

УДК 811.111'373'42  
 DOI <https://doi.org/10.32782/modernph-2026.5.24>

## СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ АНГЛОМОВНИХ МЕДІА

**Корнєлаєва Євгенія Валеріївна,**  
 кандидат філологічних наук, доцент,  
 доцент кафедри «Іноземні мови та переклад»  
 Одеського національного морського університету  
 ORCID ID: 0000-0001-9516-1963

*У статті здійснено комплексний лінгвостилістичний аналіз заголовків сучасних англomовних медіа як одного з провідних елементів організації медіатексту в умовах цифрової комунікації та інформаційної конкуренції. Заголовок розглядається як автономна смислова одиниця, що виконує інформативну, експресивну, оцінну та прагматично-впливову функції й забезпечує первинне входження реципієнта в текст, формуючи інтерпретаційну рамку сприйняття події. Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі стилістичних прийомів у заголовках англomовних медіа, спрямованих на привернення уваги, керування читачькими очікуваннями та конструювання оцінного ставлення до події. Матеріалом дослідження слугували заголовки провідних британських та американських онлайн-видань, відібрані з головних сторінок офіційних вебресурсів у межах сучасного англomовного медіадискурсу. У роботі застосовано лінгвостилістичний, дискурсивно-прагматичний та функціональний підходи до аналізу заголовків. У результаті дослідження визначено основні стилістичні засоби, характерні для заголовків англomовних медіа, зокрема оцінну та емоційно марковану лексику, метафоричні й образні конструкції, мовну гру та синтаксичну компресію. З'ясовано, що використання експресивних і образних мовних засобів сприяє підвищенню впливового потенціалу заголовка та зумовлює формування аксіологічної позиції ще до ознайомлення з основним текстом. Установлено, що функціональна роль заголовка варіюється залежно від типу медіа: у табloidних виданнях він виконує переважно емоційно-домінантну й оцінну функцію, тоді як у якісній пресі заголовок орієнтований на інформативність, аналітичність і когнітивну організацію тексту. Отримані результати підтверджують значущість заголовка як первинного інтерпретаційного фільтра медіаповідомлення та засобу реалізації комунікативних стратегій у сучасному англomовному медіапросторі.*

**Ключові слова:** англomовні медіа, експресивність, заголовок, медіадискурс, оцінність, стилістика.

### ***Kornelaieva Yevheniia. Stylistic peculiarities of headlines in English media***

*The article presents a comprehensive linguo-stylistic analysis of headlines in contemporary English media as one of the key elements in the organization of media texts under conditions of digital communication and information competition. The headline is viewed as an autonomous semantic unit that performs informative, expressive, evaluative, and pragmatic-influential functions and ensures the reader's initial entry into the text by shaping the interpretative framework for perceiving an event. The relevance of the study is determined by the increasing role of stylistic devices in English media headlines aimed at attracting attention, managing readers' expectations, and constructing evaluative attitudes toward events. The research material consists of headlines from leading British and American online newspapers selected from the homepages of their official websites within the scope of contemporary English media discourse. The study employs linguo-stylistic, discourse-pragmatic, and functional approaches to headline analysis. As a result, the main stylistic devices characteristic of English media headlines have been identified, including evaluative and emotionally marked vocabulary, metaphorical and figurative constructions, wordplay, and syntactic compression. It has been established that the use of expressive and figurative linguistic means enhances the persuasive potential of headlines and contributes to the formation of an axiological stance prior to reading the main text. It is also shown that the functional role of the headline varies depending on the type of media outlet: in tabloid journalism it predominantly performs an emotionally dominant and evaluative function, whereas in quality press it is oriented toward informativeness, analytical clarity, and cognitive organization of the text. The findings confirm the significance of the headline as a primary interpretative filter of media messages and as a means of implementing communicative strategies in the contemporary English media space.*

**Key words:** English media, expressiveness, headline, media discourse, evaluation, stylistics.

© Корнєлаєва Є. В., 2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0



**Вступ.** Сучасний англomовний медіа-простір функціонує в умовах інформаційної перенасиченості, високої конкуренції за увагу реципієнта та стрімкого розвитку цифрових комунікацій. У цьому контексті заголовок набуває статусу ключового структурно-семантичного елемента медіатексту, який виконує не лише інформативну, а й експресивну, оцінну та прагматично-впливову функції. Саме заголовок визначає первинне сприйняття повідомлення, формує інтерпретаційну рамку тексту та спрямовує читачке осмислення поданої інформації.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі стилістичних засобів у заголовках англomовних медіа, що використовуються для привернення уваги, маніпуляції читачькими очікуваннями та формування певної оцінки подій. У сучасному медіадискурсі заголовки дедалі частіше характеризуються образністю, мовною грою, метафоричністю, алюзивністю та навмисним порушенням мовних норм [1; 2], що потребує системного лінгвістичного осмислення. Незважаючи на наявність численних праць, присвячених медіадискурсу загалом [3; 4], стилістичні особливості заголовків англomовних медіа залишаються недостатньо комплексно дослідженими, особливо з урахуванням їхнього функціонально-прагматичного потенціалу.

**Мета статті** – виявлення та аналіз стилістичних особливостей заголовків англomовних медіа з урахуванням їхніх комунікативних і прагматичних функцій.

Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення таких завдань: уточнити роль заголовка у структурі медіатексту та його місце в англomовному медіадискурсі; визначити основні стилістичні засоби, характерні для заголовків англomовних медіа; проаналізувати функціональні особливості використання експресивних і образних мовних засобів у заголовках; з'ясувати вплив стилістичних прийомів на формування оцінності та інтерпретації медіаповідомлення.

Матеріалом дослідження слугували заголовки англomовних онлайн-медіа, відібрані з провідних британських та американських видань, зокрема *The Daily Mail*, *The Guardian*, *The New York Times* та *The Washington Post*. Корпус заголовків формувався на основі матеріалів, розміщених на офіційних веб-

сурсах зазначених медіа станом на січень 2026 р., що забезпечує репрезентативність сучасного англomовного медіадискурсу та дає змогу проаналізувати стилістичні особливості заголовків у різних типах журналістики. У роботі застосовано лінгвістичний, дискурсивно-прагматичний та функціональний підходи до аналізу заголовків.

**Результати.** У наукових дослідженнях заголовок англomовного медіатексту послідовно розглядається як автономна смислова одиниця, що водночас входить до цілісної структури медіаповідомлення й виконує низку взаємопов'язаних функцій. Підкреслюється, що заголовок поєднує інформативну функцію з експресивно-стилістичною, забезпечуючи первинну орієнтацію читача в тематиці та комунікативному намірі тексту. Для газетних заголовків характерне активне використання мовних засобів вираження, зокрема метафоричних перенесень, елементів мовної гри, оцінної та емоційно маркованої лексики, а також синтаксичної компресії, які підсилюють впливовий потенціал повідомлення та сприяють ефективному залученню читачької уваги в умовах інформаційної конкуренції [1]. У межах стилістичного підходу заголовки трактуються як результат свідомого та цілеспрямованого відбору мовних засобів, детермінованого жанровими особливостями, прагматичними настановами та комунікативними стратегіями англomовної преси [2].

У сучасних лінгвістичних парадигмах заголовок осмислюється в ширшому контексті взаємодії тексту й дискурсу, де він виконує функцію інтерпретаційного маркера, що задає рамки розуміння події та організує сприйняття всього медіаповідомлення [3]. Значна увага приділяється типологізації медійного дискурсу, у межах якої заголовки розглядаються як інструмент реалізації ідеологічних, оцінних та маніпулятивних стратегій, спрямованих на формування певної картини світу у свідомості реципієнта [4]. Дослідники наголошують, що стилістичні особливості заголовків тісно пов'язані з їхнім впливом на читачьку аудиторію, оскільки поєднання емоційності, оцінності та лаконічності дає змогу заголовку виконувати роль первинного аксіологічного фільтра медіатексту [5]. Окремо акцентується специфіка заголовків Інтернет-видань, для яких характерні підвищена експресивність, динамічність та

орієнтація на швидке сприйняття інформації, що зумовлено особливостями цифрового медіасередовища і зміною моделей читацької поведінки [6].

Заголовки, представлені на сторінках сучасних англомовних медіа, виконують ключову структуроутворювальну функцію, задаючи напрям інтерпретації новинного повідомлення ще до ознайомлення з основним текстом. У таблоїдному дискурсі, репрезентованому матеріалами *The Daily Mail*, заголовки виконують передусім функцію емоційного та оцінного фокусу. Такі заголовки, як «*Outrage grows over BBC's «shameful» coverage of Iran protests...*», формують чітку інтерпретаційну рамку, апелюючи до емоційної реакції читача через експресивну лексику та цитатні оцінні маркери. У структурі тексту заголовки у цьому разі не лише анонсує тему, а й нав'язує певну позицію, виконуючи роль смислового домінанта, що зумовлює подальше сприйняття матеріалу [7].

На відміну від цього заголовки *The Guardian* характеризуються стриманішою, інформативно-аналітичною структурою. Формулювання на кшталт «*New protests erupt in Iran as supreme leader signals upcoming crackdown*» або «*Circumcision classed as possible child abuse in draft Crown Prosecution Service document*» виконують організаційну функцію у межах тексту, чітко окреслюючи тему й основний факт без надмірної експресії. У структурі медіатексту такі заголовки виступають як когнітивні орієнтири, що готують читача до розгорнутого аналітичного викладу та сприяють раціональному осмисленню події [8].

Заголовки *The New York Times* демонструють інший тип структурної взаємодії з текстом, де заголовок виступає смисловим узагальненням і водночас концептуальним «входом» до матеріалу. Наприклад, заголовок «*How Venezuela's New Leader Went From Revolutionary to Trump's Orbit*» не лише інформує, а й окреслює наративну логіку тексту, задаючи причинно-наслідкову перспективу. У структурі статті такий заголовок виконує інтегративну функцію, поєднуючи фактологічний зміст із ширшим політичним контекстом і спрямовуючи інтерпретацію читача [9].

У матеріалах *The Washington Post* заголовки тяжіють до поєднання інформативності

та пояснювальної функції. Заголовки на кшталт «*The ICE agent's cellphone video: Five key moments*» або «*How Renee Good ended up in a fatal encounter with ICE in Minneapolis*» структурно організують текст як послідовний виклад подій, де заголовок виконує роль навігаційного елемента. Він окреслює логіку викладу, сегментує інформацію та готує читача до детального аналізу, зберігаючи при цьому нейтральний тон [10].

Поданий корпус заголовків із головних сторінок англомовних медіа дає змогу виокремити низку характерних стилістичних засобів, що системно використовуються для підвищення комунікативної ефективності медіаповідомлення. Насамперед це оцінна лексика та емоційно марковані прикметники й іменники (outrage, shameful, brutal, nightmare), які посилюють експресивність заголовка та одразу задають аксіологічний вектор сприйняття події. Такі одиниці особливо активно функціонують у таблоїдних заголовках, де вони виконують роль смислового ядра та формують емоційно насичений вступ до тексту.

Важливим стилістичним засобом є також використання метафоричних і образних конструкцій, зокрема метафор конфлікту, кризи або деградації (death spiral, crackdown, went from revolutionary to Trump's orbit). У структурі заголовка ці образи виконують узагальнювальну функцію, стискаючи складний соціально-політичний процес до яскравого концептуального образу. У результаті заголовки не лише інформує, а й інтерпретує подію, пропонуючи читачеві готову когнітивну модель для її осмислення.

Функціонально значущим є й синтаксичний мінімалізм заголовків, що реалізується через еліптичні конструкції, інфінітивні звороти та номінативні структури. Такі синтаксичні рішення забезпечують інформаційну компресію та сприяють швидкому зчитуванню змісту, що особливо актуально в умовах цифрового медіаспоживання. У якісних виданнях ці засоби поєднуються з пояснювальними або структурно-орієнтувальними елементами (how, five key moments), які задають логіку розгортання тексту та виконують навігаційну функцію.

Застосування експресивних і образних мовних засобів безпосередньо впливає на формування оцінності медіаповідомлення. Заголовки

часто виступає первинним інтерпретаційним фільтром, через який читач сприймає подальший текст: емоційно насичені та оцінні заголовки схиляють до суб'єктивного, афективного прочитання, тоді як стримані, аналітично структуровані заголовки орієнтують на раціональне осмислення фактів. У такий спосіб стилістичні прийоми, використані в заголовку, не лише підсилюють увагу до матеріалу, а й визначають характер інтерпретації події, закріплюючи певну оцінну позицію ще до ознайомлення з основним текстом.

**Висновки.** У результаті проведеного дослідження встановлено, що заголовки у сучасному англійському медіадискурсі є багатофункціональним елементом медіатексту, який поєднує інформативну, експресивну, оцінну та прагматично-впливову функції. Він виступає ключовим структурним компонентом, що забезпечує первинне входження читача в текст і визначає напрям його подальшої інтерпретації.

Аналіз матеріалу засвідчив, що стилістичні особливості заголовків значною мірою залежать від типу видання та його редакційної політики. У таблоїдній пресі заголовки виконують роль емоційного й оцінного фокусу,

активно використовуючи експресивну лексику, цитатні маркери та образні засоби для формування наперед заданої інтерпретаційної рамки. Натомість у якісних англійських медіа заголовки тяжіють до інформативно-аналітичної моделі, виконуючи організаційну, когнітивно-орієнтаційну та навігаційну функції у структурі тексту.

Виявлено, що провідними стилістичними засобами заголовків англійських медіа є оцінна лексика, метафоричні та образні конструкції, а також синтаксична компресія, яка забезпечує лаконічність і динамічність подачі інформації. Застосування цих засобів сприяє не лише приверненню уваги реципієнта, а й формуванню аксіологічної позиції щодо події, ще до ознайомлення з основним текстом. Таким чином, заголовки постають як первинний інтерпретаційний фільтр медіаповідомлення, що визначає характер його сприйняття та оцінювання.

Перспектива подальших досліджень убагачається в поглибленому аналізі взаємодії заголовка з візуальними елементами медіатексту, а також у зіставному вивченні стилістичних особливостей заголовків у різних культурних і мовних медіапросторах.

### Література:

1. Демченко Н.С. Мовні засоби вираження в англійських газетних заголовках (на матеріалі «The Economist»). *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Вип. 22. Т. 1. С. 101–105. DOI: 10.32782/tps2663-4880/2022.22.1.15
2. Юхимчук А.М. Стилістичні особливості англійських газетних заголовків. *Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації*. 2014. Т. 2. С. 322–326.
3. Бехта Т.О. Текст і дискурс у новітніх парадигмах лінгвістичних знань. *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. 2019. Т. 30 (69). № 4. Ч. 2. С. 18–22.
4. Досенко А.К., Гандзюк В.О. Сучасний медійний дискурс: підходи до типологізації. *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. 2020. Т. 31 (70). № 4. Ч. 4. С. 200–204.
5. Громова Н. Лінгвістичні особливості газетних текстів англійської преси як засоби впливу на читацьку аудиторію. *Вісник Львівського університету. Серія «Іноземні мови»*. 2016. Вип. 23. С. 26–31.
6. Плис О. Стилістичні характеристики англійських заголовків Інтернет-видань. *English for Specific Purposes*. 2017. Вип. 4. С. 121–125.
7. The Daily Mail. URL: <https://www.dailymail.co.uk/home/index.html> (дата звернення: 10.01.2026).
8. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/europe> (дата звернення: 10.01.2025).
9. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/international/> (дата звернення: 10.01.2025).
10. The Washington Post. URL: <https://www.washingtonpost.com/> (дата звернення: 10.01.2025).

### References:

1. Demchenko, N.S. (2022). *Movni zasoby vyvraznennia v anhlomovnykh hazetnykh zaholovkakh (na materialy «The Economist»)* [Linguistic means of expressiveness in English-language newspaper headlines (based on The Economist)]. *Zakarpatski filolohichni studii*, 22(1), 101–105. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.22.1.15> [in Ukrainian].
2. Yukhymchuk, A.M. (2014). *Stylistychni osoblyvosti anhlomovnykh hazetnykh zaholovkiv* [Stylistic features of English-language newspaper headlines]. In V.V. Zhukovska & O.A. Chernysh (Eds.), *Suchasni filolohichni*

- doslidzhennia ta navchannia inozemnoi movy v konteksti mizhkulturnoi komunikatsii (Vol. 2, pp. 322–326). [in Ukrainian].
3. Bekhta, T.O. (2019). Tekst i dyskurs u novitnikh paradyhmakh linhvistychnykh znan [Text and discourse in modern paradigms of linguistic knowledge]. Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Sotsialni komunikatsii, 30(69), 4(2), 18–22. [in Ukrainian].
  4. Dosenko, A.K., & Handziuk, V.O. (2020). Suchasnyi mediinyi dyskurs: pidkhody do typolohizatsii [Contemporary media discourse: Approaches to typology]. Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Sotsialni komunikatsii, 31(70), 4(4), 200–204. [in Ukrainian].
  5. Hromova, N. (2016). Linhvo-stylistychni osoblyvosti hazetnykh tekstiv anhlo movnoi presy yak zasoby vplyvu na chytatsku audytoriiu [Linguo-stylistic features of English-language newspaper texts as means of influencing the readership]. Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii: Inozemni movy, 23, 26–31. [in Ukrainian].
  6. Plys, O. (2017). Stylistychni kharakterystyky anhlo movnykh zaholovkiv internet-vydan [Stylistic characteristics of English-language headlines of online media]. English for Specific Purposes, 4, 121–125. [in Ukrainian].
  7. The Daily Mail. (2026, January 10). Retrieved from: <https://www.dailymail.co.uk/home/index.html>
  8. The Guardian. (2025, January 10). Retrieved from: <https://www.theguardian.com/europe>
  9. The New York Times. (2025, January 10). Retrieved from: <https://www.nytimes.com/international/>
  10. The Washington Post. (2025, January 10). Retrieved from: <https://www.washingtonpost.com/>

Дата першого надходження статті до видання: 08.01.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 24.01.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 06.04.2026