
НАУКОВИЙ

ВІСНИК

ЧЕРНІВЕЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Випуск 692-693

Германська філологія



Талавіра Н.М. ФУНКЦІЇ ПРИЙМЕННИКОВИХ БЕЗАРТИКЛЕВИХ ЗВОРОТІВ У КОМПОЗИЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ СТАТЕЙ АНГЛОМОВНИХ ЖУРНАЛІВ	256
Твердохліб Д.Ю. КАТЕГОРІЯ «ПОЛІТИЧНИЙ ДІЯЧ» ЯК КОНСТИТУЕНТ БРИТАНСЬКОЇ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ	259
Тиха У. І. ПЕРФОРМАТИВНА ПОЕТИКА ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОГО ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ	262
Тичинська Н.Р. ПРОДУКТИВНЕ НАВЧАННЯ ЯК ІННОВАЦІЯ В ІНШОМОВНІЙ ОСВІТІ	265
Ткачівська М. Р. ЗООНІМІЧНА ІНВЕКТИВА ЯК ЗАСІБ ОБРАЗИ ТА ЕМОЦІЙНОГО РОЗКРІПАЧЕННЯ	267
Торговець Ю.І. ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ ТЕКСТІВ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОГО ЕСЕ	270
Туровська Л. В. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТЕОРЕТИЧНОГО СЛОВАЦЬКОГО ТЕРМІНОЗНАВСТВА У ХХ – НА ПОЧАТКУ ХХІ СТ.	274
Федорова Ю.Г. ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ АМЕРИКАНСЬКОГО ГАЗЕТНОГО ДИСКУРСУ	277
Хмара В.В. ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ ІЗ СОМАТИЧНИМ КОМПОНЕНТОМ НІС В СХІДНОСЛОВ'ЯНСЬКИХ ТА ЗАХІДНОГЕРМАНСЬКИХ ЛІНГВОКУЛЬТУРАХ: ЗІСТАВНИЙ АСПЕКТ	280
Ходак О. В. ВПЛИВ ЛЕКСИЧНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ НА СТАНОВЛЕННЯ ФРАЗОВИХ ДІЄСЛІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	283
Хоровець В.С. ТИПОЛОГІЯ ПРИЧИННОСТІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ МОВНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ	286
Чарікова І. В. АНГЛІЙСЬКІ РИТУАЛЬНІ СТЕРЕОТИПНІ ВИСЛОВЛЕННЯ В ПРАГМАТИЧНОМУ ТА СЕМАНТИЧНОМУ АСПЕКТАХ (на матеріалі висловлень подяки)	290
Чернікова О.І. АЛІТЕРАЦІЯ ЯК ПІДСИЛЮЮЧИЙ КОМПОНЕНТ ЗОБРАЖАЛЬНО-ВИРАЖАЛЬНИХ ЗАСОБІВ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ (на матеріалі "Гіперіону" Д. Сіммонса)	294
Черська Ж.Б., Гусак О.Б. ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ «РАЦІОНАЛІЗМ» У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ	297
Шабаліна О. О. ПРИКМЕТНИКИ В СИСТЕМІ ДАВНЬОАНГЛІЙСЬКОГО СЕМАНТИЧНОГО СЛОВОТВОРУ	300
Шаповал І.А. ДО ПРОБЛЕМИ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ СЕМАНТИКИ ОПТАТИВА	303
Швачко С.А. НА ПРОСТОРАХ МЕТАЗНАКОВ ПЕРЕВОДОВЕДЕННЯ	306
Шилінська І. Ф. ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ	311
Шум О.В. ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ СУРЖИКУ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ (на матеріалі німецькомовних перекладів А.-Г.Горбач)	314
Шуневич Б.І. ОРГАНІЗАЦІЯ ДИСТАНЦІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ПЕРЕКЛАДАЧІВ: МРІЯ ЧИ РЕАЛЬНІСТЬ?	317
Щербицька В.В. ОДИНИЦЯ ОБ'ЄКТИВАЦІЇ ГЕНДЕРУ В АВТОБІОГРАФІЧНИХ ТВОРАХ	320
Юшак В.М. МІСЦЕ СОФТОНІМІВ В ОНОМАСТИЧНОМУ ПРОСТОРІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	322
Яковлева К.О. ДИНАМІКА ВИКОРИСТАННЯ ЗАЙМЕННИКІВ ДРУГОЇ ОСОБИ ТНОВ ТА YOU У 1560-1760 РОКАХ ПІД ВПЛИВОМ ПАРАМЕТРА СОЦІАЛЬНОГО КЛАСУ	326
Ярич М. В. КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЯК МЕТОД ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	330

УДК 81 '42:82–4

Торговець Ю.І. (Київ)

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ ТЕКСТІВ СОЦІАЛЬНО–ПОЛІТИЧНОГО ЕСЕ

Розглянуті лінгвостилістичні й функціональні особливості заголовків текстів соціально-політичного есе в американській лінгвокультурній традиції XXI ст. Проаналізовано домінантні функції та виявлено основні текстові категорії, які актуалізуються в заголовках соціально-політичного есе.

Ключові слова: заголовок, атракція, текстові категорії, зв'язність, ретроспекція.

Рассмотрены лингвостиллистические и функциональные особенности заголовков текстов социально-политического эссе в американской лингвокультурной традиции XXI века. Проанализированы доминантные функции и выявлены основные текстовые категории, актуализирующие в заглавиях социально-политического эссе.

Ключевые слова: заглавие, аттракция, текстовые категории, связность, ретроспекция.

The article deals with the title as one of the structural and semantic elements of the text. The main attention is being focused on the stylistic and functional features of the titles of socio-political essay in American lingua-cultural tradition. The author analyses the dominant features and the main text categories of the titles of socio-political essay.

Key words: title, attraction, text categories, coherence, retrospection.

Сучасний стан науки позначений пильною увагою науковців до питання вивчення структурно-семантичних одиниць тексту, серед яких особливе місце посідає заголовний комплекс. Незважаючи на зростаючу кількість праць, присвячених дослідженню різних аспектів заголовків текстів (А.А. Сафонова, А.М. Коваленка, А.А. Тертичний, В.О. Вуколова, В.А. Кухаренко, Л.А. Манькова, О.Н. Шаліфова), ми вважаємо, що дане лінгвістичне явище не знайшло свого повного висвітлення. У своєму твердженні спираємося на думку В.А. Кухаренко про те, що, скільки б не було сказано і написано про заголовок, повністю вичерпати цю тему неможливо – така велика його роль у тексті [5, с. 90]. Отже, метою виконаного дослідження є виявлення лінгвостилістичних та функціональних особливостей заголовків текстів соціально-політичного есе (далі – СПЕ). Поставлена мета передбачає необхідність виконання таких завдань: встановити домінантні функції та виявити основні текстові категорії, які актуалізуються в текстах заголовків СПЕ в американській лінгвокультурній традиції початку XXI ст.

Природа заголовка як знака тексту різноманітна, адже, з одного боку, він розташований за межами основного тексту і через це характеризується певною самостійністю, як автономна мовна структура, з іншого боку, заголовок, як повноправний елемент тексту, виступає першим знаком твору, який у лаконічній формі розкриває зміст твору [1, с. 12]. Водночас, у змістовій структурі твору йому належить вагома роль: він передає в концентрованій формі основну тему або ідею [10, с. 65], слід зазначити, що заголовок – це компонент тексту, тісно пов'язаний з іншими компонентами цієї системи. Він займає стилістично сильну позицію, оскільки називає текст і дає первинну інформацію про нього. Залежно від форми, стилю, жанру тексту заголовки має різні структурно-семантичні характеристики і виконує різні функції [11, с. 48].

Існують різні погляди на кількість, назви та особливості функцій заголовків текстів. Опрацювавши численні розвідки, присвячені розгляду функцій заголовків, ми дійшли висновку, що до основних з них більшість дослідники відносять: 1) *номінативну* (називну), що дозволяє ідентифікувати текст; 2) *інформативну*, яка передбачає наявність у заголовках опорних елементів, що забезпечують висвітлення основного змісту повідомлення, однак залишають поза увагою окремі деталі повідомлення, що заохочує читача звернутися до всього тексту; 3) *атраکتивну* (рекламна, функція залучення уваги читачів), яка полягає у тому, щоб зацікавити, заінтригувати читача, змусити його прочитати матеріал; 4) *розділову* (графічно-видільну, делімітативну) – заголовок виділяє текст з оточуючого простору; 5) *функцію спонукальності* (апеляційна) полягає у тому, що заголовок виражає заклик до дії; 6) *оцінну* – заголовок експліцитно або імпліцитно виражає оцінку адресантом подій, про які йдеться у тексті; 7) *експресивно-апелятивну* – заголовок може виражати авторську позицію і психологічно готувати читача до сприйняття тексту (А.А. Адзінова [1], О.Ю. Богданова [2], Н.А. Веселова [3], А.А. Тертичний [9]).

Цікавий, на нашу думку, підхід В.А. Кухаренко до виділення функцій, оскільки більшість функцій заголовку дослідниця пов'язує з тим, що: «заголовок є актуалізатором практично всіх текстових категорій». *Категорія інформативності* проявляється в номінативній функції заголовка, *категорія модальності* проявляється експліцитно через використання емоційно-оцінної лексики. *Категорія завершеності* знаходить своє вираження в делімітативній функції заголовка, який відокремлює один завершений текст від іншого. У заголовку може актуалізуватися й категорія зв'язності. Відбувається це, в основному, за рахунок повтору заголовних слів у тексті. Задане в заголовку слово «пронизує» весь текст, зв'язує його. При цьому із самим словом неминуче відбуваються семантичні зміни, що ведуть до утворення індивідуально-художнього значення. Усвідомлення цього значення читачем відбувається ретроспективно, при поверненні до заголовка, після завершення тексту. Заголовок, з якого читання почалося, є рамковим знаком, що вимагає повернення до себе. Цим він ще раз пов'язує кінець і початок, тобто безпосередньо бере участь в актуалізації не тільки категорії зв'язності, а й *категорії ретроспекції*. Оскільки установка на читання починається з впливу на потенційного читача з метою привернути його увагу й переконати в необхідності прочитання тексту. Відповідно з виконанням цих проспективно спрямованих прагматичних завдань у заголовку – у передтексті – на перший план висуваються рекламна й контактовстановлююча функції [5, с. 90 - 92].

Відповідно до розглянутої класифікації функцій заголовків і дослідження текстів СПЕ американської лінгвокультурної традиції, можемо підсумувати, що в даному типі тексту реалізуються *номінативно-інформативна, атраکتивна, оцінна та делімітативна функції*, які у свою чергу актуалізують низку текстових категорій.

Номінативно-інформативна функція (далі – НІФ), тобто функція повідомлення про факт, є однією з домінантних для текстів СПЕ, що зумовлено тематикою та специфікою аналізованого типу тексту, яка полягає у висвітленні та критиці існуючої соціально-політичної ситуації в країні. Інформативність виступає ключовим аспектом заголовка [13, с. 127].

СПЕ американської лінгвокультурної традиції покликане не лише виразити авторську точку зору, а й проінформувати читача про стан справ в країні та, можливо, за її межами. Цю функцію можна простежити в таких заголовках: *Ideology and Race in American History. On Tyranny and Liberty. The Social Contract and Constitutional Republics. History of Presidential Elections. The Great War and American Memory. The South In A Global World, Why Obama matters. Election 2008: Who Decides? The People or the Programmers?, Should We Believe the Polls?, The Fix is In – Again!, In 2006, Election Fraud is the Keystone Issue*. Тут на перший план виходить НІФ, де заголовки лише окреслюють інформацію, яка буде подана в межах есе, обмежують тематику та сферу функціонування тексту. Так, з першого заголовка, *Ideology and Race in American History*, стає зрозумілим, що мова йтиме про ідеологію і поняття раси (національності) в діяхронічному аспекті в американській культурі. Варто зазначити, що використання прикметника *American* звужує тематику есе й актуалізує текстову категорію проспекції, адже події локалізуються і адресат розуміє, що роздуми подаватимуться не про ідеологію і нації взагалі, а конкретно в американській історії.

Однак не завжди заголовок надає настільки детальну інформацію. Наприклад, у заголовках типу *On Tyranny and Liberty, History of Presidential Elections* читач може лише здогадуватися про локальну й темпоральну специфіку даного есе, проте така неясність може бути лише прийомом атракції читачької уваги.

Варто згадати, що для СПЕ американської лінгвокультурної традиції як і для будь-якого іншого типу есе, основною є функція переконання/впливу. Проте для того щоб, текст був прочитаний, увагу читача потрібно привернути, зацікавити, змусити його прочитати матеріал, чому сприяє функціонування атраکتивної функції (далі – АФ) СПЕ, адже «заголовок не лише називає твір, але й з першого моменту його сприйняття сильно впливає на уяву читача» [7, с. 8]. Яскраві, помітні, виразні заголовки забезпечують читачький інтерес і оптимізують сприйняття тексту [8, с. 149]: *The Women's Crusade, Finally, a Thin President, In God They Trust, The Pity of War, How American Health Care Killed My Father, To hell them all, Bush to UN.: Screw You! – Mad Dog Bolton's Nomination, They want chaos, A sign of hope*. Як бачимо з наведених прикладів, АФ тісно пов'язана з текстовою категорією суб'єктивної модальності, адже заголовок не тільки представляє тему есе, але й

відображає суб'єктивне ставлення автора до теми, порушеної у творі, що в свою чергу, має на меті вплинути на читацьке розуміння тексту [12, с. 6]. Таким чином, АФ актуалізується шляхом використання емоційно-оцінної лексики, що, з одного боку, виражає ставлення автора до висловлювання [14, с. 31], а з іншого – підсилює інтерес адресата. У заголовку *In God They Trust* автор навмисно трансформує традиційний девіз Америки *In God We Trust* (На Бога уповаємо), вживаючи особовий займенник 3-ї особи множини, де він актуалізує опозицію «своє :: чуже», протиставляючи себе та своїх однодумців іншим. Заміна компонента сприяє виникненню в адресата ряду асоціацій і пробуджує його інтерес до тексту в цілому. Заголовок *To hell with all of them* завдяки просторіччю виступає потужним засобом атракції читацької уваги, хоча сам заголовок ніякої інформації про тему есе не надає, що ще більше заохочує допитливого читача до прочитання тексту.

Основна мета АФ – вплинути на читача, що особливо яскраво видно в заголовках-питаннях та заголовках, які виражені у формі імперативу [6, с. 13]:

DO WE STILL HAVE A DEMOCRACY?

Should We Believe the Polls?

Mr. Obama: Tear Down This War!

Modest Proposal: Bring Back the Inquisition!

Наведені заголовки привертають увагу реципієнта завдяки графічним маркерам: знаку питання та оклику, які є експлікаторами сильних емоцій. Із метою атракції і зацікавлення адресата, автор вводить поняття, які хвилюють американське суспільство: демократія, війна, інквізиція.

Оцінна функція заголовків СПЕ американської лінгвокультурної традиції полягає в тому, що заголовок впливає на формування в читача певної думки з приводу інформації поданої в тексті до і після її прочитання: *Finally a Thin President* – цей заголовок завдяки прислівнику *finally*, який підкреслює довгоочікуваність події, схиляє читача до думки, що Барак Обама (саме він є худим президентом, який допомагає людям, а не задовольняє свої потреби) зможе реалізувати зміни на краще.

Проте оцінна функція не лише впливає на формування точки зору реципієнта, а й виражає авторську оцінку явища: *Can the GOP Steal The Election Again? You Betcha!* Просторіччя *You Betcha* (ще б пак) є відповіддю на запитання і, надаючи всьому заголовку додаткової експресивності, викликає негативне ставлення до Республіканської партії, здатної шахраювати на виборах. Водночас заголовок типу *Foundational Dry–Rot the Work of Greedy GOP Termites* містить низку оцінних компонентів з негативним значенням, таких як *greedy, termites*. Такі негативно забарвлені лексичні одиниці виражають ставлення автора до Республіканської партії як до політичної сили, яка лише шкодить країні, оскільки адресант метафорично ідентифікує представників цієї партії як термітів, шкідників.

Делімітативна функція СПЕ носить формальний характер і виступає елементом сегментації тексту в текстовому просторі. Її суть полягає в здатності відмежувати один текст від іншого, виділити його з оточуючого контексту.

У заголовках СПЕ американської лінгвокультурної традиції актуалізується низка текстових категорій, серед яких провідне місце займає категорія зв'язності, це виражається в повторенні ключових слів у тексті та повторенні заголовка в різних позиціях тексту. Наприклад: *Racism Still Exists In American Society*

However, the assertion that the unprecedented entrance of an African American into the white house will end the racial discrimination in America is too oversimplified to accept, ignoring the solid facts that show that racism in America is still an overwhelming reality...

It may seem that race related problems have finally ended in today's America, but statistical evidence regarding racial discrimination is a sharp reminder to the fact that racism in America is far from being eradicated...

Therefore, it has become glaringly evident that people are denied the providence of basic healthcare facilities solely on the basis of their color; hence, making it utterly obvious that America still needs to fight the battle against racial inequality...

For a country waving a flag of diversity with clamorous swagger, today's America is still in a perplexed state where the problem of racial disparity within its societal and political structure seems everlasting...[15].

Категорія зв'язності, як основна думка про існування расизму в Америці, виражена в заголовку, пронизує весь текст і позиціонується в усіх його частинах, зв'язуючи текст в єдине когерентне ціле. Зазначимо, що при цьому власне заголовок не завжди знаходить своє дослівне втілення в різних позиціях тексту, адже в ході розгортання тексту зазнає певних трансформацій. При цьому незмінною залишається не формальна, а змістова його частина, об'єднана ключовими словами: *Racism Still Exists In American Society – racism in America is still an overwhelming reality... racism in America is far from being eradicated America still needs to fight the battle against racial inequality ...today's America is still in a perplexed state where the problem of racial disparity within its societal and political structure seems everlasting...*

Заголовок може виступати актуалізатором текстової категорії ретроспекції. Як влучно зазначає В.О. Вуколова, інтерпретація заголовка складається з двох етапів: спочатку значення його реалізується проспективно, нашаровуючись на подальший зміст тексту, а потім відбувається остаточне, ретроспективне "розшифрування" імпліцитного змісту, закладеного в назві [4, с. 118]. Читач постійно повертається до заголовка в процесі прочитання тексту, й лише через доцентровий тип зв'язку між текстом і заголовком відбувається повне розкриття концепту тексту [2, с. 7]. Можна стверджувати, що заголовок виступає рамковим елементом, адже інколи його зв'язок з текстом стає зрозумілим реципієнту лише після прочитання цілого тексту. Отже, читач ретроспективно осмислює заголовок після прочитання, при цьому його семантичне значення може зазнавати значних змін під впливом всього тексту:

A Battle is Won, but the War Continues

*When the progressives win the White House, as with both Roosevelts, John Kennedy, and Lyndon Johnson, their liberal supporters tend to retire from politics to cultivate their own persona/ and vocational gardens, while the regressives gather their resources, retrench, reorganize, and continue **their struggle...***

*The presidential election of 2008 has provided the progressives not with a victory but with an opportunity to achieve a victory. But that victory can only be achieved through unrelenting effort. This time, we must not retire from **the field of battle** only to return shortly before the next election.*

*Here are a few essential strategies in that **continuing struggle** [16].*

Даний заголовок відірваний від тексту і надає дуже поверхову інформацію про війну. Лише після прочитання тексту, завдяки ключовим словам – *struggle, the field of battle, continuing struggle* – читач повністю може зрозуміти метафоричне значення початкового елемента тексту, в якому слово „війна” вжито метафорично по відношенню до політичної боротьби за владу в ході виборчої кампанії.

Розглянемо інший приклад:

A Man for the Season

Rarely did Obama's advocates explicitly mention his intellect, his education, or his temperament, and Obama himself, never. Instead he displayed these qualities in the course of his campaign. It was enough. His even temperament ("no drama Obama") throughout the inevitable crises of a hard-fought campaign, brings to mind the opening line of Rudyard Kipling's poem: "If you can keep your head when all about you are losing theirs and blaming it on you..." The public took note of his calm and steady demeanor, and apparently concluded that this was just the sort of self-command that they would like to see in a commander-in-chief...[17].

Заголовок *A Man for the Season* є трансформацією ідіоми *a man for me* – людина, яка мені підходить, влаштовує мене. Значення заголовка *A Man for the Season* розкривається в ході прочитання тексту й експліцитно виражається думкою про те, що Барак Обама є тією людиною, яку б хотіли бачити при владі американці, він «людина-доби» здатна змінити Сполучені Штати Америки. Цю думку підтверджує вживання перед антропонімом означеного артикля *the* у значенні саме той.

Отже, заголовок, який належить до сильної позиції текстів СПЕ, спрямований на ознайомлення читача з тією інформацією, про яку йтиметься в тексті, чим забезпечує виконання номінативно-інформативної функції. Заголовок покликаний привернути увагу адресата до тексту, стимулювати до прочитання, так реалізується рекламно-експресивна функція. Заголовок виражає авторську оцінку поданих явищ і сприяє формуванню точки зору адресата, виконуючи оцінну функцію. Заголовок є елементом сегментації тексту, він відокремлює один текст від іншого в інформаційному просторі, виконуючи делімітативну функцію.

Подальшу перспективу дослідження ми вбачаємо у вивченні структурних та функціональних особливостей інтродуктивної частини текстів СПЕ.

Список літератури

1. Адзинова А.А. Явление прецедентности в заглавиях креолизованных текстов (на материале языка глянцевого журналов) : автореф. дис. ... на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык” / А.А. Адзинова. – Майкоп, 2007. – 21 с.

2. Богданова О.Ю. Заглавие как семантико-композиционный элемент художественного текста (на материале английского языка) : автореф. дис. ... на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.04 „Германские языки” / О.Ю. Богданова. – М., 2009. – 18 с.

3. Веселова Н. А. Заглавие литературно-художественного текста: онтология и поэтика : автореф. дис... на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.01.08 / Н.А. Веселова. – Тверь, 1998 – 24 с.

4. Вуколова В.О. Сильні позиції роману Ф.М. Достоевського "Брати Карамазови" як сигнали підтекстової інформації. / В.О. Вуколова // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2008. – №38. – С. 117–120.

5. Кухаренко В. А. Интерпретация текста : учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. № 2103 "Иностран.яз." / В.А. Кухаренко. 2-е изд., перераб. – М. : Просвещение, 1988. – 192 с.

6. Ли Лицунь. Структура, семантика и прагматика заглавий художественных произведений : автореф. дис... на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык” / Ли Лицунь – М., 2004 – 18 с.

7. Нанси Нарсиса Меркадет Портильо. Семантика заглавий как обособленных образований и как компонентов текста (На материале рассказов А. П. Чехова) : дис. ... кандидат. филол. наук : спец. 10.02.01 / Нанси Нарсиса Меркадет Портильо. – Воронеж, 1989 – 214 с.

8. Пешкова Ю.В. Взаимосвязь синтаксической структуры и функций заголовков немецких новостных текстов / Ю.В. Пешкова // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2011. – № 1. – С.147 –150.

9. Тертычный А. Заголовок – слово главное / А. Тертычный // Журналист. – 2004. – № 1. – С. 80 – 82.

10. Токарева Т. До проблеми поняття тексту і ролі заголовка тексту як його організуючого елемента / Тетяна Токарева // Наукові записки. Серія: філологічні науки. – 2010. – № 89(5). – С. 62 – 67.

11. Шалифова О.Н. Стилистические и семантические приемы использования имен собственных в заголовках англоязычных СМИ / О.Н. Шалифова, В.М. Родионова // «Наука и искусство: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии»: материалы международной заочной научно-практической конференции. – 2011. – Часть I. – С. 47 – 55.

12. Bonyadi A. Headlines in Newspaper Editorials: A Contrastive Study / Bonyadi Alireza, Moses Samuel // International Research Journal of Social Sciences. – Vol. 1(3), 1–7– 2012 –P. 1. – 7.

13. Muhammad Asim Mahmood, Saira Javed, Rashid Mahmood "A critical Discourse Analysis of The News Headlines of Budget of Pakistan FY 2011–2012," (2011) Interdisciplinary journal of contemporary research in business. – Vol. 3(5). – P.120–129.
14. Morley, John. Truth to tell: Form and Function in Headlines, Bologna: Clueb, 1998. – 227p.
15. Orakzai Hamza. Racism Still Exists In American Society. October 13, 2011 [Electronic resource]. – Access mode : <http://trickstipsbook.blogspot.com/2011/10/racism-still-exists-in-american-society.html>
16. Partridge Ernest A Battle is Won, but the War Continues. The Crisis Papers. January 6, 2009 [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.crisispapers.org/essays9p/battle.htm>
17. Partridge Ernest. A Man for the Season. The Crisis Papers. November 11, 2008 [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.crisispapers.org/essays8p/season.htm>