



**International Science Group**

**ISG-KONF.COM**

**XX**

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC  
AND PRACTICAL CONFERENCE**

**"PROBLEMS OF SCIENCE AND PRACTICE, TASKS AND  
WAYS TO SOLVE THEM"**

**Warsaw, Poland  
May 24 - 27, 2022**

**ISBN 979-8-88680-830-8**

**DOI 10.46299/ISG.2022.1.20**

# **PROBLEMS OF SCIENCE AND PRACTICE, TASKS AND WAYS TO SOLVE THEM**

Proceedings of the XX International Scientific and Practical Conference

Warsaw, Poland  
May 24 – 27, 2022

PROBLEMS OF SCIENCE AND PRACTICE, TASKS AND WAYS TO SOLVE THEM

PHILOLOGICAL SCIENCES		
130.	Abdullayev Z. GENDER EXPRESSION IN UZBEK AND ENGLISH LANGUAGES	599
131.	Kukharenko V. PREVALENT CHARACTERISTICS OF TELEVISION NEWS DISCOURSE	603
132.	Matyakubov J., Matyakubova N.S. PHRASEOLOGICAL UNITS WITH PROPER NAMES IN THE ENGLISH LANGUAGE	607
133.	Mirzaahmedova N.A. AUTONOMY IN LANGUAGE TEACHING AND LEARNING PROCESS	614
134.	Pedko A. LA PUBLICITÉ SOCIALE FRANÇAISE ALIMENTÉE PAR LES INSULTES	618
135.	Zhappar K.Z., Zhuminova A.B. RUSSIAN LANGUAGE IN KAZAKHSTAN: PROBLEM-BASED LEARNING AS A CREATIVE PROCESS	620
136.	Гаркавенко В.О., Дячук Т.М. ДО ВИТОКІВ СТАНОВЛЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ МОВИ	623
137.	Демченко Н.С. ЗАСОБИ ЕКСПРЕСИВНОГО СИНТАКСИСУ В ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКАХ	626
138.	Дячук Н., Васильківська Т. АДАПТАЦІЯ ТА СТИЛІСТИЧНА ОБРОБКА ТЕКСТУ ЯК РІЗНОВИД ПЕРЕКЛАДУ	629
139.	Кравцова Ю.В. НОВІТНІ НАПРЯМИ СУЧАСНОЇ ЛИНГВІСТИКИ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	632

## ЗАСОБИ ЕКСПРЕСИВНОГО СИНТАКСИСУ В ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКАХ

**Демченко Наталія Сергіївна**

асистент кафедри романо-германської філології та перекладу  
Білоцерківський національний аграрний університет

Сьогодні експресивність є однією з найбільш активно досліджуваних лінгвістичних категорій. Інтерес до проблеми експресивності пояснюється увагою до мовної особистості та мови як засобу реалізації її поведінки та внутрішньої духовної діяльності. Експресивність розкриває мовну стратегію автора і є одним із засобів мовного впливу на читача. Ця авторська експресія знаходить своє вираження у мові, в тому чи іншому відборі мовних засобів. Експресивність може передаватися на різних рівнях: фонетичному, лексичному і синтаксичному. Проблеми синтаксичних стилістичних засобів та прийомів створюють особливу організацію висловлювання, що відрізняється від висловлення в «нейтральній» формі викладу [2].

Заголовок є основним компонентом газетної статті, оскільки він спонукає прочитати газетний матеріал. Газетні заголовки несуть певну інформацію про зміст публікації. Водночас вони мають і емоційне забарвлення, збуджують інтерес читачів, привертають увагу. Від вдалої назви заголовка залежить те, чи адресант прочитає статтю відразу або відкладе її на потім. Тому можна стверджувати, що текст публікації визначається заголовком, який справляє сильне враження на читача [1].

Тенденція до посилення експресії газетних заголовків – яскрава риса сучасних англійських газет. За допомогою експресії автор може не тільки яскраво виділити відображену в заголовку проблему газетного матеріалу, але й дати власну оцінку подій і фактів. Оскільки, будь-яка інформація в заголовку повинна бути емоційно-вираженою, а не тільки змістовно-раціоналістичною, необхідно звернути увагу на експресивні можливості синтаксису заголовків англійських газет.

Матеріалом дослідження послуговували газетні заголовки, отримані методом суцільної вибірки з міжнародної щотижневої газети «The Economist» [3]. У цьому дослідженні було виявлено, що прагматика заголовків газети виражена на синтаксичному рівні, може бути представлена у вигляді заголовків-запитань, заголовків-заперечень, а також парцеляції, лексичних повторів та атрибутивних словосполучень.

Однією із синтаксичних особливостей газети «The Economist» є запитальні заголовки. Такий прийом, безперечно, привертає увагу, оскільки з одного боку запитальні газетні заголовки виражають ставлення автора статті до описуваної події або факту, а з іншого боку, спонукають адресата приєднатися до запропонованої авторської оцінки. Прикладами такої експресії є наступні заголовки:

- *Beijing lockdown?*



- *Is China uninvestible?*
- *How to get Ukrainian grain to a hungry world?*
- *Trick or tweet?*
- *Where did the cash go?*

Парцеляція у заголовках газет виступає як спосіб смислового виділення найбільш значущої, на думку автора статті, інформації, на якій читач обов'язково повинен акцентувати увагу.

- *The old travel patterns are not coming back. Time for a new approach to public transport.*
- *The UN's human-rights chief is about to visit Xinjiang. She will be meticulously shielded from reality.*
- *Admirers call China a pragmatic technocracy. Covid shows that politics comes first.*
- *America's clean-energy industry is stuck. Blame in part its climate-friendly president.*
- *Sri Lanka is on the brink of collapse. The president must resign.*

Важливим аспектом для заголовків газети «The Economist» є прийом лексичного повтору, що має експресивну функцію. Повторення одного й того ж мовного елемента у межах заголовка акцентує увагу реципієнта на газетному матеріалі, викликає інтерес. Однак необхідно підкреслити, що цей прийом не є широко поширеним у заголовках.

- *Lawrence Wong, Singapore's presumptive next leader, would like to be liked.*
- *Could Western countries punish China the way they have punished Russia?*
- *Big tech wants to bootstrap carbon removal into a big business.*
- *Hungry, hungry unicorns.*

Заперечення може виражати категоричність, невизначеність чи нести додаткове емпатичне навантаження. У газеті «The Economist» досить часто зустрічаються заголовки з негативною частинкою *not* після допоміжного або модального дієслова:

- *The war in Ukraine has not just rejuvenated transatlantic co-operation in defence, but in tech too*
- *A dairy company's travails show why Egypt isn't open for business.*
- *Unhelpful short-term fixes are not the answer to spiking food prices.*
- *Even a horrendous financial crisis may not oust a corrupt ruling elite.*
- *Why Germany's former leader won't unfriend Vladimir Putin.*
- *The Conservative Party cannot move forward with its current leader.*
- *China's zero-covid strategy is not changing.*
- *Britons don't want to open new prisons or close old ones.*

Проведений аналіз заголовків дозволив виділити значну кількість заголовків, представлених атрибутивними конструкціями – словосполученнями, що виражають відношення між ознакою та визначальним словом, оформлене атрибутивним зв'язком. В англійських заголовках з атрибутивними словосполученнями визначальне слово, як правило, виражено іменником у формі

присвійного відмінка, внаслідок його структурної компактності. Подібні заголовки привертають увагу своєю яскравістю та лаконічністю.

- *Colombia's second city.*
- *Brazil's mystics.*
- *East Asia's baby bust.*
- *Iran's false messiahs.*
- *China's bleak economy.*
- *Cambridge's cancel culture.*
- *The world's largest legal weed market is going up in smoke.*

Отже, проаналізовані засоби експресивного синтаксису заголовків газет сприяють виконанню певного комунікативного завдання та ефективно впливають на аудиторію. Крім того, мають сильне експресивне, емоційне наповнення та забезпечують привабливість і виразність заголовка у лаконічній формі. Це дозволяє автору встановити емоційний контакт з читачем, підвищити експресивне звучання тексту.

#### **Список літератури**

1. Демченко Н.С. Мовні засоби увиразнення в англомовних газетних заголовках (на матеріалі «The Economist»). *Закарпатські філологічні студії*. 2022. №22 (1). С. 101-105.

2. Торосян О. Прагматичний потенціал експресивного дискурсу. URL : <https://www.academia.edu/36361428> (дата звернення: 20.05.2022).

3. The Economist. URL: <https://www.economist.com/> (дата звернення 20.05.2022)