

Сіваєва О. С.,

старший викладач кафедри іноземних мов  
Житомирського національного агроекологічного університету

## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ СТАТЕЙ ПРО ЗДОРОВ'Я В ГАЗЕТИ «THE GUARDIAN»

**Анотація.** Статтю присвячено аналізу лексико-семантичних особливостей заголовків статей про здоров'я у газеті «The Guardian». У статті проведено аналіз лексично-семантичного наповнення газетних заголовків про здоров'я. Розвідка способів та засобів їх вираження була спрямована на дослідження їхньої лексичної та семантичної специфіки. Дослід 72-х заголовків газети «The Guardian» уможливив виокремлення інформаційних, спонукально-наказових, проблемних, констатуючо-описових та рекламно-інтригуючих заголовків, які представлені трьома тематичними групами: здоров'я та спорт, турбота про здоров'я, здоровий спосіб життя. Газетний стиль у сучасних умовах швидко змінюється. Це пов'язано з поповненням та оновленням лексики. Як відомо, для ефективного впливу на читача заголовки передбачають обов'язкову апеляцію до його емоцій. Зрозуміло, що, йдучи до реципієнта через почуття, сучасний мас-медійний дискурс набуває яскравого емоційного забарвлення. Важливе місце у створенні експресії дискурсу мас-медійних заголовків посідають стилістично забарвлені мовні одиниці (експресиви). Вони привертають увагу реципієнтів. Для влучного вираження головної ідеї статті в заголовках широко використовуються стилістичні ресурси різних рівнів. Стилiстичне забарвлення заголовків виражене через вживання епітетів, професіоналізмів, термінів, метафор, порівняння, незвичайних ситуацій, скорочень, аббревіатур та протиставлення. Дослідження лексичних та семантичних особливостей заголовків в газеті є важливими для вирішення актуальних завдань пресолінгвістики, для пізнання взаємозв'язку мовних і позамовних явищ. Розгляд заголовків у когнітивному аспекті передбачає з'ясування окремих деталей наповнення їх розумовим змістом. Однак значні труднощі дослідження в аспекті зазначеної проблеми спричинені відсутністю універсального, загальноприйнятого набору термінів.

**Ключові слова:** заголовок, лексико-семантичні групи газетних заголовків, здоров'я, спорт, турбота про здоров'я, здоровий спосіб життя.

**Постановка проблеми.** Актуальність дослідження зумовлена тим, що дотепер остаточно не з'ясована роль заголовка у структурі тексту. Він був і залишається предметом дослідження лінгвістів, літературознавців, журналістикознавців, психологів. Це доводить значущість, першорядність заголовка у процесі сприйняття, розуміння художнього, публіцистичного, наукового та будь-якого іншого твору. Важливим завданням вважаємо здійснення комплексного лінгвістичного аналізу заголовків, присвячених розкриттю поняття «здоров'я», з урахуванням їхніх семантичних особливостей.

**Метою статті** є комплексний аналіз лексико-семантичних особливостей заголовків статей про здоров'я, опублікованих

у щотижневій газеті «The Guardian». Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань:

1) виокремити лексико-семантичні групи газетних заголовків статей про здоров'я та класифікувати їх лексико-семантичні підгрупи;

2) проаналізувати стилістичні засоби, застосовані у заголовках статей про здоров'я.

Об'єктом проведеного нами дослідження є заголовки статей про здоров'я у щотижневій газеті «The Guardian».

Предметом дослідження є лексико-семантичні мовні особливості, які використовуються в газетних заголовках статей про здоров'я.

Для досягнення поставленої мети було застосовано дискурсивний аналіз для виокремлення лексико-семантичних груп заголовків газетних статей про здоров'я, їх лексико-семантичних груп та для створення відповідної класифікації. Контекстуально-інтерпретаційний аналіз уможливив охарактеризувати специфіку стилістичних засобів, за допомогою яких створюються певні образи, пов'язані з тематикою здоров'я.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Газетний заголовок як об'єкт лінгвістичного дослідження почав інтенсивно вивчатися на межі 50–60 років ХХ ст. За спостереженнями дослідників, саме в цей час суттєво ускладнилася структура газетного заголовка, розширилося коло його функцій, зокрема, зросла роль функції впливу на читача. Деякі лексико-семантичні процеси в мові газетних заголовків були предметом дослідження Є. Шестакової [3, с. 621], В. Галич [1, с. 816], але в розрізі інших лінгвістичних тем. Отже, спеціальних досліджень лексико-семантичних особливостей заголовків немає, що й зумовлює актуальність статті.

**Виклад основного матеріалу.** Матеріал розвідки складається із 72-х заголовків статей про здоров'я, опублікованих в газеті «The Guardian» у 2019–2020 роках (<https://www.theguardian.com/international>). Деякі вчені, пропонуючи типологію газетних назв, урахують варіанти комбiнування з іншими елементами, спосiб дублюванням змісту, ідеї, теми, думки матеріалу. Частина дослідників класифікують медіаназви за характером змістового подання інформації. Дослідник В. Ільченко виділяє «актуалізатори» в газетному заголовку. Це слова, які встановлюють змістові зв'язки між самим заголовком та, по-перше, текстом і, по-друге, з об'єктами, фактами, подіями, явищами – усім тим, що визначає об'єктивну реальність [2, с. 163–171].

Базуючи дослідження на роботах попередніх лінгвістів і проаналізувавши матеріал розвідки, можна виокремити такі типи заголовків [1; 4]:

1. Інформаційні, наприклад: *Healthy habits extend disease-free life 'by up to a decade'; Healthy lifestyle may cut risk of dementia regardless of genes.*

2. Спонукально-наказові, наприклад: *Four-play and Willey may well affect your health.*

3. Проблемні, наприклад: *Sport protects zmental health of children who experience trauma; Healthy life expectancy is shorter in the UK than abroad; Orthorexia: when healthy eating turns against you.*

4. Констатуючо-описові, наприклад: *Athletes have poor teeth despite brushing twice a day, study finds; Record rise in attacks on healthcare workers leaves 'millions at risk' – UN; Healthy lifestyle reduces cancer risk.*

5. Рекламно-інтригуючі, наприклад: *Spend on sport and save on health and crime; Google's healthcare partnership sparks fears for privacy of millions; How do you build a healthy city?*

За тематикою данні заголовки можна поділити на:

- 1) здоров'я та спорт;
- 2) турбота про здоров'я;
- 3) здоровий спосіб життя.

Газетний стиль у сучасних умовах швидко змінюється. Це пов'язано з поповненням та оновленням лексики. Як відомо, для ефективного впливу на читача заголовки передбачають обов'язкову апеляцію до його емоцій. Зрозуміло, що, йдучи до реципієнта через почуття, сучасний мас-медійний дискурс набуває яскравого емоційного забарвлення. Важливе місце у створенні експресії дискурсу мас-медійних заголовків посідають стилістично забарвлені мовні одиниці (експресиви). Вони привертають увагу реципієнтів.

Для влучного вираження головної ідеї статті у заголовках широко використовуються стилістичні ресурси різних рівнів. Ми зосередили нашу увагу саме на лексичному рівні.

На фоні основної маси слів, що належать до стилістично нейтральної лексики, в заголовках використовуються слова високого стилістичного тону (терміни: *how the relentless challenges of cricket can impact players' mental health; Kelly Holmes on mental health and happiness: 'I've been to the lowest point and the highest'*) та слова зниженого стилістичного тону (розмовні слова, або коллокалізми, наприклад: *clean athletes: Britain to be coached in washing hands before Tokyo 2020; health racket: tennis reduces risk of death at any age. study suggests;* та професіоналізми, наприклад: *how the relentless challenges of cricket can impact players' mental health; health racket: tennis reduces risk of death at any age, study suggest*).

Скорочення та аббревіатури також часто зустрічаються в заголовках, хоч і зазвичай ускладнюють їх розуміння. Наприклад: *Kelly Holmes on mental health and happiness: 'I've been to the lowest point and the highest'*.

Серед лексичних стилістичних прийомів, що використовуються у вибраних нами заголовках, зустрічаються приклади метафори. Наприклад: *how the relentless challenges of cricket can impact players' mental health; Mental health no longer a secret folded away in sport's dressing rooms.* Зустрічаються також і епітети. Наприклад: *elite sport is gradually waking up to widespread mental health issues; clean athletes: Britain to be coached in washing hands before Tokyo 2020.* Було виявлено у даній вибірці й один випадок вживання антонімів, наприклад: *Kelly Holmes on mental health and happiness: 'I've been to the lowest point and the highest'*. Ще одним широко вживаним засобом у газетному заголовку є метонімія: *how the relentless challenges of cricket can impact players' mental health; spend on sport and save on health and crime.*

Дослідження лексичних та семантичних особливостей заголовків у газеті є важливими для вирішення актуальних завдань пресолінгвістики, для пізнання взаємозв'язку мовних і позамовних явищ. Розгляд заголовків у когнітивному аспекті передбачає з'ясування окремих деталей наповнення їх розумовим змістом. Однак значні труднощі дослідження в аспекті зазначеної проблеми спричинені відсутністю універсального, загальноприйнятого набору термінів. У зв'язку з цим виникає необхідність опрацювання термінологічного апарату, зокрема, визначення мінімального набору термінів, необхідних для дослідження (концепт, семантичне поле, семантична група, семантична підгрупа, тематична група, тематичне поле тощо).

Опрацьовані на основі компонентного аналізу заголовки мають таку структуру: тематична група – лексико-семантичне поле – лексико-семантична група – лексико-семантична підгрупа, де лексико-семантична підгрупа – це сукупність хремотонімів, об'єднаних диференційною семою, яка пов'язує їх опозитивними відношеннями подібності або протиставлення; лексико-семантична група – це сукупність лексико-семантичних підгруп, об'єднаних однією архісемою, що наявна в значенні всіх членів групи та відображає їхні спільні категорійні властивості й ознаки; лексико-семантична підгрупа – це сукупність лексико-семантичних груп, об'єднаних за поняттєвим/концептуальним критерієм навколо мікроконцепту, тематична група – це сукупність лексико-семантичних підгруп, об'єднаних за поняттєвим/концептуальним критерієм навколо макроконцепту.

Тематична група № 1 «Здоров'я та спорт», до якої входять такі лексико-семантичні поля: «Психічне здоров'я», «Здоров'я та щастя», «Витрати на спорт», «Заощадження на здоров'ї», «Рух», «Тренування», «Час», «Енергія», «Імена спортсменів», «Назви видів спорту», «Травма», «Спорт та діти», «Проблеми». Наприклад: *Sport protects mental health of children who experience trauma; Spend on sport and save on health and crime.*

Проаналізувавши мовні засоби газетних заголовків, які служать їхній виразності, варто відмітити, що найчастіше застосовують такі мовні засоби увиразнення газетних заголовків: незвичайна ситуація, наприклад: *athletes have poor teeth despite brushing twice a day;* терміни, іменники з метафоричним значенням, наприклад: *mental health no longer a secret folded away in sport's dressing rooms;* інверсія, наприклад: *Kelly Holmes on mental health and happiness: 'I've been to the lowest point and the highest';* оксюморон, наприклад: *spend on sport and save on health and crime;* метафора, наприклад: *elite sport is gradually waking up to widespread mental health issues;* гра слів, наприклад: *clean athletes: Britain to be coached in washing hands before Tokyo 2020.*

У тематичній групі № 2 «Турбота про здоров'я» проаналізовані нами газетні заголовки представлені такими лексико-семантичними полями: «Універсальний», «Охорона», «Допомога», «Медицина», «Партнерство», «Дослідження», «Фінансування», «Медичні послуги», «Доступність», «Модель», «Ризик», «Бідність», «Алгоритм». Наприклад: *The impact of private healthcare on the NHS; Google's healthcare partnership sparks fears for privacy of millions; Healthcare in Bangladesh soars despite widespread poverty, study shows.*

Аналіз фактичного матеріалу дозволяє стверджувати, що мовними засобами увиразнення газетних заголовків є такі: незвичайна ситуація: *why is Elizabeth Warren vague on*

healthcare? To allow herself wiggle room; healthcare in Bangladesh soars despite widespread poverty; study shows; терміни, наприклад: warren unveils \$20.5tn plan for universal healthcare without middle-class tax hike; I implore people to stop using private healthcare: it's killing the NHS; виразні синтаксичні конструкції: healthcare algorithm used across America has dramatic racial biases; how to make global universal healthcare a reality; інверсія: „How sick are the world's healthcare systems?»; метафора, наприклад: Google's healthcare partnership, defining and dividing 2020 candidates; Record rise in attacks on healthcare workers leaves 'millions at risk' – UN; гра слів, наприклад: why is Elizabeth Warren vague on healthcare? To allow herself wiggle room; healthcare in Bangladesh soars despite widespread poverty; study shows.

Тематична група № 3 «Здоровий спосіб життя» має такі лексико-семантичні поля: «Здоровий», «Звичка», «Ризик», «Життя», «Харчування», «Сучасний», «Підказка», «Дієта», «Стрес», «Назви продуктів харчування». Наприклад: How do you build a healthy city?; Healthy life expectancy is shorter in the UK than abroad; Orthorexia: when healthy eating turns against you.

У результаті проведеного нами аналізу можна відмітити, що найчастіше застосовують такі мовні засоби увиразнення газетних заголовків: незвичайна ситуація, наприклад: healthy lifestyle may cut risk of dementia regardless of genes; Copenhagen reveals its secrets; терміни, іменники з метафоричним значенням, наприклад: orthorexia: when healthy eating turns against you; інверсія, наприклад: fruit, veg and family life – why Spaniards are living longer; оксюморон, наприклад: women in the richest areas enjoy two decades more of healthy life than their poorer sisters; метафора, наприклад: how can businesses make healthy eating easier?; гра слів, наприклад: my 24 years without eating (nearly) any vegetables; Six ways to stay healthy when you're stressed.

В усіх трьох моделях варто відмітити також лаконізм та семантичну місткість газетних заголовків. Наприклад: one step at a time: how to improve mental health through fitness. Ebola, polio, HIV: it's dangerous to mix healthcare and foreign policy. Healthy diet means a healthy planet. Семантично містким заголовком вважається той, який здатний вмістити значну кількість інформації, охопити сутність багатьох явищ, подій та фактів. Наприклад: how the relentless challenges of cricket can impact players' mental health. Record rise in attacks on healthcare workers leaves 'millions at risk' – UN. 25 things you need to know for a healthy life. Семантично місткий та лаконічний заголовок здатний відображати різні сторони й властивості явищ дійсності.

На фоні основної маси слів, що належать до стилістично нейтральної лексики, в заголовках використовуються слова високого стилістичного тону (терміни: I implore people to stop using private healthcare: it's killing the NHS; Google's healthcare partnership sparks fears for privacy of millions; US immigrants will be denied entry if they can't afford health care) та слова нижнього стилістичного тону (розмовні слова, або коллоквалізми, наприклад: clean athletes: Britain to be coached in washing hands before Tokyo 2020; Healthcare affordability is a challenge so what can you do for your employees?; Life in the home counties brings 16 more years of good health та професіоналізми, наприклад: Healthier living could prevent Alzheimer's; The green diet: how to eat healthy and save the planet).

Скорочення та аббревіатури також часто зустрічаються в заголовках. Наприклад: Kelly Holmes on mental health and happiness: 'I've been to the lowest point and the highest'; Healthy life expectancy is shorter in the UK than abroad.

Серед лексичних стилістичних прийомів, що використовуються у вибраних нами заголовках, зустрічаються приклади метафори. Наприклад: how the relentless challenges of cricket can impact players' mental health; Mental health no longer a secret folded away in sport's dressing rooms; one step at a time: how to improve mental health through fitness. Зустрічаються також і епітети. Наприклад: elite sport is gradually waking up to widespread mental health issues; Healthcare in Bangladesh soars despite widespread poverty; study shows; How to make global universal healthcare a reality. Було виявлено у даній вибірці й випадки вживання антонімів, наприклад: Kelly Holmes on mental health and happiness: 'I've been to the lowest point and the highest'; Women in the richest areas enjoy two decades more of healthy life than their poorer sisters. Ще одним широко вживаним засобом у газетному заголовку є метонімія: how the relentless challenges of cricket can impact players' mental health; four-play and Willey may well affect your health; spend on sport and save on health and crime; healthy habits extend disease-free life 'by up to a decade'. Часто для привернення уваги читача в заголовку вживається уточнення. Наприклад: four-play and Willey may well affect your health; one step at a time: how to improve mental health through fitness; why do one in five home health aides live in poverty?

Аналізуючи газетні заголовки, не можна забувати і про саму статтю. Оскільки заголовок і стаття є єдиним цілим, то і стилістичні засоби в них переплітаються. У проаналізованих нами статтях також зустрічаються незвичайні ситуації, наприклад: “The study concluded that elite athletes had poor oral health despite efforts to care for their teeth”. “Warren left herself enough wiggle room on healthcare to drive a Mack truck through so she can tack to the center for the general election”.

Прикладами вживання термінів та професіоналізмів є такі речення: “Jermaine Jenas, another of the group, thought back to his days as a senior pro in the Tottenham Hotspur dressing room and remembered the young Rose approaching him to say he was wanting to go back home to Doncaster the whole time”. “Orthorexia is an obsession with only eating food the sufferer believes to be healthy”. “Three in 10 cases of Alzheimer's disease could be prevented if people led healthier lifestyles, exercising more and not smoking”.

У статтях зустрічаються також приклади інверсії: “For British athletics fans of a certain age, Holmes provided two of our greatest Olympic memories”. “She was a phenomenally talented young athlete, joining Tonbridge Athletics club at the age of 12 and winning the English Schools 1500m the next year in 1983”.

Варто також відмітити приклади оксюморону: Used imaginatively and in addition to current spending, this investment would reduce crime and save the health service money in the long term”. “New statistics from the ONS have revealed that women in the most deprived areas of England can expect to have 19 fewer years of healthy life than those in the most advantaged areas”.

Не можна оминати речення з метафоричним значенням, наприклад: “As he warmed to the theme of his players' mental health, Silver told his audience that the NBA All-Star Isaiah Thomas once told him that “championships are won on



*the bus” with the players having greater camaraderie – and fewer headphones – but times have changed”.* “*The gap in healthy life expectancy between parts of Britain has widened over the past decade to become as large as that between the UK and Sudan, a leading group of parliamentarians has warned*”.

Гра слів: “*This includes identifying potential triggers, such as sleep deprivation and psychological stress, while also mitigating the risks brought about by tasks athletes cannot avoid, such as travelling in confined spaces and shaking the hands of any number of strangers*”. “*Yet there’s never been a more exciting time to be disruptive, especially in the field of health*”.

Розмовні слова: “*Food poverty is a huge barrier to healthy eating and companies can do their part by paying employees a living wage*”. “*We are surrounded by harmful chemicals but a few small practical steps can pay dividends for our wellbeing*”. “*Let’s make a pledge to stop eating monochromatic meals of brown and yellow starches and incorporate some color on to our plate*”.

Скорочення та абревіатури: “*They’ve just scratched the surface’ – football tackling mental health but more can be done*”.

Епітети: “*The workforce challenges faced by the NHS, which are shared by all major healthcare systems across the world, are not caused by the private health sector “poaching” staff but are a result of a range of complex factors, including an ageing workforce and pension policy.*” “*The achievements are in spite of low spending on healthcare, a weak health system and widespread poverty.*” “*The scale and complexity of the ambition to provide ‘health for all’ demands the collaboration of all stakeholders – in and beyond the health sector.*”

Антоніми: “*She had a happy childhood, despite a difficult start in life*”.

Метонімія: “*Shortly after news emerged last week that another player would step away from the game indefinitely, Cricket Australia sought to dispel suggestions of an emerging mental health crisis.*” “*It is a competition which pits everyone against one another: permanent secretaries, ministers and, crucially, special advisers*”.

Уточнення: “*People who stick to five healthy habits in adulthood can add more than a decade to their lives, according to a major study into the impact behaviour has on lifespan*”. “*We are surrounded by harmful chemicals but a few small practical steps can pay dividends for our wellbeing*”.

На основі проведеного нами аналізу можна сказати, що саме епітет підсилює виразність, образність заголовків про здоров’я, надає їм яскравості та збагачує їхній зміст, наголошуючи на необхідності глобалізації універсальної системи охорони здоров’я. Наприклад: *How to make global universal healthcare a reality*. Метафора у свою чергу передає образну та емоційну забарвленість поняття здоров’я, підкреслюючи важливість здорового способу життя як невід’ємної частини турботи про здоров’я. Наприклад: *One step at a time: how to improve mental health through fitness*. Гра слів робить заголовки про здоров’я інтригуючими. Цьому сприяє багатозначність слова, розвиток якої відбувається на основі схожості та суміжності. Джерело багатозначності – у переносних значеннях слів (у метафорі та метонімії). Ці засоби передають образність заголовків статей, відображаючи нерозривний зв’язок здоров’я зі способом життя та турботою про нього. Наприклад: *Spend on sport and save on health and crime. My 24 years without eating (nearly) any vegetables*. Для досягнення більшої емоційності, виразності та переконливості в проаналізованих заголовках використову-

ються антоніми та омоніми. Саме вони підсилюють яскравість та колоритність спілкування як найвищої точки перетину протилежних понять. Наприклад: *Kelly Holmes on mental health and happiness: ‘I’ve been to the lowest point and the highest’*. Терміни та професіоналізми уточнюють і конкретизують головні аспекти здоров’я та здорового способу життя, адже це є основою життєдіяльності людини та слугує поштовхом для турботи про здоров’я. Наприклад: “*Orthorexia is an obsession with only eating food the sufferer believes to be healthy*”.

**Висновки.** У результаті проведеної розвідки лексико-семантичних особливостей заголовків статей про здоров’я в газеті «The Guardian» можна сказати, що тематична група «Здоров’я та спорт» розкриває першочергові питання нерозривності поняття «здоров’я та спорт». У свою чергу стилістичні засоби, які застосовуються в заголовках, уможливають створення яскравої та інтригуючої картини про те, що рух – це життя, а життя неможливе без здоров’я та спорту. Відповідно, тематична група «Турбота про здоров’я» конкретизує та детально описує, як саме ми повинні піклуватися про здоров’я, а стилістичні засоби передають образність та емоційність. Щодо тематичної групи «Здоровий спосіб життя», то вона розкриває різноманіття засобів, які допомагають людям бути здоровими. Стилїстичні засоби у свою чергу підкреслюють виразність та яскравість здорового способу життя. Проведений аналіз уможливив виокремлення епітетів, професіоналізмів, термінів, метафор, порівняння та протиставлення як невід’ємних компонентів газетних заголовків, які у свою чергу передають інформаційний, спонукально-наказовий, проблемний, констатуючо-описовий та рекламно-інтригуючий характер заголовків статей про здоров’я.

Подальше вивчення заголовку не втрачає актуальності та відкриває перспективи уточнення його потенціалу і прагматичних особливостей.

#### Література:

1. Галич В.М. Еволюція творчої майстерності : монографія. Київ, 2004. 816с.
2. Ільченко В.Р. Компетентнісна модель освітньої галузі як необхідна умова ефективної освіти. *Український педагогічний журнал* 2015. № 1. С. 163–171.
3. Шестакова Е.Г. Про абсурдизацію як одну з тенденцій розвитку газетних заголовків у сучасній пресі. Львів, 2003. С. 621–628.
4. Шипнівська О.О. Дослідження граматичної омонімії на морфологічно анованому корпусі текстів : монографія. Київ, 2005. 387 с.

#### Sivaieva O. Lexico-semantic features of the health article headings in “The Guardian”

**Summary.** The article is devoted to the analysis of lexico-semantic features of the headlines of articles about health published in the newspaper “The Guardian”. Lexico-semantic peculiarities of newspaper headlines about health have been analyzed together with ways of expression of their specific lexical and semantic means. The analysis of 72 article headlines about health in “The Guardian” enabled to classify them as informative, motivational, command, problematic, presentational and advertising-intriguing headlines, which were presented by three thematic groups: health and sports, health care, healthy lifestyle. Newspaper style is changing rapidly in today’s context. This is due to updating the vocabulary. As you know, headlines require a compulsory appeal to his or her emotions. It is clear that, going to the recipient through feelings,

the modern mass media discourse acquires a bright emotional color. Stylistically colored linguistic units play an important role in creating the expression of the discourse of media headlines. They attract the attention of recipients. Stylistic resources of various levels are widely used in the headlines to express the main idea of the article in an accurate manner. The stylistic coloring of the headlines is expressed through the use of epithets, professionalisms, terms, metaphors, comparisons, contractions, abbreviations and oppositions. They attract the attention of recipients. Stylistic resources of various levels

are widely used in the headlines to express the main idea of the article in an accurate manner. Studies of the lexical and semantic features of headlines in the newspaper are important for solving current problems of linguistics, in order to understand the relationship between linguistic and colloquial phenomena. Considering the headings in a cognitive aspect, it is necessary to find out the individual details of their content with mental content.

**Key words:** headline, lexico-semantic groups of newspaper headlines, health, sport, health care, healthy lifestyle.