

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ СТАТЕЙ АНГЛОМОВНОЇ ПЕРІОДИКИ

Доп. - Герман О.А., ПР-24

Наук. кер. - к.філол.н., доц. Козловська Г.Б.

В останні роки значно зріс інтерес до вивчення скомпресованих форм мовлення, серед яких називають і заголовки. Хоча перші спроби аналізу заголовків, зокрема газетних, відносяться до 20-30-х років ХХ ст., на той час вони все ж таки не стали безпосереднім об'єктом лінгвістичних досліджень. У подальшому вивчення проблеми заголовків у науковій літературі головним чином було пов'язане з їхніми синтаксичними та структурними особливостями, тобто на рівні лінгвістичному та лінгвостилістичному. Сьогодні ж робляться спроби дослідити назву з точки зору паралінгвістичних засобів, виявити її вплив на реципієнта.

Заголовок – невід'ємна частина публікацій. Перше, із чим зустрічається читач періодичного видання, - це назва публікації. Заголовок стоїть перед текстом і несе інформацію про зміст публіцистичного твору. В той же час заголовки мають емоційне забарвлення, збуджують читацьку цікавість, привертають увагу.

Досліджуючи відображення у заголовку різних елементів смислової структури тексту (головна думка, тези, оцінка ситуації) заголовки поділяються на однонаправлені та комплексні. Однонаправлені виражають один елемент смислової структури тексту, комплексні - декілька елементів. За повнотою відображення у заголовку того чи іншого елемента тексту розрізняють повноінформативні та частковоінформативні заголовки.

Повноінформативні заголовки повністю актуалізують смисловий компонент тексту, відображають або тему, або головну думку, або будь-яку тезу, що розвиває головну думку. Частковоінформативні виражають не всю тезу, що складається з предмету мовлення та предикату, а лише одну її частину – логічну тему чи предикат.

Основними характеристиками вдалого заголовка є лаконічність, економічність, адекватність, інформативність, експресивність; привернення уваги та сполучуваність елементів.

Основні функції, притаманні заголовкам: номінативна, інформуюча, інтегруюча, видільна, контактоутворююча, прогноуюча, оцінно-експресивна.

Для увиразнення тексту заголовков може повторюватися один чи декілька разів у творі.

За допомогою стилістичних фігур заголовков може створюватися ефекти обманутого чи напруженого очікування.

З точки зору стилістики, заголовки англомовної періодики мають свої особливості. Переважно використовуються дієслівні заголовки, причому для позначення минулого часу найчастіше вживають теперішній історичний час, хоча зустрічаються й перфектні форми дієслів та *The Past Indefinite Tense*. Широко використовуються й стилістичні засоби. Серед них: фонетичні, семантичні і навіть синтаксичні. Стилiстичні засоби у заголовках вживаються, щоб привернути увагу потенційного читача та змусити його ознайомитися із статтею. Тобто за їх допомогою реалізуються функції експресивності, оцінності, привабливості заголовка та, звичайно ж, інформування читача. Ці ж функції реалізуються не тільки на вербальному рівні, але й на невербальному за допомогою паралінгвістичних засобів.

До паралінгвістичних засобів відносяться шрифти, лінійки, колір, графічні символи, засоби іконічної мови (малюнок, фотографія, таблиця й інші) та інші засоби. Інколи участь цих засобів в організації тексту охоплює лише його зовнішнє вираження, інколи - беруть участь ще й у вираженні змісту тексту.

Креолізовані тексти – це тексти, фактура яких складається з двох негомогенних частин: вербальної (мовної/мовленнєвої) та невербальної. Тобто до креолізованих відносяться тексти, домінанту поля паралінгвістичних засобів котрих становлять іконічні засоби.