

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Інститут електроенергетики
Електротехнічний факультет

Кафедра перекладу

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

кваліфікаційної роботи ступеню бакалавра

студента Гореславської Анастасії Петрівни
(ПІБ)
академічної групи ФЛ-15-2
(шифр)
напряму 6.020303 «Філологія»
спеціалізації _____
за освітньо-професійною програмою _____
на тему «Газетно-публіцистичний стиль, як різновид функціональних стилів сучасної англійської мови»

(назва за наказом ректора)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтин говою	інституційною	
кваліфікаційної роботи	проф. Алексеев А.Я			
розділів:				
Рецензент	Савіна Ю. О.			
Нормоконтролер	доц. Орел. М. В.			

Дніпро
2019

ЗАТВЕРДЖЕНО:завідувач кафедри
перекладу

_____ Введенська Т.Ю.

«_____» _____ 2019 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеню бакалаврастуденту Гореславська А. П. академічної групи ФЛ-15-2
(прізвище та ініціали) (шифр)Напряму 6.020303 «Філологія»

спеціалізації _____

за освітньо-професійною програмою _____

на тему **«Газетно-публіцистичний стиль, як різновид функціональних стилів сучасної англійської мови»**

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 17.04.2019 № 626-л

Розділ	Зміст	Термін виконання
Розділ 1	Загальна характеристика газетно-публіцистичного стилю	25.12.18
Розділ 2	Лексико-стилістичні особливості газетно-публіцистичного стилю сучасної англійської мови	01.05.19

Завдання видано _____
(підпис керівника) (прізвище, ініціали)

Дата видачі 15 жовтня 2018

Дата подання до екзаменаційної комісії 10 червня 2019

Прийнято до виконання _____
(підпис студента) (прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. Загальна характеристика газетно-публіцистичного стилю.....	6
1.1 Газетно-публіцистичний стиль в системі функціональних стилів.....	6
1.2 Система жанрів газетно-публіцистичного стилю.....	13
1.3 Лінгвістичні особливості газетно-публіцистичного стилю в англомовній пресі.....	17
Висновки до 1 розділу.....	28
РОЗДІЛ 2. Лексико-стилістичні особливості газетно-публіцистичного стилю сучасної англійської мови.....	29
2.1 Специфічні особливості мови газетних текстів.....	29
2.2 Експресивні засоби англійських газетних заголовків.....	39
Висновки до 2 розділу.....	53
ВИСНОВКИ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56

ВСТУП

Газети займають в сучасному житті велике місце. Газетну публіцистику називають літописом сучасності, так як вона у всій повноті відображає поточну історію, звернена до злободенних проблем суспільства - політичних, соціальних, побутових, філософських і так далі. Сьогодні цей стиль функціонує не лише у друкованих, але й у електронних засобах масової інформації. Знання газетної лексики підвищує рівень практичного володіння англійською мовою. Мова публіцистики як один з функціональних стилів мови неодноразово привертає увагу фахівців, як вітчизняних, так і зарубіжних: Арнольд І.В., В.С. Виноградов, І.Р. Гальперін А.Н. Кожин, В.Г. Костомаров, О.А. Крилова, М.М. Курчаткіна.

Актуальність дослідження специфіки газетно-публіцистичного стилю обумовлена посиленням уваги лінгвістів до газетів масової комунікації як засобу впливу на реципієнта. Також необхідністю загального і адекватного опису функціонально-стилістичної системи сучасної англійської мови в цілому.

Об'єкт дослідження: газетно-публіцистичний стиль.

Предмет дослідження: функційно-жанрові особливості.

Мета роботи: Визначити загальну характеристику особливостей газетно-публіцистичного стилю сучасної англійської мови.

Завдання дослідження:

- визначення місце газетного стилю в системі функціональних стилів;
- дати загальну лінгвістичну характеристику газетно-публіцистичного стилю, його функцій, жанрів, мовних особливостей

Методи дослідження: описовий метод, прийоми спостереження, зіставлення, узагальнення, а також контекстуальний аналіз.

Наукова новизна і теоритична значимість роботи: результати дослідження можуть бути використані в практиці викладання дисциплін,

пов'язаних з теорією перекладу; для підготовки доповідей для студентських науково-практичних конференцій.

Практична значимість роботи: вивчення експресивних засобів англійських газет має ряд переваг. Знання газетної лексики підвищує рівень практичного володіння англійською мовою.

РОЗДІЛ 1.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ГАЗЕТНО-ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ

1.1 Загальні риси газетно–публіцистичного стилю в системі функціональних стилів

Мова – одне з найскладніших явищ життя людського суспільства. Певні мовні засоби і стилі, якими ми постійно користуємося при спілкуванні, утворюють систему.

Вітчизняні та зарубіжні вчені в різні періоди своєї діяльності займалися класифікацією функціональних стилів. Треба сказати, що функціональна стилістика – це окремий напрямок стилістики. Вона займається вивченням закономірностей функціонування мови в різних сферах людської діяльності. Функціональна стилістика досліджує специфіку та системність функціональних стилів, вивчає закономірності розвитку мови.

Відомо, що система функціональних стилів знаходиться в стані безперервного розвитку. Внаслідок постійного розвитку мови, зміни цілей і завдань, що стоять перед різними функціональними стилями, неможливо уявити стилістичний поділ мови як застиглу догму. Тому в теоретичній стилістиці немає загальновизнаних критеріїв стилістичної диференціації. Проте, розподіл мови на функціональні стилі представляється не тільки правомірним, а й необхідним, якщо він здійснюється з урахуванням динаміки процесів природно відбуваються в мові і суспільстві. Функціональні стилі мови - це історично сформовані і соціально усвідомлені системи мовних засобів, використовуваних в тій чи іншій сфері спілкування та співвідносяться з тією чи іншою сферою професійної діяльності. Функціональні стилі мови отримали таку назву тому, що вони виконують найважливіші функції, будучи засобом спілкування, повідомлення певної інформації та впливу на слухача або читача.

Питання про стилі мови і стилі мовлення – одні з найбільш складних і спірних в стилістиці літературної мови. На тему функціональних стилів англійської мови написана велика кількість праць визначних вчених, науковців, філологів, перекладачів та інших відомих діячів.

Про те, як різноманітне поняття стилю, неодноразово писали радянські вчені лінгвісти В.В. Виноградов, А.І. Єфімов, В.Г. Кузнецов та інші. Визначень поняття стиль в лінгвістиці існує досить багато. Напевно, найбільш точним визначенням функціональних стилів є визначення В.Г. Кузнецова: "Функціональні стилі – це різновиди мови, що співвідносяться з певними областями суспільної свідомості і мовними функціями" [5, 13]. Будь-яке стилістичне дослідження завжди пов'язане з мовними стилями, які відображають конкретні типи текстів (письмових або усних), тому що поняття функціонального належить, перш за все, до мови.

Фономорфологічні, лексико-граматичні та інші властивості мови диференціюються в залежності від сфер їх використання в суспільстві і, стаючи стійкими, характеризують вже стиль мови і утворюють систему функціональних стилів і їх жанрів в цілому.

На думку В.В. Виноградова число функціональних стилів можна звести до п'яти – розмовного, медійного (традиційно газетно-публіцистичного), науково-технічного, офіційно-ділового і художнього. Ці п'ять стилів можна вважати основними в усіх розвинених національних мовах, тому що вони обслуговують головні сфери діяльності людини в сучасному суспільстві. Ці стилі підрозділяються на підстилі (підмови, жанри) і так далі, мовностилістичні особливості яких так само будуть незовсім ідентичними, але в своїх основних параметрах вони будуть збігатися в різних мовах.

У публіцистичному стилі реалізується функція впливу (агітації і пропаганди) мови, з якої поєднується функція чисто інформативного (повідомлення нового). У публіцистичних творах зачіпаються питання вельми широкої тематики – актуальні питання сучасності, що представляють інтерес

для суспільства (політичні, економічні, моральні, філософські), питання культури, виховання, повсякденного побуту. Публіцистичний стиль знаходить застосування в суспільно-політичній літературі, періодичної преси (газетах, журналах), ораторській мові і т.д. Широке поширення отримала газетно-журнальний різновид публіцистичного стилю. М.Д. Коваль і Ю.М. Скребнев, автори «Стилістики англійської мови», вважають, що об'єднувати специфічні риси мови газети в поняття газетного стилю неправомірно, оскільки при цьому ознаки функціонального стилю підміняються ознаками жанру. Ці автори також вказують на те, що в різних розділах газети: передових статтях, текстах політичних документів і виступів, в статтях з різних питань культурного життя, науки і техніки – відображаються різні стильові системи мови [4, 379]. До основних рис мови газети належать:

- 1) економія мовних засобів, лаконічність викладу при інформативній насиченості;
- 2) відбір мовних засобів з устновкою на їх дохідливість (газета – найбільш поширений вид масової інформації);
- 3) використання суспільно-політичної лексики і фразеології, переосмислення лексики інших стилів (зокрема, термінологічної лексики) для цілей публіцистики;
- 4) використання характерних для даного стилю мовних стереотипів, кліше;
- 5) жанрове розмаїття і пов'язане з цим розмаїттям стилістичного використання мовних засобів: багатозначності слова, ресурсів словотворення (авторські неологізми), емоційно-експресивної лексики;
- 6) поєднання рис публіцистичного стилю з рисами інших стилів (наукового, офіційно-ділового, літературно-художнього, розмовного), обумовлене різноманітністю тематики і жанрів;
- 7) використання зображально-виражальних засобів мови, зокрема засобів стилістичного синтаксису (риторичні питання і вигуки, паралелізм побудови,

повтори, інверсія і т.д.). Не всі зазначені риси однаково властиві всім газетним жанрам, та й не всі вони характерні тільки для публіцистичного стилю. Деякі автори пропонують виділяти не газетний, а інформаційний стиль, який може використовуватися в газетах, на радіо і телебаченні. Його також називають стилем масової комунікації [1, 388].

Загальноновизнано, що газети і засоби масової інформації (ЗМІ) в цілому – це найважливіші засоби формування і відображення громадської думки, які "прямо або опосередковано, у відкритій чи прихованій формі впливають на всі соціально-політичні процеси в суспільстві. Саме тому вони отримали назву "четвертої влади" ("*the forth state*"), яка за силою свого впливу на механізм суспільного розвитку не поступається першим трьом" [11, 33]. "ЗМІ не тільки відображають події навколишньої дійсності, а й інтерпретують їх в світлі тієї чи іншої ідеології, надаючи масовій аудиторії бачити, що відбувається крізь призму певних культурних цінностей і політичних орієнтирів" [11, 35].

Газетний текст, перш за все, інформує читачів і намагається впливати на них. Тому більшість лінгвістів вважають інформаційну та впливаючу функції ЗМІ, і газет зокрема, дуже важливими і сформованими давно. Гальперін стверджує, що газетно-публіцистичний стиль сформувався до 19 століття і відносить до нього тільки те, що інформує і пропонує оцінку цій інформації [7, 96]. Що ж розуміється під терміном "інформація". Короткий словник когнітивних термінів подає таке визначення: "Термін" інформація "відноситься до всіх тих даних, які надходять до людини ззовні за різними чуттєво-перцептуальним і сенсорно-моторних каналах, а також тими даними, які вже перероблені центральною нервовою системою людини і представлені в його голові у вигляді ментальних репрезентацій ". У повсякденному вживанні цей термін розуміється як повідомлення про факти, події, процеси, зазвичай оформлене і передане мовними засобами. Інформаційну функцію газетного тексту можна охарактеризувати як документально-фактологічну, що передбачає точність інформації, вміння журналіста аналізувати і узагальнювати,

стриманість стилю, офіційність, конкретність і об'єктивність в зображенні фактів і подій. Впливаюча функція має на меті організувати діяльність читача – об'єкта впливу. При цьому автор намагається "спровокувати" поведінку читача в потрібному йому напрямку, викликати його певну реакцію. На думку багатьох лінгвістів, інформаційна функція в чистому вигляді практично не зустрічається, так як будь-яка інформація впливає на людину, допомагаючи йому формувати точку зору на події, а це означає непрямий вплив, а вплив, в свою чергу, неможливо без інформування. І.Р. Гальперін вважає, що, наприклад, "Англійський газетний стиль може бути визначений як система взаємопов'язаних лексичних, граматичних і фразеологічних засобів, яка розглядається суспільством як окреме лексичне єдність, яке має на меті інформування та інструктування читача" [8, 97]. Інформація, на його думку, передається в англійській газеті за допомогою коротких новин, репортажів, статей чисто інформаційного характеру, а також реклами та оголошень [8, 97].

М.П. Брандес також виділяє в якості основної агітаційно-пропагандистську функцію, принципи якої – достовірність, повнота інформації, оперативність, актуальність і оптимальність інформації. Вона виділяє три типи газетного тексту: інформаційний, характерний для нотаток, хронік, звітів, повідомлень; аналітичний, який використовується в передових статтях, коментарях, рецензіях; художньо-публіцистичний для нарисів, памфлетів, репортажів, фейлетонів [6, 196].

Самі стилі відособлені різною мірою: кордон у деяких з них визначити не легко, а стилі як такі важко відокремити від жанрів. Ці труднощі особливо помітні, мова йде і про стиль газет. Книга І.Р. Гальперіна «Нариси з стилістики англійської мови» газетного стилю містить великий розділ про мовні стилі. Всередині газетного стилю цей автор розрізняє два різновиди: а) стиль газетних повідомлень, заголовків і оголошень, які і складають, на думку І. Р. Гальперіна, газетний стиль, і б) стиль газетних статей, що становить різновид публіцистичного стилю, куди також входять стиль ораторський і стиль есе [8,

35]. М.Д. Коваль і Ю.М. Скрєбнев, автори книги "Стилістика англійської мови", вважають, що об'єднувати специфічні риси мови газети в поняття газетного стилю неправомірно, оскільки при цьому ознаки функціонального стилю підміняються ознаками жанру. Ці автори також вказують на те, що в різних розділах газети: передових статтях, текстах політичних документів і виступах, в статтях з різних питань культурного життя, науки і техніки відображаються різні стильові системи мови. Поряд з публіцистичним стилем в газеті можна зустріти і офіційно-діловий при публікації документів загального значення, і науковий; нарешті, в газетах публікуються і художні твори або уривки з них. Існує думка, що об'єднувати специфічні риси мови газети і поняття газетного стилю неправомірно, оскільки при цьому ознаки функціонального стилю підміняються ознаками жанру.

Виділити загальні риси газетного стилю все ж можна, а для стилістики як науки предметом є загальне і закономірне, а не можливі зокрема. Цілком очевидно, що система екстралінгвістичних стилеутворюючих чинників має багато спільного навіть у різних типах газетних матеріалів, а оскільки організація мовних елементів стилю найтіснішим чином залежить від екстралінгвістичних факторів, специфіка газети як суспільного явища, і взагалі, специфіка масової комунікації об'єктивно призводять до необхідності визнання газетного стилю як одного з функціональних стилів. Соціальна ситуація спілкування для газети дуже специфічна. Публіцистичний жанр газетного стилю активно взаємодіє з іншими функціональними стилями, використовуючи їхні прагматичні засоби і прийоми. У ньому, за словами Б. Вуайєна, спостерігається «змішування розмовної мови, щоб бути зрозумілим, наукового стилю, щоб бути точним, художнього, щоб справити враження». Вплив на читача (переконання, полеміка, агітація, пропаганда) вимагає широкого використання експресивних мовних засобів. Якщо в художній літературі експресивність носить індивідуально-образний характер і має на меті емоційний і естетичний вплив на читача, то експресивність у газетній

публіцистиці служить завданню впливати на маси з метою спонукання їх до активних дій, а також формування суспільної думки.

У мові преси виявляється тенденція до зближення норм усної і писемної мови: з одного боку, оскільки варіанти писемної мови сприймаються як найбільш очевидно нормативні, то вони починають діяти і в усному мовленні, з другого боку – навіть у діловому стилі відбувається процес поступової відмови від застарілих, книжно-писемних форм і конструкцій, що закріплюється мовною практикою газет. Розглядаючи стильову сторону мови газети як цілісну сукупність стилістично-функціональних явищ, В. Г. Костомаров виділяє єдиний стилістичний конструктивний принцип газети – діалектичне об'єднання її провідних ознак "експресії" і "стандарту", що розуміються в широкому сенсі слова як оціночні й інформують спочатку в протиставленні один одному [15, 30]. Зазначені ознаки співвідносяться із взаємодією двох провідних функцій газети: інформаційної та впливаючої, які нерівномірно розподіляються за газетними жанрами і знаходяться у відповідності з двоїстою природою газети, покликаної як інформувати, так і переконувати, впливати. Д.Е. Розенталь вважає, що "мова газети" поєднує в собі всі стилі літературної мови. Так, наприклад, хроніка пишеться в діловому стилі, урядові повідомлення – в офіційно-документальному стилі, економічний огляд оформляється відповідно до норм наукового стилю, фейлетон має в собі риси художнього стилю, інтерв'ю – розмовного, а розповідь має особливості белетристики. Мова газети реалізує, перш за все, функції інформації та впливу. Коли говорять "писати газетним мовою", то мають на увазі, що писати потрібно "просто, діловито, економно, широко використовуючи мовні стандарти і кліше" [24, 52]. Багато лінгвістів відзначають великий вплив розмовної мови на мову газети. Стилізована розмовна мова все активніше проникає в жанр газетного заголовка. В якості переважної риси багатьох англійських газет і журналів стало так зване *informal writing*. Крім того, в мові газети присутнє прагнення до мінімально оптимальної довжини абзацу та речення. Журналісти широко

використовують особисті займенники, власні імена, географічні назви, так звані "стимулятори уваги", незвичайні факти, явища, звернення до читача. Всі ці елементи характерні і для розмовної мови.

Мова преси орієнтована насамперед на читача. Що стосується зовнішності газетної мови, то вона "залежить не тільки від її зовнішнього словесного покриву і форм її розташування, не тільки від обумовленої синтактикою словесних рядів гри смислів, а й визначається спільною композиційною системою, в якій логіка побудови, або прийоми психологічного хизування, можуть виступати домінуючими силами". І далі: "... лексика і синтаксис пристосовані до основного композиційного завдання, нею визначається їх взаємодія. Це завдання – точність і правильність логічних рухів слів" [6, 132].

Однією з основних характерних рис газетно-публіцистичного стилю є поєднання двох тенденцій – тенденції до експресивності, до тенденції, до стандарту. Це обумовлено функціями, які виконує публіцистика: інформаційно-змістовна функція і функція переконання, емоційного впливу. Вони мають особливий характер в публіцистичному стилі. Інформація в цій сфері громадської діяльності адресована величезному колу людей, всім носіям мови і членам даного суспільства (а не тільки фахівцям, як в науковій сфері). Для актуальності інформації дуже значущий часовий чинник: інформація повинна передаватися і ставати загальновідомою в найкоротші терміни, що зовсім неважливо, наприклад, в офіційно-діловому стилі.

1.2 Система жанрів газетно-публіцистичного стилю

Тематична необмеженість газетно-публіцистичного стилю визначає надзвичайну широту і різноманітність його лексики. Принципова відмінність публіцистичного слова полягає у великій ролі в ньому емоційного, що здобуває в рамках газетно-публіцистичного стилю оціночний характер.

Публіцистика – це література з суспільно-політичних питань. Предмет публіцистики – життя в суспільстві, політика, економіка-стосується інтересів кожної людини. А там, де є інтерес, не може бути байдужості, індиферентності.

Неможливо безпристрасно писати про те, що хвилює мільйони людей, наприклад, про етнічні конфлікти, про ціни і інфляції. Необхідна оцінка соціальних, політичних явищ, тенденцій, процесів. За самою своєю природою публіцистика покликана активно втручатися в життя, формувати громадську думку. У більшості існуючих класифікацій жанрів відсутня єдина підстава для поділу. В одних випадках до уваги беруться мовні характеристики тексту, в інших – понятійні. Однак, як правило, в кінці кінців, всі вони виявляються в єдиному списку жанрів, що виділяються за різними підставами. При цьому часто підкреслюється, що газетні жанри відрізняються різноманіттям і взаємопроникненням: «Суворий поділ за жанрами існує лише в теорії, – пише Ірина Кадикова на сторінках Інтернет-видання «Медіаспрут», – і, певною мірою, в інформаційних матеріалах.

Газетно-публіцистичний стиль характеризується і своєю сукупністю, системою жанрів. Кожен жанр – це певний спосіб організації мовлення, певна мовна форма, в якій велику роль відіграє образ автора. Газетний стиль включає такі жанри, як передова стаття, офіційне комюніке, коментар (політичний, економічний, спортивний і т. п.), хроніка, оголошення, різне і т. п. Кожен з цих жанрів, або підстилів, характеризується своїми лінгвістичними і паралінгвістичними властивостями, характерними тільки йому, але які відповідають основним функціональним критеріям того стилю, до якого вони належать. Різна стилістична характеристика окремих газетних жанрів пов'язана з їх призначенням. Наприклад, хронікальна замітка, репортаж, інтерв'ю, замальовка, звіт, кореспонденція переслідують насамперед інформативні цілі і за прийомами подачі матеріалу зближуються з документами. Але навіть і в цих межах є відмінність, скажімо, між заміткою і інформаційною кореспонденцією або репортажем. У замітці зазвичай дається майже протокольний опис будь-

якого факту, події. Звідси – стислість викладу, використання слів тільки в номінативному значенні, відсутність індивідуального авторського стилю.

Образ автора в публіцистиці – це «авторське Я» журналіста, характер його ставлення до дійсності (безпосередній опис, оцінка, повідомлення і т.д.). Стосовно до кожного жанру це «авторське Я», образ автора, має різну форму, характер. Наприклад, у передовій статті журналіст виступає як представник колективу, організації, союзу і т.д. Тут створюється своєрідний колективний образ автора. Більш індивідуалізований, конкретний образ автора в нарисі, вельми специфічний в фейлетоні.

Дуже слабе «авторське Я» виражено в замітці. Для стилю замітки характерна спрямованість на повідомлення. Головне – точно висловити суть інформації, лаконічно повідомити про факт, подію без коментарів, висновків.

Стиль репортажу протилежний стилю передової статті, але і йому притаманні загальні риси газетного мовлення. Першою тенденцією обумовлена об'єктивна точність і аналітико-узагальнений характер викладу. З дією другої тенденції пов'язані образність, метафоризм, вживання засобів живої розмовної мови. Публіцистичність репортажу проявляється в яскравій і відкритій оцінці, в реалізації категорії збірності. У репортажі представлені дві тенденції: документалізм і друге – жвавість і емоційність розповіді. Репортаж – публіцистичний жанр, який дає наочне уявлення про подію через безпосереднє сприйняття автора – очевидця чи учасника події. Автором репортажу може бути тільки людина, яка спостерігає подію, а нерідко і бере участь в ній. Звідси – можливість і необхідність авторської оцінки, особистого ставлення до відображаних подій, іншими словами, використання всіх різноманітних засобів, які дають в результаті ефект присутності.

«Авторське Я» повністю виключено з мовної структури репортажу. Воно – в підтексті: у відборі синтаксичних конструкцій, в деякій преривистій мові (велика кількість приєднувальних конструкцій), в рідкісних і небагатослівних репліках-оцінках. У нарисі факт, подія не тільки відтворюється, але і є

приводом для авторських роздумів, узагальнень, постановки яких-небудь проблем. Нарис – більш широкий у порівнянні з репортажем, більш аналітичний і більш «особистий» жанр. «Авторське я» нарису несе в собі глибокий зміст, виконує велику психологічне навантаження визначає стиль і тональність твору.

Образи і картини нарису суто конкретні, документальні, але думка і весь логічний апарат нарису – узагальнюючі, спрямовані до практичного висновку, розраховані на широке поле дії.

На противагу розповіді, де люди і положення вигадані з щонайможливішим наближенням до правди, нарис розповідає про людей і положення не вигадані; але якщо розповідь передає «мораль» в самому образі, в ході його долі, то нарис оголює висновок, кидає його читачеві безпосередньо, і цим умінням виводить думку з факту, підніме її над фактом, вагому, яскраву, зі стрілкою, вказує для читача напрямок – «куди», цим і визначається талант автора нарису і особливості жанру нарису.

Авторська думка, образ автора – це центр, фокус, до якого сходяться і яким визначаються всі головні риси стилю автора. В цьому відношенні нарис – самий «суб'єктивний» публіцистичний жанр. Він повертає до себе саме відкритістю почуттів і думок автора, який ділиться з читачем потаємним, пережитим, продуманим.

Фейлетон від інших публіцистичних жанрів відрізняється сатиричним відображенням дійсності, сатиричним аналізом явищ, фактів і осіб. Сатира визначає і використовуються мовні засоби, такі насамперед, як гіпербола (різке перебільшення), каламбур, стильовий контраст, фразеологія.

Отже, публіцистика – особливий рід літератури, своєрідний за формою, методом підходу до дійсності, засобів впливу. Публіцистика тематично невичерпна, важко доступна для огляду, великий її жанровий діапазон, великі виразні ресурси. За силою впливу публіцистика, наприкладне поступається художній літературі, а де в чому і перевершує її.

1.3 Лінгвістичні особливості газетно-публіцистичного стилю в англомовній пресі

Газетно-публіцистичний стиль поєднує в собі дві основні функції - це інформативна (повідомлення новин) і впливаюча функція (агітація, пропаганда) [9]. З даними функціями пов'язані і основні тенденції газетно-публіцистичного стилю – тенденція до стандарту і тенденція до експресивності [11].

Інформація в сферах, в яких функціонує газетно-публіцистичний стиль (політична, економічна, культурна), призначена широким колам громадськості, всім носіям даної мови і членам даного суспільства. Для актуальності інформації велике значення має і часовий чинник: інформація повинна передаватися в найкоротші терміни, що практично не має значення для, наприклад, офіційно-ділового стилю. З цим і пов'язана стандартизованість газетно-публіцистичного стилю, так як в умовах швидкої підготовки автор нерідко вдається до використання добре відомих їм публіцистичних прийомів, частотних мовних засобів, стійких мовних зворотів (кліше). Більш того, таке звернення до мовних стандартів не тільки економить час автору, а й полегшує сприйняття читача, тому що інформація подається в нескладних і знайомих виразах [7].

Впливаюча функція газетно-публіцистичного стилю реалізується в тому, що публіцистика в цілому покликана активно втручатися в те, що відбувається, переконувати і агітувати. У зв'язку з цим автору тексту подібного стилю просто необхідно вдаватися до оціночних засобів вираження. Для посилення переконливою функції автор завжди висловлює і свою думку по відношенню до будь-якої проблеми. Однак найчастіше це думка не є її особистим, а висловлює думку будь-якої соціальної групи людей (партії, руху і так далі) [17].

Ще одна важлива риса газетно-публіцистичного стилю - загальнодоступність використовуваної лексики. Так як тексти цього стилю адресовані широкому колу читачів, автору не слід використовувати незрозумілі

їм вузькоспеціальні терміни, діалектні або жаргонні слова, невідому іншомовну лексику. Лексика газетно-публіцистичного стилю також відрізняється великою стилістичною різноманітністю – це і нейтральна, загальноживана лексика, і фразеологія, а також книжкова і розмовна лексика. Даний стиль також відкритий для використання інтернаціональної лексики, різного роду запозичень, загальновідомою науковою лексикою [7].

Необхідно відзначити, що, крім інформативної та впливаючої функції газетного тексту, виділяють освітню, розважальну, рекламну та ідеологічну функції ЗМІ, які "тісно пов'язані між собою і присутні в тому чи іншому поєднанні практично в будь-якому кінцевому продукті масової комунікації, будь то газета, журнал, теле - або радіопередача "[11, 35]. Практично, на ті ж самі функції вказують і інші лінгвісти, виділяючи інформаційну, що впливає або агітаційно-пропагандистську, експресивну, просвітницьку, виховну, організаторську. Для того, щоб здійснювати функцію четвертої влади, газета повинна задовольняти запити різних груп читачів і виконувати найрізноманітніші функції, починаючи з пропагандистських та інформаційних і закінчуючи розважальними і навіть рекламними. Функції мови в пресі неоднорідні: тут зустрічаємо, поряд з комунікативною функцією, також функцію експресивну та імпресивну. Це залежить насамперед від газетного жанру (комунікативна функція проступає на перше місце в інформації, повідомленні; експресивна – у репортажі, фейлетоні та ін., імпресивна – у публіцистичній статті). Цей факт також утруднює бездоганне користування мовою в газеті, тому що від журналіста вимагається володіння літературною лексикою і фразеологією в дуже широкому її обсязі (нарис, есе), діловою лексикою (повідомлення, інформація), лексикою повсякденного спілкування, тобто усним варіантом літературної мови (репортаж, фейлетон та ін.)

Газетно-публіцистичний стиль виконує функції впливу та повідомлення (інформування). Журналіст повідомляє про факти і дає їм оцінку. Взаємодія цих двох функцій і визначає вживання слова в публіцистиці. Впливаюча

функція має на меті організувати діяльність читача – об'єкта впливу. При цьому автор намагається "спровокувати" поведінку читача в потрібному йому напрямку, викликати його певну реакцію. На думку багатьох лінгвістів, інформаційна функція в чистому вигляді практично не зустрічається, так як будь-яка інформація впливає на людину, допомагаючи йому формувати точку зору на події, а це означає непрямий вплив, а вплив, в свою чергу, неможливо без інформування. Функція повідомлення обумовлює вживання нейтральною, общестилівої лексики, в якій особливу роль грає політична, економічна лексика. Це пов'язано з тим, що головний інтерес публіцистики – суспільно-політичні проблеми (*marketing, business, mankind, statesman, budget, security, ideology, wages, democracy, terrorism, separatism, firm, corporation, management, society*). В принципі, весь лексикон літературної мови відкритий для публіцистики. Головний критерій вживання, відбору мовних засобів – загальнодоступність. Функція впливу, найважливіша для газетно-публіцистичного стилю, обумовлює гостру потребу публіцистики в оціночних засобах вираження. І публіцистика бере з літературної мови практично всі кошти, що мають властивість оцінними: оціночні слова (*ruling clique, politicalvolte faces, scribbler, rushwork*, біблеїзми («*scapegoat*» of *economical and currency reform*; «*stumbling-block*» at *thenegotiations*).

Однак публіцистика не тільки використовує готовий матеріал. Під впливом впливаючої функції публіцистика перетворює, трансформує слова з різних сфер мови, надаючи їм оціночне значення. Для цієї мети використовується спеціальна лексика в переносному значенні: *reservation of apartheid and racism; incubator of criminality; conveyor of militarism; political farce; legal tragedy; parody on democracy; drama of the whole nation; pre-election marathon*. Матеріалом для створення оціночної газетно-публіцистичної лексики служить весь словник літературної мови, хоча деякі його розряди особливо продуктивні в публіцистиці. Впливаюча функція публіцистики яскраво проявляється і в синтаксисі. З різноманітного синтаксичного репертуару

публіцистика відбирає конструкції, що володіють значним потенціалом впливу. Саме виразністю залучають публіцистику конструкції розмовної мови. Вони, як правило, стиснуті, об'ємні, лаконічні. Інша важлива їх якість - масовість, демократичність, доступність. Публіцистика широко використовує можливості не тільки розмовної, а й книжкової мови. Для вираження сильних почуттів, для переконання читача, впливу на нього, для полемічного загострення теми публіцистика використовує багатий арсенал риторичних засобів: паралелізм пропозицій, анафору і епіфори, антитези і інші стилістичні фігури.

Лексика будь-якої мови неоднорідна за уживаністю в різних функціональних стилях. Частина лексичного складу є відносно універсальною і може вживатися всіма носіями мови у будь-якій ситуації. Це загальноживана або стилістично нейтральна лексика. Стилістично обмежена (чи стилістично забарвлена) лексика - це ті слова, що, крім денотативного значення мають ще й стилістичні конотації [3, 88].

Естетична і контактоустановлююча функції присутні в газетному стилі. Дані функції мають особливий характер і виконуються головним чином графічними засобами: шрифтами, заголовками, які повинні кидатися в очі і привертати до себе увагу навіть видали розподілом на смуги і розподілом однієї статті по різних сторінках, особливими заголовками до параграфів, а також структурою самої статті. Все це збільшує шанс кожній статті потрапити читачеві на очі.

Серед головних мовних особливостей сучасного публіцистичного стилю слід назвати принципову неоднорідність стилістичних засобів; використання спеціальної термінології і емоційно забарвленої лексики, поєднання стандартних і експресивних засобів мови, використання і абстрактної, і конкретної лексики. Важливою рисою публіцистики є використання найбільш типових для даного моменту суспільного життя способів викладу матеріалу, найбільш частотних лексичних одиниць, характерних для даного часу фразеологізмів і метафоричних вживань слова. Актуальність змісту змушує

журналіста шукати актуальні форми його виразу, загальнозрозумілою і в той же час відрізняються свіжістю, новизною. Публіцистика є основною сферою виникнення і найбільш активним каналом поширення мовних неологізмів: лексичних, словотворчих, фразеологічних.

Газета – засіб інформації і засіб переконання. Вона розрахована на масову і притому дуже неоднорідну аудиторію, яку вона повинна утримати, змусити себе читати. Про кількісно-якісну характеристику газетної лексики дослідники відзначали великий відсоток власних імен: топонімів, антропонімів, назв установ і організацій тощо, більш високий у порівнянні з іншими стилями відсоток числівників і взагалі слів, що відносяться до лексико-граматичному полю множинності, і велика кількість дат. З етимологічної точки зору характерна велика кількість інтернаціональних слів і схильність до інновацій, які, проте, вельми швидко перетворюються на штампи: *vital issue, free world, pillar of society, bulwark of liberty, escalation of war*. Велика кількість кліше помічено давно і вказується всіма дослідниками. Розглядаючи лексику в денотативном плані, багато авторів відзначають великий відсоток абстрактних слів, хоча інформація, як правило, конкретна. У плані конотацій відзначається велика кількість не тільки емоційної, скільки оціночної і експресивної лексики: *When the last Labour Government was kicked out. (Daily Mail)* Ця оцінність часто проявляється у виборі піднесеною лексики. У мовностилістичні плані даний стиль оперативно реєструє виникнення нових слів і виразів, запозичень і специфічних скорочень, прийнятих в національній мові, рясніє інтернаціоналізмами [2, 412]. До лексичним особливостям відносяться і поєднання стилістично нейтральної та емоційної лексики, наявність стереотипів і неологізмів, спрощений синтаксис розмовної мови (*to bar, to ban, to ax, сленг - to snog «цілувати», booze «алкоголь»*), розрахований на сприйняття широкими верствами населення, і ускладнений, що наближається до наукового стилю (термінів: *mortgage, leukaemia*).

Англійських журналістів часто дорікають в тому, що вони використовують претензійну лексику, за якою криється упередженість суджень: *historic, epoch-making, triumphant, unforgettable* і підняту архаїчну військову лексику, призначену для емоційної вербування читача на бажану для господарів газети сторону: *banner, champion, clarion, shield*. Всі ці властивості набезпосереднішим чином пов'язані з характером переданої інформації і функціями газетного стилю.

Можно сказати, що газетному та публіцистичному стилям властиві всі мовні функції. Особливістю газетно-публіцистичного стилю є алюзії на добре відомі факти і події дня. Найбільш часто алюзії зустрічаються в статтях, які коментують події внутрішнього життя країни. Залежно від характеру газети, від змісту самої статті, від мети, яку переслідує автор, змінюється характер алюзій, тип образності та співвідношення розмовних і книжкових елементів в статті. У газетно-публіцистичному стилі зустрічається лексика з професіоналізмів. Мета - полегшити сприйняття інформації читачем, досягти певного комунікативного впливу. Політичні терміни висловлюють точно певні політичні концепції, такі як *republic, monarchy, national servantu*.

Характерною особливістю газетної та журнальної лексики вживається велика кількість суспільно-політичних термінів (*apartheid, by-election, percapitaproductio*), медичної термінології: "StarFever" (TheDay, 10.03.2004), термінів військової справи: "*Dean's devices opennewerainbattleforvotes*" (AdvertisingAge, 19.01.2004), "*Softwarepact*" (TheTimes, 17.07.1997), політичних термінів: "*Vote With Your Head, Not Heart*" (TheDay, 17.02 2004), термінів сфери мистецтва та літератури: "*Trojan Horse of Architecture*" (TheDay, 02.03.2004), "*Earth -boundcomedians*" (The Times, 26.07.97), спортивних термінів: "*Nameswin 561maward for losses*" (TheTimes, 7.04.97), імен та назв, неологізмів [9, 1-2]. Основу мови газетно-публіцистичного стилю складає книжково-повсякденна лексика, що являє собою поєднання елементів лексики і синтаксичних структур

різних стилів. Але треба зазначити, що при цьому частково зберігається чи втрачається стилістичне забарвлення.

Книжковий характер мови газетного стилю визначається тим, що він виражає цілісну інформацію, заздалегідь продуману та організовану. Широке використання в газетно-інформаційному стилі імен та назв робить повідомлення конкретним і співвідносить дані відомості з певними особами, закладами чи районами. Це передбачає значні попередні (фонові) знання у Рецептора, які допомагають йому пов'язати назву з об'єктом, що називають. Так, англійському Рецептору добре відомо поза контекстом, що Park Lane – це вулиця, Columbia Pictures – кінокомпанія. Назви та імена досить часто використовуються в газетно-інформаційних матеріалах у скороченій формі. Часто ці скорочення можуть бути невідомими широкому колу читачів і їх значення тут же розшифровуються. Але існує багато таких скорочених назв, до яких читачі газети давно звикли, і тому їх не потрібно тлумачити. Велика кількість таких скорочень - це характерна риса газетно-інформаційного стилю сучасної англійської мови.

Сюди належать:

Назви партій, різних організацій та посад: *ILM* = *IndustrialLight&Magic* (кінокомпанія, що створює цифрові та звукові ефекти);

– прізвища відомих політичних діячів культури: *RLS* = *Robert Louis Stevenson*;

– географічні назви: *NJ.* = *New Jersey*, *SF* = *San Francisco*.

Подібні скорочення зустрічаються у газетних текстах, незалежно від їх тематики.

Використання неологізмів визиває безсумнівний інтерес, тому що часто вони важкі для розуміння. Як відомо, неологізми - це слова і словосполучення, які створені для понять політичного, наукового або загальновикористовуючого характеру. Такі слова створені за діючими в мові словотворюючими моделями і законами або запозиченнями із інших мов.

За своєю структурою і засобом створення неологізми в мові газети та журналу представлені декількома варіантами. Найбільш характерними засобами створення неологізмів в мові англійської газети та журналу являється словостворення:

Словоскладання як тип словостворення представляє собою злиття двох або більш основ для створення нового слова. Для складних англійських слів найбільш частотними являються утворення, які складаються з двох основ. В останній час в мові англійських і особливо американських газет та журналів з'явилося безліч іменників, які утворені по конверсії засобом словоскладання із сполучення дієслова і прислівника. В деяких спостерігається чітка повторюваність другого компонента, яка в ряді випадків надає підставу вважати, що намічається визначена залежність між моделлю і її значенням. Тому часто можна прогнозувати значення кожного нового у створеного за даною моделлю слова. (*stay-in* – пікетування, *ride-in* – протест проти дискримінації в ставленні до проїзду негрів в автобусах, *sit-in* – сидячий страйк, *take-over* – захоплення влади, *switch-over* – перехід (на іншу тему), *push-over* – легко переборна перешкода, *drop-out* – юнак, який кинув вчитися, *lay-out* – людина, яка втратила роботу;

Афіксація – утворення нових слів від основ існуючих слів за допомогою суфіксів і префіксів, (*brinkmanship, craftmanship, oneumanship, showmanship, bangdom, bogdom, suckerdome, factionalize* – вигадувати; *itemize* – розглядати по пунктам; *leonize* – виходити у відкритий космос (утворено від прізвища космонавта А. А. Леонова); *institutionalize* – узаконювати, *anti-apartheid, anti-fascist, pre-capitalist, pre-election*).

Конверсія – перехід із одної частини мови в другу, що приводить до створення нового слова без змінювання його початкової форми. Це ще одне джерело неологізмів в англійській мові. Створені по конверсії, вони широко поширені в газетній лексиці. Висока частотність слів, створених по конверсії – одна із відмітних рис газетного стилю. Найчастіше це дієслова, які створені від

іменників, і іменники, створені від дієслів. Доречно відмітити, що в знов створенім слові нерідко розвиваються значення; лише непрямо пов'язані зі словом-основою. Наприклад, в парі to hit – a hit; можна спостерігати цікавий розвиток значення в іменнику. В результаті цілого ряду переносів і переосмислене значення a hit стало означати успіх або то, що має успіх.

Скорочення – велика кількість скорочуваних слів, особливо часто зустрічаються в заголовках – характерна риса мови газети та журналу. Абревіатура, тобто скорочення слів до одної літери, вимовляється за літерами: HO – Home Office; UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization; WHO – World Health Organization; NASA – National Aeronautics and Space Administration. Як правило, такі скорочення, що давно використовуються, не пояснюються в тексті;

Запозичення із інших мов («Wray buys pizza slice» (The Times, 17.07.1997), «Dangerous vodka and zakuski» (The Moscow Tribune, 25.02.1998), «Basic training in a babushka boot camp» (Kiev Post, 6-12.02.97); та велика кількість інтернаціональних слів: «Bush Vs. Kerry: Suiting up for a nasty brawl» (Advertising Age, 08.03.2004). Також існує багато запозичень у політичній сфері, наприклад: Franquista – послідовник політики іспанського диктатора Франко (ісп.) – brigatisti [bri:ga:ti:sti:] – члени терористичної організації «Червоні бригади» (італ.) – (Al) fatah – найбільша партизанська група організації визволення Палестини, – ayatollah (з арабської) – релігійний вождь ісламської секти Shgite в Ірані (слово стало відомим з січня 1979 року, коли після скидання шаха Ірану до влади прийшов Аятолла Хомейні) [9, 2-3] Проводить спостереження над утворенням і причинами появи неологізмів філолог Градобик. Він виділяє наступні морфологічні засоби утворення неологізмів за допомогою суфіксів: -ish, -y, -ese, -thon, -holic: workaholic, bookaholic, chocaholic, drinkaholic, milkaholic, carollerthon, swimmerthon, mawkish, ploddy, housewifey. Є інші способи утворення нових слів, наприклад слів-комполітів, які пишуться чез дефіс: tip-and-run (business), from rags-to-riches (topics), nitty-

gritty (questions) та інші [6, 107-110]. Слова зниженого стилістичного тону, до яких належать розмовні слова, або коллокалізми, ("Mimicking New York, L.A. hawks its assets" (Advertising Age, 01.03.2004), діалектизми не дуже часто зустрічаються у пресі, тому що вони можуть перешкоджати розумінню статті. Найбільш чисельною у газеті є група коллокалізмів, які змінюють фонетичну форму, незмінюючи лексико-стилістичного значення (див. Класифікацію коллокалізмів у А.Н. Мороховського [19, 93]): "Las Vegas ad slogan takes on life of its own" (Advertising Age, 08.03.2004), "Betcherlife, Herbalife" (Forbes, 3/1993) [9, 3]

На думку Брандесу та Провоторова, основним стилістичним принципом організації мови в публіцистиці – сполучення стандарту і експресії.

Для усіх газетних жанрів характерні загальні форми реалізації стислості: компресія інформації та передача певної частини повідомлень імпліцитно. Як результат стислості відбувається економія мовних засобів за рахунок комунікативно менш важливих фрагментів повідомлення. Основний стилістичний принцип організації мови в публіцистиці – поєднання стандарту та експресії.

Дослідники газетно-публіцистичного стилю відзначають також безліч цитат прямої мови і розвинену систему різних способів передачі чужої мови. Один з цих специфічних способів – недословна, скорочена передача мови з примітками журналіста в ком; цитована мова наводиться при цьому без лапок. Таку пряму мову називають «вільною прямою мовою», «невідзначеними» або «адаптованою» [3, 291].

Але ще більше випадків прямої мови, зазначеної лапками. Іноді сама цитата, дана в лапках, містить іронічну переробку змісту того чи іншого висловлювання. Відзначається також тенденція до опущення артиклів. В.Л. Наер відзначає своєрідність у використанні часів і застав, висока питома вага неособистих форм, велика кількість складних атрибутивних утворень, особливі форми введення прямої мови і перетворення прямої мови в непряму, а

також особливості порядку слів. Прийменниковим оборотам завжди віддається перевага перед герундієм (*by examination of*, а не *by examining*). Аналогічне явище спостерігається в області спілок і прийменників, де прості короткі слова замінюються такими оборотами, як *with respect to*, *having regard to*, *in view of*, *on the hypothesis that*.

Сьогодні ж будь-яка, навіть сама офіційна і строга інформація в сучасній газеті може бути передана з використанням елементів розмовної мови. Проникнення знижених лексичних елементів розмовної мови в мову публіцистики на рубежі століть придбало еволюційний характер і стало настільки значним, що можна говорити про процес формування нової стилістичної цінності, заснованої на зближенні з розмовною мовою. Серед стилістичних засобів образотворчості та виразності використовуються стежки, порівняння, гіперболи, алегорії, евфемізми, прислів'я, приказки, крилаті слова, цитати. Дуже сильним засобом створення публіцистичності виступають авторські поновлення стилістичних засобів, тобто навмисне зміна форми цих коштів. Для виділення і підкреслення тих чи інших слів або словосполучень застосовується навмисне порушення звичайного порядку слів у реченні - інверсія, антитеза, риторичне питання, питально-відповідна структура висловлювання. У газетно-публіцистичному стилі можуть вживатися літературно-книжкові слова, неологізми (навіть такі, які вимагають пояснення в тексті), вступні пропозиції та інші компоненти газетно – публіцистичного стилю [2, 408].

Висновки до 1 розділу

Газетно-публіцистичний стиль є самостійним функціональним стилем, що володіє певним соціальним призначенням, комбінацією мовних функцій, що ставить своєю головною метою повідомлення, заклик і переконання (вплив). Газета – засіб інформації і засіб переконання. Вона розрахована на масову і притому дуже неоднорідну аудиторію, яку вона повинна утримати, змусити себе читати. Можна сказати, що газетному та публіцистичному стилям властиві всі мовні функції. Мета – полегшити сприйняття інформації читачем, досягти певного комунікативного впливу.

Газетно-публіцистичний стиль поєднує в собі дві основні функції – це і інформативна (повідомлення новин) і впливаюча функція (агітація, пропаганда). Загальна система лінгвістичних ознак, що визначають специфіку мови засобів масової інформації, а також дослідження особливостей текстів ЗМІ – найважливішого засобу формування і відображення громадської думки, впливає прямо або опосередковано на всі соціально-політичні процеси в суспільстві, дозволяють говорити про існування єдиного функціонального стилю газети, який має свої цілі і індивідуальність.

РОЗДІЛ 2.

Лексико-стилістичні особливості газетно-публіцистичного стилю сучасної англійської мови

2.1 Специфічні особливості мови газетних текстів

Мова газетних статей часто емоційно насичена, що наближає її до мови художньої літератури. Можна зустріти образні порівняння, метафори, ідіоми, елементи гумору, сарказму, іронії і т. д. Крім усього цього, газетна стаття зазвичай має певну політичну спрямованість.

Разом з тим, газетний текст має ряд характерних лексико-синтаксичних рис. Газетний текст рясно насичений спеціальними термінами, пов'язаними з політичним і державним життям; можна зустріти тут назви політичних партій, державних установ, громадських організацій та терміни, пов'язані з їх діяльністю, наприклад:

House of Commons, Trades Union Congress, Security Council, term of office.
– Палата громад; Конгрес тред-юніонів; Рада безпеки; термін повноважень тощо.

Для газетного тексту в цілому характерні такі специфічні особливості:

а) часте вживання фразеологічних сполучень, що носять характер свого роду мовних штампів, наприклад: *on the occasion of, by the decision of, in reply to, in a statement of, with reference to* – по нагоди, по рішенням, у відповідь на, в заяві, в зв'язку з;

б) використання конструкцій типу «дієслово + that» при викладі чужого висловлювання, коментуванні заяв політичних діячів і т.д., наприклад: *The paper argues that this decision will seriously handicap the country's economy.* Газета вважає, що це рішення завдасть серйозної шкоди економіці країни;

в) вживання фразеологічних поєднань типу «дієслово + іменник», наприклад: *to have a discussion, to give support, to give recognition* – to discuss, to

support, to recognize;

г) вживання неологізмів, утворених за допомогою деяких продуктивних суфіксів, наприклад: *-ism (Bevinism), -ist (Gaullist), -ite (Glasgovite), -ize (to atomize), -ation (marshallization)* і префіксів: *anti- (anti-American campaign), pro- (pro-Arab movement), inter- (inter-European relations)*;

д) широке використання безособових оборотів в якості вступикотельної частини повідомлень, наприклад: *it is generally believed that ..., it is officially announced that ..., it is rumoured that ..., it is reported that ..., it is suggested that ...* – вважається, що ..., офіційно повідомляється, що..., ходять чутки, що ..., повідомляють, що ..., припускають, що ... та ін.

е) часте вживання скорочень, наприклад:

M.P. = Member of Parliament; T.U.C. = Trades Union Congress, TV = Television, UNO = United Nations Organization, NATO = North Atlantic Treaty Organization, EEC = European Economic Community, TGWU = Transport and General Workers Union, FO = Foreign Office, PIB = Prices and Incomes Board.

У синтаксичному відношенні газетний текст значно простіше мови науково-технічних видань; в ньому рідше зустрічаються складні граматичні конструкції і обороти. Найбільш часто вживаються такі конструкції:

1. Складні ечення з розвиненою системою підрядних речень.

There are indications that BOAC may withdraw threats of all-out dismissals for pilots who restrict flying hours, a spokeman for the British Airline Pilots` association said yesterday (Morning Star).

2. Віддієслівні конструкції (інфінітивні, причетні, герундіальний і конструкції з віддієслівним іменниками).

Mr. Nobusuke Kishi, the former Prime Minister of Japan, has sought to set an example to the faction-ridden Governing Liberal Democratic Party by announcing the disbanding of his own faction numbering 47 of the total of 295 conservative members of the Lower House of the Die (The Times).

3. Синтаксичні комплекси, особливо номінативні в поєднанні з інфінітивом. Ці конструкції часто вживаються для того, щоб приховати джерело отриманої інформації або не брати на себе відповідальність за опублікований матеріал.

The condition of Lord Samuel, aged 92, was said last night to be a 'little better' (The Guardian).

4. Препозитивні і постпозитивні визначення, які зазвичай виражаються іменником або герундієм з приводом, причетним оборотом, інфінітивом або прийменниковим синтаксичним комплексом з герундієм:

heart swap patient (Morning Star), *the national income an expenditure figures* (The Times), *Labour backbench decision* (Morning Star).

5. Особливий порядок слів.

Газетно-журналістська практика створила так званий *five-w-and-h-pattern rule* (*who-what-why-how-where-when*). Мовою граматичної термінології це може бути виражене в такий спосіб: підмет – присудок – доповнення – обставина причини або слідства – обставина місця – обставина часу:

A neighbour`s peep through a letter box led to the finding of a woman ded from gas and two others semiconscious in a block of council flats in Eccles New Road, Salford, Lancs; yesterday (The Guardian).

Повідомлення в англійській і американській газеті діляться на два типи: короткі повідомлення (Brief News) і комюніке (communique). Короткі повідомлення зазвичай мають один заголовок. Найбільш характерною особливістю коротких повідомлень є їх синтаксична структура; вони складаються здебільшого з 1-2, максимум 3 речення, дуже довгих, що представляють собою ланцюг підрядних речень з розгалуженою системою союзного зв'язку. У таких коротких повідомленнях викладається не одна думка, а кілька, причому, деякі з фактів, що повідомляються не мають відношення до основної думки, наприклад:

Mr. Eden, Foreign Secretary, was appointed Chancellor of Birmingham University yesterday in succession to Lord Cecil of Chelwood, who has resigned on grounds of age, after having been Chancellor for 26 years (The Times).

Необхідність втиснути в рамки одного речення настільки різноманітні відомості природно призводить до використання різних синтаксичних і морфологічних форм, що забезпечують максимальну стислість висловлювання. Звідси – настільки часте вживання інфінітивних зворотів і, зокрема, конструкції – «називний відмінок з інфінітивом», яка, як відомо, вживається з такими дієсловами, як *to seem, to believe, to appear, to say, to suppose*. Ці дієслова найбільш зручні для того, щоб передати повідомлення, джерело якого не завжди надійний. Тому короткі повідомлення часто рясніють такими оборотами, як ... *is believed to have gone ...* або *is supposed to speak*, пасивних конструкцій типу: *it was revealed, it was reported* і т. п.

Не менш широко в таких коротких повідомленнях використовуються і різноманітні форми конверсії.

В результаті обмеженості тематики повідомлень і стислості викладу виробляються так звані газетні штампи. У мові газети поступово утворюються особливі фразеологічні одиниці, типові для газетних повідомлень. Серед них можна згадати такі, як *to give front-page prominence, it is claimed, a far-reaching effect, to be under consideration, to relax tension, to the effect, to recognize the accomplished fact, to commit oneself to the view ... that ...* і багато інших.

Ця фразеологія, а також і відповідний словник починають набувати термінологічні риси; вони відокремлюються з загальнолітературного фонду лексики і стають надбанням газетного стилю.

Так утворюються газетні штампи. Це особливі газетні перифрази і традиційні словосполучення, подібні до тих, які наведені вище. Газетні перифрази відрізняються деякою претензійністю, розрахованої на привернення уваги до замітці. наприклад:

Death to day claimed four more victims (Four more people died as a result of

the fire). The mercurv soared to a record high for the year (To day was the hottest day" of the year). Traffic was snarled (or paralyzed, or at a standstill, or moved at a snail's pace) as snow blanketed the metropolitan area (The snowfall slowed traffic).

Необхідно відзначити ще одну важливу особливість стилю газетних повідомлень – це відсутність суб'єктивно-оціночних емоційних елементів мови як лексичних, так і синтаксичних в складі висловлювання. Ми тут не зустрінемо ні інверсій, ні оклику пропозицій, ні замовчувань, ні інших засобів емоційного синтаксису; тут майже немає емоційної лексики – епітетів, вигуків та ін.

Як наслідок такої як би сухий, кілька протокольної манери викладу думки, в газетних повідомленнях немає образності, тут не зустрічаються ні метафори, ні метонімії, ні інші прийоми образності. Виняток становлять собою лише ті випадки, коли в коротких повідомленнях цитується якесь місце з прямої мови оратора, що містить відповідний образ.

З лексико-фразеологічних особливостей газети треба відзначити заміну простого дієслова стійким поєднанням, що додає в кожну пропозицію зайві склади і створює враження більшої плавності: *render imperative, militate against, make contact with, be subjected to, have the effect of, play a leading part (role) in, take effect, exhibit a tendency to, serve the purpose of, etc.* У таких поєднаннях найчастіше беруть участь дієслова широкої семантики, такі, як *prove, render, serve, form, play*, що поєднуються з абстрактними іменниками або прикметниками. Використовуються вони часто в пасивній формі: *greatly to be desired, a development to be expected, brought to a satisfactory conclusion.*

Прийменниковим оборотам завжди віддається перевага перед герундієм (*by examination of, a ne by examining*).

Аналогічне явище спостерігається в області спілок і прийменників, де прості короткі слова замінюються такими оборотами, як *with respect to, having regard to, in view of, on the hypothesis that.*

Всі ці кліше, так само як деякі літоти як *not unimportant, not unworthy, not inevitable* і т. п., надають тексту глибокодумне звучання, навіть якщо зміст абсолютно банальний, наприклад: *in my opinion it is not an unjustifiable assumption that* замість *I think*.

Граматична своєрідність мови газети в інформаційному стилі досліджено, зокрема В. Л. Наером.

Автор зазначає своєрідність у використанні часів і застав, висока питома вага неособистих форм, вже згадані вище велика кількість складних атрибутивних утворень, особливі форми введення прямої мови і перетворення прямої мови в непряму, а також особливості в порядку слів. Так, наприклад, він звертає увагу на положення обставин певного часу не на початку і не в кінці речення, як зазвичай, а між підметом і присудком, що концентрує своєю незвичністю увагу на присудок:

A group of Tory backbenchers yesterday called for severe restrictions on the CND Easter peace demonstration (Morning Star). Сама обставина часу при цьому відсунута в тінь, вона не суттєва, так як газетна інформація, як правило, описує події, що мали місце напередодні. При наявності в реченні декількох різних обставин обставина певного часу має за правилами нормативної граматики стояти останнім, проте в газетних повідомленнях цей порядок часто порушується, оскільки інформацію несуть більше обставини місця, а не часу, обставини місця виражаються оборотами з декількох слів і відсуваються в кінець речення.

У газетних повідомленнях рідко можна зустріти сленгізми і жаргонізми, і всякого роду неологізми. Але в газетних статтях все такі нелітературні одиниці словникового складу англійської мови знаходять собі найширше застосування.

Газетні статті представляють собою різновид публіцистичного стилю. Отже, риси, характерні для публіцистичного стилю, повинні знайти відображення в мові газетних статей. Однак, призначення газети, її щоденний

вихід, інший обсяг статті в порівнянні з журнальної, а також коло читачів, на яких ці статті розраховані, накладають особливий відбиток на мовні особливості стилю газетних статей.

Ось типовий зразок передової статті англійської газети:

ANTI-AMERICAN FEELINGS AMONG CONSERVATIVES VIGOROUS ACTION SOUGHT TO MAINTAIN ANGLO-US TIES (From our Political Correspondent).

The sudden upsurge of anti-American sentiment among Conservative M.P's during the past few days is one of the most disturbing consequences of the policy of the intervention in Egypt. The sentiment has been latent since the early days of the Suez crisis. But only now is it being given full rein by an important section of the party. In the motion tabled in the House of Commons on Tuesday night 110 Conservatives—nearly one third of the Government's supporters committed themselves to the view that the attitude of the United States in the present emergency "is gravely endangering the Atlantic alliance."

This motion is significant both because of the number of members who have signed it and because the bulk of them represent what is always regarded as moderate right wing opinion in the party. -Members of the former "Suez group" of Conservatives - led by Captain Water-house—have signed it too, but, if they alone had framed it, the motion would have been in more extreme terms. The motion was obviously drafted by its sponsors to attract such wide support as to increase its impact.

Публіцистичний стиль характерний суб'єктивно - оцінним ставленням до змісту висловлювання. Саме в цьому стилі ставлення автора до предмета думки виявляється особливо чітко і ясно, що впливає з самої функції публіцистичного стилю – впливати. на читача, викликати відповідну реакцію бажану для автора повідомлення.

У цьому відношенні особливий інтерес викликає привести наступне місце з уже цитованій вище, роботи проф. Алтіка, де описується емоційно-оцінна газетна лексика:

... "there are numerous single words, especially epithets and verbs, which are seemingly indispensable to newspaper reporting. Any better than ordinary fire or auto accident is spectacular; an accident that is more peculiar than disastrous is jreak; when public men approve of something they hail it, when they disapprove of it they attack it; and when they want something they urge it; when two factions have a disagreement they clash; when anything is announced it is made public; and when men accuse others, of wrongdoing they allege (assert, another newspaper warhorse, has a slightly less negative connotation).

Функція газетних статей – дати оцінку фактам, викладеним в газетних повідомленнях. Таким чином, газетні повідомлення і статті у газети виявляються взаємообумовленими і взаємопов'язаними. Газетні статті зазвичай діляться на передові (editorials) і огляди власних кореспондентів газети, критичні статті та фейлетони. Змістом газетних статей зазвичай є животрепетні події дня або тижня.

У самому понятті «животрепетні події», природно, міститься і елемент вибору. Ось цікавий приклад того, як можна в газеті підмінити гострі актуальні події »тимчасовості другорядними, менш значними, щоб відвернути увагу англійської громадськості від цих питань:

A DEADLY FOE TO CIVILISATION – THE TSE-TSE FLY. What a grand story to read as we near the close of this contused and troubled year! What an inspiration for us for 1949. It is by such achievements that civilization will grow to full stature; by such achievements that the poetical nationalistic difference of the present time will be overwhelmed; by such achievements that men of all races and colours will be helped to a good life.

Характерне використання окличних речень, високоемоційній лексики, паралельних конструкцій, анафори та ін., Якими автор цієї короткої статті

намагається звернути увагу читача на важливість описуваних фактів. Фразеологія газетних статей багато в чому збігається з тією, яка була вказана як типова для газетних повідомлень, а й має свої особливості. У газетних статтях виробляється і нова емоційно оцінна фразеологія. Ось приклади фразеології, зустрічається в газетних статтях: *all-important fact; balanced judgement, course of action, week ago today, to the effect, to have full consideration, to recognize the accomplished fact; (cp. fait accompli), to cause mischief, ... has it (one report, published in the US News and World Report, has it that ... – (The Times), disturbing consequences, to gravely endanger, to increase impact.*

У газетних статтях на відміну від газетних повідомлень з'являються і образні елементи мови, які в зв'язку з частим вживанням розглядаються як газетні. штампи, поступово втрачають свою образно-естетичну функцію, як наприклад: *fishing in troubled waters, to wrap in fog, to sow the seeds of doubt, ducks and drakes, to whip up smth, a bitter quarrel, to have clean hands.*

Для газетних статей типово вживання таких традиційних перекичуванням, як *great powers – Росія, США, Англія, Франція, marshall countries* - маршалізованні країни і т. д.

Взагалі змішання розмовних і книжкових елементів мови стає провідною лексичною характеристикою газетних статей, які розраховують на завоювання довіри широких мас читачів. У цьому відношенні особливий інтерес викликає навести такі окремі місця із статті газети:

... to hit the enemy for six, . . . they did hit him clean out of the ground, . . give the knock-out blow under "somewhat curious rules", since the blow is to come from several directions at once. "All slang Another "No" - the employers have said it three times already will certainly mean a walk-out from most of the country's biggest works: perhaps from all of them (The Times)

Вступні речення іноді вводяться сполучником *and*, що надає модальний відтінок всьому висловлюванню. Наприклад:

The cost-of - living index has been climbing steadily, and only with a certain amount of juggling has it been possible to keep it below the figure at which the national minimum wage would automatically have to be raised by 5 per cent. Even if this danger-point is avoided - and the extra cost of shipping raw materials round the Cape makes avoidance less probable than ever - a new cycle of wage demands, ...and so another twist to the spiral, is commonly expected (The Times).

Нарешті, особливістю газетних статей є алюзії на добре відомі факти і події дня. Найбільш часто такі алюзії зустрічаються в статтях, які коментують події внутрішнього життя країни. Залежно від характеру газети, від змісту самої статті, від мети, яку переслідує автор, змінюється характер алюзій, тип образності та співвідношення розмовних і книжкових елементів в статті.

Аналізуючи англійські і американські газети, не можна не сказати про рекламних оголошеннях. Мета реклами - поінформувати читачів в найбільш короткій формі, часто нагадує телеграфні повідомлення (відсутність артиклів, пунктуаційних знаків). Одночасно друкується до декількох сот рекламних оголошень, розміщених під різними рубриками: *BIRTHS, MARRIAGES, DEATHS, IN MEMORIAM, BUSINESS OFFERS, PERSONAL, etc* (The Times).

CULHANE – On November 1st, at St. Bartholomew`s Hospital, to BARBARA and JOHN CULHANE – a son.

Словниковий склад рекламних оголошень зазвичай нейтральний, хоча для залучення уваги читачів часто вживаються емоційно забарвлені слова і вирази.

TRAINED NURSE with child 2 years seeks post London preferred. – Write Box C. 685, E.C. 4 (The Times).

ROBUST, friendly student, not entirely unintelligent, seeks Christmas vacation job. No wife, will travel, walk, ride or drive and undertake any domestic, agricultural or industrial activity. Will bid for this curiously normal chap please write Box C. 582., E.C. 4 (The Times).

2.2 Експресивні засоби англійських газетних заголовків

Тема в англо-американських газетах відіграє дуже важливу роль; основне завдання полягає в тому, щоб привернути увагу читача, зацікавити і навіть вразити його, і лише в другу чергу заголовку доручається інформаційно-роз'яснювальна функція – повідомлення читачеві короткого змісту даної статті.

Внаслідок такої цілеспрямованості, в англо-американській пресі виробився особливий стиль газетного заголовка, характерною рисою якого є надзвичайна експресивність лексичних та граматичних засобів.

Заголовки, як правило, написані "телеграфною мовою", тобто за допомогою максимально стислих, гранично лаконічних фраз, в яких опущені всі семантично другорядні елементи. Разом з тим, з метою забезпечення максимальної дохідливості, заголовки будуються на базі загальноновживаної лексики і найпростіших граматичних засобів. Тема в газеті - одиниця комунікативна, вона коротко інформує читача про зміст газетного матеріалу, ознайомлює про значення, характер і ступінь важливості подій, що відбулися на сторінках газети. За заголовком статті, репортажу, фейлетону, кореспонденції часто можна судити про ставлення автора до описуваних подій, про позицію редакції. Газетні заголовки виконують на смузї кілька функцій.

По-перше, інформативну функцію, функцію повідомлення про факт. На думку багатьох дослідників, більшість газетних заголовків, в тому числі іменного характеру, – це повні висловлювання.

По-друге, можна говорити про рекламно-експресивної функції заголовка, тісно пов'язаної з функцією читача-інформативної. Основне призначення цієї функції - зацікавити читача, змусити його прочитати матеріал.

По-третє, всім газетним заголовкам притаманні графічно-видільна функція, що дозволяє відокремити один текст від іншого, виділити текст від навколишнього контексту і в той же час "зв'язати" всю смугу в єдине ціле. Ця функція заголовка здійснюється, як правило, графічними засобами – заголовки

англійських газет іноді надруковані настільки великим шрифтом, що займають значну частину смуги.

а) для залучення уваги читача до основної думки повідомлення, в заголовках, як правило, опускаються артиклі і особисті форми допоміжного дієслова *to be*.

Дія зазвичай виражається формами *Indefinite* або *Continuous*:

(The) Russian Athlete (is) Winning (a) Prize, Houses (are) Smashed by (the) Hurricane, Clinton's fate in lap of Congress.

З метою компресії в даному заголовку пропущене смислове дієслово:

fate in lap – fate is in lap.

Вживання слів «fate», «lap», що мають відтінок напруженості і серйозності становища, змушують читача прочитати замітку.

б) повідомлення про недавні події передаються за допомогою форми *Present Indefinite*. Це як би наближає подію до читача і посилює його інтерес:

Liner Runs Ashore, Influenza Kills 200 in Indi.

в) майбутня дія часто передається за допомогою інфінітива:

Glasgow Dockers to Resume Work

г) Нерідко в заголовку опускається присудок, він відіграє в реченні другорядну роль:

Hurricane in Miami, Deadlock in Committee, No Timber for Sale.

д) з метою звернути особливу увагу на присудок і разом з тим зацікавити читача, опускається підмет, якщо воно поступається за значенням присудка:

(They) Expect New Economic Depression

е) Присвійний відмінок, внаслідок своєї структурної компактності, вживається з неживими іменниками і витісняє прийменниковий оборот з *of*:

Price Control's Effect Discussed

ж) Вживаються популярні прізвиська та скорочені імена замість прізвищ деяких політичних діячів, артистів, спортсменів та ін., наприклад:

Ike = Eisenhower, Winnie = Winston Churchill, Capa = Capablanca.

з) для додання емоційного забарвлення в загальноновживану лексику вкраплюються неологізми, діалектизми, поетизми, сленг, наприклад:

cop замість *policeman*, *foe* замість *enemy*, *to irk* замість *irritate*.

і) широко вживаються скорочення і складноскорочені слова, наприклад:

T.U.C. Seeks Details, U.S.-Russian TV Exchanges.

к) відзначається присутність елементів образності, наприклад:

Clinton Raises His Eyebrows, Italian President Under Fire.

Звичайне застосування еліптичних конструкцій надає заголовкам надзвичайну стислість і динамічність.

Як зазначалося вище, в англійських і американських заголовках широко застосовуються скорочення, найчастіше буквені, причому нерідко значення такого скорочення може бути зрозуміле тільки з тексту самої статті, наприклад:

N.G.O.A. Rejects Strike Clause.

Дане скорочення *N.G.O.A.* не є загальноновживаним і тому не наводиться словником. Значення його - *National Government Officers CAssociation* - можна встановити тільки з тексту наступної під заголовком замітки.

Звернення до тексту статті до перекладу заголовка часто виявляється необхідним у тих випадках, коли заголовок містить елементи образності. У наведеному вище прикладі:

Clinton Raises His Eyebrows

Фразеологізм *to raise the eyebrows* передає почуття або здивування або зневаги.

Щоб уточнити значення для даного випадку звертаємося до тексту замітки:

President Clinton commended to journalists today that he had been much surprised by the suggestion that the control of visas for entry into the United States be transferred from the State Department to the Department of Justice.

З тексту стає зрозуміло, що мова йде про почуття подиву, і тепер ми можемо дати переклад заголовка, прагнучи при цьому зберегти елемент образності. Оскільки, однак, образ, що лежить в основі англійського виразу *to*

raise the eyebrows підняти брови чужий російській мові, ми змушені вдатися до допомоги аналога: *"Клінтон робить здивоване обличчя" або "Клінтон здивовано знизує плечима"*.

У багатьох випадках прагнення надати заголовку інтригуючий, заманливий характер призводить до того, що він перестає виконувати свою інформаційну функцію, практично не повідомляючи даних про зміст замітки або статті, наприклад:

Poles Apart, Boy Travels Like This.

У цих випадках необхідно при перекладі вдатися до розширення заголовка за рахунок залучення додаткових подробиць з тексту самої статті.

Заголовки в англійській газеті є багатоступінчатий виклад основних положень газетної статті або газетного повідомлення. Наприклад, в заголовку

3-POWER TALKS WILL BE FRANK

HARD AND PROTRACTED BARGAINING LIKE "GARDS FACE UP"

foreign ministers attempt to break deadlock

Перший рядок надрукована найбільшим жирним шрифтом, наступні заголовки надруковані менш великими шрифтами різних типів. Всі ці заголовки дають досить повне уявлення про зміст самого повідомлення.

Специфічна побудова англійських газетних заголовків служить різним цілям: вони повинні змусити читача зацікавитися заміткою і забезпечити компресію інформації.

Italy's radio, TV workers on strike; Apollo trail-blazers back relaxed and joking; Back to work — to kill the bill; Ugly noises from Los Angeles mayor's nest; Convict sentenced to life for coffin girl kidnap.

У першому прикладі заголовки коротко передає зміст інформації. Дещо специфічною є тільки стислість – опущення дієслова, вживання буквеної аббревіатури. Ніяких попередніх знань ситуації від читача не потрібно. У другому прикладі, навпаки, читач знайомий з ситуацією, він очікує новин про подробиці повернення американських астронавтів, жартівливий епітет багатий

конотаціями, тут і визнання величі здійсненого, і відома фамільярність по відношенню до астронавтам; особиста форма знову відсутня за законами компресії; і нарешті, останні слова обіцяють читачеві, що замітка містить якісь відомості, отримані від очевидців. Третій заголовок добре запам'ятовується завдяки римуванню і чіткому ритму, і це важливо, тому що стаття під ним – агітаційна.

Четвертий дає дуже туманне уявлення про те, яка тема статті, але зате орієнтує читача в сенсі ставлення до описуваних фактам, їх оцінки та використовує гру слів: mayor's nest омонімічно mare's nest – висловом, яке означає "безглузда вигадка", а мова йде про махінації на виборах, причому один з кандидатів – мер міста Лос-Анжелоса. Увага залучається сатиричною спрямованістю заголовка, читач зацікавлений і захоче прочитати замітку. Остання назва розраховане на любителів сенсаційних подій. Суть справи стиснута в одному реченні і передана точно, але досить загадково і змушує прочитати замітку з розповіддю про те, як втік з в'язниці злочинець викрав дочку мільйонера з метою отримати за неї викуп і сховав її в якомусь дерев'яному ящику, дівчину врятували, а злочинця засудили. Дуже характерно використання атрибутивної ланцюжка, сенс якої зрозумілий тільки при прочитанні замітки.

Стилеобразуючими факторами для газетних заголовків є ті ж фактори, які вказані вище для газетного стилю взагалі, з тією лише різницею, що в заголовку всі ці фактори діють особливо сильно і вимога компресії інформації та привернення уваги та інтересу читача виявляються особливо наполегливими.

Характерна концентрична подача інформації, полегшує читачеві можливість вибрати в газеті те, що його цікавить. Тема дає саму загальну орієнтацію. За підрахунками С.П. Суворова, заголовок в Daily Worker складався в середньому з 5 слів і нерідко на першому місці містив слово, яке повідомляло, про що йде мова. Це слово дається абсолютно самостійно. Наприклад, Dockers: Union Move. Підзаголовок, якщо він дається, розширює інформацію, він

набирається менше великим шрифтом, але все ж поліграфічно завжди виділений: 28 days strike notice now given. Перші кілька рядків самого тексту (іноді набрані жирним шрифтом) містять виклад суті повідомлення. Далі слідує подробиці.

Таким чином, читач може отримати саме загальне уявлення про головні події дня по заголовки і підзаголовки і прочитати повністю тільки те, що його цікавить.

С.П. Суворов, який досліджував використання компресії в заголовках преси, зазначає, що близько 65% обстежених їм заголовків мають предикативний характер. Однак при цьому в складних дієслівних формах допоміжним дієсловом буває опущене: *Ministers invited to № 10 Downing Street* значить не "Міністри, запрошені в будинок № 10 по Даунінг-стріт», а «Міністри запрошені ...". То be допускається так само, як дієслово-зв'язка або модальне дієслово: *Oil men's strike to go on* замість *Oil men's strike is to go on*.

Компресія також здійснюється за допомогою більш частого, ніж в інших функціональних стилях, використання простого теперішнього від знаменних дієслів. *Tenants wait to see what Labour brings*, хоча в тексті при більш розгорнутому викладі написано: *are waiting to see*.

Поряд з предикативними, як їх називає Суворов, заголовками широко використовуються іменні групи, більш компактні, ніж відповідні їм пропозиції, але легко розгортаються.

Sinking houses on a new estate \neg *Houses on a new estate are thinking*.

Іменні групи, які складають меншість, але все ж представлені досить значним числом випадків, можуть мати праве або ліве визначення. Праве визначення представлено переважно прийменниковими оборотами. Це зрозуміло, оскільки причастя або інфінітив у певному в цій системі виявилися б двозначними: їх легко було б сплутати з предикативною групою з опущеним дієсловом *to be*. У числі прийменників, що оформляють права визначення, майже не зустрічається прийменник *of*, так як такий визначальний

прийменниковий оборот синонімічний препозитивним визначенням, якому з огляду на його більшої компактності віддається перевага. Порівняйте: *Minister of War* і *War Minister*.

Ланцюжок лівих визначень є одним з найбільш дієвих засобів компресії. Відзначається також тенденція до опущення артиклів.

У газетних заголовках ми стикаємося зі стилістичної функцією розбіжності між ситуативно означає і традиційно означає і з діалектичним характером стилістичної норми. Дійсно, принцип компресії вимагає виключення надлишкової особистої форми дієслова to be, її відсутність стає звичним.

Як відхилення від виниклої таким чином норми is або are знову з'являються як особливий стилістичний прийом, що створює емпфузу або змушує припустити, що цитуються чийсь слова, хоча лапки відсутні: *Dock dispute: the gap is as wide as ever*.

В.Л. Наер зазначає, що в газетному заголовку елементи інформації поєднуються з елементами оцінки, що в заголовках використовується лексика з різним стилістичним забарвленням, каламбури, розкладання фразеологічних одиниць і інші стилістичні прийоми.

Багато дослідників газетного стилю відзначають також безліч цитат прямої мови і розвинену систему різних способів передачі чужої мови. Один зі специфічних газетних способів – недословна, скорочена передача з примітками журналіста в ком; цитована мова наводиться при цьому без лапок. Таку пряму мову називають «вільною прямою мовою», «невідзначеною» або «адаптованою». Але зрозуміло ще більше випадків прямої мови, зазначеної лапками. Наприклад:

Labour «Thinking Afresh» Plan For Getting Ideas, «Discreet Watch» On Belgian Dumps.

Отже, це часто вживаються експресивні засоби англійських газетних заголовків.

'I do not know how long I am going to stay sane'

Тема повністю складається з прямої мови, трагічність і безвихідь, що звучать у фразі, спонукають дізнатися суть статті, присвяченій викрадення двох британських підданих в Чечні.

Diplomat could not destroy tapes because of surveillance.

В даному випадку використовується так звана «вільна пряма мова», цитована мова скорочена.

U.S. Missile Defense Program of grave concern to China.

По-перше, в цьому заголовку використовуються скорочення з метою стиснення інформації (U.S.). По-друге, пропущене смислове дієслово:

Program of grave concern – Program is of grave concern.

ROH to close for 11 months

Використовується пряма мова: *ROH – Royal Opera House.*

Пропущений артикль: *The Royal Opera House.*

Пропущене дієслово to be: *ROH to close – ROH is to close.*

Таким чином, інформація з метою економії максимально стиснута за рахунок скорочення «непотрібних» елементів.

New work rules sneak past MPs.

Опущений прийменник for, прийменниковий зворот замінений препозитивним визначенням: *New work rules* \rightarrow *New rules for workers.*

Використовується скорочення для компресії інформації та від нього утворюється множина: *MP (Member of Parliament) – MPs (Members of Parliament).*

Вживається метафора «rules sneak past» (правила прослизнули потайки), мається на увазі, що уряд не стало обговорювати новий закон в парламенті, що викликало протест парламентаріїв.

Islamic rally organisers warned.

В даному заголовку опущене допоміжне дієслово:

organisers warned – organisers are warned.

І визначальний прийменниковий зворот з прийменником OF замінений препозитивним визначенням:

Islamic rally organisers – organisers of an Islamic rally.

Tones' secret weapon scores a direct hit.

Стаття присвячена виборам прем'єр-міністра в Великобританії. «Tones secret weapon» – цитата з висловлювання претендента на пост прем'єр-міністра від консервативної партії (Tory), Джона Мейджора з приводу своєї дружини як головного козиря в їх виборчої компанії. Таким чином, використання «Tones' secret weapon» є метонімією.

Blair sees radical future in stories of past caution.

Особливістю даного заголовка є використання антитези, протиставлення «radical future» і «past caution», яке не може не привертати читача.

Girl given legal aid to tackle parents over ban.

По-перше, опущений артикль: *Girl – a girl.*

По-друге, пропущені допоміжні дієслова:

Girl given legal aid – Girl has been given legal aid.

End of celibacy rule forecast by Catholic priests.

По-перше, опущений артикль:

End of celibacy rule – The end of celibacy rule.

По-друге, пропущене дієслово to be:

rule forecast – rule is forecasted.

CSA orders man to pay 17p a day for children

По-перше, в даному заголовку використовуються аббревіатури:

CSA – Child Support Agency; 17p – 17 pence.

По-друге, опущені артиклі:

orders man – orders a man,

for children – for the children.

Heart girl died after two-year wait for surgery.

В даному заголовку використовується «*heart girl*» замість «*a girl with a heart defect*».

З метою економії місця «*waiting*» замінено на «*wait*», а також опущені артиклі:

for surgery – for the surgery; heart girl – a heart girl.

Slaughter too slow, say angry farmers

Особливістю даного заголовка є вигадана пряма мова (*Slaughter too slow*), яка є коментарем журналіста з приводу настроїв фермерів. Вся конструкція, завдяки виділенню першої частини, яка має своєрідну римування, набуває їдкий і глузливий характер.

Тут також пропущене дієслово *to be*:

Slaughter too slow – Slaughter is too slow.

Ministers ‘caught off guard’ by mad cow disease crisis.

По-перше, пропущене дієслово:

Ministers caught off guard Ministers were caught off guard.

По-друге, використана пряма мова: *caught off guard*.

New-born baby has ear for a melody. Тут пропущені артиклі:

В даному заголовку пропущені всі артиклі, так як автор намагається максимально сконцентрувати увагу читачів на суті статті, заключеної в заголовку.

The murder of a wayward former leader ends a bloody internal republican feud. Thirty years on. Shelter sad to be in business.

В даному заголовку використовується такий стилістичний прийом, як відділення: перша частина (*Thirty years on*) відокремлена від основної частини пропозиції за допомогою коми.

Далі опущений допоміжне дієслово:

Shelter sad to be in business – Shelter is sad to be in business.

No Lib Dem silence in EU debate.

Тут досягається трохи іронічний ефект, так як Lib Dem Silence перегукується з назвою відомого трилера «Silence of the Lambs» («Мовчання ягнят»).

I'm not betraying United, says Edwards.

United – ' Manchester United.

Пряма мова дана без лапок, вона позначена за допомогою слова «says».

Використано скорочення:

Knife man on train sent to Broadmoor.

Пропущене допоміжне дієслово і артикль:

on train – on a train, sent to Broadmoor – is sent to Broadmoor.

«Knife man» є заміником «a teenager who plunged a hunting knife into the skull of a woman».

Lessing aims for perfect form.

Опущений артикль:

for perfect form – for the perfect form.

McLaren blamed by Ferrari director.

Використана метонімія: назви компаній (McLaren, Ferrari) означають людей, які там працюють.

Пропущений дієслово і не вказано присвійний відмінок:

McLaren blamed – McLaren is blamed,

Ferrari director – Ferrari's director.

Nicholson scenting success.

Використаний атрибутивний ланцюжок як спосіб ефективної компресії інформації.

Opera to fall silent.

Пропущене допоміжне дієслово:

Opera to fall – Opera is to fall.

Opera – The Royal Opera House.

Skelton's lead role.

Використаний атрибутивний ланцюжок.

This is not justice, says MP expelled over party smears

Використана пряма мова.

says MP \rightarrow *says the Member of Parliament.*

Traditional values facing bumpy ride

Використана метафора «bumpy ride».

Опущене допоміжне дієслово:

values facing \rightarrow *values are facing.*

What made her into a cheat?

Питальна форма заголовка змушує читача як би відповісти на питання, спонукає його прочитати статтю і розібратися в суті того, що сталося.

300 000 pictures 'are still missing'

Використання прямої мови.

Ex-mayor cleared of perverting justice

Пропущене допоміжне дієслово і артикль:

Ex-mayor cleared \rightarrow *An ex-mayor was cleared.*

Utd News soars 234pc after sales

Для компресії інформації використовуються скорочення:

Utd News \rightarrow *United News & Media.*

BskyB advances goalwards in absence of OffRef whistle

Використання скорочень:

BskyB \rightarrow *British Sky Broadcasting;*

OffRef \rightarrow *The office of Fair Footie.*

Rescued dormice in the breeding habitat

Пропущене дієслово:

dormice in the breeding habitat \rightarrow *dormice are in the breeding habitat.*

Buddhists fall out over an evil spirit

Використовується пряма мова, яка наводиться в лапках.

Empress's diary found

Опущене допоміжне дієслово і артикль:

Empress's diary found \rightarrow *The empress's diary is found.*

В останні роки журналісти широко використовують заголовки з конструкціями з особливим розчленуванням, з парцеляцією, коли зміст висказування розчленовується на окремі частини, які слідують один за одним після розділової паузи.

У прикладах представлені газетні заголовки з парцелірованими конструкціями, в яких базова частина являє собою іменник, а парцелірована-пропозиція або частина його. Базова частина, як правило, називає міста, країни, континенти, міжнародні організації, політичні союзи або певну область людської діяльності, що стала предметом обговорення на сторінках газет. А парцелірована частина деталізує, конкретизує проблему, тему, яка названа в базовій частині.

Yugoslavia: Russian peacekeepers on alert.

Пропущений артикль і дієслово to be:

Russian peacekeepers on alert \rightarrow *Russian peacekeepers are on the alert.*

Russia and Nigeria: boosting cooperation.

Тут з метою стиснення інформації використовуються неособисті форми дієслова.

Police: No political motive in local businessmen murders

Зворот з прийменником замінений препозитивним визначенням:

local businessmen murders \rightarrow *the murders of the local businessmen.*

Опущений зворот there is.

Oblast: \$150m Ford deal cemented

Пропущене допоміжне дієслово:

deal cemented \rightarrow *deal is cemented.*

Report: Ministry wasting tax cash

Пропущене дієслово to be і артикль:

Ministry wasting \rightarrow *the Ministry is wasting.*

Betting on pragmatism

Використання неособистих форм дієслова.

Combining antiquity with Christianity

Використання неособистих форм дієслова.

Expect no real help from the West

Тема побудована у формі звернення, що робить максимально виразним.

The end of opposition?

Тема побудована у формі риторичного запитання, при цьому для компресії інформації опущене дієслово:

The end of opposition? → Is it the end of opposition?

Russia's foreign policy getting more sensible

Пропущене допоміжне дієслово:

policy getting... → policy is getting ...

Secret talks with Afghan Mujaheddin helped end war

Опущені артиклі і частка to:

Secret talks → the secret talks;

helped end war → helped to end the war.

Cautious prince in a dangerous age

Пропущені артикль і смислове дієслово:

Cautious prince → The cautious prince;

... prince in a dangerous age → ... prince lived in a dangerous age.

Tired poster campaign hits city streets

Обороти з приводами замінені препозитивними визначеннями:

Tired poster campaign → The campaign that used posters slating «Our city is tired»;

city streets → the streets of the city.

Guta bank stormed by Economic Police Squad

Пропущене допоміжне дієслово:

Guta bank stormed → Guta bank is stormed.

Висновки до 2 розділу

Англійський газетний текст характерний відомою лаконічністю, що приймає в заголовках форму лозунгообразних стислих відрізків, побудованих на уривчасто, гарячковому ритмі. Перераховані особливості заголовків англійських і американських газет не вичерпують різноманіття їх форм. Вище наведені лише найбільш характерні, часто зустрічаються типові форми. Заголовки англійських газет роблять значний вплив на загальні норми розвитку стилю англійських газетних повідомлень.

Мова газетних статей часто емоційно насичена, що наближає її до мови художньої літератури. На лексичному рівні газетно-публіцистичного стилю характерно наявність неологізмів, фразеологізмів, слів розмовної лексики, професіоналізмів, велика кількість кліше і штампів. Необхідність в стисненні інформації призводить до застосування аббревіатур. На граматичному рівні - використання часів і застав, велика кількість складних атрибутивних утворень, особливі форми введення прямої мови і перетворення прямої мови в непряму, а також наявність цитат. Серед стилістичних засобів образотворчого та виразності використовуються стежки, порівняння, гіперболи, алегорії, евфемізми, прислів'я, приказки, крилаті слова.

Газетно-публіцистичний стиль більш-менш однорідний за своїм стилістичним характеристикам, однак і тут часто можна зустріти випадки з'єднання літературно-книжкової і розмовної мови. Це пояснюється надзвичайно різноманітними сферами суспільної діяльності, які знаходять своє висвітлення на сторінках газет.

ВИСНОВКИ

Мовні особливості англійської газети обумовлюються їх функціональним призначенням – подачею матеріалом в максимально сенсаційному вигляді з метою залучення більшої кількості читачів, тобто забезпеченням нормального функціонування самої газети.

Залежно від тематики і жанру в газетах використовується різноманітна лексика і фразеологія. Деяку її частину становить суспільно-політична лексика і закріпилися в розглянутому стилі поєднання слів.

Значну частину лексики газетного стилю складають загальнолітературними слова і різні терміни (науки, військової справи, мистецтва, спорту): і ті й інші в відповідному контексті можуть переосмислюватися і купувати публіцистичну забарвлення.

У мові газети широко поширені різні мовні стереотипи (стандарти, кліше). Таке явище пояснюється тим, що і для пише, і для читача кліше представляють безсумнівні зручності. Це – легка відтворюваність готових мовних формул, автоматизація цього процесу, полегшення комунікації.

Синтаксис публіцистичних пропозицій в основному книжковий, з упорядкованим ладом пропозиції, з розгорнутими синтаксичними конструкціями (прості речення переважають у таких газетних жанрах, як хронікальна замітка, інформація). З метою виразності використовуються також елементи синтаксису, розмовної мови.

У газетних матеріалах нерідко зустрічається так звана рубана проза: короткі речення, які становлять хіба що мальовничі мазки, з яких створюється загальна картина.

З розмовної мови прийшли на газетну смугу різні еліптичні пропозиції - бездієсловні фрази, які характеризуються стислістю, енергійністю вираження. У цих конструкціях, які використовуються переважно для заголовків, виділяється все найбільш важливе і усувається те, що, з точки зору

інформативності, представляється надмірним. Подібні двочленні конструкції з паузою між частинами, незалежно від місця, займаного їм у тексті (заголовок, що передує тексту, або кінцівка, яка містить заклик, спонукання), приваблюють своєю лаконічністю, виразністю.

До засобів експресивного синтаксису відносяться номінативні пропозиції, тобто пропозиції у формі називного відмінка, що позначає буття, наявність того, що названо). У мові газети номінативні пропозиції мають мінімальну інформативність.

Широко використовуються в різних газетних жанрах так звані сегментовані конструкції, або конструкції з «подвійним позначенням», що складаються з двох частин – перша частина, що знаходить на початку пропозиції або тексту і виражена, як правило, іменником в називному відмінку чи словосполученням на чолі з цієї формі, називає особа або предмет, які в другій частині здобувають друге позначення в формі займенника. Сегментовані конструкції зустрічаються досить часто в ролі заголовків.

Експресивні оклику пропозиції, риторичні запитання. Інверсія часто використовується для актуалізації членів пропозиції з висуненням на перший план логічно виділяються слів. в функції присудка часто зустрічаються описові звороти, в яких логічно виділяються не дії, а то, що з ними пов'язано.

Часто газетний текст починається вступної конструкцією, що вказує на джерело повідомлення.

У газеті нерідко стилістичну функцію виконують заголовки статей кореспонденцій, інформативних заміток, що відрізняється різноманітністю синтаксичних структур (номінативні, невизначено-особисті пропозиції, імперативні безособові пропозиції, двоскладного пропозиції, неповні речення, прийменникові і безприйменникові поєднання, відповіді-питання і т.д.).

Газетні жанри характеризуються вільним використанням всіх ресурсів національної мови, включаючи його виразні засоби (епітети, метафори, порівняння, різні стилістичні фігури).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеев А.Я. Сравнительная стилистика [Текст]: учеб. пособие / А.Я. Алексеев. – Д.: Национальный технический университет, 2012. – 471 с.
2. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка [Текст] / Арнольд И.В.-Л.: Просвита, 1973. – 303 с.
3. Арутюнова Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лінгвістичний енциклопедичний словник / Гол. ред. В.Н. Ярцева – М.: Сов. Енциклопедия, 1990. – С. 136–137.
4. Ахманова О.С. О стилистической дифференциации слов. Сб. статей по языкознанию (проф. МГУ акад. В.В. Виноградова в день его 60-летия) / О.С. Ахманова. – М., 1958. –191с.
5. Баранов А.Н. Теория лингвистических экспертиз как направление прикладной лингвистики. – [Электронный ресурс] / А. Н. Баранов. – Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2004/Baranov.htm>
6. Виноградов В.В. Итоги обсуждения вопросов стилистики // Вопросы языкознания. – М.: Изд-во Академии наук СССР, 1955. – 168 с.
7. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка / И.Р. Гальперин. – Издательство литературы на иностранных языках, 1958. – 462 с.
8. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка [Текст] = Stylistics: учеб. для студентов ин-тов и фак. иностранных языков / И.Р. Гальперин. – 3-е изд. – М.: Высшая школа, 1981. – 334 с.
9. Гаузенблас К. О характеристике и классификации речевых произведений [Текст] / К. Гаузенблас // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1978. – 123 с.
10. Градобик М.С. Інноваційні процеси в лексиці сучасної англійської мови / М.С. Градобик // Іноземні мови в навчальних закладах: Науково-методичний журнал. – 09/2007. – N5/6. – С. 106–114.

11. Добросклонская Т. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т. Добросклонская. – Москва, 2008. – 203 с.
12. Єфімов Л.П. Стилїстика англійської мови і дискурсивний аналіз. Учбово-методичний посібник / Л.П. Єфімов, О.А. Ясінецька. – Вінниця: Нова книга, 2004. – 240 с.
13. Иванова И.П., Бурлакова В.В., Почепцов Г.Г. Теоретическая грамматика современного английского языка: Учебник. / И.П. Иванова. – М.: Высшая школа, 1981.– 285 с.
14. Кожина М.Н. К основаниям функциональной стилистики / М.Н. Кожина. – Пермь. ун-т. Пермь, 1968. – 252 с.
15. Костомаров В.Г. Некоторые особенности языка печати как средства массовой коммуникации: – Автореф. дис. ... докт. фил. наук / В.Г. Костомаров. – М., 1969. – С. 46–56.
16. Кочан І.М. Лінгвістичний аналіз тексту: [навч. посібник] / І. М. Кочан. – 2-ге вид., перероб. і доп.- К.: Знання, 2008. – 423 с.
17. Кунин А.В. Английская фразеология / А.В. Кунин. – М.: Высшая школа, 1970. – 344 с.
18. Мацак Ж.Г. Лінгвостилістичні Особливості газетного стилю [Електронний ресурс]. Режим доступу:http://www.rusnauka.com/3_ANRR_2009/Philologia/40175.doc.htm
19. Мороховский А.Н., Воробьева О.П., Лихошерст Н.И., Тимошенко З.В. Стилистика английского языка / А.Н. Мороховский. – Киев: Высшая школа, 1984. – 241 с.
20. Наер, В.Л. Функциональные стили английского языка: (Анализ) / [Сост. В. Л. НАЕР]. – М.: МГПИИЯ, 1981. – 122 с.
21. Новиков Л.А. Искусство слова / Л.А. Новиков. – М.: Педагогика, 1982. – 128 с.
22. Ноздрина Л.А. Заглавие текста // Грамматика и смысловые категории текста: Сб. науч. тр. им. М. Тореца / Л.А. Ноздрина. – М. – 1982. – 189 с.

23. Ноздрина Л.А. Прагматическая характеристика заглавий // Прагматика и структура текста / Л.А. Ноздрина. – М.: Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. М. Тореца / Л.А. Ноздрина. – М. – 1982. – 189 с.

24. Розенталь Д.Э. Наблюдения над языком и стилем современной газеты: По материалам обзора краев. и обл. газет СССР / Д.Э. Розенталь, Г.Я. Солганик // Известия Академии наук СССР: сер. литературы и языка. – Т. 39, вып. 3. – М., 1980. – С. 36-43.

25. Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність [На матеріалах сучасної газетної публіцистики] / К.С. Серажим / Монографія / За ред. В. Різуна. – Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2002. – 392 с.

26. Сильман Т.И. Проблемы синтаксической стилистики (на материале немецкой прозы) / Т.И. Сильман. – Л.: Просвещение, 1967. – 152.

27. Солганик Г.Я. Стилистика текста: Учебное пособие / Г.Я. Солганик. – М.: Флинта, Наука, 2001. – 256 с.

28. Солганик Г.Я. Лексика газеты / Г.Я. Солганик. – М.: Высшая школа, 1981. – 112 с.

29. Солганик Г.Я. Стилистика газетных жанров [Текст] / [Г.Я. Солганик, М.К. Милых, В.П. Вомперский и інш.]; под ред. Д.Э. Розенталя. – Москва: Изд-во МГУ, 1981. – 229 с.

30. Стам И.С. Использование фразеологизмов в заглавиях английских художественных и газетных текстов: (К вопр. Офункционально-стилистической норме) // Норма и вариативность в германских языках / И.С. Стам. – Ярославль, 1989. – С. 58–67.

31. Терентьева Л.В. Вопросительные конструкции в газетных заголовках как средство выражения имплицитной оценки // Значение и функционирование языков. единиц / Л.В. Терентьева. – Саратов, 1993. – 231 с.

32. Altic R.D. 'Preface to Critical Reading' Henry Holt and Company. №9-1976.

33. Blokh M.Y. A Course in Theoretical English Grammar. – M., 2000.
34. Britannica [Электронный ресурс]. – Режим
доступу: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/377872/metaphor>
35. Darbyshire A.E. A Grammar of Style. Ldn, 1991.
36. Diana Lea. Oxford LearnerCs Thesaurus: A Dictionary of Synonyms / Oxford University Press, 2011. – 1008 p.
37. Emmott C. Experience of Reading. Cognition, Style, Affect and SocialSpace // Textual Secrets. The Message of the Medium. Proceedings of the 21st PALA Conference (April 12-15, 2001). – Budapest: School of English and American Studies. Eötvös Lorand University, 2001. – P. 29–42.
38. Enkvist, N.E. Linguistic Stylistics. Mouton, the Hague, 1973.
39. Enkvist, N.E. Spencer J., and Gregory M. Linguistics and Style. (London: Oxford, 1964)
40. Galperin. Stylistics Moscow ‘Higher Scholl’, 1977.
41. Hornby A.S. Oxford Advanced LearnerCs Dictionary of Current English / Oxford University Press, Incorporated, 2010. – 1796 p.
42. Kukhareenko V.A. Seminars in style Moscow: Higher School Publishing House 1971.
43. Leech, Geoffrey N. 1966. English in advertising: A linguistic study of advertising in Great Britain. London: Longman.
44. Quirk R., Greenbaum S., Leech., Svartvic J. A University Grammar of English. – M., 1982.
45. Skrebnev Y. M. Fundamentals of English Stylistics. /V. Sh. - M. - 1994. – 285 p.
46. Stylistic Terms [Электронный ресурс]. - Режим
доступу: http://urtt.ru/phphtml/met_mat/sutkin/glossary.pdf
47. Webster’s New Twentieth Century Dictionary of the English Language.Unabridged [Электронный ресурс]. Режим доступу: <http://www.merriam-webster.com>

48. Zhukovska V.V. English stylistics: fundamentals of theory and practice / V. V. Zhukovska: навч. посіб. для вищ. навч. закл. - Житомир: ЖДУ ім.І.Франка, 2010. - 239 с.

49. Wikipedia [Електронний ресурс]. -
Режим доступу: <http://en.wikipedia.org/wiki/Headline>