

## ТЕОРІЯ ЛІТЕРАТУРИ

УДК [070:004.738.5]:[316.77 : 81'25'38]  
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.2/32>

**Баранецька А. Д.**

Запорізький національний університет

**Маслова М. В.**

Запорізький національний університет

### ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ПАРАМЕТРИ ЗАГОЛОВКІВ СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ МЕДІАПУБЛІКАЦІЙ РІЗНИХ ПРАГМАТИЧНИХ ТИПІВ ТА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

*У статті увагу зосереджено на лінгвостилістичних параметрах заголовків сучасних медіапублікацій та їх перекладі. Постулюється релевантність екстраполяції категоризації речень за їх прагматичним типом на заголовки медіапублікацій. Пропонується виокремлення таких типів заголовків: заголовки-констативи, заголовки-промісиви та заголовки-менасиви, заголовки-перформативи, заголовки-директиви, заголовки-квеситиви. Оскільки у фокусі дослідження знаходяться прагматичні характеристики заголовків, адекватним запропоновано вважати насамперед переклад, у результаті якого зміст тексту перекладу та його вплив на читача є максимально наближеним до впливу оригіналу цієї публікації на його реципієнта.*

*Наукова розвідка проведена на матеріалі медіапублікацій із п'яти медіа п'яти країн, де англійська мова є офіційною (Велика Британія, США, Канада, Австралія, Нова Зеландія). Проаналізовано такі онлайн-видання: The Economist, The New York Times, The Independent Australia, The Ottawa Citizen, The New Zealand Herald. Авторки окреслюють найбільш частотні стилістичні прийоми та виражальні засоби, властиві заголовкам сучасних англійських медіапублікацій: алюзії, антитези, літоти, фонетичні стилістичні прийоми; архаїзми, оказіоналізми/авторські неологізми, абрєвіатури, екзотизми. Представлені засоби та способи адекватного відтворення зазначених стилістичних явищ у перекладі. Відзначено, що для створення адекватного перекладу перекладачеві необхідно залучати лексичні, граматичні та комплексні лексико-граматичні перекладацькі трансформації.*

*У статті представлений авторський переклад заголовків сучасних англійських медіапублікацій та виявлено частотність застосування перекладацьких трансформацій для створення адекватного перекладу. Встановлено, що частотність певних лексичних трансформацій обумовлена стилістичними явищами оригіналу. Декларується, що велика кількість граматичних перекладацьких трансформацій обґрунтована міжмовною асиметрією. Підкреслюється, що для перекладу одного заголовку можуть одночасно використовуватись кілька трансформацій.*

**Ключові слова:** мас-медіа, медіапублікації, заголовки, прагматика, стилістичні прийоми, виражальні засоби, переклад, перекладацькі трансформації.

**Постановка проблеми.** У період світових глобалізаційних процесів, а зокрема на рівні інформаційного простору, дедалі більшої нагальності набуває питання правильності/відповідності відтворення та розуміння повідомлень. Запит на доцільність перекладу тексту з однієї мови на іншу зі збереженням змістового наповнення твору є актуальним по всяк час. Особливої уваги до адекватного перекладу та можливих/закономірних

трансформацій потребують публікації мас-медіа, адже саме вони є одним із базових потоків інформації про події у різних країнах. Більше того, точність та подібність перекладу здатні забезпечити аудиторію від маніпуляцій зі смислами, що надміру важливо у нашому сьогоденні.

Кількість сучасних медіа незліченна, завдяки масштабній диджиталізації вони розповсюджують інформацію з незбагненною швидкістю,

змагаючись за увагу свого читача. Мова сучасних медіапублікацій розвивається стрімко і є матеріалом-репрезентантом відповідних тенденцій у функціонуванні мови в цілому. Водночас, нові феномени, що виникають у мові, зокрема в англійській, можуть створювати перекладацькі бар'єри. Англійська є мовою провідних новинних агентств, які формують низку публікацій про найновіші події у світі, тому постає необхідність перекладу таких публікацій різними мовами, зокрема українською. Особливо важливим є переклад заголовків медіатекстів, оскільки саме назва статті визначає, чи буде реципієнт читати текст цілком. Більше того, саме крізь призму заголовка публікації сприймається її зміст, а тому важливими є доцільний переклад цієї структурної компоненти журналістського матеріалу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Феномен формування та функціональних можливостей заголовків медіапублікацій привертає увагу як вітчизняних, так і зарубіжних учених: у фокусі наукових розвідок є лінгвістичний статус заголовків (Блисковський З. Д., Дубенко О. Ю., Слободянюк Р. Д., Тертичний О. О.); структура заголовного комплексу (Мороховський О. М.); синтаксичні характеристики заголовків (Карпенко В., Maharani F.); їх семантичні параметри (Nwala M. A., Umukoro V. A.); прагматичні особливості (Мариненко І. О., Ревенко В.); деякі наукові праці присвячені проблемам перекладу англійських заголовків українською та іншими мовами (Опо К., Potapenko S., Rasul S. H.).

**Постановка завдання. Метою дослідження** є окреслити параметри відтворення лінгвістичних особливостей заголовків сучасних англійських медіапублікацій різних прагматичних типів українською мовою.

Відповідно до поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**: – простежити особливості екстраполяції типології речень за прагматичним ефектом на прикладі заголовків медіапублікацій; – описати типи заголовків сучасних англійських медіатекстів; – простежити перекладацькі трансформації на практиках перекладу англійських заголовків українською мовою.

**Виклад основного матеріалу.** Позаяк провідною функцією публіцистичного дискурсу (до нього відносимо сучасні англійські медіапублікації) є вплив і прагматичний зміст є комунікативно-інтенціональним [8, с. 271]; насамперед фокусуємо увагу саме на прагматичних особливостях заголовків сучасних англійських медіапублікацій і доміinantним завданням цього дослідження є аналіз

речень за їх прагматичним типом, відповідно до їх типологізації запропонованої Г. Почепцовим. Цей підхід, услід за Мариненко І. О. [7] та Ревенко В. [10], вважаємо релевантним екстраполювати на заголовки (особливо, якщо взяти до уваги тенденцію до формування розлогіх заголовків поточних матеріалів у стрічках новин порівняно зі друкованим варіантом медіа публікацій [7, с. 162]).

Виходячи із прагматичного аналізу речення, Г. Почепцов вирізняє такі його види: констатив (ствердження), промісив (пропозиція-обіцянка), менасив (пропозиція-погроза), перформатив (привітання, подяка, вибачення, гарантія, призначення), директив, квеситив (питальне речення) [8, с. 271–278].

Спираючись на запропонований розподіл речень, окреслимо певні аспекти реалізації зазначеної екстраполяції:

1. Заголовки, в яких відсутнє дієслово (наприклад, *Brazil's dismal decade* (TheEconomist, June 5th, 2021)) і ця відсутність не є еліптичною (тобто не можна встановити, яке дієслово пропустив або підрозумівав автор матеріалу. Так, зокрема, у заголовку *Military a winner in Biden's Budget* (Independent Australia, June 2<sup>nd</sup>, 2021) зрозуміло, що пропущене дієслово *is* – *Military <is> a winner in Biden's Budget*), такі заголовки відносимо до констативів.

2. Якщо у назві статті є пряма мова і слова автора, з позиції прагматичного типу (наприклад, назву *Mike Hosking: When will our Government admit its errors?* (New Zealand Herald, August 25, 2021) відносимо це речення до квеситивів;

3. Промісиви та менасиви об'єднують у одну групу, оскільки на думку Г. Г. Почепцова, вони подібні за структурно-семантичними параметрами і розрізняються лише за оцінною ознакою – «позитивне»/«негативне» ставлення адресата до змісту висловлювання [8, с. 274]. У такому випадку слід враховувати, що ставлення читачів (адресатів медіапублікацій) ставлення до змісту заголовка може бути діаметрально протилежним.

Отже, виокремлюємо такі типи заголовків сучасних англійських медіапублікацій: заголовки-констативи; заголовки-промісиви та заголовки-менасиви; заголовки-перформативи; заголовки-директиви; заголовки-квеситиви.

Для окреслення перекладацьких трансформацій залучено класифікацію, запроповану В. Н. Комісаровим [6, с. 172–173], який вважав доцільним виокремлювати такі трансформації:

– лексичні трансформації: транскрибування та транслітерація, калькування, лексико-семантичні заміни (конкретизація, генералізація, модуляція);

– граматичні трансформації: синтаксичне уподібнення (дослівний переклад), членування речення, об'єднання речень, граматичні заміни (форми слова, частини мови або члена речення);

– комплексні лексико-граматичні трансформації: антонімічний переклад, експлікація (описовий переклад) і компенсація [6, с. 172–173].

У деяких випадках можна говорити про стилістичну адаптацію, при цьому не виокремлюючи її як окрему трансформацію, оскільки вона реалізується в межах зазначеної системи перекладацьких трансформацій.

Крім того, необхідно пам'ятати, що трансформації дуже рідко відбуваються ізольовано. Так, під час перекладу заголовків англійських медіапублікацій досить часто простежуємо єдність двох-трьох трансформацій.

Усі зазначені трансформації (крім дослівного перекладу) залучаються перекладачами, коли останні стикаються в оригіналі з певними лінгвістичними явищами, які становлять проблему для перекладу.

Для реалізації поставленої мети обрано ілюстративний матеріал із п'яти медіа п'яти країн, де англійська мова є офіційною (Велика Британія, США, Канада, Австралія, Нова Зеландія). Проаналізовано такі онлайн-видання: The Economist, The New York Times, The Independent Australia, The Ottawa Citizen, The New Zealand Herald. Зауважимо, що ці видання вважаються основними для своїх країн. Таке розмаїття джерел фактичних даних зумовлено прагненням запобігти дослідженню ідіостилію окремого видання, адже вже під час відбору матеріалу стали помітними різні структури заголовків та лексичні особливості. Крім того, інтерес викликало бажання простежити подачу одних і тих же подій журналістами різних країн.

Практичний матеріал дослідження відібрано за темпоральним та тематичним критеріями, відповідно до яких усі матеріали датовані літніми місяцями 2021 року та висвітлюють ключові події світу у відповідних рубриках видань.

Усього проаналізовано 250 заголовків сучасних англійських медіапублікацій (відповідно, по 50 одиниць з кожного видання). За неможливості знайти український переклад відповідних публікацій, його здійснено авторами дослідження.

У результаті аналізу фактичного матеріалу виявлено такі типи заголовків за прагматичною ознакою: заголовки-констативи – 223, тобто 89,2% від загальної кількості; заголовки-промісиви та заголовки-менасиви – 8, тобто 3,2%; заголовки-

перформативи – 1, тобто 0,4%; заголовки-директиви – 9, тобто 3,6%; заголовки-квеситиви – 9, тобто 3,6%.

Під час аналізу ілюстративного матеріалу виявлено низку лінгвістичних особливостей, які можуть стати своєрідним бар'єром для перекладу:

1) лексичні групи слів: архаїзми (*thyself*), оказіоналізми/авторські неологізми (*vaxelerando*, *ANCNomics*), аббревіатури (*NZ*, *UK*, *SHI*, *RNZ*, *MP*, *PM*), екзотизми (*Kiwi*, *Aussi*);

2) стилістичні прийоми: алюзії (*Houseofpain*), антитеза (*Biden, Merkel stress friendship while agreeing to disagree on pipeline*), літота (*Electric cars for everyone? Not unless they get cheaper*), фонетичні стилістичні прийоми (*Peru in peril*).

З метою сприяння перекладацьким практикам для кожного зі зазначених явищ розроблені окремі рекомендації процедури перекладу.

Так, **архаїзми**, які відтворюють колорит місця й часу, реалізують стилістичну мету надання твору урочистості, іронічності, сатиричності. У такий спосіб вони характеризують відмінні (наприклад, церковний та офіційно-діловий) стилі різних епох. Тому архаїзми та історизми є основним способом часової стилізації мови перекладу, що служить засобом літературно-історичного пізнання та створення відповідного колориту [4, с. 152]. Відповідно під час перекладу заголовків необхідно насамперед врахувати цю функцію архаїзмів та відтворити її у відтвореному тексті засобами мови перекладу. Якщо існують аналогічні відповідники у мові перекладу, то доцільно їх використати, якщо такі відсутні – компенсувати колорит іншими лінгвальними засобами.

Про перекладацькі трансформації **оказіоналізми** у сучасному перекладознавстві існують різні розмірковування:

1. Процедура перекладу нової лексики і фразеології починається з визначення змісту одиниць, для чого вузького контексту (словосполучення, речення, тексту) часто буває недостатньо, і перекладачеві потрібно звертатися до різноманітних інтернет-джерел. Коли зміст поняття з'ясовано, перекладачеві слід обрати спосіб відтворення безеквівалентної лексики, де найважливішу роль відіграє «функціональність», тобто потрібно так відтворити суть, щоб реципієнт не відчув інформаційної втрати. Тому здебільшого навіть у спеціальних текстах перекладач орієнтується на занижені фонові знання цільової аудиторії і комбінує прямі способи трансляції (транскодування, калькування) з описовим перекладом [3, с. 39-40].

2. Значну частину неологізмів, які складають авторські okazіоналізми, досвідчені перекладачі відтворюють, зберігаючи закладену автором експресивність за допомогою використання адекватних словотвірних засобів. Як правило, okazіональне слово під час перекладу отримує образну внутрішню форму, яку особливо підкреслює контекст. У такий спосіб його значення стає рівнодією цих двох мовних сил: форми та місця вживання, що має врахувати перекладач [4, с. 151].

3. У більшості ситуацій перекладач орієнтується на обрану ним стратегію, однак у найскладніших випадках (таких, як передача образності та структурних особливостей okazіонально-авторських новотворів) він повинен орієнтуватися на власний лінгвістичний досвід, ерудицію, відчуття мови. У будь-якому випадку під час передачі стилістично-маркованих елементів фахівець має орієнтуватися на почуття смаку і не зловживати сленгізмами та вульгаризмами мови перекладу, адже це може привести до зниження загальної естетики та художності твору. Отже, вибір способів перекладу авторських новотворів визначається взаємопов'язаними чинниками: семантичними та структурними особливостями слова, приналежністю слова до певного стилістичного розряду та тією функцією, яку воно виконує в тексті [5, с. 149].

Основними прийомами перекладу *аббревіатур* є транслітерація, експлікація, калькування та еквівалентний переклад. Обирати прийом потрібно, спираючись на характер тексту та цільову аудиторію. Від результатів роботи перекладача залежить відтворення текстів різної стильової приналежності [9, с. 114]. Загальноприйняті аббревіатури традиційно перекладають за допомогою відомого усім еквівалента; якщо ж аббревіатура може бути невідомою читачу перекладу, її розшифровують, перекладають та подають у розгорнутому вигляді.

Позаяк *екзотизми* найчастіше служать для локалізації подій у тексті, вважається коректним перекладати їх еквівалентами (якщо такі існують у мові перекладу або за допомогою транс кодуння). Однак необхідно зважати на те, що одиниці можуть бути екзотизмами для перекладача, але не бути такими для читача оригіналу. У нашому матеріалі екзотизми не були екзотизмами у тексті оригіналу (наприклад, одиниця *kiwi* зустрічалась у пресі Нової Зеландії), а отже перекладати необхідно було її значення таким чином, щоб для читача перекладу одиниця мови перекладу теж не була екзотизмом; оскільки запорукою створення адекватного перекладу є відтворення функціонального навантаження одиниць оригіналу.

Під час перекладу *алюзій* необхідно зосереджуватись на відтворенні функцій алюзивних засобів. У англomовному публіцистичному дискурсі вони виконують такі функції:

– основні – пізнавальна (когнітивна), кумулятивна, компресивна, оцінна, експресивна, волюнтаривна;

– варіативні – контактовстановлююча (реалізація залежить від індивідуальних характеристик адресата), емотивна (залежить від того чи реалізована контактовстановлююча функція), дейктична, функція збільшення кількості кодових систем, за допомогою яких здійснюється комунікація [2, с. 62].

Переклад *антитез* зазвичай не викликає проблем, якщо стилістичний прийом будується на семантичних ознаках слів, оскільки підшукати пару антонімів у мові перекладу нескладно. Однак в англomовних заголовках антитеза часто спирається на одиниці, що римуються. Саме ці формальні ознаки і найважче відтворити у перекладі. Універсальні рекомендації у цьому випадку створити неможливо, тут слід приймати унікальне перекладацьке рішення. Те саме стосується й перекладу *літом*.

Під час роботи з практичним матеріалом (заголовки медіа) автори прагнули досягти адекватного перекладу англomовних заголовків медіапублікацій українською мовою, враховуючи описані вище рекомендації для подолання труднощів перекладу. На нашу думку, адекватним є переклад, у результаті якого зміст тексту перекладу та його вплив на читача є максимально наближеним до впливу оригіналу цієї публікації на його реципієнта.

Так, у одному з заголовків-констативів спостерігаємо фонетичну анафору: *Peru in peril* (The Economist, June 12th, 2021) – відбувається повтор перших трьох звуків (на нашу думку, можна не зважати на несуттєву різницю між звуками [ə] та [e]). Пропонуємо відтворити наведений заголовок-констатив так: *Перу непереливки*. Як бачимо, відтворити фонетичний стилістичний прийом вдалось, застосувавши такі перекладацькі трансформації як модуляція та заміна частини мови (прийменник+іменник *inperil* змінили на прислівник *непереливки*).

У заголовках типу менасив/промисив зустрічаються аббревіатури (*PM*), скорочення (*Govt*), антитези та лапки як маркер цитати (*'Things will get worse before they get better'*). Наведена аббревіатура не викликати у перекладача сумнівів щодо перекладу, однак треба зважати на те, що в українській мові назва цієї посади (*прем'єр-міністр*) не скорочується, отже у перекладі аббревіатуру будемо

подавати у розгорнутому вигляді; така ж ситуація і зі скороченням *Govt – уряд*. Антитезу, яка ґрунтується на антонімічних виразах *to get worse – to get better* слушно передавати за допомогою пари антонімічних дієслів української мови *погіршитись – покращитись*. Лапки як маркер цитації не становлять перекладацьких труднощів, оскільки в українській мові за правилами пунктуації вони також використовуються для позначення цитування. Таким чином, переклад заголовку *'Things will get worse before they get better' – Deputy PM on latest cases, defends Govt response to testing delays* (New Zealand Herald, August 21, 2021) буде таким: *Заступник прем'єр-міністра, коментуючи нові випадки захворювань, захищає реакцію уряду на затримки з проведенням тестів: 'Ситуація погіршиться перед тим, як покращитись'*.

Серед усіх проаналізованих заголовків до перформативів вважаємо коректним віднести лише один: *Let the Gerrymandering (and the Legal Battles) Begin* (NY Times, Aug. 11, 2021), оскільки наведене формулювання використовується як сигнал до початку змагань або святкових чи урочистих подій (пор. *Let the battle begin! Let the show begin!*). Виголошення цього речення слугує сигналом початку дії, що супроводжується новим станом певного об'єкта. Безумовно, у наведеному заголовку це формулювання подано іронічно, тим більше воно привертає увагу перекладача і потребує адекватного відтворення мовою перекладу. Класифікуємо це висловлювання як алюзивне, оскільки неосвічений перекладач не зможе впізнати його сталий варіант, а отже, не відтворить його відповідними засобами мови перекладу. Тому для відтворення наведеного виразу обрано означення, яке в українській мові теж вживається у ідентичних ситуаціях: *І нехай + дієслово + додаток*. Одиницю *Gerrymandering* перекладено дослівно, як у словнику (Lingvo) – *передвиборні махінації*, замінюючи, однак, герундій на структуру прикметник+іменник. Таким чином, переклад заголовку виглядатиме так: *І нехай почнуться передвиборні махінації (та юридичні баталії)!* Вважаємо доцільним вжити знак оклику наприкінці заголовку у мові перекладу, оскільки вживання цього знаку пунктуації є більш характерним для слов'янських мов, ніж для англійської. Пор.: *No smoking – Не палити!* (напис на таблиці); *Dear friend, – Дорогий друг!* (звертання на початку листа) тощо [1, с. 93].

Цікавою проблемою перекладу заголовка-директива постав архайзм, який був маркером алюзії на античний вислів: *Know thyself*

(TheEconomist, June 26th, 2021). Саме архайзм *thyself* дає можливість зрозуміти, що вислів датується давніми часами і є однією зі 147 дельфійських максим, яка була викарбувана на стіні пронаоса в храмі Аполлона в Дельфах у Стародавній Греції. Оскільки культурна спадщина Давньої Греції є спільною для англомовних та україномовних культур, вже існує сталий переклад цього вислову, який був виконаний за допомогою модуляції (know (знай) →пізнай) та компенсації – додавання одиниці *самого* (для відтворення особливостей давньослов'янських мов). Таким чином цей заголовок отримав переклад *Пізнай самого себе!* Вважаємо коректним додати у перекладі знак оклику, оскільки, як було зазначено раніше, вживання цього засобу пунктуації є більш характерним для слов'янських мов, ніж для англійської; до того ж у цій групі заголовків маємо справу з наказовим способом дієслова.

У заголовках-квеситивах зустрічаємо такий стилістичний прийом, як літота: *Electric cars for everyone? Not unless they get cheaper* (NY Times, Aug. 9, 2021). У цьому випадку доречним видається дослівний переклад першого речення (питального) та антонімічний переклад другого речення. Отже, наведений заголовок пропонуємо перекладати так: *Електрокари для всіх? Тільки якщо вони стануть дешевшими*. Літота у перекладі не була відтворена, однак вважаємо, що це не позбавляє перекладу адекватності, оскільки структура *not unless* в англійській мові навряд чи сприймається та вживається зі стилістичним забарвленням, оскільки навіть у словнику знаходимо еквівалент «тільки якщо» (Lingvo). Цей вираз можна назвати «стертою» літотою (за аналогією до «стертої» метафори) – при першому вживанні вислів мав яскраве стилістичне забарвлення, яке зникло, коли словосполучення увійшло до широкого вжитку.

**Висновки і пропозиції.** Отже, переклад заголовків медіапублікацій є одним із нагальних питань сьогодення. Доцільність використання мовних одиниць та вміння підбирати відповідні засоби для подібної передачі смислово-емоційного наповнення назви тексту є запорукою аналогічної інтерпретації однієї й тієї ж ситуації, факту та події представниками різного мовного коду. З цією метою на сьогодні описані окремі випадки застосування перекладацьких трансформацій у тих випадках, які унеможливають дослівне відтворення матеріалу. Так, для адекватного відтворення лінгвостилістичних параметрів заголовків сучасних англомовних медіапублікацій

різних прагматичних типів використовувались такі перекладацькі трансформації (підкреслимо, що під час перекладу одного заголовку можуть бути застосовані дві і більше перекладацькі трансформації): дослівний переклад – 89,2%; експлікація – 31,6%; додавання підрядної частини речення – 12,4%; заміна частини мови – 10,4%; модуляція – 10%; антонімічний переклад – 3,2%; калькування – 2%; компенсація – 1,2%.

За допомогою дослівного перекладу вдалося подолати більшість труднощів, які виникали під час відтворення заголовків сучасних англomовних медіапублікацій українською мовою. Досить частотне вживання експлікації можна пояснити наявністю реалій та сталих виразів, які не мають еквівалентів у мові перекладу. Калькування використовувалось для відтво-

рення оказіоналізмів. Нечисленне залучення компенсації пояснюється прагненням до лаконічності у формулюванні заголовків, у той час як ця трансформація передбачає збільшення обсягу заголовка порівняно з оригіналом. Велика кількість таких граматичних трансформацій як заміна частини мови та додавання підрядної частини речення зумовлена тим, що вони дуже часто супроводжують експлікацію; а також міжмовною асиметрією.

Зважаючи на результати проведеного дослідження, подальші перспективи вивчення актуалізованого питання вбачаємо у виявленні прагматичних, семантичних, синтаксичних характеристик заголовкових комплексів англomовних медіапублікацій та ідентифікації засобів і способів їх відтворення українською мовою.

#### Список літератури:

1. Алексеев А. Я. Сопоставительная стилистика : уч. пособие. Д. : Национальный горный университет, 2012. 471 с.
2. Воробйова М. В. Функції алюзивних засобів англomовного публіцистичного дискурсу. *Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]*. Сер. : Філологічна. 2013. Вип. 35. С. 60–63.
3. Зацний Ю., Запольських С. Лінгвальні, соціолінгвальні та перекладацькі параметри нової лексики та фразеології англійської мови. *Модуси сучасного перекладознавства : монографія / за заг. ред. д-ра філол. наук, проф. С. О. Швачко*. Суми : Сумський державний університет, 2021. С. 13–40.
4. Кияк Т. Р., Науменко А. М., Огуй О. Д. Перекладознавство (німецько-український напрям) : підручник. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. 543 с.
5. Клименко О. Л. Авторські новотвори як проблема перекладу. *Нова філологія : збірник наукових праць*. Запоріжжя : ЗНУ, 2012. № 50. С. 146–149.
6. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. Москва : Высш. шк., 1990. 253 с.
7. Мариненко І. О. Інформаційна недостатність як компонент атрактивності медійного заголовка. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2020. Т. 1 (76). С. 157–169. DOI : <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2020.76.13>
8. Почепцов Г. Г., Иванова И. П., Бурлакова В. В. Предложение. *Теоретическая грамматика современного английского языка*. Москва : Высш. шк., 1981. С. 64–281.
9. Радченко М. О. Особливості перекладу аббревіатур та скорочень. *Актуальні питання розвитку філологічних наук у XXI столітті* : міжнародна науково-практична конференція, м. Одеса, 27–28 березня 2020 року. Одеса : Південноукраїнська організація «Центр філологічних досліджень», 2020. С. 112–114.
10. Ревенко В. Прагматичні особливості заголовків сучасних британських і американських видань. *Південний архів (філологічні науки)*. Херсон, 2018. Вип. 73. С. 125–129.
11. (Lingvo) ABBYY Lingvo Live. URL : <https://www.lingvolive.com>
12. The Economist. URL: [www.economist.com](http://www.economist.com) (дата звернення: червень-серпень 2021 року).
13. The Independent Australia. URL: [independentaustralia.net](http://independentaustralia.net) (дата звернення: червень-серпень 2021 року).
14. The New York Times. URL: [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com) (дата звернення: червень-серпень 2021 року).
15. The New Zealand Herald. URL: [nzherald.co.nz](http://nzherald.co.nz) (дата звернення: червень-серпень 2021 року).
16. The Ottawa Citizen. URL: [ottawacitizen.com](http://ottawacitizen.com) (дата звернення: червень-серпень 2021 року).

#### **Baranetska A. D., Maslova M. V. LINGUOSTYLISTIC PARAMETERS OF HEADLINES OF MODERN ENGLISH MEDIA PUBLICATIONS OF DIFFERENT PRAGMATIC TYPES AND THEIR REPRODUCTION IN UKRAINIAN**

*The article focuses on the linguostylistic parameters of headlines of modern English media publications and their translation. The authors postulate the relevance of extrapolating the categorization of sentences according to their pragmatic types to headlines of media publications. The paper offers to differentiate the following types of headlines: constative headlines, promissive headlines and menacive headlines,*

*performative headlines, directive headlines, quesitive headlines. As the study concentrates on pragmatic features of headlines, it suggests that a translation is adequate when the content of the target text and its impact on the reader is as similar as possible to the impact of the source text on its reader.*

*The case study of the research comprises the media publications from five mass media of the five countries where English is a state language (Great Britain, the USA, Canada, Australia, New Zealand). The following online media were analyzed: The Economist, The New York Times, The Independent Australia, The Ottawa Citizen, The New Zealand Herald. The authors define the most frequent stylistic devices and expressive means which are characteristic of headlines of modern English media publications: allusions, antitheses, litotes, phonetic stylistic devices; archaisms, occasional words/ author's neologisms, abbreviations, exoticisms. The article suggests the ways and means of adequate reproduction of the stylistic phenomena mentioned above in translation. The authors state that to create adequate translation a translator should apply lexical, grammatical and complex lexico-grammatical translation transformations.*

*In the article the authors present their own translation of headlines of modern English media publications and reveal the frequency of using different translation transformations to create adequate translation. The study establishes the frequency of certain lexical transformations depends on the stylistic phenomena of the source text. The paper declares that high rate of frequency of grammatical transformations is caused by interlingual asymmetry. The article emphasizes that several transformations can be applied to translate one headline.*

**Key words:** *mass media, media publications, headline, pragmatics, stylistic devices, expressive means, translation, translation transformations.*