

Д. Н. Козак

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА КОНСТРУИРОВАНИЯ ЗАГОЛОВКОВ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ЖУРНАЛЬНЫХ СТАТЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

Данное исследование проводилось с целью выявить языковые средства, используемые при конструировании заголовков английских научно-популярных журнальных статей на экономическую тематику. Размер выборки составил 50 единиц, отобранных в условиях сплошной выборки из англоязычных новостных изданий и интернет-ресурсов экономической тематики *Forbes*, *The New Economy*, *Bloomberg*, *MarketWatch*, *The Wall Street Journal*, *The Financial Times*.

Как показал проведённый анализ материала, для заголовков англоязычных научно-популярных журнальных статей экономической тематики характерно использование таких языковых средств, как:

1. Стилистико-выразительные средства: метафоры и аналогии переводят абстрактные экономические процессы в понятные образы: *The Market is on Thin Ice*; *A Green Bubble? We Dissect the Investment Boom*; антитезы и контрасты подчёркивают противоречия, заостряя внимание на выборе или конфликте: *Stable Investment or Risky Gamble*; *Delta Vs. American Airlines: The Clear Winner*; риторические вопросы провоцируют критическое мышление, превращая статью в расследование: *Are You Hindering Your Retirement By Not Investing In Gender Equality?*; *Is Higher Inflation Our New Normal?*; аллюзии и исторические параллели добавляют глубину анализу, связывая текущие события с прошлым: *This Republican President Transformed U.S. Trade. Trump Is Copying the Playbook*; *After Tariff Climbdown, World Asks: Is It Method or Madness?*; каламбуры и игра слов оживляют текст, делая его запоминающимся: *DOGE Comes for the Data Wonks*; *China Raises Tariffs to 125%, Says More Tit-for-Tat Would Be a Joke*.

2. Лексико-семантические средства: экономические термины и профессиональная лексика сохраняют связь с научным стилем, обеспечивая точность изложения: *Quantitative Easing Cost Hundreds of Billions*; *Correction – Not A Major Top*; оценочная лексика привносит эмоциональный подтекст: *Trump's Tariffs Loom*; *Infighting, Austerity, Opportunism: this is the tale of Birmingham's decline*; использование числовых данных и статистики усиливает убедительность: *3 Big Dividends That Have Proven the Experts Wrong*; *Top 15 Global Trends For 2025*; использование имён собственных персонифицирует экономические процессы, связывая абстрактные явления с конкретными людьми или событиями: *Trump Warned U.S. Automakers Not to Raise Prices*.

Результаты количественного анализа свидетельствуют о том, что доминирующей группой формирования анализируемых заголовков выступили лексические единицы: терминология и профессиональная лексика (46 %). Второй по репрезентативности оказалась группа заголовков, в которых употребляется оценочная лексика (38 %), третьей – метафоры и аналогии (34 %).