УДК 811.111`35

ГРАФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ

Д.Р. Канюс
м. Київ, Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
darynakanius@gmail.com

У статті розглянуті графічні особливості оформлення англомовних заголовків, які були проілюстровані прикладами з американської газети The New York Times, британських – The Daily Mirror і The Independent та українського англомовного дайджесту The Day. Актуальність дослідження обумовлена фрагментарним вивченням графічних особливостей і, як наслідок, недостатньою кількістю досліджень цього аспекту. Значна увага приділена виявленню спільних та відмінних рис графічного оформлення газетних назв різних видань. Також були виокремлені індивідуальні графічні особливості заголовків з кожної представленої у статті газети, які актуалізують графічно-видільну, рекламну функції, а також функцію впливу на адресата. З'ясовано, що наділення газетних назв особливими рисами графічного характеру обумовлене великою конкуренцією серед друкованих ЗМІ та необхідністю привертання уваги до конкретного видання якомога більшої читацької аудиторії та впливу на неї.

Ключові слова: заголовок; газетна назва; графічно-видільна функція; графічні особливості; самостійні частини мови; службові частини мови.

Вступ. Заголовок є об'єктом дослідження багатьох науковців, які вивчали його з точки зору багатьох ознак та принципів. Так, вивчались семантичний принцип функціонування заголовків (А. Волков), образно-семантичний принцип (Л. Ф. Грицюк), синтаксичні ознаки заголовків (В. Карпенко), синтаксичний і змістовий принцип (В. Й. Здоровега), співвідношення заголовків з виокремленими компонентами твору (А. В Ламзіна), співвідношенні змістових зв'язків заголовків і тексту (Е. О. Лазарєва), інформативність заголовків (Е. О. Лазарєва). Проте, дослідженню графічних особливостей газетних заголовків не було приділено достатньої уваги, що зумовлює ***актуальність*** нашої роботи.

Головною ***метою*** цієї статті є виявлення та опис графічних особливостей оформлення англомовних заголовків у американських, британських та українських газетах.

Оскільки у сучасній лінгвістиці значна увага дослідників та науковців приділена вивченню заголовків, існує чимало визначень цього поняття. А. О. Євграфова називає його «скомпресованим нерозкритим змістом тексту» [1, с.147]. І. Р. Гальперін вважає, що заголовок – це те, що «виражає основний задум, ідею, концепт творця» [4, с.133]. На думку М.-Ю.-Л. Паташюте заголовок «несе максимальну інформацію» і «становить ніби скомпресований варіант усієї статті чи замітки» [5, с.86]. Тобто, більшість вчених погоджуються з тим, що назва тексту – це його скомпресований варіант, що передає головну інтенцію автора.

Окрім того, заголовок реалізує ряд функцій, серед яких основними є: *номінативна, яка* функція полягає у тому, щоб назвати предмет розповіді, *інформативна* – відобразити зміст твору, *апелятивна* – за допомогою якої виявляється прагнення адресанта через заголовок вплинути на адресата, і нарешті, *рекламна* функція заголовку – привернути увагу аудиторії [6, с.4].

Ще однією з важливих функцій заголовків є *графічно-видільна*, суть якої полягає у створенні форми заголовка, відокремлення його від основного тексту, а також у відмежуванні однієї публікації від іншої. Е.О. Лазарєва зазначає, що це єдина функція, яка реалізується немовними засобами: графічними виділеннями, використанням кольору, графічних засобів та способів верстки (розміщенням матеріалів на газетній сторінці) [2, с.70]. Окрім Е.О. Лазарєвої, графічно-видільну функцію виокремлює О.О. Сафонов [3, с.205].

У більшості сучасних англомовних газет існує навіть ряд правил графічного оформлення заголовків, прослідковуються спільні для багатьох видань тенденції. Загальними правилами мови визначено, що заголовок повинен починатися з великої літери, а в кінці нього не ставлять крапку, хоча і тут є винятки. Часто газетні назви закінчуються знаком питання, оклику або трьома крапками. Проте, у ході нашої роботи ми помітили, що особливості оформлення заголовків різняться в залежності від газети.

The New York Times. Для заголовків цього видання характерне написання усіх самостійних частин мови, що складають газетну назву, з великої букви, а службових частин (прийменників, сполучників та артиклів), якщо на них не починається назва – з малої:

«Snubbed at His Brother's Funeral» – «Принижений на похороні власного брата» (NY Times 20.04.17) [10];

«Take Your Baby to Work» – «Візьміть дитину з собою на роботу» (NY Times 20.04.17) [10];

«The Point of Hate» – «Точка ненависті» (NY Times 14.04.17) [10];

«Children and Homework» – «Діти та домашнє завдання» (NY Times 05.05.17) [10];

«War as Political Weapon» – «Війна як політична зброя» (NY Times 10.04.17) [10];

«Ecuadoreans Have the Right to a Recount» – «Еквадорці мають право на перерахування голосів» (NY Times 13.04.17) [10].

Однак, це твердження справедливе лише для службових частин мови, що мають у своєму складі менше чотирьох букв.

«Can't Get There From Grand Central» – «Туди неможливо дістатися з вокзалу Гранд Централ» (NY Times 29.05.17) [10];

«Public Lands Under Threat» – «Громадські землі під загрозою» (NY Times 10.05.17) [10];

«Venezuela's Descent Into Dictatorship» – «Перехід Венесуели до диктаторства» (NY Times 31.03.17) [10];

Частки to перед інфінітивом в заголовках The New York Times завжди пишуться з маленької букви.

«Three Trips, Three Steps Closer to a Breakup» – «Три подорожі, на три кроки ближче до розвалу» (NY Times 19.04.17) [10];

«Ways to Resist Trump» – «Способи протистояння Трампу» (NY Times 14.04.17) [10];

«A Guide to Writing Guides» – «Інструкція з написання інструкцій» (NY Times 16.05.17) [10].

Усі форми дієслова to be незалежно від їхньої довжини пишуться з великої букви.

«Poisons Are Us» – «Отрути - це ми» (NY Times 14.04.17) [10];

«Uber Denies It Is Using Stolen Waymo Technology» – «Uber заперечує використання вкраденої технології Waymo» (NY Times 07.04.17) [10];

У складених словах, що пишуться через дефіс, префікси також друкують з великої літери.

«Reading E-Books on a Bigger Screen» – «Електроні книги на більшому екрані» (NY Times 12.04.17) [10];

«Surprise! Pro-Washington Declarations in Athens» – «Сюрприз! Про-Вашингтонські декларації в Афінах» (NY Times 11.04.17) [10];

«Google Sued by 3 Female Ex-Employees Who Say It Pays Women Less Than Men» – «Три колишні працівниці подали на Google до суду, стверджуючи, що компанія платить жінкам менше, ніж чоловікам» (NY Times 14.09.17) [10].

У кінці газетних назв цього видання найчастіше відсутня крапка. Інколи, відповідно до синтаксичної ознаки заголовку, вона може замінятись знаком запитання, рідше – знаком оклику або трьома крапками.

«Checking a Website's Security» – «Перевірка безпеки сайту» (NY Times 25.04.17) [10];

«Net Neutrality Rules» – «Правила мережевого нейтралітету» (NY Times 04.04.17) [10];

«Your Coffee Is From Where? California?» – «Ваша кава звідки? Каліфорнія?» (NY Times 26.05.17) [10];

«Who Is a 'Criminal'?» – «Хто «злочинець»?» (NY Times 01.05.17) [10];

«Places, Everyone!» – «Місць, усім!» (NY Times 13.05.17) [10];

«Record Sales in Manhattan, but ...» – «Рекордні продажі в Манхеттені, але…» (NY Times 07.04.17) [10].

Однак, під час аналізу заголовків The New York Times ми помітили випадки вживання крапки наприкінці, що безперечно є графічною особливістю оформлення назв газети.

«Rapper. Hero. Swindler. Corey Hawkins Changes It Up.» – «Гвалтівник. Герой. Шахрай. Корі Хокінс змінює ролі.» (NY Times 19.04.17) [10];

«A Canadian Town Wanted a Transit System. It Hired Uber.» – «Канадському місту була потрібна транспортна система і воно найняло Uber.» (NY Times 16.05.17) [10];

«We Write Your Favorite Shows. We Need to Get Paid.» – «Ми створюємо ваші улюблені шоу. Ми повинні отримувати зарплатню.» (NY Times 02.05.17) [10].

The Daily Mirror. Слова в назвах британської газети The Daily Mirror, на відміну від The New York Times, друкуються згідно з правилами англійської орфографії з маленької або з великої букви, тобто, з великої букви пишуть імена та прізвища; титули або ступені; географічні назви; назви установ або компаній; назви книг, фільмів, мультфільмів, серіалів; свята; назви релігій та людей, що їх сповідують; національності; абревіатури тощо.

«Ex Miss World and Baywatch star Priyanka Chopra sparks furious backlash after posting selfies from Berlin's Holocaust memorial» – «Колишня Міс Світу та зірка «Рятувальників Малібу» Пріянка Чопра викликала різку негативну реакцію після публікації селфі з берлінського Меморіалу пам'яті жертв Голокосту» (The Daily Mirror 01.06.17) [12];

«Brexit secretary David Davis warns Europe: Don't try to stop us leaving the EU» – «Секретар Брекситу Девід Девіс попередив Європу: «Не намагайтесь завадити нам покинути ЄС» (The Daily Mirror 18.06.17) [12];

«'Queen Camilla'? Duchess of Cornwall's popularity surges as Brits warm to the idea» – «Королева Камілла?» Британці проймаються прихильністю до ідеї, а популярність герцогині Корнуольської зростає» (The Daily Mirror 14.07.17) [12].

Саме з цієї причини немає підстав говорити про особливе написання частки to перед інфінітивом, форм дієслова to be та складених слів, що пишуться через дефіс, адже у всіх проаналізованих нами заголовках The Daily Mirror вони пишуться з маленької літери.

У кінці назв цієї газети завжди відсутня крапка. Використання знаку запитання не є типовим явищем для цього видання, проте, цей пунктуаційний знак інколи все ж використовується для вираження синтаксичної ознаки питальних речень. Нами не було виявлено жодного випадку використання знаку оклику або трьох крапок в кінці проаналізованих заголовків.

«Plane delayed by five hours after OAP threw coins in the engine for 'good luck'» – «Рейс був затриманий на 5 годин після того, як пенсіонер кинув у двигун літака монетки «на удачу» (The Daily Mirror 28.06.17) [12];

«Youngsters with higher IQs are less likely to die before they reach the age of 79» – «Молоді люди з вищим IQ мають більше шансів дожити до 79 років» (The Daily Mirror 28.06.17) [12];

«What should be in the Natural History Museum instead of a blue whale?» – «Що повинно бути в Природничо-історичному музеї на місці синього кита?» (The Daily Mirror 14.07.17) [12];

«The general election has divided families and friends - but what else should you never discuss?» – «Загальні вибори розділили сім'ї та друзів на табори, але що ще ніколи не слід обговорювати?» (The Daily Mirror 28.06.17) [12].

У ході дослідження ми виділили такі графічні особливості оформлення заголовків газети The Daily Mirror:

- використання спеціального знаку £ на позначення національної валюти – фунт стерлінгів:

The countdown begins: Brits have just 100 days left to spend round £1 coins before they expire» – «Зворотній відлік розпочато: британці мають лише 100 днів, щоб витратити монети номіналом 1 фунт стерлінгів, поки їх не виведуть із обігу» (The Daily Mirror 07.07.17) [12];

«Brexit forces price of wine to record high as average bottle hits £5.50 for first time» – «Брексит спричинює підвищення цін на вино до рекордних 5,50 фунтів» (The Daily Mirror 01.06.17) [12];

«Cancer sufferer wins £50,000 from employers who accused her of not doing "single day's work" during battle with illness» – «Хвора на рак жінка виграла 50 000 фунтів стерлінгів від роботодавців, які звинувачували її в непрацездатності під час боротьби з хворобою» (The Daily Mirror 07.07.17) [12];

- акцентування на найбільш емоційно забарвлених словах, шляхах використання верхнього регістру для увиразнення інформації, тобто реалізації рекламної функції заголовку, та впливу на адресата:

«The £2m-a-year cannabis factory hidden inside a NUCLEAR BUNKER which even had living quarters for the 'gardeners'» – «Підприємство по вирощуванню коноплі з річним прибутком у 2 мільйони фунтів було заховане у ядерному бункері, в якому навіть облаштували житлові приміщення для «садівників» (The Daily Mirror 10.06.17) [12];

«Brave pub landlord becomes one of first in Britain to ban smoking in BEER GARDEN» – «Сміливий власник пабу стає першим у Великобританії, хто заборонив паління у пивній на відкритому повітрі» (The Daily Mirror 10.06.17) [12];

«Dog owner's shock as pet golden retriever gives birth to incredibly rare GREEN puppy» – «Власники золотистого ретривера були шоковані народженням неймовірно рідкісного зеленого цуценяти» (The Daily Mirror 14.07.17) [12];

The Independent. Написання слів у заголовках британської газети The Independent відповідає правилам орфографії, тобто, не існує графічної диференціації між самостійними та службовими частинами мови по принципу кількості букв у словах. З великої літери пишуться усі слова, що стоять на початку заголовку, і власні назви, тощо.

Окрім того, графічні особливості оформлення форм дієслова to be та частки to перед інфінітивом також відсутні – у ході дослідження нами не було виявлено жодного випадку нетипового написання цих слів у заголовках газети The Independent.

Згідно з правилами пунктуації, крапки в кінці назв відсутні. Використання знаку питання більш поширене у порівнянні із заголовками The Daily Mirror, проте, як і в попередніх прикладах ми не виявили жодного випадку використання знаку оклику або трьох крапок в кінці газетних назв.

«Mystery of how first animals appeared on Earth 'solved' by scientists» – «Науковці розкрили таємницю появи перших тварин на Землі» (The Independent 16.08.17) [11];

«Is nitrogen dioxide not as bad as we thought?» – «Діоксид азоту не такий поганий, як ми думали?» (The Independent 05.09.17) [11];

«What if Antarctica's dormant, ice-covered volcanoes were to wake up?» – «А якби сплячі вулкани, що сковані льодом в Антарктиді, прокинулись?» (The Independent 13.09.17) [11].

До графічних особливостей оформлення заголовків газети The Independent ми відносимо використання спеціального знаку $ на позначення американського долара поряд з фунтом стерлінгом (£):

«Don't tell me social media doesn't damage your health while people pay $15,000 to have their Instagram accounts verified» – «Не кажіть мені, що соцмережі не шкодять здоров'ю, поки люди платят 15 000 доларів за верифікацію своїх акаунтів на Instagram» (The Independent 13.09.17) [11];

«Mexico City earthquake: Facebook to donate $1m to quake victims» – «Facebook пожертвує 1 мільйон доларів постраждалим від землетрусу в Мехіко» (The Independent 21.09.17) [11];

«Cost of renovating Big Ben doubles to £61m» – «Вартість реконструкції Біг Бена подвоюється до 61 мільйона фунтів стерлінгів» (The Independent 29.09.17) [11];

«Boris Johnson 'says Cabinet minister's salary of £141,000 is not enough to live on'» – «Борис Джонсон каже, що «зарплатні міністра розміром 141 000 фунтів стерлінгів не вистачає на життя» (The Independent 01.10.17) [11].

The Day. «День» – щоденна всеукраїнська газета суспільно-політичної тематики, що виходить трьома мовами: українською, російською, англійською. У 1998 року з'явився англомовний тижневий дайджест «The Day» [7]. Англомовні заголовки дайджесту перекладені з україномовних вітчизняними журналістами.

Графічні особливості оформлення газетних назв у цьому випадку поєднують у собі риси британських та американських видань, зазначених раніше. Таким чином, у більшості випадків з великої літери починаються перші слова заголовків, незалежно від частини мови, а також імена та прізвища, географічні назви, назви установ або компаній, абревіатури тощо, що характерно також для британських газет.

«King Danylo – further proof that Ukraine is part of Europe» – «Король Данило – ще одне свідчення того, що Україна – це Європа» (The Day 28.03.17) [9];

«NATO summit, Trump, intrigue» – «Саміт НАТО, Трамп, інтрига» (The Day 28.03.17) [9].

Однак однією спільною рисою дайджесту «The Day» з британськими виданнями є застосування верхнього регістру для реалізації рекламної функції заголовку та впливу на адресата завдяки підкресленню емоційно забарвлених одиниць.

«UKRAINE and LITHUANIA: the shield of Europe» – «Україна та Литва: Щит Європи» (The Day 13.12.16) [8];

«PrivatBank's NON-private story» – «НЕприватна історія Приватбанку» (The Day 22.12.16) [8];

«The project "DIIA" (ACTION) is presented in Lviv» – «У Львові представили мистецький проект «Дія» (The Day 27.12.16) [8].

Як і в заголовках американської газети The New York Times, у кінці газетних назв цього видання найчастіше відсутня крапка, проте, не завжди. У газетних назвах The Day ми також виявили приклад, який ілюструє її вживання, що є радше винятком.

«To uphold the "gold standard"» – «Для підтримки «золотого стандарту» (The Day 19.01.17) [9];

«Painful compromises will be examined» – «Болісні компроміси... перевірять» (The Day 31.01.17) [9].

«Military. War. Test.» – «Армія. Війна. Екзамен» (The Day 13.03.17) [9].

Використання таких графічних особливостей, як знак питання, оклику та три крапки в кінці – поширене явище у заголовках газети The Day, що є ще однією спільною рисою з американським виданням.

«Why has Israel succeeded and Ukraine not yet?» – «Чому Ізраїлю вдалося, а Україні – поки ні?» (The Day 13.12.16) [8];

«Pray for Syria! Defend Ukraine!» – «Моліться за Сирію! Захищайте Україну!» (The Day 15.12.16) [8];

«It seems a right thing to do. But…» – «Ніби правильно. Але…» (The Day 07.02.17) [9].

У ході нашого дослідження ми виділили графічну особливість оформлення, характерну лише для дайджеста The Day з усіх вище розглянутих видань – використання графічного знаку «три крапки» всередині заголовку. Цей прийом слугує для активізації рекламної (або рекламно-інтригувальної) функції.

«Russia... and special operation-like politics» – «Росія і політика в стилі «спецоперацій» (The Day 15.12.16) [8];

«New Year as a… spring holiday» – «Новий рік як свято... весни» (The Day 31.01.17) [9];

«Jordan's star to sing… Shevchenko» – «Зірка Йорданії заспіває... Шевченка» (The Day 02.02.17) [9].

Висновки. Отже, розглянуто спільні та відмінні графічні особливості формування англомовних заголовків чотирьох видань: The New York Times, The Daily Mirror, The Independent та The Day. Кожне з них має притаманні лише їм риси, що легко можна пояснити шаленою конкуренцією серед ЗМІ та прагненням зацікавити якнайбільшу читацьку аудиторію з першого погляду. Саме оригінальний заголовок завдяки своїм особливостям, у тому числі і графічним, допомагає у вирішенні цієї необхідності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Євграфова, А. О. Заголовок як актуалізатор текстової інформації [Текст] / А. О. Євграфова // Стиль і текст. – 2003. – № 4. – С. 141– 149.
2. Лазарева, Е. А. Заголовок в газете [Текст] / Е. А. Лазарева. – Свердловськ : Изд. Уральського унив-та, 1989. – 96 с.
3. Сафонов, А. А. Стилистика газетных заголовков [Текст] / А. А. Сафонов // Стилистика газетных жанров. – М. : Наука, 1981. – С. 205-227.
4. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования [Текст] / И. Р.Гальперин. – М.: Наука, 1981. – 140 с.
5. Паташюте, М.-Ю.-Л. Информативность заголовка [Текст] / М.-Ю.-Л. Паташюте // Вестник Московского ун-та. Серия X Филология. – 1975. – № 2. – С. 83–86.
6. Сибиренко-Ставрояни, Е. В. Заголовок в киевских газетах второй половины XIX – начала XX века: содержание и функции [Текст] : автореф. дис... канд. филолог. наук: 10.01.10 / Е. В. Сибиренко-Ставрояни ; [Киев. гос. ун-т им. Т. Г. Шевченко] . – К., 1991. – 18 с.
7. Газета День [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%BD%D1%8C_(%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B5%D1%82%D0%B0)
8. The Day Newspaper archive 2016 [Електронний ресурс] // The Day. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: https://day.kyiv.ua/en/archivenewspaper
9. The Day Newspaper archive 2017 [Електронний ресурс] // The Day. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://day.kyiv.ua/en/archivenewspaper
10. NYTimes.com Site Map [Електронний ресурс] // New York Times. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://spiderbites.nytimes.com/free_2017/index.html
11. Independent archive 2017 [Електронний ресурс] // The Independent. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://www.independent.co.uk/archive
12. The Daily Mirror 2017 Archive [Електронний ресурс] // The Daily Mirror. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://www.mirror.co.uk/archive/2017/

REFERENCES

1. Yevhrafova, A. O. (2003). Zaholovok yak aktualizator tekstovoi informatsii [Headline as text information actualisator]. *Styl' i text, 4*, 141–149.
2. Lazareva, E. A. (1989). *Zaholovok v hazete* [Newspaper headline]. Sverdlovsk, Russia: Yzdanye Uralskoho unyversyteta.
3. Safonov, A. A. (1981). *Stilistika gazetnyih zagolovkov* [Stylistics of newspaper headlines]. Moscow, Russia: Science.
4. Galperin, I. R. (1981). *Tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya* [Text as an object of linguistic research]. Moscow, Russia: Science.
5. Patashyute, M.-Yu.-L. (1975). Informativnost zagolovka [Headline informative value]. *Vestnik Moskovskogo unyversyteta. Seriya X Filologiya, 2*, 83–86.
6. Sibirenko-Stavroyani, E. V. (1991). Zagolovok v kievskih gazetah vtoroy polovinyi XIX – nachala XX veka: soderzhanie i funktsii [Headline in the Kiev newspapers of the second half of the XIX - early XX century: content and functions]. Extanded abstract of PhD dissertation, Kievskiy natsionalnyiy universitet im. T. G. Shevchenka, Kiev, Ukraine.
7. Newspaper Den`. Available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%BD%D1%8C_(%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B5%D1%82%D0%B0)
8. The Day Newspaper archive 2016. Retrieved from https://day.kyiv.ua/en/archivenewspaper.
9. The Day Newspaper archive 2017. Retrieved from https://day.kyiv.ua/en/archivenewspaper.
10. NYTimes.com Site Map. Retrieved from http://spiderbites.nytimes.com/free_2017/index.html.
11. Independent archive 2017. Retrieved from http://www.independent.co.uk/archive.
12. The Daily Mirror 2017. Retrieved from http://www.mirror.co.uk/archive/2017/.

Д. Р. Канюс Графические особенности оформления газетных заголовков. В статье рассмотрены графические особенности оформления англоязычных заголовков, которые были проиллюстрированы примерами из американской газеты The New York Times, британских - The Daily Mirror и The Independent и украинского англоязычного дайджеста The Day. Актуальность исследования обусловлена фрагментарным изучением графических особенностей и, как следствие,

недостаточным количеством исследований этого аспекта. Значительное внимание было уделено выявлению общих и отличительных черт графического оформления газетных названий различных изданий. Также были выделены индивидуальные графические особенности заголовков для каждой представленной в статье газеты, которые актуализируют графически-выделительную, рекламную функции, а также функцию воздействия на адресата. Было выяснено, что наделение газетных названий особыми чертами графического характера обусловлено большой конкуренцией среди печатных СМИ и необходимостью привлечения внимания к конкретному изданию как можно большего читательской аудитории и воздействия на нее.

Ключевые слова: заголовок; газетная название; графически-выделительная функция; графические особенности; самостоятельные части речи; служебные части речи.

D. R. Kanius Graphical features of newspaper headlines. The article deals with the graphical features of the English-language headlines which were illustrated by examples from the American newspaper The New York Times, the British - The Daily Mirror and The Independent, and the Ukrainian English-language digest The Day. The topicality of the study is due to the fragmentary studies of graphical features and, as a consequence, insufficient number of studies of this aspect. Considerable attention was paid to revealing common and distinctive features of graphical design of newspaper headlines of different editions. Also, individual graphical features of the headlines from each newspaper presented in the article, which foreground the graphically-distinguishing and advertising functions, as well as the function of influence on the addressee, were singled out. It was found out that the specialization of newspaper headlines with features of the graphical character is due to the high competition among print media and the need to attract attention to a particular publication of as much as possible readership and influence it.

Keywords: headline; newspaper name; graphically-distinguishing function; graphical features; independent parts of speech; auxiliary parts of speech.