

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

Інститут електроенергетики  
 Електротехнічний факультет

Кафедра перекладу

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

### кваліфікаційної роботи ступеню бакалавра

студента Ковачова Катерина Анатоліївна (ПІБ)

академічної групи Б-ТП-15

(шифр)

напряму 6.020303 «Філологія»

спеціалізації \_\_\_\_\_

за освітньо-професійною програмою \_\_\_\_\_

на тему: **Заголовки британських газет: лінгвістичні особливості та проблеми перекладу**

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи	доц. Висоцька Т.М.			
розділів:				
<b>Рецензент</b>				
<b>Нормоконтролер</b>	доц. Бойко Я.В.			

Дніпро  
2019

**ЗАТВЕРДЖЕНО:**завідувач кафедри  
перекладу

\_\_\_\_\_ Введенська Т.Ю.

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 року

**ЗАВДАННЯ**  
**на кваліфікаційну роботу**  
**ступеню бакалавра**студенту **Ковачова Катерина Анатоліївна** академічної групи **Б-ТП-15**  
(прізвище та ініціали) (шифр)напряму **6.020303 «Філологія»**

спеціалізації \_\_\_\_\_

за освітньо-професійною програмою \_\_\_\_\_

на тему: **Заголовки британських газет: лінгвістичні особливості та проблеми перекладу**

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 26.04.2019 № 692-л

<b>Розділ</b>	<b>Зміст</b>	<b>Термін виконання</b>
Розділ 1	лексико-граматичні та стилістичні особливості британських газетних заголовків	25.12.18
Розділ 2	способи перекладу британських газетних заголовків на українську мову	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. ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ БРИТАНСЬКИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ .....	7
1.1. Газетний заголовок та його функції.....	7
1.2. Лексико-граматичні особливості англомовних заголовків печатних ЗМІ.....	13
1.3. Стилiстичнi особливостi заголовкiв британських газет .....	19
Висновки до 1 розділу .....	25
РОЗДІЛ 2. СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ БРИТАНСЬКИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВ- КІВ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ .....	27
2.1. Теоретичні основи перекладу Переклад англомовних газетних заголовків з точки зору граматики .....	27
2.2. Лексичні трансформації при перекладі англомовних заголовків на українську мову .....	38
2.3. Адекватний переклад фразеологізмів у англомовних заголовків печатних ЗМІ.....	44
Висновки до 2 розділу .....	52
ВИСНОВКИ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56
ДОДАТОК.....	63

## ВСТУП

Заголовки займають особливе місце в мові газети. Назва будь-якого тексту характеризується двояко. З одного боку, це мовна одиниця, що стоїть перед текстом. У цьому сенсі можна говорити про відносну самостійність назви статті по відношенню до тексту. На першому етапі сприйняття тексту читач звертається до заголовка, що стоїть перед газетним матеріалом, складає певний прогноз щодо змісту матеріалу. Однак, з іншого боку, газетний заголовок є елементом тексту, що вступає в різні досить складні і різноманітні відносини з ним. На другому етапі сприйняття статті виникає взаємодія "заголовок – текст". Читач звертається безпосередньо до газетного матеріалу, читає його, тримаючи в полі зору заголовок. Темп життя постійно збільшується. Споживачеві необхідно повідомити важливу інформацію в максимально стислій формі і так, щоб його зацікавити прочитати статтю повністю.

Мова газети і заголовок має певну специфіку, що відрізняє її від мови художньої або наукової літератури, від розмовної мови. Це є наслідком тривалого відбору мовних виразних засобів. Мова англійських газетних повідомлень та їх заголовків має ряд спільних рис, що змінюються від епохи до епохи, а також деякі особливості, які властиві окремим газетним публікаціям.

На сьогоднішній день можна констатувати зміни в стилі газетного заголовка. У заголовках англійських ЗМІ нерідко використовуються самі ходові, широко поширені слова і вирази розмовно-побутової лексики. Все, що раніше характеризувало розкату побутову мову зараз допускається в письмові тексти, в сферу мас-медіа. Так, в мові сучасних англійських газет це, головним чином, жаргонізми, діалектизми, фразеологізми. Англійські газетні заголовки є прикладами взаємодії книжної мови і розмовної мови. Відхилення від літературної норми створюють певну тональність і експресивність.

Важливість лінгвістичного вивчення газетних текстів очевидна, тому що, незважаючи на потужний розвиток таких засобів масової комунікації, як радіо і

телебачення, газета продовжує займати важливе місце в житті сучасного суспільства.

У англійських заголовках зустрічаються практично всі фігури мови, проте значно переважають деякі групи: питання різних типів, повтори, що створені засобами різних мовних рівнів, аплікації та структурно-графічні виділення.

Істотні відмінності заголовків публіцистичного стилю від інших функціональних стилів сучасної англійської мови відзначаються в характері використання в заголовках дієслівних часових форм. Англійські газети, як правило, використовують у заголовках неперфектного форми дієслова.

**Актуальність теми.** Газети були одним з перших засобів масової інформації. Вони зберігають свою актуальність і сьогодні. Безсумнівно, цифрові технології та інтернет впливають на медіа середовище. Але газети виділяються тим, що перевіряють інформацію, яку друкують.

Газетний заголовок виконує важливу функцію – залучення уваги читача. Крім того, він дає зрозуміти зміст матеріалу. Вдалий заголовок навіть формує наше ставлення до публікації.

В британській пресі, так само, як і в українській сформувався власний стиль газетного заголовку зі своїми лінгвістичними особливостями. Тому при перекладі заголовків можуть виникати труднощі. Зміна норм побудови заголовків в обох мовах призводить до деяких змін способів перекладу англійських газетних заголовків на українську мову. Переклад заголовка, що володіє рядом специфічних особливостей, можна вважати окремою перекладацькою проблемою.

**Об’єкт дослідження** – заголовки британських газет.

**Предмет дослідження** – їх лінгвістичні особливості та проблеми перекладу у сучасному інформаційному полі.

**Мета роботи** – провести аналіз лінгвістичних особливостей заголовків британських газет. Визначити проблеми їх перекладу на українську мову та запропонувати шляхи вирішення.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі **завдання**:

1. Дати визначення поняттю «заголовок».
2. Визначити лінгвістичні особливості заголовків британських газет.
3. Окреслити проблеми перекладу британських газетних заголовків українською мовою.
4. Запропонувати варіанти їх подолання.

#### **Методи дослідження.**

- аналіз теоретичного матеріалу по темі дослідження;
- описовий метод;
- метод випадкової вибірки;
- матеріалом дослідження послужили заголовки таких британських газет: The Guardian, The Times, The Daily Telegraph, The Sun.

**Наукова новизна.** Газетний заголовок є предметом багатьох досліджень. Журналісти, перекладачі, лінгвісти та філологи вивчають газетний заголовок як лінгвістичну проблему, тому що мова ЗМІ постійно змінюється та зазнає трансформації через знакові світові події у сферах політики, економіки, суспільства та інших. Наукова новизна цього дослідження полягає в тому, що було проаналізовано британські газетні заголовки останніх років, а саме з 2016 по 2019 роки.

**Теоретична значимість роботи** полягає в тому, що отриманні результати допоможуть ліпше зрозуміти тенденції розвитку сучасних заголовків англомовних печатних ЗМІ.

**Практична значимість роботи.** Результати роботи можна використувати на практичних заняттях з практики перекладу.

## РОЗДІЛ 1. ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ БРИТАНСЬКИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ

### 1.1. Газетний заголовок та його функції

Газета розрахована на масову і неоднорідну аудиторію, яку потрібно якось залучити. Як правило, газету читають в таких умовах, коли людині важко зосередитися: за сніданком, в транспорті, в обідню перерву або після роботи. Тому необхідно передати інформацію швидко, стисло, повідомити головне і «заманити» читача. Саме для цього існує заголовок.

Газетний заголовок як специфічне лінгвістичне явище – предмет багатьох наукових робіт. Як об'єкт дослідження дуже часто привертає увагу англійський газетний заголовок. Переклад заголовка можна вважати окремою проблемою перекладознавства.

Словник В.І. Даля дає визначення заголовока в широкому сенсі: вихідний лист, перший листок книги або твору, де зазначено назву його [15, 150]. У словнику С.І. Ожегова заголовок: назва будь-якого твору (літературного, музичного), або відділу його частин, яка розкриває його зміст [39, 115]. Заголовок є лаконічним відображення соціальних, культурних, національних особливостей, притаманних конкретному часовому проміжку, визначеному територіально чи геополітично [23, 27].

Академічний тлумачний словник української мови визначає заголовок так: назва будь-якого твору, частини, розділу або статті, повідомлення, назва газети, журналу і т.д. [6, 45].

Безумовно, ці визначення є вірними і для газетного заголовка, оскільки він є частиною загального поняття «назва», але газетний заголовок має свою специфіку. З одного боку, заголовок – це мовний компонент, що знаходиться перед текстом статті. У зв'язку з цим він розуміється як мовний елемент, що виявляє певну самостійність. З іншого боку, заголовок – повноцінна частина

тексту, що входить до його складу і має зв'язок з іншими одиницями газетної статті.

Існує безліч класифікацій заголовків залежно від їх відповідності змісту, зв'язків з текстом. Так А.П. Безсонов у книзі «Газетний заголовок» вказує, перш за все, на те, що заголовок повинен відповідати змісту матеріалу і давати стилій і влучний вислів головної ідеї тексту [5, 51]. Загальна вимога, яка пред'являється до заголовка – конкретність. Для досягнення цього необхідно взяти з тексту деталі, які становлять суть матеріалу. Залежно від ступеня конкретності заголовки можуть бути неконкретними, розпливчастими, беззмістовними, повними. Чим менш конкретний заголовок, тим більше, на думку А.П. Безсонова, падає інтерес читача до матеріалу. На часту невідповідність заголовка темі вказує і Л.М. Майданова [34, 89]. Заголовки частіше вказують на предмет мовлення: героя, подія, явище, рідше висловлюють основну думку, іноді основна думка ділиться між заголовком і підзаголовком. Двоєчка сутність газетного заголовка дозволяє вважати його деяким рамковим знаком, який вимагає обов'язкового повернення до себе після прочитання статті [14, 3].

Мова газети та газетних заголовків неодноразово привертала увагу фахівців. Даному аспекту присвячений ряд робіт практичного і теоретичного характеру відомих учених і методистів. Перш за все, треба відзначити праці таких лінгвістів, як Арнольд І. В., Комісарова В. Н., Федорова А. В., та Швейцара А. Д.

В сучасних газетних заголовках відображається творчий настрій авторів, їх прагнення до оновлення мовних засобів, фокусується пошук нових прийомів і способів залучення читацької уваги. "Хороший заголовок – предмет газетного мистецтва" [31, 61]. Для заголовка газети характерні специфічні риси, які передають особливості даного типу видання: його оперативність, публіцистичність, жанрову приналежність [19, 31].

Якщо говорити про заголовок, необхідно також зупинитися на визначенні



його функцій. Різні лінгвісти дотримуються різних точок зору щодо цього. А.С. Попов вважає, що кожному заголовку притаманні три основні функції:

- 1) Номінативна;
- 2) Інформаційна,
- 3) Рекламна [42, 100].

В.С. Мужев, крім згаданих функцій, говорить ще про експресивно-апеллятивну функцію заголовка. Автором була розглянута кожна функція заголовка, на основі чого він встановив, що всі функції заголовка мають певний взаємозв'язок. Якщо одна функція буде домінувати, відповідно інша буде втрачати своє переважання або зовсім зникне [37, 10].

Філолог К. Лазарева дослідила та експериментально довела два ефекти в читацькому сприйманні заголовків. Ефект посиленого очікування, що з'являється в читача тоді, коли назва неясна, але привертає увагу, та ефект ошуканого очікування, коли заголовок за змістом не збігається з текстом. В обох випадках перші знаки тексту виконують експресивну функцію за рахунок інформування, але в ошуканих чи здивованих читачів може бути непередбачена реакція на текст – від захопленого читання до відмови читати текст і негативної оцінки автора чи редакції [31, 42].

На перший погляд, газетний заголовок являє собою короткий зміст статті. Але, деякі лінгвісти (М.І. Шостак, Т.В. Юдіна та ін.) говорять про те, що заголовок може не тільки підсумовувати інформацію, але також виділяти окремі факти статті. Тому заголовки можна умовно поділити на повноінформативні заголовки та неповноінформативні. Неінформативні заголовки найчастіше зустрічаються в таблоїдах. Вони є «загадкою», яка розкривається в тексті.

Заголовки виділяють матеріали на смузі, відокремлюють їх один від одного. На виконання такого завдання спрямовані всі заголовки, які при цьому несуть графічно-видільну функцію. Зазначена функція – єдина, яка реалізується немовними засобами: за допомогою шрифтових виділень, використання кольору, графічних засобів, прийомів верстки.

В британській пресі існують свої особливі принципи побудови газетного заголовка. Заголовки британських газет часто бувають багатоступінчатими. Вони складаються з "шапки" (*headline*), яка надрукована дуже великим шрифтом і підзаголовок (*lead*) з кількох рядків, які надруковані меншим шрифтом.

«Шапка» покликана виділити найяскравішу думку, найбільш виразну, яка легко запам'ятовується. Нерідко «шапка» направлена на те, щоб «змусити» читача прочитати сам матеріал. Тому в більшості випадків вона недостатньо повно розкриває зміст статті, а іноді буває дуже мало з ним пов'язана. Підзаголовок, навпаки, виконує функцію розкриття. Він у кількох рядках дає короткий переказ статті. Так «шапка» наступного заголовка «*Buy Now, Pay Never*» відразу привертає увагу, але не зрозуміло, про що саме йдеться [61]. Підзаголовок *Life After College: Credit Card Debts, Repaying Loans* коротко повідомляє про зміст статті [61].

Доволі частими випадки, коли більш–менш довга стаття або повідомлення розбивається на окремі шматки вставленими в текст додатковими заголовками. Це робиться для того, щоб максимально зацікавити читача, не допустити того, щоб він, пробігши очима перші рядки статті, кинув її читати і перейшов до інших матеріалів. У більшості випадків ці врізані в повідомлення додаткові заголовки мало пов'язані з наступним за ними матеріалом і являють собою вихоплені з тексту яскраві, помітні слова або виразу. Наприклад:

*Shuttle Atlantis.From Mir For Return Home.Canaveral.Astronaut Shuttle, A First For Nasa* [62].

Основні принципи організації заголовка:

1) Оповідний заголовок. Він зазвичай складається з 5-6 слів. Наприклад: *Malaysia Airline-17: What We Know* [60].

2) Заголовок–резюме, тобто який коментує. Може складатися з двох і навіть трьох речень. Наприклад:

*A Saudi Woman Tweeted a Photo of Herself without a Hijab. Police have Arrested her* [62].

3) Заголовок–цитата. Наприклад:

*Trump bashes «Nightly news»: «Just can't get much worse»* [62].

У Великобританії видається приблизно 120 щоденних (що виходять шість разів на тиждень, крім неділі) і недільних газет. Останні навіть коли мають ідентичні назви з додаванням "Sunday Issue" і видаються тієї ж самою компанією, є самостійними друкованими органами зі своєю власною редакцією. Загальний тираж національних (котрі розповсюджуються по всій Великобританії) щоденних газет – 15 мільйонів примірників, недільних – більше 17. За кількістю газетної продукції на душу населення Великобританія йде попереду інших капіталістичних країн, поступаючись лише Швеції. Англійські «якісні» газети відрізняються строгою версткою, помірними за величиною шапками і заголовками, досить невеликим обсягом ілюстрацій. Для «популярних» газет характерні великі, на всю першу шпальту шапки, короткі матеріали, строката верстка, безліч фотографій. Серед щоденних національних газет до «якісних» відносяться: "The Times", "Financial Times", "The Guardian" і "The Daily Telegraph". До «популярних» – "Daily Mail", "Daily Express", "Daily Mirror", "The Sun" та інші [7, 10].

Згідно з R. Flower існує три типи газет:

- 1) Широкоформатні газети – «the broadsheet newspapers»  
(the Telegraph, the Independent, the Times, the Guardian);
- 2) Таблоїди середнього класу – «the middle-range tabloids»  
(Express і Daily Mail);
- 3) Таблоїди – «tabloids»  
(the Sun, the Mirror, the Star) [58].

Трохи про газети, які використовуються в дослідженні.

### **The Guardian**

Британська щоденна газета була заснована в Манчестері в 1821 році. Її

перша назва – «The Manchester Guardian». У 1959 році газета була перейменована в The Guardian, а з 1961 року стала видаватися в Лондоні, також як і в Манчестері. Ця якісна газета є власністю цілого трасту, а не окремого власника, тому має репутацію незалежної газети. The Guardian відрізняється своїми відмінними політичними коментарями, оглядами, а також жіночою сторінкою [7, 15].

### **The Times**

Більшу частину своєї історії The Times була найвпливовішою щоденною газетою Британії. Цю газету читає керівний клас країни. Газета була заснована в 1785 році Джоном Уолтером. Першу назву газети «The Daily Universal Register» було змінено на The Times в 1788 році. До середини 19-го століття газета отримала серед своїх читачів назву «The Thunderer» за свої страхітливі передові статті. Газета відома оглядом світових подій (це була перша газета, яка включала в себе міжнародну кореспонденцію) [7, 16].

### **The Daily Telegraph**

Британська газета The Daily Telegraph була заснована в 1855 році. Ставши першою в Британії дешевою газетою, вона була спочатку занадто радикальною (і в той же час шалено популярною). Сьогодні читачами газети є переважно представники середніх і вищих класів з консервативними поглядами). The Daily Telegraph має хорошу репутацію за свої цікаві статті на різні теми і вважається в Британії якісною газетою [7, 17].

### **The Sun**

Британський таблоїд, заснований в 1964 році. Ця газета широко відома завдяки історіям про життя зірок, в тому числі скандальним і провокативним, а також про індустрію розваг (історії і чутки про поп-музику, телевізійні серіали та інше) [7, 20].

## **1.2. Лексико-граматичні особливості англomовних заголовків печатних ЗМІ**

Зіставлення англійських і українських заголовків дозволяє виявити ряд відмінних рис, які знаходять своє віддзеркалення в перекладі. Газетні заголовки мають ряд граматичних особливостей.

Граматична специфіка газетно-інформаційного стилю української мови виражена менш чітко. Синтаксис має книжковий характер: часто використовуються складні, особливо складнопідрядні речення, дієприслівникові звороти. У заголовках газетних матеріалів на українській мові поширені пасивні конструкції (*відкрита нова лікарня, зібрано великий врожай*), узагальнено-особові форми дієслів інформаційної семантики (*повідомляють, інформують, передають*). Особливо слід звернути увагу на іменниковий характер газетного мовлення, який виражається у широкому використанні відіменникових прийменників (*у сфері, у відношенні, з метою, у відповідності*), складних відіменникових сполучників (*у зв'язку з тим, що; з огляду на те, що; з тим, щоб*) і т.д.

Морфологічні особливості використовуються для того, щоб заощадити простір, який є обмеженим в газетах. Тому за своєю структурою англійські заголовки часто являють собою еліпсис, тобто навмисний пропуск слів:

- 1) Артиклів (*a, an, the*);
- 2) Допоміжного дієслова *to be*;
- 3) Відносних займенників (*who, which, that*);
- 4) Дієслів, що вводять пряму мову (*says, said*);
- 5) Титулів (*Mrs., Lord, Sir*).
- 6) В заголовках ніколи не пишуть цифри словами.

Причина опущення артиклів у газетних заголовках полягає не тільки в прагненні автора до короткого викладу своїх думок, а й базується на функціональній специфіці заголовка і тієї ролі, яку відіграє в ньому артикль [9, 33]. Артикль у заголовку виконує функцію актуалізації іменника. Іменник вжитий без артикля вказує на загальне поняття, а не на конкретний предмет. Коли іменник вживається з артиклем, поняття, позначене ним, переходить в ім'я ре-

ального об'єкта. Відсутність артикля робить заголовок більш інтригуючим.

Неозначений артикль іменника означає, що предмет є одним з множини подібних. Означений артикль відокремлює предмет з множини подібних і вказує на нього, як на «той самий» предмет [21, 45].

Газетні заголовки з означеними артиклями відсилають читача до набутого досвіду, яким він не володіє повною мірою. Це спонукає його прочитати статтю. Наприклад:

*Public School Stakes Its Future on the Montessori Way* [59].

У заголовку означена форма «*the Montessori Way*» позначає якесь специфічне явище, суть якого поступово розкривається в тексті статті [21, 32].

Наприклад:

*Ukraine Plane with Seven on Board Crashes in [the] Sahara* [59].

[A] *British Showjumper Stranded on Burning Ferry* [60].

[An] *Accident at Ukraine Nuclear Plant Forces Reactor Hutdown* [59].

Артикль зберігається лише в тому випадку, коли його опущення може привести до неправильної смислової інтерпретації. Наприклад:

*More Children Killed on the Road in Summer than in Winter, Says Research* [59].

Збереження артикля в цьому заголовку привертає увагу читача до питання дитячої смертності саме на дорогах. А потрібно підкреслити сам факт того, що сталося, а не місце події.

Ще одна морфологічна особливість британських газетних заголовків – опущення допоміжного дієслова «to be». Дія зазвичай виражається формами Indefinite або Continuous [17, 77]. Наприклад:

*Houses Smashed by Hurricane* [62].

*Paris Protest March Staged by Students* [60].

*Charles Manson taken to Hospital in California, Rreport Says* [60].

Допоміжні дієслова і форми дієслова «to be» відсутні в подібних заголовках, тому що сенс заголовка легко відновлюється з контексту. Таке опущення

не повинно викликати проблем у читача, тому що зазвичай в заголовку є тільки одне дієслово.

Тексту заголовків англomовної преси характерна відсутність дієслова, що вводить пряму мову при цитуванні - «*says*», «*said*». Наприклад:

*Former Strategist for Pro-Trump Group [said]: The Plan was Never to Win* [59].

Відносні займенники *who*, *whom*, *which*, *that* можуть бути опущенні, коли виступають в ролі об'єкта дієслова або прийменника. Наприклад:

*Claudia Lawrence Investigation: Arrested Man [who] Worked at same University* [59].

В англійських газетах прийнято вказувати титули. Якщо прізвище в заголовку вживається без згадки титулу, то ставиться скорочення *Mr. (Mister)* або *Mrs. (Mistress)*. Але і його іноді опускають. Це є можливим, тому що відсутність титулів не впливає на зміст заголовка. Наприклад:

*[Mrs] Thatcher Adviser Mooted 'Goalies Against Hoolies' Campaign to combat Football Violence* [60].

В заголовках не пишуть цифри словом. Це також дозволяє економити місце. Наприклад:

*Virgil Guides Dante Past 9 Levels of Hell* [59].

В британських газетних заголовках іноді опускається навіть повноцінний член речення. Якщо присудок є другорядним в заголовку його також іноді опускають [22, 29]. Наприклад:

*Hurricane in Miami* [60].

*No Timber for Sale* [61].

Якщо присудок в заголовку має більше значення, ніж підмет, тоді підмет опускається. Це потрібно для того, щоб звернути увагу читача саме на присудок [3, 88]. Наприклад:

*Expect New Economic Depression* [61].

*Want No War Hysteria in Toronto Schools* [61].

Опущення в заголовках використовуються для того, щоб вони були короткими. Також враховується те, що читач може бути обмежений в часі і не може дозволити собі читати довгі і складні заголовки.

В мові англійських заголовків широко поширене таке явище як конверсія, тобто словоформи одночасно функціонують як різні частини мови, наприклад, як дієслово і іменник: *record, decrease, permit*. Такі слова мають однакову форму, але різну вимову. Перехід слів в розряд іменників з інших частин мови – це спосіб не тільки вказувати на предмет, але і на його ознаку [2, 25]. Дане явище широко поширене в англійській мові. Процес конверсії відбувається шляхом додавання суфіксів до прикметником (наприклад, *-ness, -ity, -acy*), до дієслів (наприклад, *-ment, -ure, -age, -ion -tion - sion, -al, -th*) та інші [32, 41]. Наприклад:

*Eating in restaurants no better than fast food for health* [59].

*Motorists' confusion over how to pass a horse* [61].

Британські заголовки також мають особливий стиль в плані вибору лексичних одиниць.

Мовні кліше. Наприклад:

*Bridging digital generation gap* [59].

Подібну гру слів не завжди вдається зберегти при перекладі. Кліше зазвичай характеризуються: відтворюваністю в якості цілісних одиниць; стійкістю складу і структури; постійним місцем розташування компонентів. Для того щоб максимально прискорити і спростити читання і розуміння газетного тексту, в мові газетних заголовків вживаються слова і словосполучення, що повторюються з номера в номер. Вони складають свого роду термінологію газетного стилю і представляють собою кліше. Наприклад:

*international relations* – міжнародні відносини [59].

*legitimate interests* – законні інтереси [59].

Замість прізвищ популярних артистів, спортсменів, політичних діячів та ін. в заголовку можуть вживатися скорочені імена або прізвиська [13, 33].



Наприклад:

*Arnie's Uphill Climb* (Arnold Schwarzenegger) [59].

*Winnie's Life* (Winston Churchill) [60].

Згадка учасників події посилює інтерес до тексту. Наприклад:

*Trump doesn't Seem to Like Person of the Year "Label"* [62].

Абревіатури. Використання аббревіатур є дієвим способом заощадити місце, що дуже важливо для заголовка газети. Наприклад:

*MoD – Ministry of Defence* (Міністерство оборони) [62].

*NHS – National Health Service* (Національна служба охорони здоров'я) [59].

*MEP – Member of the European Parliament* (член Європейського парламенту)[59].

*RAF – Royal Air Force* (Королівські військово-повітряні сили) [62].

*PM – Prime Minister* (прем'єр-міністр) [62].

*UNESCO and Trip Advisor Are Working Together* [62].

*NASA Finds Warmer Ocean Speeding Greenland Glacier Melt* [59].

Деякі аббревіатури дуже часто вживаються, тому не потребують пояснення в тексті [13, 31]. Незрозуміла аббревіатура може порушити комунікативний намір автора, мета не буде досягнута. Щоб уникнути цього деякі скорочення роз'яснюються авторами в підзаголовку або ж в перших рядках статті.

Наприклад:

*MCB Conference Stormed* [59].

*Masked Men invade Muslim Council of Britain's Selection Press Conference* [61].

Для позначення майбутнього часу в заголовках широко використовується інфінітив [23, 30]. Наприклад:

*America To Resume Testing Military Robots* [62].

*Lloyds Banking Group to cut 700 jobs* [61].

Для опису подій, які відбулися в недавньому минулому, зазвичай використовується Present Indefinite. Наприклад:

*Russia Condemns West Provocation* [59].

Це найпоширеніший тип заголовків. Вживання теперішнього часу додає

жвавості, наближає події до читача. Past Indefinite вживається в тих випадках, коли в заголовку є обставина часу. Або коли читачеві відомо, що подія сталася в певний момент у минулому. Наприклад:

*Wave of Peace Action Swept the Nation* [62].

Заголовок, який переходить в текст може складатися з 2-3 речень. У цьому випадку він є окремим коротким повідомленням. Наприклад:

*Now You Can Go to Adulging School. Yes, really* [62].

Частіше, це односкладне речення. Але складне речення також може бути заголовком. Наприклад:

*We Wonder Could Mossad Have Bundered with Assassination?* [62].  
*Sluggish Recovery Fuels Double-Dip Recession Fears, Darling Warns He'll Cut Public Sector Jobs* [59].

Такий тип заголовку є непоширеним через свою надто важку форму. Дієслівність в заголовках зберігається у вигляді питань (мова йде про риторичні питання). Наприклад:

*Selective High Schools, Does It Matter?* [62].

Найчастіше в питальних реченнях такого типу вже закладено відповідь. За допомогою вживання риторичного запитання в заголовку автор намагається висловити загальне ставлення до проблеми, підвести до думки і викликати у читача відповідну реакцію [22, 24].

До складу газетних англійських заголовків входять спеціальні термінами, пов'язаними з політичним і державним життям: назви політичних партій, державних установ, громадських організацій та терміни, пов'язані з їх діяльністю, наприклад:

*House of Commons* – Палата громад; *Mission of good will* – місія доброї волі.

## 1.2. Стилiстичнi особливостi заголовкiв британських газет

Згiдно I.P. Гальперiну, стиль мови – це система взаємопов'язаних мовних

засобів, що служить певній меті в людському спілкуванні [14, 37]. Публіцистичний стиль використовується в газетних або журнальних статтях, публічних виступах, есе, радіо або телевізійної аналітиці. О.К. Денисова і Л.П. Позняк підкреслюють, що функція публіцистичного стилю – вплив на громадську думку [16, 65].

Як самостійна мовна одиниця газетний заголовок може розглядатися з точки зору його виразності і використання різних стилістичних прийомів. Стилiстичнi засоби використовуються для того, щоб справити враження на читача. Щоб читач зацікавився в прочитанні всієї статті – створюється фактор несподіванки [31, 73].

Багато вчених (В.Г. Костомаров, Г.Я. Солганик, Е.А. Земська), досліджуючи деякі тенденції в сучасних газетних заголовках, серед інших вказують на істотне збільшення іронії, мовної гри і впливу «мовної моди». В основі мовної гри є різні лінгвістичні явища: за допомогою омонімів і паронімів створюються каламбури; залучаються алюзії, цитати, парадокси; використовується смисловий контраст; алітерація; навмисне порушення граматичних норм.

Згідно з концепцією В. Г. Костомарова, мова газети розглядається як продукт діалектично суперечливої дії двох тенденцій: одночасної і рівноправної орієнтації елементів цієї мови на експресію і стандарт. Модель газетної мови, розкривається як обов'язкове і прямолінійно-постійне співвіднесення стандартизованих і експресивних сегментів мовного ланцюга, їх чергування і контрастування. При цьому стандарт співвідноситься В. Г. Костомаровим з нейтраль-

ними, немаркованими компонентами тексту, а експресія, навпаки, з маркованими, стилістично зазначеними [26, 43].

Стилiстичнi особливостi англiйських та українських заголовкiв майже не відрізняються. Для усіх газетних заголовків характерні загальні форми реалізації стислості, компресія інформації. Як результат стислості відбувається економія мовних засобів за рахунок комунікативно менш важливих фрагментів по-

відомлення. Основний стилістичний принцип організації мови заголовків в публіцистиці – поєднання стандарту та експресії.

Е.А. Лазарева наголошує на важливості вживання стилістичних прийомів при написанні британських заголовків, а саме:

Епітет: *I'm Dead Angry With My Ban* [59].

Епітет являє собою одне слово або ціле словосполучення, що набуває новий смисловий відтінок і значення завдяки розташуванню в тексті і відповідному контексту. Він займає перше місце по частотності вживання в заголовках [31, 78].

Метафора: *Us 'Peace' Plan Hides Iron Fist* [60].

У метафорі певні слова та словосполучення розкривають сутність одних явищ та предметів через інші за схожістю чи контрастністю.

Вони не завжди мають позитивний відтінок. Наприклад:

*NOT OFF, YOU FROGS* [59].

Цей заголовок є образливим. У ньому йдеться про суперечки французів в сфері торгівлі [23, 130].

*Russian Lada 'chases Ukraine tank* [61].

*Violent protests sweep Ukraine* [59].

Метафорі належить друге місце по частотності вживання в британських газетних заголовках [14, 83].

Алюзія: *Mars attacks! Morocco pelted with rocks from the Red Planet* – Марс атакує! На Марокко обрушився метеоритний дощ з Марса (Алюзія до фільму Тіма Бертоні «Марс атакує!») [60].

Алюзія містить указівку, аналогію чи натяк на певний історичний, міфологічний, літературний, політичний або ж побутовий факт, закріплений у текстовій культурі або в розмовному мовленні. Особливістю газетного заголовку є алюзія на добре відомі факти та події. Залежно від характеру газети, від змісту самої статті, від мети, яку ставить автор, змінюється характер алюзії та співвідношення розмовних і книжних елементів у статті [16, 132].

*Eu've got it Teresa May praises EU leaders for having Brexit talks tonight ... before they kick her out of the meeting* – Ви отримали це. Тереза Мей похвалила європейських лідерів за переговори по Брексіту ... перш ніж вони виставили її із зустрічі [60].

У наведеному заголовку зустрічається поширена сьогодні в молодіжній мові зміна слова «you» на співзвучне йому «eu», а також використовується фамільярне фразове дієслово «kick out», що перекладі означає «викинути, виставити».

Метонімія та персоніфікація. Наприклад:

*Russia Tests Obama's Ability to Stop its Advances* [62].

*It Seems that Microsoft's 'Scroogled' Campaign has Finally Died* [59].

*Glass Goes at the Old Bailey* [60].

Метонімія – це слово, значення якого переноситься на найменування іншого предмета, пов'язаного з властивим для даного слова предметом за своєю природою. Метонімія та персоніфікація також належать до найчастіше використовуваних стилістичних засобів.

Порівняння доволі рідко, але зустрічається в заголовках до текстів публіцистичного характеру. Наприклад:

*The «Knapsack Problem» For the Rich Smells like a Rose to Seniors* [62].

Для газетних заголовків характерне вживання різних видів повторень:

1) Послідовне повторення. Наприклад:

*It's a Mad, Mad, Mad, 'Mad Men's World'* [59].

2) Анафора. Наприклад:

*Henri Matisse: The Cut-Outs Review – «How Rich, How Marvellous, How Alive'»* [59].

Серед фонетичних стилістичних прийомів найпоширенішою в газетних заголовках виявилася алітерація [18, 42]. Наприклад:

*Tattoo Typo Tumult takes Toll on Texan* [59].

Зараз в мові британських газетних заголовків спостерігається взаємодія книжного і розмовного варіантів літературної мови, а також сильний вплив

просторіччя і жаргону. Журналісти в заголовках нерідко використовують самі ходові, широко поширені слова і вирази розмовно–побутової лексики. Зміна значень слів часто ґрунтується на нормах розмовної мови, і ці слова вживаються в переносному значенні.

Розглянемо це явище на прикладі слова «*lobby*». Його перше значення – «холл». Ще в минулому столітті «*lobby*» стали вживати як політичний термін для позначення парламентських кулуарів (підсобні приміщення, коридори і бічні зали в будівлі парламенту). У США цим терміном почали називати особу, що «обробляє» членів конгресу на користь прийняття потрібного законопроекту. Пізніше від нього утворився іменник «*lobbyist*» зі значенням людина, яка в політичних кулуарах збирає відомості для свого господаря і потайки проводить його політику. Незабаром воно проникло в газетну політичну лексику Великобританії, але тут його значення більш позитивне. Воно стало позначати журналіста, що має право на пріоритет у публікації матеріалів про діяльність парламенту. В даний час слово «*lobby*» набуває нового значення – звернення до парламенту або в інший державний орган з будь-якою вимогою [9, 90].

Поняття «фразеологізм» визначають по-різному. Одні дослідники відносять до них прислів'я, приказки, крилаті слова, афоризми, інші – ні. А.І. Молотков вказує на 9 назв фразеологізму: *сталий вираз, фразеологічна одиниця, фразеологічний зворот, стійке поєднання слів, стійка фраза, ідіоматичне словосполучення, фразеологізм–ідіома і так далі* [36, 78].

Стилістична функція фразеологізму – це, особлива в порівнянні з нейтральним способом вираження, цілеспрямованість мовних засобів з метою досягнення стилістичного ефекту при збереженні загального інтелектуального змісту висловлювання.

Фразеологічні звороти (далі ФЗ) широко використовуються в газетних заголовках, іноді в трансформованому вигляді. Зміни фразеологізмів дозволя-

ють журналістам уникати штампів. Трансформація забезпечує більш органічне включення фразеологізма в контекст відповідно до задуму автора. ФЗ, наповнені емоціями, сарказмом чи іронією, ретранслюють позицію самого автора. Трансформований фразеологізм отримує, крім властивостей, закладених в ньому (а іноді і всупереч їм), нові властивості [1, 14].

У британських газетних заголовках представлені ФЗ найрізноманітнішого походження. Це передовсім ФЗ, пов'язані з традиціями, звичаями та обрядами англійського народу, а також з іменами англійських королів, письменників, учених, з англійськими реаліями та історичними фактами [30, 40]. Наприклад: *Kiss the Blarney stone; Apple's iPhone Bites off More than it Can Chew* [59].

Журналісти активно використовують фразеологізми, які належать класику англійської літератури В. Шекспіру, що свідчить про його неабияку популярність у Великобританії [10, 55]. Наприклад:

*The Milk of Human Kindness* (з п'єси «Макбет») [60].

У газетних заголовках британських газет також широко присутні ФЗ, запозичені з інших мов, завдяки міжмовній та міжкультурній комунікації: французької, німецької та інших. Наприклад:

*Benedict Cumberbatch's Blue Blood and the Duel of the French Dauphins* [62].

У ролі заголовків також активно вживаються фразеологізми, які є фразеологічними виразами: прислів'я, приказки, крилаті фрази, афоризми, широко відомі фрагменти літературних творів, пісень та інше. Експресія, заради якої використовують такі заголовки, базується на їх загальновідомості. Мовна гра з використанням трансформованих фразеологічних висловів і стійких поєднань характерна для газети The Sun. Найчастіше зустрічається спосіб трансформації, при якому один або більше елементів сталого поєднання замінюються на співзвучний, але зовсім відмінний за змістом. Таким чином, утворюється вертикальний контекст, і вираз набуває нового значення, що включає в себе і алюзію на значення вихідного виразу [50, 31]. Наприклад: *Hairdresser Stops Dye-ing* (dying – вмирання, dyeing – покраска волосся, вимов-

ляються однаково) [60].

*House in hole lot of rubble* [61].

(*in hole lot of rubble* – в ямі зі сміттям, *in whole lot of trouble* – в біді)

Іншим способом трансформації є заміна очікуваного елемента на співзвучний окказіоналізм, як правило, похідний від імені власного. Окказіоналізми (авторський неологізм) – мовленнєві одиниці, які утворюються за стандартними та новими словотвірними моделями, з характерним експресивним забарвленням та індивідуальним характером. Наприклад: *Beckingham Palace Threat* (Buckingham Palace + Beckham) [62].

*It's Robin Wheeliams Now* (Williams +wheel 'колесо') [59].

В результаті виходить вираз або слово, що сполучає в собі значення обо вихідних елементів, що одночасно викликає інтерес у читачів і економить місце на газетній шпальті.

Вживання неологізмів, утворених за допомогою деяких суфіксів та префіксів, наприклад:

– *ism* (*Bevinism*); – *ist* (*Gaullist*) – *ite* (*Glasgovite*).

*Anti-* (*anti-American campaign*); *pro-* (*pro-Arab movement*); *inter-* (*inter-European relations*).



## Висновки до 1 розділу

Сучасні тенденції розвитку газетних заголовків простежуються в посиленні їх комунікативної та змістовної функції, в збільшенні авторської іронії. Заголовки все більше виступають з метою актуалізації сенсів і мають сильний емоційний вплив на читача. Лексичні та стилістичні засоби дозволяють зробити заголовок яскравішим і допомагають передати прихований сенс, розкрити авторську позицію. Хороший заголовок багато в чому підвищує конкурентоспроможність періодичного видання.

Заголовки печатних ЗМІ виконують такі функції:

**Рекламна.** Це один з найважливіших способів привернути увагу до того, що читач, на думку редакції, ніяк не може пропустити.

**Мотиваційна.** Заголовок повинен містити достатньо інформації, щоб читач міг вирішити, чи потрібно йому продовжувати спілкування з текстом.

**Інформаційна.** Навіть якщо людина обмежиться прочитанням тільки заголовку, вона повиненна отримати набір фактів, необхідний для формування картини того, що відбувається, або отримати уявлення про суть історії.

У Великобританії налічується приблизно 120 різних періодичних газет, які публікуються щотижня, щомісяця або щокварталу. Вони охоплюють переважну більшість ділових інтересів, професій, видів спорту, захоплень, і призначені для різних ринків і рівнів освіти.

Серед головних газет Великобританії виділяємо: *The Guardian*, *The Times*, *The Daily Telegraph*, *The Sun*. Такий вибір обумовлений тим, що саме ці газети мають найширше охоплення аудиторії. А також, ці видання публікують статті на зовсім різні теми. Це дає можливість проаналізувати мову британських заголовків з різних сферах.

Основною метою заголовка є привернення уваги читача. Для досягнення цієї мети використовуються різні мовні засоби. Заголовок повинен бути захоплюючий, щоб читач обов'язково прочитав статтю. Заголовки будуються за

принципом – донести інформацію, використовуючи мінімум слів.

До лінгвістичних особливостей британських газетних заголовків відносимо:

Граматичні: опущення артиклів, допоміжних дієслів, відносних займенників, підмета, присудка, інфінітив, Present Indefinite та Past Indefinite для опису подій, які сталися в минулому, складні речення в якості заголовка, риторичні питання в якості заголовка.

Лексичні: мовні кліше, абревіатури і акроніми, імена власні.

Стилістичні: епітет, метафора, алюзія, метонімія та персоніфікація, порівняння, повторення.

У заголовках британських газет використовуються найрізноманітніші фразеологічні звороти: пов'язані з традиціями, звичаями та обрядами англійського народу, а також з іменами англійських королів, письменників, учених, з англійськими реаліями та історичними фактами. Також широко присутні фразеологізми та фразеологічні звороти, запозичені з інших мов, завдяки міжмовній та міжкультурній комунікації.

Таким чином, можна зробити висновок, що газетному заголовку як релевантному компоненту газетної інформації в англійській пресі відведена дуже важлива роль. Зробити заголовок коротким, але в той же час досить інформативним допомагають розглянуті лексико-граматичні особливості газетного заголовка.

Сукупність використання різних стилістичних засобів створює особливий стиль газетних заголовків, а також підкреслює самотність лінгвістичних закономірностей англійської мови.

## РОЗДІЛ 2. СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ БРИТАНСЬКИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

### 2.1. Теоретичні основи перекладу.

#### Переклад заголовків з точки зору граматики

Відомий перекладознавець А.Д. Швейцер визначає переклад, як: Однонаправлений і двофазний процес міжмовної і міжкультурної комунікації, при якому на основі підданого цілеспрямованому (перекладацькому) аналізу первинного тексту створюється вторинний текст (метатекст), замінюючий первинний в іншому мовному і культурному середовищі; процес, що характеризується установкою на передачу комунікативного ефекту первинного тексту, що частково модифікується відмінностями між двома мовами, між двома культурами і двома комунікативними ситуаціями [55, 98].

У цьому визначенні А.Д. Швейцер пов'язує з перекладом такі поняття як «мова і соціальна структура» і «мова і культура». Дане поняття перекладу має безпосереднє відношення до теми особливостей перекладу газетно-інформаційних повідомлень та їх заголовків. Як відомо в умовах стрімкого розвитку технологій, економіки, соціології та форсованого розвитку реклами виникла особлива необхідність в перекладачах цієї області знань.

Сьогодні переклад газетно-інформаційних текстів та їх заголовків став не тільки необхідним, але і повсякденним явищем життя світової спільноти. При цьому знання теоретичних основ процесу є не тільки обов'язковою умовою, але і гарантією якості перекладу. Рецкер Я.И. поділяє переклад на наступні типи: дослівний, буквальний, вільний, адекватний [44, 113].

Дослівний переклад полягає в передачі структури речення без зміни конструкції і без істотної зміни порядку слів.

Буквальний переклад буває заснований на зовнішній схожості англійського слова з українським (етимологічний буквалізм), або на використанні при

перекладі основного чи найбільш поширеного значення англійського слова без урахування значення всього висловлювання в цілому (буквалізм семантичний). Буквальний переклад зазвичай приводить до спотворення думки оригіналу, або до порушення норм мови перекладу.

Вільний переклад застосовується в особливих випадках, коли не потрібна передача стилю оригіналу або коли відтворення стилістичних особливостей оригіналу пов'язане з великими труднощами (наприклад, при перекладі старовинних текстів).

Адекватний (повноцінний) переклад визначається як переклад, що відповідає оригіналу по функції (повноцінності передачі) і по засобам, що обрав перекладач (повноцінності мови і стилю). Функціональна точність, що характерна для адекватного перекладу, не лише допускає, але нерідко вимагає відмови від формальних, словникових відповідностей [45, 154].

Адекватним перекладом називається переклад, здійснюваний на рівні необхідному і достатньому для передачі незмінного плану змісту, при дотриманні норм мови перекладу [55]. В зв'язку з цим А.Д. Швейцер пише, що адекватність спирається на реальну практику перекладу, яка часто не допускає вичерпної передачі всього комунікативно-функціонального змісту тексту. Вона виходить з того, що рішення, яке приймається перекладачем, нерідко носить компромісний характер, що переклад вимагає жертви. Цим перекладознавець хоче сказати, що адекватність часто носить компромісний характер, і що досягнення перекладацької адекватності пов'язане з деякими смисловими втратами в змісті тексту. Далі Швейцер припускає, що теоретично оптимальним можна рахувати переклад, в якому разом з відтворенням функціональних характеристик тексту передаються всі функції тих, що входять в його одиниці [54, 64]. Під функціональними характеристиками маються на увазі властивості висловів (функція, яка служить для опису предметів і зв'язку між ними) і експресивну функцію (функція, яка виражає відношення того, що говорить до вислову).

Основне завдання перекладача при досягненні адекватності – вміло зробити різні перекладацькі трансформації, для того, щоб текст перекладу як можна більш точно передавав всю інформацію, укладену в тексті оригіналу, при дотриманні відповідних норм мови [47, 110]. Однак в теорії і практиці перекладу поняття трансформації визначається по-різному.

Я. І. Рецкер називає трансформаціями прийоми логічного мислення, за допомогою яких перекладач розкриває значення іншомовного слова в контексті, яке не збігається зі словниковим, і знаходить йому відповідність в мові перекладу та перетворення структури речення в процесі перекладу відповідно до норм мови, що перекладає [45, 79].

В. Н. Комісаров називає перекладацькими (міжмовними) трансформаціями перетворення, за допомогою яких можна здійснити перехід від одиниць оригіналу до одиниць перекладу в зазначеному сенсі. Перекладацькі трансформації, на його думку, носять формально-семантичний характер, перетворюючи як форму, так і значення вихідних одиниць. Тобто, як вважає В.Н. Комісаров, перекладацькі трансформації – це способи перекладу, які може використовувати перекладач при перекладі різних оригіналів в тих випадках, коли словникова відповідність відсутня або не може бути використана за умовами контексту [25, 32].

Л. С. Бархударов під терміном трансформація розуміє певні відносини між двома мовними одиницями, з яких одна є вихідною, а друга створюється на основі першої. А під терміном перекладацькі трансформації – ті численні і якісно різноманітні міжмовні перетворення, які здійснюються для досягнення перекладацької еквівалентності («адекватності перекладу») всупереч розбіжностям у формальних і семантичних системах двох мов [4, 25].

Бархударов в своїх роботах зазначає, що:

- 1) Термін трансформація не можна розуміти буквально, оскільки текст оригіналу не «перетворюється», в тому сенсі, що він не змінюється сам по собі;
- 2) Оригінал залишається незмінним, але на його основі за допомогою певних

перекладацьких трансформацій створюється текст на іншій мові;

3) Переклад є міжмовною трансформацією [4, 43].

Я. І. Рецкер поділяє перекладацькі трансформації на:

- 1) Лексичні;
- 2) Граматичні [45, 100].

У класифікації Л.С. Бархударова перекладацькі трансформації розрізняються за формальними ознаками:

- 1) Перестановки;
- 2) Заміни;
- 3) Додавання;
- 4) Опущення [4].

Він підкреслює, що такого роду поділ є значною мірою приблизним та умовним. Ці чотири типи елементарних перекладацьких трансформацій на практиці "в чистому вигляді" зустрічаються рідко. Зазвичай вони поєднуються один з одним, приймаючи характер складних, комплексних трансформацій [4, 54]. У процесі опису трансформацій Бархударов зазначає, що вони можуть бути лексичними, граматичними або лексико-граматичними, в залежності від того над якою одиницею мови (лексичною, граматичною чи лексико-граматичною) проводиться та чи інша трансформація.

Перестановками називаються зміни розташування мовних елементів в тексті перекладу в порівнянні з текстом оригіналу. Бархударов відносить перестановки до граматичних трансформацій. Під замінами маються на увазі як зміни при перекладі слів, частин мови, членів речення, типів синтаксичного зв'язку (все це Бархударов відносить до граматичних трансформацій), так і лексичні заміни. Додавання і опущення Бархударов відносить до лексико-граматичних трансформацій [4, 67].

У питанні класифікації граматичних трансформацій серед лінгвістів немає спільної думки. Різні вчені виділяють різну кількість трансформацій. Однак, деякі граматичні трансформації виділяють практично всі лінгвісти.

Це граматичні заміни – заміни частин мови і заміни членів речення. Є трансформації, які виділяють лише деякі лінгвісти.

Таким чином, проаналізувавши кілька існуючих класифікацій відомих лінгвістів, які частково збігаються і доповнюють одна одну, можна вивести зведену класифікацію граматичних трансформацій:

- 1) Перестановка;
- 2) Граматичні заміни;
- 3) Заміна форм слова;
- 4) Заміна частин мови;
- 5) Заміна членів речення;
- 6) Дослівний переклад.

Для правильного розуміння і адекватного перекладу британських газетних заголовків на українську мову необхідно розглянути їх лексичні і граматично особливості і труднощі, які виникають в процесі перекладу.

Перестановка як вид перекладацької трансформації – це зміна розташування мовних елементів в тексті перекладу в порівнянні з текстом оригіналу [25, 58]. Елементами, що можуть піддаватися перестановці, є слова, словосполучення, частини складного речення і самостійні речення. Найбільш звичайний випадок в процесі перекладу – це зміна порядку слів і словосполучень в структурі речення.

Найчастіше такий вид трансформацій пов'язаний з відмінностями в комунікативному розподілі речень в українській та англійській мовах. Англійське речення зазвичай починається з підмета (або групи підмета), потім йде присудок (група присудка), тобто центр повідомлення. Вся другорядна інформація (обставина часу, місця тощо) розміщуються в кінці речення. А порядок членів речення в українській мові дещо інший: на першому місці зазвичай ставляться другорядні члени речення, за ними - присудок, і в кінці – підмет. Це необхідно враховувати при перекладі заголовків [4, 56]. Наприклад: *Woman1 /arrested2 / in Saudi Arabia 3/ for driving4* – У Саудівській Аравії3 | жін-

ка1|арештована2 | за водіння4 [59].

*A Bulgarian 1| delegation 2| arrived 3| in London 4| yesterday 5 –*  
*Вчора 5| до Лондона 4| прибула 3| болгарська 1| делегація 2 [59].*

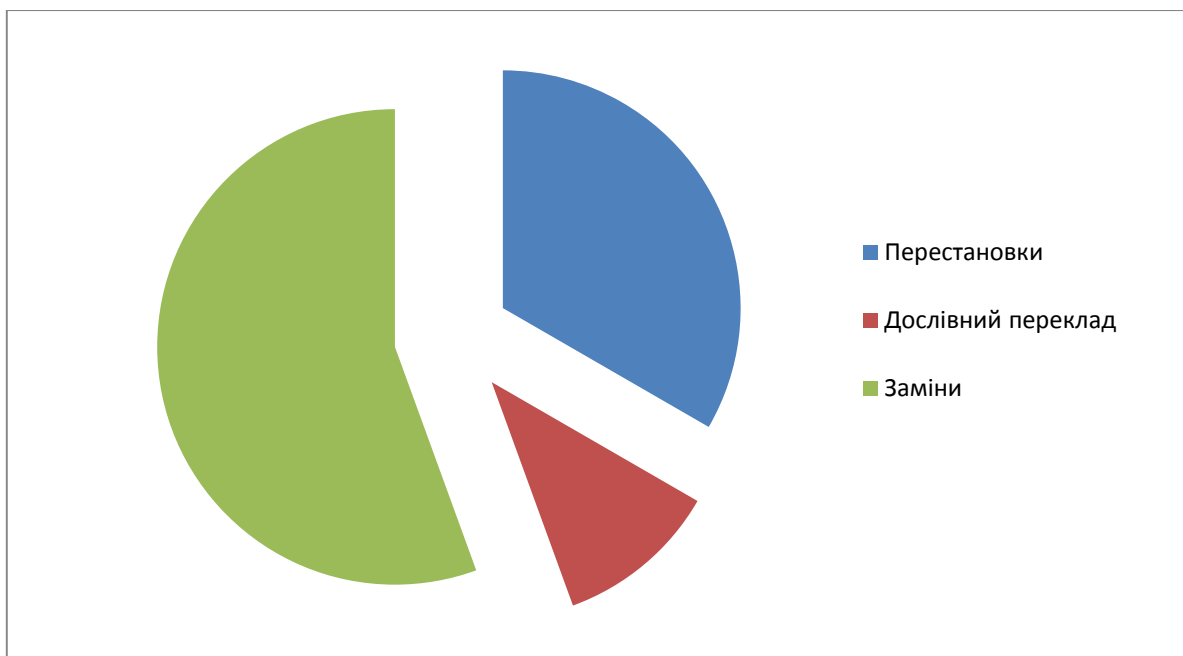


Рис. 2.1. Граматичні трансформації, що використовуються при перекладі англійських інформаційних газетних заголовків.

Найбільш поширеною граматичною трансформацією, що зустрічається при перекладі англійських газетних інформаційних заголовків на українську є заміна. В першу чергу, це заміна членів речення, що пов'язано з відмінностями будови англійської та української мов. Таке часте вживання саме цієї трансформації багато в чому обумовлено необхідністю перевести пасивну конструкцію, яка дуже характерна для англійських газетних заголовків.

У процесі перекладу заміни можуть піддаватися як граматичні одиниці (форми слів, частини мови, типи синтаксичного зв'язку і ін.), так і лексичні, у зв'язку з чим можна говорити про граматичні та лексичні заміни. Крім того, заміни можуть піддаватися не тільки окремі одиниці, але й цілі конструкції. Граматична заміни застосовуються, коли одиниця іноземної мови перетворюється на одиницю мови перекладу з іншим граматичним значенням, про-



те, мають те ж саме логічне [4, 40].

### 1) Заміни форм слова

#### а) заміна категорії числа

Категорія числа іменників є як в англійській, так і в українській мовах. Однак у вжитку іменників в однині та множині спостерігаються досить значні розбіжності щодо обчислювальних та необчислюваних іменників. Даний факт призводить до граматичним трансформацій при перекладі, зокрема – заміни множини англійського іменника єдиним числом українського, і навпаки. Наприклад:

*Stock Markets Give Up Early Gains* – Фондові біржі більше не сподіваються на швидкий прибуток [60].

#### б) заміна категорії граматичного роду

В англійській мові, як відомо, поняття «рід» має дуже умовний характер. Практично про рід в даній мові говорять тільки в зв'язку з вказівкою на стать. В українській мові рід об'єкта вказується обов'язково, що і визначає граматичну трансформацію – заміну форми слова.

#### в) заміна категорії часу. Наприклад:

*DC Approves Same-Sex Marriage Law* – Вашингтон схвалив одностатеві шлюби [61].

*Europe to be Obama's First Overseas Trip* – Своєю першу президентську поїздку поза континенту Обама здійснить до Європи [62].

### 2) Заміни частин мови

Заміна частини мови є найпоширенішим видом морфологічної трансформації при перекладі англомовних газетних заголовків. Такі заміни зазвичай викликані різним вживанням слів і різними нормами сполучуваності в англійській і українській мовах, а в деяких випадках – відсутністю частини мови з відповідним значенням в українській мові.

### 3) Заміна дієслів

Особові і безособові форми англійського дієслова замінюються іменни-

ком. Заміни можуть бути обов'язковими, коли в українській мові не має відповідного дієслова.

#### 4) Заміна іменників

Ці заміни відбуваються рідше, ніж заміни дієслів. Найчастіше замінюють іменники, які не мають прямого відповідника. Наприклад:

*Dick Cheney: Why so Chatty all of a Sudden?* – Дік Чейні: З чого раптом така балакучість? (прикметник → іменник) [61].

*Australian prosperity was followed by a slump* – За економічним процвітанням Австралії пішла криза (прикметник → іменник) [61].

Часто використовується заміна частини мови при перекладі англійської віддієслівної форми іменника - назви виконавця дії - на українську особову форму дієслова. Наприклад:

*Being a Good Golfer* – Що означає добре грати в гольф! [62].

#### в) Заміни членів речення (перебудова синтаксичної структури речення).

При заміні членів речення слова і групи слів в тексті перекладу вживаються в інших синтаксичних функціях, ніж їх відповідності в тексті першотвору, тобто відбувається перебудова («переструктурування») синтаксичної схеми побудови речення. Наприклад:

*Britney Kicks off Comeback Tour* – Розпочалося турне Брітні Спірс, присвячене її поверненню на сцену (додаток → підмет) [59].

Найпоширенішим прикладом такого виду синтаксичної перебудови є заміна англійської пасивної конструкції на українську активну, під час якої англійський присудок замінюється доповненням в українській мові; додаток з прийменником «*by*» в англійській мові при перекладі на українську замінюється присудком або опускається, та використовується безособова конструкція; форма залежного стану англійського дієслова змінюється на форму дійсного стану дієслова в українській мові. Наприклад:

*NHS Change Must be Drivenby Clinical Evidence* –Клінічні дані мають бути підставою для змін, що впроваджує Британська Служба Охорони Здоров'я [59].

В даному прикладі додаток з прийменником в англійській мові при перекладі на українську мову стає підметом. Також використовується трансформація лексичного додавання «*NHS change*» – *зміни, що впроваджує Британська Служба Охорони Здоров'я*. Тому що дослівний переклад – *зміни Британської Служби Охорони Здоров'я*. Такий варіант перекладу сприймається як заміна самої «Служби» на щось інше та є некоректним.

Досить частими є також випадки, коли підмет в англійському заголовку замінюється на обставину при перекладі українською мовою. Наприклад: *Afganistan Faces New Challenge* – Афганістану кинуто новий виклик [60].

В даному варіанті перекладу підмет в англійській мові (Afganistan) замінено на додаток в українській мові (Афганістану).

*Ottawa Sees Record January Rainfall* – В січні в Оттаві зафіксовано рекордну кількість опадів [61].

В цьому перекладі використані наступні трансформації: заміна синтаксичної структури речення (*Ottawa sees* – в *Оттаві зафіксовано*, підмет замінено на обставину місця, активну конструкцію в англійській мові замінено пасивною конструкцією в українській мові), заміна форми слова («*rainfall*» в англійській мові вживається в однині, відповідна лексема в українській мові вживається лише в множині – «*опади*»), перестановка (для української мови характерним є розміщення обставини часу та місця на початку речення). Опущення і доповнення

Граматичні, як і лексичні, трансформації нерідко вимагають внесення додаткових слів чи навпаки опущення деяких елементів. Тому опущення і доповнення часто сполучаються з іншими видами граматичних трансформацій, найчастіше з заміною частин мови. Введення додаткових слів обумовлюється рядом причин:

- 1) Розходженнями в структурі речення;
- 2) Більш стислі англійські речення вимагають в українській мові більш розгорнутого вираження думки.

Відсутність відповідного слова чи відповідного лексико–семантичного варіанта цього слова також є причиною введення додаткових слів при перекладі [20]. Наприклад:

*Reward of 500J Being Offered by the Government for Information has been Condemned by MPs* – Той факт, що уряд пропонував винагороду у розмірі 500 фунтів за інформацію, викликав осуд членів парламенту [59].

*"Industries"* – збірний іменник збірний, який в українській мові відповідає однині. *Industries of Britain* – промисловість. Але тут необхідно зберегти значення множини, тому правильним варіантом буде слово *"галузі"*. *Delegates from various industries* – представники різних галузей промисловості. *Supreme Court Declares NRONull and Void* – Верховний Суд визнає Закон про національне примирення недійсним [59].

В цьому прикладі використано трансформацію опущення. Це є досить типовим прийомом при перекладі англомовних парних синонімів, вживання яких не є характерним для української мови.

*Deepwater Horizon: Conservationists Warn of 'True Catastrophe' for Wildlife* – Вибух на нафтодобувній платформі «Deepwater Horizon» у Мексиканській затоці: Захисники природи попереджають про початок справжньої катастрофи для живої природи [59].

В даному прикладі лексема «*conservationists*» не має точного відповідника в українській мові, тому використано доповнення «*захисники природи*». Лексема «*wildlife*» також перекладається двома словами – «*жива природа*». Для того щоб зробити цей заголовок більш зрозумілим для читача, необхідно також використати доповнення у першій частині заголовку, а не залишати одну назву платформи.

*A Blow to Philosophy and Minorities* – Удар по філософії та етнічним меншинам [62].

В цьому прикладі використовується доповнення та конкретизація меншин, про які йтиме мова у статті.

Контекстуальна заміна – це використання у перекладі іншого слова або словосполучення (чи виразу) замість того, що в мові перекладу формально відповідає слову або словосполученню оригіналу. Тому, коли в мові перекладу немає формальних відповідників оригінальному слову чи словосполученню, говорити про заміну було б невірно. Можна сказати, що контекстуальна заміна передбачає відмову від використання існуючих еквівалентів або аналогів. Причиною такої відмови є особливість контексту, точніше незвичайне вживання слова або словосполучення у певному заголовку [12]. Наприклад: *The Practices May Be Considered Successful* – Дані заходи можна вважати успішними [60].

В перекладі заголовка використана контекстуальна заміна лексеми «*practices*» на лексему «заходи». Це необхідно, оскільки використання відповідника «практика» є некоректним та не відповідає змісту повідомлення. *Need For Funds* – Потреба у фінансуванні [61].

В даному прикладі, при перекладі лексеми «*funds*» краще використати лексему «фінансування» замість «фонди» чи «кошти».

*Traffic Fumes Increase the Risks of Heart Trouble* – Вихлопні гази підвищують ризик виникнення серцевих захворювань [60].

*The Whole World in One Country: Racial Troubles in Britain* – Весь світ в одній країні: расові хвилювання у Британії [59].

У попередніх двох прикладах лексема «*trouble*» набуває різного значення і по-різному перекладається. Це відбувається в залежності від контексту, від інформацію, яка подається в статті.

Дослівний переклад або синтаксичне уподібнення – це переклад, при якому синтаксична структура оригіналу перетворюється в абсолютно аналогічну структуру перекладної мови. Наприклад:

*Fear and loathing in Athens* – Страх та ненависть в Афінах [61].

*Mechanical mother comforts monkey* – Механічна мама заспокоює мавпочку [62].

## 2.2. Лексичні трансформації при перекладі англомовних заголовків на українську мову

Перший вид лексичних трансформацій – транслітерація. Транслітерація – це механічна передача тексту й окремих слів, які записані однією графічною системою, засобами іншої графічної системи при другорядній ролі звукової точності, тобто передача однієї писемності літерами іншої [28, 32]. Наприклад: *Web Censorship in China? Not a Problem, Says Bill Gates* – Веб цензура у Китаї? Не проблема, вважає Біл Гейтс [59]. *British Economy Creeps Out of Recession* – Економіка Британії виповзає з кризи [60].

Транскрибування – ще один із видів лексичних трансформацій. Транскрибування використовується для точного відтворення звукового складу слів і текстів будь-якої мови або діалекту. Такий вид трансформацій дуже практичний при перекладі англомовних заголовків, оскільки іншомовні імена, терміни, власні назви тощо, які не можна перекласти, записуються засобами національного алфавіту, найближчими за звучанням до оригіналу [32, 73]. Наприклад: *Obama to Propose Freeze On Government Spending* – Обама пропонує заморозити урядові витрати [59].

*Van Gogh's Letters Shed Light on His Work* – Листи Ван Гога можуть пролити світло на його роботи [60].

Калькування – копіювання іншомовного слова за допомогою свого, незапозиченого матеріалу, або поморфемний переклад іншомовного слова. Тобто кожна значуща частина оригіналу буквально перекладається і займає в перекладі таке ж місце, як і в оригіналі. Калькування часто зустрічається у перекладі заголовків, в яких є терміни та термінологічні вирази, а також фразеологічні звороти, у тому числі приказки, прислів'я. [12, 73]. Наприклад: *Visual Merchandising in Retail Trade* – Візуальний мерчандайзинг у роздрібній торгівлі [61].

*Da Vinci Code – Fake Under Disguise of Truth* – Код да Вінчі вигадка під маскою правди [59].

*Highest Skyscraper Built in Dubai* – У Дубаї закінчилося будівництво найвищого в світі хмарочоса [59].

*The Golden Rule of Business* – Золоте правило бізнесу [60].

Конкретизація значення – це лексична трансформація, внаслідок якої слово ширшої семантики в оригіналі замінюється словом більш вузької семантики у мові, на яку робиться переклад [12, 87]. Варто відмітити, що використання даного виду лексичних трансформацій потребує творчого підходу з боку перекладача.

Прикладом конкретизації слова при перекладі заголовка, в залежності від застосування в різних контекстах, можна привести слово «*facilities*». В словнику неологізмів воно має декілька відповідних термінів – *лабораторія; завод; обладнання* [46, 93].

*New Science Facilities in Texas* – Нові наукові лабораторії у Техасі [61].

*G8Summit 2009* – Самміт Великої Вісімки 2009 року [60].

Слово «*effort*» також є гарним прикладом конкретизації, що використовується при перекладі газетного заголовка на англійській мові. Воно набуває відповідного значення *організація, акція, робота* в українській мові. *AIDS Fund Raising Effort* – Благодійна акція зі збору коштів Фонду боротьби зі СНІДом [60].

*War Effort in Afganistan* – Мобілізація усіх сил для оборони Афганістану [59].

*International Reliefe Effort Loading in Miami for Third Mission to Haiti* – Міжнародна організація допомоги постраждалим країнам збирає кошти в Маямі для своєї місії у Гаїті [61].

Трансформація, протилежна за напрямком до конкретизації – генералізація вихідного значення. Цей вид трансформації має місце в тих випадках, коли слово з вузьким значенням в оригіналі замінюється на слово з ширшим значенням в мові перекладу [12, 43]. Застосування генералізації може призвести до

певної втрати інформації, що є критичним для газетного заголовка. Але її необхідно використовувати тоді, коли вживання у перекладі відповідника слова, що перекладається, може призвести до порушення граматичних або стилістичних норм мови перекладу [40].

Тому при перекладі заголовків англомовних СМІ на українську мову цей прийом застосовується досить рідко у порівнянні з конкретизацією. Це пов'язано з особливостями англійського лексичного матеріалу. Адже в англійській мові слова зазвичай мають більш загальний та абстрактний характер, ніж українські, що вживаються для означення одного й того ж поняття [24, 81]. *Existing-Home Sales Take a Big Fall in December* – У грудні впали продажі нерухомості [60].

Словосполучення «*Existing-home*» перекладається як «*нерухомість*», тому що в статті міститься інформація про зменшення продажів не лише готових будинків, але й усіх видів помешкань.

*Doctors Attack NHS Ban on Robot Cancer Surgeon* – Лікарі проти заборони Національною службою охорони здоров'я Великобританії автоматизації операцій з видалення ракових пухлин [62].

В даному прикладі словосполучення «*robot cancer surgeon*» можна перекласти як «*використання роботів при проведенні операцій з видалення ракових пухлин*», але доцільнішим буде застосувати генералізацію. В українській мові слово «*robot*» має інше конотативне значення. Зазвичай робот – блискуча дитяча іграшка у вигляді людини чи тварини, що пересувається та вимовляє деякі запрограмовані вирази. Але в англійській мові слово «*робот*» не обов'язково передбачає щось подібне до людини чи тварини, а досить легко викликає асоціацію з медичним обладнанням з мікроскопічними гострими лезами для проведення операцій на найменших ділянках тіла. Таким чином, термін «*автоматизація*» досить вдало передасть значення, яке вкладено в англомовний заголовок та допоможе уникнути непотрібних асоціацій в українського читача.

У випадках, коли неможливо підібрати короткі і точні еквіваленти вико-



ристовується описовий переклад [12, 40].

*Caucus for Producers, Writers & Directors in Austin* – Закриті збори виробників, письменників та менеджерів для попереднього обговорення організаційних питань у Остіні, Техас [60].

В даному прикладі вдалим варіантом будет застосувати описовий переклад слова «*caucus*», оскільки точного відповідника в українській мові не існує. Словник містить такий переклад цього слова:

«(англ. *зневаж.*) політика фальсифікації виборів, тиску на виборців» [39].

*List of Most Booming Landslides* – Список найгучніших перемог на виборах з великою перевагою голосів [59].

При перекладі безеквівалентної лексичної одиниці «*landslide*» в українській мові викорисовується розгорнуте словосполучення, яке розкриває зміст слова – «перемога на виборах з переважною кількістю голосів».

*Senate to Vote on Governor's Confirmation During Lame-Duck Session* – Сенат поставить на голосування питання про затвердження губернатора на засіданні до передачі повноважень новообраному складу [60].

Лексична одиниця «*lame-duck*» досить часто зустрічається як в англомовних заголовках, так і в самих газетних статтях. Термін «*Lame Duck*» вживається у ветеринарії для означення всіх водоплаваючих птахів, які мають проблеми з пересуванням. Ці проблеми часто викликані захворюванням астраксафізис, що вражає кінцівки. Такі птахи приречені на смерть, тому що не мають можливості швидко пересуватися та рятуватися від хижаків та мисливців. У політичне життя цей термін увійшов під назвою феномен «*Кульгавої качки*». «*Lame Duck*» може набувати кількох значень. Це строк, який урядовець, наприклад, президент чи конгресмен, знаходиться при владі після того, як не зміг переобратися на посаду. Як політичний термін може вживатися для означення сесії конгресу чи легіслатури. В цьому випадку «*Lame Duck session*» буде перекладатися як «засідання до передачі повноважень новообраному складу».

Компенсація – це лексико-граматична трансформація, що передбачає пе-

редачу смислового або стилістичного відтінку не там, де він виражений в оригіналі [16, 72]. Дуже часто один стилістичний засіб замінюється при компенсації втрат іншим. Необхідність у компенсації виникає у зв'язку з тим, що у ряді випадків неможливо знайти повний відповідник (тобто, смисловий і експресивно-стилістичний) для передачі у перекладі окремого сегмента оригіналу.

Якщо при перекладі необхідно пожертвувати стилістичним забарвленням, або експресивною напруженістю, то слід в першу чергу намагатися зберегти експресивну спрямованість. Це значить, що перекладаючи, наприклад, яке-небудь сленгове (жаргонне) слово, перекладач перш за все має забезпечити точність передачі смислового і експресивного значення слова. При цьому жертвуючи, в крайньому випадку, його жанрово-стилістичним забарвленням. Але, якщо це забарвлення має принципове значення для стилю оригіналу, його обов'язково передають в перекладі, для чого і слугує прийом компенсації втрат. *An AI Day* – День кращий з найкращих [59].

Ідіоматичний вираз «*AI*», що вживається в англійській мові для означення чогось прекрасного та чудового. Тому ліпше перекласти його як «*кращий з найкращих*», оскільки прямого еквіваленту в українській мові немає. *We'd Better Sit On the Fence When It Comes To Voting* – Коли справа дійде до голосування, ми краще зберігатимемо нейтралітет[59].

Ідіоматичний вираз «*Sit On the Fence*» в англійській мові означає *не займати жодної з позицій у обговоренні певного питання*. В українській мові не існує прямого відповідника. Проте, є вираз, який повністю передає зміст англійської ідіоми – *зберігати нейтралітет*.

*It's Zero Hour for Georgia* – Для Грузії все лише починається [62].

В англійській мові ідіоматичний вираз «*Zero Hour*» означає момент перед *початком чогось важливого*. В українській мові не існує такого виразу, як «*Нульова година*», тому необхідно перекласти його як «*все лише починається*». Транспозиція – це одночасно лексико-граматична та стилістична трансформація, що передбачає переклад одного жанру чи функціонального сти-

лю в інший жанр чи функціональний стиль [29, 11].

В англійських заголовках елементи розмовного стилю використовуються частіше. Вони інколи можуть нести навіть фамільярний характер. В результаті цього перекладачу іноді доводиться замінювати жаргонно-фамільярні слова та звороти більш нейтральними, як би пригладжувати текст перекладу [23, 92]. *Woman Arrested Over Child Fire Deaths* – Заарештовано жінку за звинуваченням у вчиненні пожежі, в якій загинуло двоє дітей [61].

В англійському заголовку чітко видно, що автор осуджує підозрювану, хоча її вину ще не доказано. Тому при перекладі застосовується менш стилістично забарвлена лексика аби надати читачеві інформацію для роздумів та дозволити сформуванню власне ставлення.

*Nicaragua Accused of Helping Colombian Drug Lords* – Владу Нікарагуа звинувачено у сприянні наркоторговлі у Колумбії [60].

Вираз «*helping Colombian drug lords*» краще перекласти більш загально, як «сприяння наркоторговлі», аби не робити голосних заяв щодо допомоги наркобаронам.

*Vatican Hit By Gay Sex Scandal* – У Ватикані вибухнув скандал навколо звинувачення у розбещенні неповнолітніх хлопчиків [60].

При перекладі цього заголовка застосовується менш стилістично забарвлена та більш політкоректна лексика. Український заголовок став конкретнішим у порівнянні із заголовком в оригіналі, виходячи з інформації, що міститься в статті: *звинувачується голова Римської католицької церкви у покриванні священників, які протягом багатьох років розбещували неповнолітніх хлопчиків*. *Ugandan Prime Minister to Be Banned From UK If His Gay Death Penalty Bill Succeeds* – Прем'єр-міністру Уганди заборонять в'їзд до Великобританії, якщо буде прийнято його законопроект щодо страти представників сексуальних меншин [61]. В даному прикладі вживається більш політкоректна лексема, аніж в мові оригіналу, а також використовується трансформація генералізація.

### 2.3. Адекватний переклад фразеологізмів у англомовних заголовків печатних ЗМІ

Фразеологія складає найжвавішу, яскраву й своєрідну частину словникового складу будь-якої мови. Вона належить до різних функціональних стилів і має експресивне забарвлення. Навіть стилістично нейтральні фразеологізми відрізняються національною своєрідністю і здатні набувати експресивного значення в контексті.

Оскільки фразеологія виділяється своїми функціями у мові, вона потребує особливого підходу в процесі перекладу. Існують спеціальні фразеологічні словники, але жоден не в змозі задовольнити усі потреби перекладача. До того ж, фразеологічні одиниці (далі ФО) мають тенденцію з'являтися й зникати в мові досить динамічно. Тому, головна трудність полягає в тому, що ані словник, ані довідник з перекладу не може передбачити усіх можливостей використання фразеологізма у складі заголовка. Фразеологічним одиницям, так само як і словам, властива багатозначність і омонімія. У фразеологічних словниках для більшість фразеологізмів має декілька можливих перекладів, навіть якщо фразеологізм не є багатозначним.

Перекладач має розглядати фразеологізми, як єдине семантичне ціле і намагатись відшукати в мові перекладу аналог – фразеологізм. Якщо такого еквіваленту в мові перекладу не існує, потрібно понизити ступінь семантичної єдності і замінити ідіому на фразеологічну єдність, де образність зберігається. При перекладі фразеологізмів в сучасних англомовних газетних заголовках перекладач має бути дуже уважним та враховувати усі тенденції розвитку та культурні особливості мови [11, 96].

Для адекватного перекладу фразеологічних одиниць перекладачеві необхідно:

- 1) Знання в області фразеології;
- 2) Розпізнавання ФО в тексті;

- 3) Правильне сприйняття ФО.
- 4) Переклад, що передбачає передачу семантики та експресивно-стилістичних функцій ФО [48, 250].

В.Н. Комісаров [24, 179] зазначає, що для адекватного перекладу необхідно враховувати всі компоненти ФО, властиві даній одиниці, а саме:

- 1) Образний компонент значення фразеологізму;
- 2) Прямий або предметний компонент значення фразеологізму, що становить основу образу;
- 3) Емоційний компонент значення фразеологізму;
- 4) Стилiстичний компонент значення фразеологізму;
- 5) Національно-етнічний компонент значення фразеологізму.

Деякі лінгвісти поділяють всі способи перекладу ФО на два великих блоки: фразеологічний переклад (переклад фразеологічних одиниць еквівалентом або варіантом мови перекладу) і нефразеологічний переклад (коли відсутні фразеологічні еквіваленти і варіанти)[13, 183].

А. В. Кунін запропонував таку класифікацію для визначення фразеологічних еквівалентів:

Повні еквіваленти. Це еквіваленти, які мають однаковий лексичний склад, значення, стилістичну направленість, образність, а також граматичну структуру з англійськими одиницями. Їх існує порівняно небагато [30]. Наприклад:

*The Povernment Polds the Aate of General Motors and Chrysler in its hands* – Доля компаній Дженерал Моторс і Крайслер знаходиться в руках уряду [61]. Дані одиниці являють собою вже існуючі одиниці, зареєстровані в словниках.

Часткові еквіваленти. Сюди відносяться такі, що мають лексичні, лексико-граматичні чи тільки граматичні розбіжності в мові за наявності однакового значення. У них можуть відбуватися невеликі зміни синтаксичної побудови. Наприклад:

*After He was Arrested, Jeremy Moody Directed Investigators to a Sheet of Paper in*

*his home* – Після того, як він був заарештований, Джеремі Муді показав слідчим листок паперу у нього вдома [62].

Фразеологічна єдність «*sheet of paper*», перекладається частковим еквівалентом «листок паперу». При такому перекладі передається зміст фразеологізму, але є відмінності в лексичній формі.

Неповний фразеологічний еквівалент. Це одиниця перекладу, яка є повним і точним еквівалентом багатозначної одиниці іноземної мови, але не в усіх її значеннях. Наприклад:

*This decision is a kick in the teeth for construction workers* – Для пожежників це був, наче «удар нижче поясу» [59].

В даному заголовку використовується фразеологічна єдність «*kick in the teeth*», яку було перекладено відносним українським еквівалентом «удар нижче поясу». При такому перекладі використовується український фразеологізм аналогічний по змісту англійському, але базується на іншому образі. Вибіркові еквіваленти.

Часто в англійській фразеологізм може мати декілька варіантів еквівалентів, і перекладачеві важливо вибрати кращий для певного контексту. Наприклад:

*Volcano emission just a drop in the ocean* – Виверження вулкану: лише крапля в морі [59].

При перекладі цього фразеологізму не виникає труднощів, тому що він є досить розповсюдженим і має український відповідник, закріплений у словнику [50].

*China growth: still up in the air* – Економічне зростання Китаю: все ще велике питання [60].

В українській мові фразеологізм «*up in the air*» можна замінити виразами: «вилами по воді писано», «поживемо–побачимо». Через розмовний характер цих виразів при перекладі заголовку їх не можна використовувати. Тому фразеологізм «*up in the air*» необхідно перекладати як «велике питання».

Академік Виноградов виділяв три типи фразеологічних одиниць:

- 1) Фразеологічні зрощення, або ідіоми – невмотивовані одиниці, що виступають як еквіваленти слів;
- 2) Фразеологічні єдності – мотивовані одиниці з єдиним цілісним значенням, що виникають з злиття значень лексичних компонентів;
- 3) Фразеологічні сполучення – звороти, в яких у одного з компонентів фразеологічні пов'язане значення, що виявляється лише у зв'язку зі строго певним колом понять і їх словесних позначень [41, 77].

Трансформація фразеологізмів розглядається в роботах багатьох дослідників фразеології.

Проаналізувавши класифікації різних авторів, можна зробити висновок, що лінгвісти не мають єдиного погляду на способи трансформації фразеологічних одиниць. Класифікації значно відрізняються один від одного. Жодна класифікація не є вичерпною. Це свідчить про недостатню вивченість питання трансформації фразеологізмів у лінгвістиці.

Тим не менш, взявши до уваги класифікації вище названих лінгвістів, всі трансформації можна розділити на найбільш загальні групи:

- 1) Семантичні трансформації;
- 2) Лексичні трансформації;
- 3) Синтаксичні трансформації;
- 4) Морфологічні трансформації.

При семантичних трансформаціях відбувається наповнення фразеологічного зворота новим змістом, при цьому зберігається його лексико-граматична цілісність. До даного типу трансформацій можна віднести подвійну актуалізацію. Це стилістичний прийом, заснований на подвійному сприйнятті: на обігранні значення фразеологічної одиниці і буквального значення одного, двох або трьох її компонентів [48, 76]. Актуалізація пожвавлює образ фразеологічної одиниці, створює різноманітність асоціацій, підсилює ефект впливу.

Наприклад, в заголовку *"How Isabella proved her face is still her fortune at*

50 " поєднуються два семантичних плани англійського виразу " *her face is her fortune* ". Актуалізується як значення фразеологізму «*всі її багатства тільки в красі* », так і пряме значення його компонентів «*особа - джерело її багатства*», тому що йдеться про Ізабеллі Росселліні, яка є рекламним обличчям косметичної компанії *Lanc ô me*.

До семантичних трансформацій також відноситься явище дефразеологізації. Дефразеологізація – це явище, при якому фразеологізм у результаті виникнення нових самостійних значень в його компонентах втрачає основну ознаку фразеологічності. Процес дефразеологізації проходить більш активно, якщо зв'язок між старим, вихідним і новим значенням компонента значно віддалений [49, 107].

Випадки дефразеологізації фразеологізмів обмежуються образно-мотивованими фразеологічними одиницями і вживаються досить рідко, тому що проникнення в глибинну семантику фразеологічної одиниці вимагає розумових операцій з відновлення конвенційного фразеологізму, а це знижує інтерес адресата не тільки до фразеологічної одиниці, але і до тексту в цілому. З іншого боку, дефразеологізація шокує несподіваним прочитанням вихідного фразеологізму, бентежить адресата, обманюючи його первинні асоціації, і тому розрахована на максимальний прагматичний ефект [20, 23].

Дуже часто в заголовках британських газет фразеологізми використовуються в скороченому або трансформованому вигляді. Це дає можливість авторам заощадити місце та привернути увагу читачів за допомогою нових асоціацій від фразеологізму. Але для перекладача переклад таких фразеологізмів є проблемним, а іноді навіть неможливим. Для того, щоб адекватно перекласти «авторські» фразеологізми, треба проаналізувати які трансформації з ними відбулися, знайти значення початкових виразів та їх можливі еквіваленти в українській мові.

При лексичних трансформаціях семантика фразеологізму може набувати нових смислових відтінків в результаті більших або менших змін в компонент-



ному складі фразеологічної єдності. При цьому синтаксична структура фразеологізму залишається незмінна. До даного типу трансформацій відносяться прийоми перестановки та зміни компонентів фразеологічної єдності. Наприклад:

*The Rapid Global Economic Downturn has Rekindled fears that Japan May be Slipping Back into a Deflationary Cycle* – Швидкий глобальний економічний спад відродив побоювання, що Японія, можливо, знову скочується до дефляційного циклу [61].

У фразеологізмі «*kindle the flame – запалити полум'я чого-небудь*», відбувається лексична заміна другої частині фразеологічної одиниці. Це потрібно для того, щоб створити більш тісний зв'язок семантики фразеологічної одиниці з тематикою тексту.

Найбільш численними і різноманітними синтаксичними трансформаціями фразеологізмів в згазетних заголовках є трансформації фразеологічної єдності, які призводять до подовження, укорочення або зміни синтаксичної структури фразеологізму. До даного типу трансформацій відносяться: редукція, додавання.

Редукція - це скорочення структури фразеологічної одиниці, опущення значущих елементів. У більшості випадків у фразеологізмі зі структурою словосполучення опускається дієслово. Воно, будучи структурним стрижнем дієслівних фразеологізмів, не несе основного тематичного навантаження, тому його редукція не представляє небезпеки для семантики фразеологізму. Наприклад:

*The Republicans Deaf Ear is a Preexisting Condition.*

Словникова форма даного фразеологізму – *to fall on deaf ears*.

Його українській еквівалент – *впасти на глухі вуха*.

*There is one silver lining for Sadler: the injury does not appear to be career threatening.* Словникова форма даного фразеологізму - *every cloud has a silver lining*. Його українській еквівалент – *після дощу завжди веселка*.

Додавання компонентів можливо в будь-якій частині фразеологічної єдності. При додаванні компонентів відбувається «прирощення смислу». Доданий компонент бере на себе емоційне та експресивне навантаження, оскільки він не прогнозується читачем [41, 80].

Наприклад:

*Tourism is a Goose that Not Only Lays a Golden Egg, but also Fouls its Own Nest* – Туризм – це не просто курочка ряба, що несе золоті яйця, а курочка, яка сама ж забруднює власне гніздо [59].

*We come up against an emotional blank wall, a dead end* – Ми натрапили на глуху стіну емоційного байдужості, зайшли в глухий кут [59].

Нефразеологічеській переклад передає фразеологічні одиниці за допомогою лексичних, а не фразеологічних засобів. Це необхідно при відсутності фразеологічних еквівалентів або варіантів у мові перекладу. Такий переклад не може бути абсолютно повноцінним. Завжди є деякі втрати: образність, експресивність, відтінки значень. Строго лексичний переклад застосовується тоді, коли поняття в одній мові позначено фразеологізмом, а в іншому – словом.

Наприклад:

*Five years into this thing, we 're taking our eye off the ball* – Протягом п'яти років, потрапивши в цю війну, ми випускаємо з уваги основну мету [61].

Калькування або дослівний переклад застосовують тоді, коли фразеологічну єдність не можна передати іншими прийомами, при цьому зберігаючи її семантико-стилістичне і експресивно-емоційне значення, але необхідно передати образну основу.

Вибір прийомів перекладу фразеологічних одиниць залежить ще від наявності або відсутності у неї національного забарвлення. Інтернаціональні одиниці у складі фразеології будь-якої мови становлять більшість. Передача колориту є досить важким завданням при перекладі. Основні труднощі перекладу таких одиниць полягає в тому, що їх не можна передавати еквівалентами,

оскільки еквівалентність передбачає ідентичність всіх показників, в тому числі і національного забарвлення, а це практично неможливо. Колорит перетворює фразеологічні одиниці в своєрідну реалію, яка передається при перекладі не шляхом танскріпції, а калькою.

Наприклад:

*Fergie clearly backed the wrong horse here, leaving Ruud van Nistelrooy, Wayne Rooney and Cristiano Ronaldo all on the bench* – Очевидно, що Ферджі в даній ситуації поставив не на того коня, залишивши на лаві запасних всіх: Уейна Руні і Крістіано Рональду [59].

У цьому заголовку можна перекласти фразеологічну одиницю дослівно, тоді збережеться спортивна етимологія цієї одиниці, створюючи, таким чином, іронічний ефект.

Описовий переклад ФО має на увазі під собою переклад не самого фразеологізму, а його тлумачення (пояснення, порівняння, опису).

Наприклад:

*Faltering stocks saved by the bell* – Ринку цінних паперів допомогли втриматися на плаву іноземні інвестиції [61].

## Висновки до 2 розділу

Сьогодні переклад газетно-інформаційних статей та їх заголовків став повсякденним явищем життя. При цьому знання теоретичних основ процесу є і гарантією якості перекладу. Одним з головних завдань перекладача є створення адекватного перекладу.

Рецкер І.Я. поділяє переклад на такі типи: дослівний, буквальний, вільний, адекватний. Адекватний переклад – це відтворення єдності змісту і форми оригіналу засобами іншої мови. Досягнення перекладацької адекватності пов'язане з деякими смисловими втратами в змісті тексту. Для того, щоб текст перекладу як можна більш точно передавав всю інформацію, укладену в тексті оригіналу, перекладач повинен скористатися перекладацькими трансформаціями.

Перекладацькі трансформації – це способи перекладу, які може використовувати перекладач при перекладі різних текстів в тих випадках, коли словникова відповідність відсутня або не може бути використана за умовами контексту.

Переклад заголовків англomовних газет є досить важким завданням для перекладача, оскільки такі заголовки мають ряд лексичних, граматичних та стилістичних особливостей.

Граматичні трансформації полягають у перебудові структури речення в процесі перекладу згідно з нормами мови перекладу. Граматичні перекладацькі трансформації, які найчастіше застосовуються при перекладі англomовних газетних заголовків: перестановки, граматичні заміни, заміни форм слова, заміни частин мови, синтаксичні заміни, дослівний переклад.

Лексичні перекладацькі трансформації необхідні, тому що обсяг значень

лексичних одиниць англійської та української мов рідко співпадає у всьому об'ємі значень. До лексичних трансформацій, які необхідні при перекладі британських газетних заголовків: транскрибування і транслітерація, калькування, генералізація, конкретизація, компенсація.

В сучасних англомовних газетних заголовках дуже часто зустрічаються фразеологізми, тому перекладач має бути дуже уважним та при їх перекладі враховувати усі тенденції розвитку та культурні особливості мови. Класифікація трансформацій, що використовуються при перекладі фразеологізмів: семантичні трансформації, лексичні трансформації, синтаксисні трансформації, морфологічні трансформації словотворчі трансформації.

При семантичних трансформаціях відбувається наповнення фразеологічного зворота новим змістом, при цьому зберігається його лексико-граматична цілісність. До даного типу трансформацій, які можна зустріти при перекладі фразеологізмів в заголовках англомовних ЗМІ відносяться: подвійна актуалізацію, дефразеологізація.

При лексичних трансформаціях семантика фразеологізму може набувати нових смислових відтінків в результаті більших або менших змін в компонентному складі фразеологічної єдності. До даного типу трансформацій відносяться прийоми перестановки та зміни компонентів фразеологічної єдності.

Найбільш численними синтаксичними трансформаціями фразеологізмів в газетних англомовних заголовках є трансформації фразеологічної єдності, які призводять до подовження, укорочення або зміни синтаксичної структури фразеологізму: редукція, доповнення.

Основними функціями газетного заголовка є функція інформування та функція впливу на читача. Тому для процесу перекладу англомовних газетних заголовків характерне використання різних перекладацьких трансформацій, при цьому також необхідна наявність образного мислення.



## ВИСНОВКИ

Сьогодні засоби масової інформації є сферою прояву публіцистичного стилю у всьому різноманітті його лексичних, фразеологічних, граматичних і стилістичних ресурсів. Ефективність газетного тексту багато в чому визначається його заголовком.

Заголовок – це один з основних елементів журналістського твору. Заголовок – це концентроване відображення головної ідеї твору, думки автора. Для значної частини читачів читання газети обмежується лише знайомством із заголовками. Тому головні функції, які повинні виконувати заголовки, надруковані в засобах масової інформації – це мотиваційна, рекламна та інформаційна. Мета заголовка - залучення уваги читача до найбільш важливої і цікавої частини повідомлення. Заголовок, як правило, не розкриває до кінця зміст статті, стимулюючи читача ознайомитися із запропонованим матеріалом. Тобто зацікавити його саме цією публікацією.

Як самостійна мовна одиниця газетний заголовок може розглядатися з точки зору його виразності і використання різних лексичних, граматичних та стилістичних прийомів.

Граматичні, особливості, що характерні англомовним заголовкам: опущення артиклів, допоміжних дієслів, відносних займенників, підмета, присудка, інфінітив, Present Indefinite та Past Indefinite для опису подій, які сталися в минулому, складні речення в якості заголовка, риторичні питання в якості заголовка.

Лексичні: мовні кліше, аббревіатури і акроніми, імена власні.

Стилістичні: епітет, метафора, алюзія, метонімія та персоніфікація, порівняння, повторення.

Добре знання мови, в тому числі й англійської, неможливо без знання фразеології. Фразеологічні одиниці стали невід'ємною частиною публіцистики і мови газет.

У газеті процес оновлення стійких виразів особливо помітний. Крім того, журналісти зазвичай змінюють фразеологізми, якщо використовують їх у заголовках. Крилаті вирази, які прийшли до нас з далекого минулого отримують нове звучання, що відповідає духу часу. Можна навіть сказати, що трансформація стійких виразів відображає настрій сучасності.

Особливий стиль британських заголовків газетних статей може спричинити певні складнощі при перекладі. Адекватний переклад має на меті, перш за все, передачу змістовної сторони оригіналу, що може диктувати зміна формальної структури без порушення норм мови перекладу. Задля досягнення адекватного перекладу заголовків англomовних ЗМІ необхідно застосовувати перекладацькі трансформації. Міжмовні трансформації – це перетворення тексту на одній мові в еквівалентний їй текст на іншій мові.

Грамматичні перекладацькі трансформації, які застосовуються при перекладі англomовних газетних заголовків: перестановки, граматичні заміни, заміни форм слова, заміни частин мови, синтаксичні заміни, дослівний переклад. Необхідні лексичні трансформації: транскрибування і транслітерація, калюкування, генералізація, конкретизація, компенсація.

Фразеологічні звороти, прислів'я, приказки та крилаті вирази є обов'язковим стилістичним компонентом мови газети, важливим джерелом експресивно-емоційної насиченості, істотним засобом реалізації конструктивно-стильових особливостей газетної мови. У стилістичних цілях фразеологізми можуть вживатися як без змін, так і в трансформованому вигляді, з іншим значенням і структурою або з новими експресивно-стилістичними властивостями. Саме тому переклад фразеологізмів становить певну проблему. Існують фразеологічний та нефразеологічний методи перекладу. Адекватний переклад газетних текстів допоможе найбільш детально побачити зміни в суспільному житті англomовних країн і в англійській мові.



**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Алеева А.Б. К вопросу о лексических особенностях британских газетных заголовков / А.Б. Алеева // Вісник БДУ. Серія 4. – 2006. – № 1. – С. 73–78.
2. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык / И.В. Арнольд – Москва: Флинта, 2002. – 200 с.
3. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – М. : Эдиториал УРСС, 2004. – 571 с.
4. Бархударов Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л.С. Бархударов – Москва : Международные отношения, 1975. – 245 с.
5. Безсонов А.П. Газетный заголовок / А.П. Безсонов – Київ: Редкол, 2000. С. 55.
6. Білодід І. К. Академічний тлумачний словник української мови / І. К. Білодід. – К. : Наукова думка, 1980. – 203 с.
7. Британские газеты [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: <http://www.langinfo.ru> .
8. Варіна В.Г. Лексична семантика і внутрішня форма мовних одиниць / В.М. Ярцева, В.Г. Варіна – Київ : Редкол, 2004. - С. 27.
9. Варламова А.А. Трудности перевода заголовков английской прессы / А.А. Варламова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія». – 2016. – №24. – С. 107-109.
10. Верткин Д.М. Лексическая семантика отглагольного существительного / Д.М. Верткин // Лексическая семантика и фразеология. – 1987. №10. – С. 3-11.
11. Виноградов В.С. Перевод. Общие и лексические вопросы / В.С. Виноградов – Москва : Издательство института общего среднего образования РАО , 2004. –

105 с.

12. Виноградов В.С. Введение в переводоведение / В.С. Виноградов – Москва: Издательство института общего среднего образования РАО, 2004. –38 с.

13. Влахов С., Непереводимое в переводе / С. Флорін, С. , Влахов. – Москва : Международные отношения, 1980. – 332с.

14. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин – Москва, 2009. – 144 с.

15. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка / В.И. Даль. – М. : Русский язык, 2006. – 352 с.

16. Денисова О.К., Позняк Л.П. Учебно-методическое пособие по стилистике английского языка / Л.П. Позняк, О.К. Денисова. – Иркутск : ИГЛУ, 2014. – 201 с.

17. Зененко Н.В. Лексико-грамматическая специфика газетно-публицистического стиля речи: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.05. / Н.В. Зененко – К., 2004. – 16 с.

18. Збіглей І. Стилiстичнi особливостi заголовкiв у публiцистичному стилi / О. Мусурiвська, І. Збіглій // Науковий вiсник Чернiвецького унiверситету. Серiя «Германська фiлологiя». – 2015. – №751 – С. 79-86.

19. Иноземцева Н.В. Функциональные особенности заголовков англоязычных газетных статей / Н.В. Иноземцева // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2016. – №11. – С. 142-146.

20. Казакова Т.А. Практичні основи перекладу / Т.А. Казакова – СПб. : Видавництво Союз, 2005. – 120 с.

21. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми / В.І. Карабан – Вінниця, 2004. – 564 с.
22. Качаев Д.А. Социо-культурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках (на материале российской прессы 2000-2006 гг.): автореф. дис. на здобуття ступ. канд. філолог. наук. / Д.А. Качаев. К., 2007. – 25 с.
23. Коваленко А.М. Заголовок англійського журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика: Дис. ... канд. філол. Наук: 10.02.04 / А.М. Коваленко – К., 2002. – 187 с.
24. Комиссаров В.Н., Лингвистика перевода / В.Н. Комиссаров -Москва: Высшая школа, 2000. – 245 с.
25. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В.Н. Комиссаров – Москва: Высшая школа, 1990. – 252 с.
26. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В.Г. Костомаров – СПб.: Златоуст, 1999. – 319 с.
27. Коптілов В.В. Теорія і практика перекладу / Коптілов В.В. – Київ : Освіта, 1987. – 234 с.
28. Корунець І.В. Порівняльна типологія англійської та української мов / І.В. Корунець – Вінниця : Всесвіт, 2003. – 130 с.
29. Корунець І.В. Біля витоків українського перекладознавства / І.В. Корунець – Вінниця : Всесвіт, 2008. С. 188-194.
30. Кунин А.В. Курс фразеології сучасної англійської мови / А.В. Кунин – Москва : Вища школа, 1990 – 200 с.

31. Лазарева Э.А. Соотношение газетного заглавия со смысловыми элементами текста: Типология заглавий / Э.А. Лазарева // Вестник Уральского государственного университета. – 1985. – №28. – С. 125-13.
32. Латишев Л.К. Курс перекладу: Еквівалентність перекладу та способи її досягнення / Л.К. Латишев – Москва : Висшая школа, 2005. – 22 с.
33. Лютая А.А. Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика: автореф. дис. на здобуття ступ. канд. филолог. наук / Лютая А.А. – Волгоград. – 2008. – 26 с.
34. Майданова Л.М. Структура и композиция газетного текста: Средства выразительного письма / Л.М. Майданова – Красноярск : Эдиториал, 1987. 236 с.
35. Малюга Е.Н. Роль заголовков и подзаголовков в англо-американской прессе / Е.Н. Малюга // МАКС Пресс. Серия «Филология». – 2005. – №21. – С.130-140.
36. Молотков А.И. Фразеологический словарь русского языка / И.А. Молотков. – М. : Советская энциклопедия, 1968. – 302 с.
37. Мужев В.С. О функциях заголовков / В.С. Мужев // Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореца. – 1970. – №55. – С.1-8.
38. Нечатюк І.О. Функціонально-стилістичні особливості заголовків англомовних новинних медіатекстів політичного дискурсу / І.О. Нечатюк // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2016. – №5. – С. 27-30.
39. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов – М. : ОНИКС-Лит, 2012. – 782 с.
40. Олійник Б.І. Переклади. Публіцистика / Б.І. Олійник – Київ : Українська, 2006. – 608с.

41. Онук, Т.В. Особливості окказіональних модифікацій фразеологізмів у текстах німецької комерційної реклами / Т.В. Онук // Вісник МЛУ. Серія «Філологія». – 2008. – № 3 (34). – С. 74 - 84.
42. Попов А.С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и ее развитие / А.С. Попов – Москва, 1966. – 95-126 с.
43. Практичний англо-український словник фразеологічних синонімів [Електронний ресурс] / Режим доступу: URL: folk-dictionary.com
44. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика / Я.И. Рецкер – Москва : Международные отношения, 1974. – 210 с.
45. Рецкер Я.И. Что же такое лексические трансформации? / Я.И. Рецкер – Москва : Международные отношения. 1980. – 90 с.
46. Словник фразеологізмів [Електронний ресурс] / Режим доступу: URL: 100.www.dic.academic.ru
47. Федоров А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы) / А.В. Федоров – СПб. : ИД Филология-Три, 2002. – 400 с.
48. Удяк Г.І. Специфіка вживання англійських фразеологізмів / Л.І. Петлиця, Г.І. Удяк // «Young Scientist». – 2017. – № 4.3. С. 259-263.
49. Специфика перевода заголовков: [собр. науч. раб.]. – Костанай: 2011. – 12 с.
50. Тупикова С.Е. Стилистические особенности газетных заголовков британского публицистического дискурса / А.Г. Коршунова, С.Е. Тупикова // Вестник Саратовского государственного университета. Серия «Филологический аспект». – 2018. – №3 (35). – С. 15-20.
51. Черняховская Л. А. Переклад і смислова структура / Л. А. Черняховская – Москва : Высшая школа, 2004. – 20 с.

52. Шамелашвили М.А. Функционально–стилистические особенности газетных заголовков (на материале прессы Великобритании и США): Дисс. ...канд. филол. наук: 10.02.04 / М.А. Шамелашвили – М., 1982. – 197 с.
53. Шанский Н. М . Фразеология современного русского языка / Н.М. Шанский – СПб. : Специальная литература, 1985. – 150 с.
54. Швейцер А. Д. Перевод и лингвистика / А. Д. Швейцер – Москва : Воениздат, 1973. - С. 270-275.
55. Швейцер. А. Д. Теория перевода. Статус, проблемы, аспекты / А. Д. Швейцер – Москва : Наука, 1988. – 70 с.
56. Швейцер А.Д. О проблемах лингвистического изучения процесса перевода / А. Д. Швейцер – Москва : Наука, 1970, С. 30.
57. Шостак М. С. Сочиняем заголовки / М.С. Шостак // Журналист. – 1998. – №3. – С. 61-64.
58. Fowler R. 1991. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press / R. Flower – N.Y., 1991. – 262 S. – Режим доступа до книги: <https://books.google.ru/books?id=pe1EAQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>

### ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ

59. The Daily Telegraph [Електронний ресурс] / Режим доступу: URL: <https://www.telegraph.co.uk/> .
60. The Guardian [Електронний ресурс] / Режим доступу: URL: <https://www.theguardian.com/us> .
61. The Sun [Електронний ресурс] / Режим доступу: URL: <https://www.thesun.co.uk/> .

62. The Times [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: <https://www.thetimes.co.uk/>.

## ДОДАТОК

1. Public School Stakes Its Future on the Montessori Way.	Дежавна школа робить ставку на шлях Монтессорі.
2. Ukraine plane with seven on board crashes in Sahara.	Український літак з сімома людьми на борту падає в Сахарі.
3. Accident at Ukraine nuclear plant forces reactor shutdown.	Аварія в Україні призвела до зупинки реактора на АЕС.
4. More children killed on the road in summer than in winter, says research.	Дослідження показують, що влітку на дорозі гине більше дітей, ніж взимку.
5. Houses Smashed by Hurricane.	Будинки були розбиті ураганом.
6. Paris Protest March Staged by Students.	Відбувся студентський марш протесту в Парижі.
7. Charles Manson taken to hospital in California, report says.	У доповіді говориться, що Чарльза Менсона доставили в лікарню в Каліфорнії.
8. Former strategist for pro-Trump group: The plan was never to win.	Колишній стратег групи Трампа сказав: план ніколи не перебував у тому, щоб перемогти.
9. Claudia Lawrence investigation: Arrested man worked at same university.	Розслідування Клаудії Лоуренс: заарештований чоловік, який працював в тому ж університеті.
10. Thatcher adviser mooted «Goalies Against Hoolies» campaign to combat football violence.	Радник пані Тетчер представив кампанію «Врата проти хуліганів» по боротьбі з футбольним насильством.
11. Hurricane in Miami.	Ураган в Майамі.



12. No Timber for Sale.	Немає деревини для продажу.
13. Expect New Economic Depression.	Очікується нова економічна депресія.
14. Want No War Hysteria in Toronto Schools.	Ми не хочемо військову істерію в школах Торонто.
15. Eating in restaurants no better than fast food for health.	Їжа в ресторанах не краща для здоров'я, ніж фаст-фуд.
16. Bridging digital generation gap.	Подолання розриву в цифрових поколіннях.
17. Arnie's Uphill Climb.	Підйом Арні вгору.
18. Winnie's Life.	Життя Уїнстона.
19. Trump doesn't seem to like Person of the Year "label".	Трампу, здається, не подобається Людина року "лейбл".
20. UNESCO and Trip Advisor Are Working Together	ЮНЕСКО і Tripadvisor працюють разом.
21. NASA Finds Warmer Ocean Speeding Greenland Glacier Melt.	У НАСА виявили, що теплий океан прискорює танення льодовика Гренландії.
22. MCB conference stormed. Masked men invade Muslim Council of Britain's selection press conference.	МСВ штурмували конференцію. Люди в масках вдерлися на відбіркову прес-конференцію Ради мусульман Великобританії.
23. Russia Condemns West Provocation.	Росія засуджує провокацію Заходу.
24. Now you can go to adulting school. Yes, really	Тепер ви можете піти в школу для дорослих. Так, дійсно.
25. We Wonder Could Mossad Have Bundered with Assassination?	Цікаво, чи міг Моссад уникнути вбивства?
26. Selective High Schools, Does It Matter?	Добірні середні школи, це має значення?

27. Us «Peace» Plan Hides Iron Fist.	План «Мир». США приховує залізний кулак.
28. Violent protests sweep Ukraine.	Жорстокі протести охоплюють Україну.
29. Mars attacks! Morocco pelted with rocks from the Red Planet.	Марс атакує! На Марокко обрушився метеоритний дощ з Марса.
30. Glass Goes at the Old Bailey.	В Олд Бейлі йде Скло.
31. Benedict Cumberbatch's blue blood and the duel of the French dauphins.	Блакитна кров Бенедикта Камбербетч і поєдинок французьких дофінів.
32. Woman arrested in Saudi Arabia for driving.	У Саудівській Аравії жінка арештована за водіння.
33. Stock markets give up early gains.	Фондові біржі більше не сподіваються на швидкий прибуток.
34. DC approves same-sex marriage law.	Вашингтон схвалив одностатеві шлюби.
35. Europe to be Obama's first overseas trip.	Свою першу президентську поїздку поза континенту Обама здійснить до Європи.
36. Dick Cheney: Why so chatty all of a sudden?	Дік Чейні: З чого раптом така балакучість?
37. Australian prosperity was followed by a slump.	За економічним процвітанням Австралії пішла криза.
38. Being a Good Golfer!	Ось що означає добре грати в гольф!
39. Britney Kicks off comeback tour.	Розпочалося турне Брітні Спірс, присвячене її поверненню на сцену.
40. NHS Change Must be Driven by Clinical Evidence.	Клінічні дані мають бути підставою для змін, що впроваджує Британська

	Служба Охорони Здоров`я.
41. Afganistan Faces New Challenge.	Афганістану кинуто новий виклик.
42. Ottawa Sees Record January Rainfall.	В січні в Оттаві зафіксовано рекордну кількість опадів.
43. Reward of 500J being offered by the Government for information has been condemned by MPs.	Той факт, що уряд пропонував винагороду у розмірі 500 фунтів за інформацію, викликав осуд членів парламенту.
44. Supreme Court Declares NRONull and Void.	Верховний Суд визнає Закон про національне примирення недійсним.
45. Deepwater Horizon: Conservationists Warn of «True Catastrophe» for Wildlife.	Вибух на нафтодобувній платформі «Deepwater Horizon» у Мексиканській затоці: Захисники природи попереджають про початок справжньої катастрофи для живої природи.
46. A Blow to Philosophy, and Minorities.	Удар по філософії та етнічним меншинам.
47. Traffic Fumes Increase the Risks of Heart Trouble.	Вихлопні гази підвищують ризик виникнення серцевих захворювань.
48. The Whole World in One Country: Racial Troubles in Britain.	Весь світ в одній країні: расові хвилювання у Британії.
49. Fear and loathing in Athens.	Страх та ненависть в Афінах.
50. Web Censorship in China? Not a Problem, Says Bill Gates.	Веб цензура у Китаї? Не проблема, вважає Біл Гейтс.
51. British Economy Creeps Out of Recession.	Економіка Британії виповзає з кризи.
52. Obama to Propose Freeze On	Обама пропонує заморози-

Government Spending.	ти урядові витрати.
53. Van Gogh's Letters Shed Light on His Work.	Листи Ван Гога можуть пролити світло на його роботи.
54. Highest Skyscraper Built in Dubai.	У Дубаї закінчилося будівництво найвищого в світі хмарочоса.
55. The Golden Rule of Business.	Золоте правило бізнесу.
56. New Science Facilities in Texas.	Нові наукові лабораторії у Техасі.
57. G8 Summit 2009.	Самміт Великої Вісімки 2009 року.
58. War Effort in Afghanistan.	Мобілізація усіх сил для оборони Афганістану.
59. International Relief Effort Loading in Miami for Third Mission to Haiti.	Міжнародна організація допомоги постраждалим країнам збирає кошти в Маямі для своєї місії у Гаїті.
60. Existing-Home Sales Take a Big Fall in December.	У грудні впали продажі нерухомості.
61. Doctors Attack NHS Ban on Robot Cancer Surgeon.	Лікарі проти заборони Національною службою охорони здоров'я Великобританії автоматизації операцій з видалення ракових пухлин.
61. Caucus for Producers, Writers & Directors in Austin.	Закриті збори виробників, письменників та менеджерів для попереднього обговорення організаційних питань у Остіні, Техас.
62. List of Most Booming Landslides.	Список найгучніших перемог на виборах з великою перевагою голосів.
63. Senate to Vote on Governor's Confirmation During Lame-Duck Session.	Сенат поставить на голосування питання про затвердження губернатора на засіданні до передачі повноважень

	новообраному складу.
64. An A1 Day!	День кращий з найкращих!
65. It's Zero Hour for Georgia.	Для Грузії все лише починається.
66. Woman Arrested Over Child Fire Deaths.	Заарештовано жінку за звинуваченням у вчиненні пожежі, в якій загинуло двоє дітей.
67. Nicaragua Accused of Helping Colombian Drug Lords.	Владу Нікарагуа звинувачено у сприянні наркоторговлі у Колумбії.
68. Vatican Hit By Gay Sex Scandal.	У Ватикані вибухнув скандал навколо звинувачення у розбещенні неповнолітніх хлопчиків.
69. Ugandan Prime Minister to Be Banned From UK If His Gay Death Penalty Bill Succeeds.	Прем'єр-міністру Уганди заборонять в'їзд до Великобританії, якщо буде прийнято його законопроект щодо страти представників сексуальних меншин.
70. The government holds the fate of General Motors and Chrysler in its hands.	Доля компаній Дженерал Моторс і Крайслер знаходиться в руках уряду.
71. This decision is a kick in the teeth for construction workers.	Для пожежників це був, наче «удар нижче поясу».
72. Volcano emission just a drop in the ocean.	Виверження вулкану: лише крапля в морі.
73. The rapid global economic downturn has rekindled fears that Japan may be slipping back into a deflationary cycle.	Швидкий глобальний економічний спад відродив побоювання, що Японія, можливо, знову скочується до дефляційного циклу.