. М.: «Наука», 2002.
2. Виноградов, В.С. Перевод: общие и лексические вопросы: Учебное пособие. – М: КДУ, 2006.
3. Герасимова А.П., Кузнецова А.А. Структурно-грамматические особенности заголовков англоязычной прессы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://surl.li/rbpz> - Дата обращения: 16.04.2021
4. Комиссаров, В.Н. Теория перевода. Лингвистические аспекты: Учебник для вузов / В.Н. Комиссаров. – М.: Альянс, 2013.
5. Стам И.С. Газетный заголовок: соотношение логического и эмоционального в свете социальной психологии (на материале центральных газет). // Вопросы стилистики. Вып. 18. – Саратов: Саратовский университет. 1982.