

**Средства выразительности газетных заголовков англоязычной прессы**

***Базиянц Диана Эрнестовна***

*Студент (бакалавр)*

Северо-Кавказский федеральный университет, Факультет филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Кафедра лингвистики и лингводидактики, Ставрополь, Россия

*E-mail: dianabazyants@yandex.ru*

Одним из главнейших элементов публицистической статьи является заголовок, представляющий читателю возможность получить представление о содержании статьи, ее ценности.

Газетному заголовку как релевантному компоненту газетной информации в англоязычной прессе отведена весьма важная роль.

Изучение газетных заголовков неоднократно привлекало внимание таких лингвистов, как И. Р. Гальперин, В. А. Кухаренко, Э. А. Лазарева, И. А. Сыров, Л. С. Бархударов.

В первую очередь, нам представляется целесообразным обратиться к определению понятия «заголовок».

Так, по мнению Бархударова Л.С., заголовок - это компонент текста, тесно связанный с другими компонентами этой системы, занимающий стилистически сильную позицию, называющий текст и дающий первоначальную информацию о нем [1].

В исследованиях И. А. Сырова, заголовок понимается как коммуникативная единица в позиции перед текстом, являющаяся его названием, имеющая синтаксическое оформление, прямо или косвенно указывающее на содержание текста и отграничивающее одно речевое высказывание от другого [5].

Интересна точка зрения исследователей, согласно которой газетному стилю присуща направленность на реализацию конкретной коммуникативной функции, в частности информационной. Основной задачей газетного заголовка, поясняют ученые, является не только привлечение многообразной публики к предложенному материалу, но и воздействие на восприятие читателя. Очевидно, что прагматическое влияние на читателя эффективно достигается функциями заголовка [Герасимова А.П., Кузнецова А.А.].

Учитывая вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что основная задача заголовков, в том числе и в английских газетах заключается в том, чтобы привлечь внимание читателя, заинтересовать и даже поразить его, и лишь во вторую очередь заголовку поручается информационно-разъяснительная функция - сообщение читателю краткого содержания данной статьи.

Вследствие такой целенаправленности, уточняет автор, в английской прессе выработался особый стиль газетного заголовка, характерной чертой которого является чрезвычайная экспрессивность лексических, грамматических и синтаксических средств. Газетное заглавие очень часто выражает тот оценочный фон, который окрашивает весь текст, присутствует в каждом элементе его содержательной схемы. Эти, оценочные по своему характеру, заглавия актуализируют тот дополнительный коннотативный смысл, который заключен в содержательной структуре текста. Прямое выражение оценки - свойство газеты, которое следует из ее воздействующей функции. Оценочный заголовок настраивает читателя на определенное восприятие сообщения, прогнозирует отношение к тому, о чем говорится [Лазарева 1989: 34].

В качестве источников фактического материала нами были выбраны такие издания как: «New York Times», «The Guardian», «The Times», «The Daily Telegraph».

Особый интерес для нас представили заголовки, включающие в себя синтаксические, грамматические и лексические средства выразительности. Экспрессивные синтаксические конструкции в англоязычных газетных заголовках служат фиксации внимания читателя, содействуют лаконизации высказывания, передают различные негативные или положительные оценки автора, помогают интенсифицировать мысль, создавать впечатление объективности и т. д.

Для привлечения внимания читателя к основной мысли сообщения, в заголовках, как правило, опускаются артикли и личные формы вспомогательного глагола *to be*. Действие обычно выражается формами *Indefinite* или *Continuous*, о чем свидетельствует следующий заголовок, в котором отсутствуют и вспомогательный глагол, и определенный артикль:

Houses Smashed by Hurricane.

Таким образом, стилистические приемы в английской прессе находят свое отражение в грамматике (грамматические допущения, артикли, предлоги и т.д.).

Следующий заголовок, взятый из газеты «The Guardian» демонстрирует, что с помощью повторения автор заостряет внимание читателя на злободневной проблеме терроризма в условиях стремительно развивающихся средств массовой информации.

«How the **changing media** is **changing terrorism**».

В нижеприведенном примере публицист, рассуждая о преимуществах здорового образа жизни, использует антитезу при помощи антонимической пары (*big-small*).

«Big Health Benefits to Small Weight Loss»

Следует обратить внимание на то, что очень часто авторы используют в заголовках вопросительные и риторические вопросы с целью привлечения внимания и создания образности и выразительности.

Приведем примеры:

«Chaos on the catwalk?».

С помощью вопросительного предложения автор приглашает читателя к размышлению над описанной в статье проблемой мира моды, одновременно выражая свое субъективное мнение по поводу данных событий. Иногда вопросительное предложение в качестве заголовка может носить риторический характер, как, например, в следующем заголовке:

«Does Money Really Matter in Politics?».

Следующие примеры убеждают нас в том, что благодаря цитированию информация представляется читателю более достоверной, точной.

«French drug trial scandal: 'dogs died in pre-clinical test'», «Zika crisis to 'get worse before it gets better', warns WHO chief».

«Trump's Florida Club Taps Foreign Workers» (New York Times), «Vladimir Putin takes personal charge of Syria ceasefire effort» (The Guardian). Автор упоминает фамилии и имена политиков, участников описанных в статье событий.

Таким образом, обобщая вышеизложенное, можно заключить, что основной задачей заголовка в англоязычной прессе является привлечение читательского внимания и сообщение краткого содержания определенной статьи с помощью лексических, грамматиче-

ских и синтаксических средств выразительности.

### Источники и литература

- 1) Бархударов Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). - М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
- 2) Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. - М., 1981.
- 3) Гальперин, И.Р. Stylistics Текст. / И.Р. Гальперин. М., 1981. - 334 с.
- 4) Кухаренко, В.А. Интерпретация текста Текст. / В.А. Кухаренко. — М, 1988.-192 с.
- 5) Лазарева Э.А. Заголовок в газете. / Э.А. Лазарева -Свердловск: 1989. - 96с.
- 6) Сыров, И.А. Функционально-семантическая классификация заглавий и их роль в организации текста Текст. / И.А. Сыров // Филологические науки. 2002. -№3. - С. 59-68.
- 7) Герасимова А.П., Кузнецова А.А. Структурно-грамматические особенности заголовков англоязычной прессы