

Борисова Н.М.
**К вопросу газетно-
заголовочного комплекса
Якутской периодической
печати**

Заголовок – неотъемлемая часть газетной публикации. Первое, с чем сталкивается читатель газеты – это названия публикаций. Предваряя текст, заголовок несет определенную информацию о содержании публицистического произведения. В якутских газетах более распространен трехчленный заголовочный комплекс: рубрика, заголовок, подзаголовок. Часто используется двухчленный заголовочный комплекс: заголовок, подзаголовок или надзаголовок, также нередко встречаются заголовки с распространенными номинативными предложениями, состоящие из главных и второстепенных членов предложения. Кроме того, в заголовках употребляется умолчание, которое дает незаконченную мысль. И любому читателю будет интересно знать, что же скрывается под этим заголовком.

Ключевые слова: заголовочный комплекс, рубрика, заголовок, подзаголовок, надзаголовок, синтаксическая структура заголовка, односоставные предложения газетного заголовка, двусоставные предложения газетного заголовка, газетная полоса, функции заголовка.

Borisova N.M.
**Periodicals newspaper-headlines
complex**

The title is an integral part of the newspaper article. First, what is facing the reader of a newspaper is titles of the articles. Introducing the text, the title carries some information on the content of the publicist work. In the Yakut Media more newspapers represent three fold headline complex: category, title, subtitle. Abundantly is used double header complex: title, subtitle or pretitle, often are used headlines with common nominative sentences consisting of major and minor sentences. In addition, the headings may contain the default, which gives a complete thought. And any reader will be interested to know what lies under this heading.

Key words: headline complex, category, title, subtitle, pretitle, syntactic structure of the header, one-compound newspaper headline, two-compound newspaper headline, the newspaper strip, headline function.

Н.М. Борисова
**Якутия мерзімді баспасөзінің
газеттік-тақырыптық кешені
мәселелері**

Мақала атауы – газеттік көсемсөздің негізгі бөлігі. Оқырман ең алдымен мақала тақырыбымен танысады. Тақырып көсемсөздік шығарманың мазмұны жайлы белгілі бір ақпарат береді. Екі құрамды тақырыптық кешен: айдар, тақырып, тақырыпшалар немесе бөлімдер кеңінен қолданылады. Сонымен қатар, сөйлем мүшелерінің негізгі және қосымшасынан тұратын тақырыптар да кездеседі. Тақырыптар кей жағдайда әлі де аяқталмаған ойды білдіреді. Сондықтан кез келген оқырманда тақырыптың мағынасы неде деген қызығушылық туады.

Түйін сөздер: тақырыптық кешен, айдар, тарау, тақырыпшалар, тақырыптың синтаксистік құрылымы, газеттік тақырыптың біртекті сөйлемдері, газеттік бет, тақырып қызметі.

**К ВОПРОСУ
ГАЗЕТНО-ЗАГоловоч-
ного комплекса
ЯКУТСКОЙ
периодической
ПЕЧАТИ**

Современные тенденции газетных заголовков прослеживаются в увеличении их объема, усилении их коммуникативной функции, содержательной, информирующей стороны, увлечении авторской иронии. Заголовки все больше выступают с целью актуализации смыслов и оказывают сильное эмоциональное воздействие на читателя. Заголовок в газете, в отличие от названий радио- и телепередач, единица коммуникативная, он кратко информирует читателя о содержании газетного материала, осведомляет о значении, характере и степени важности событий, отразившихся на страницах газеты. По заголовку статьи, репортажа, фельетона, корреспонденции часто можно судить об отношении автора к описываемым событиям, о позиции редакции.

Изучению заголовка посвящено много работ отечественных и иностранных авторов, таких, как Л. Эмиль, Х.Ф. Лопес, Э.А. Лазарева, М.А. Шостак, Г.В. Степанов, В.С. Виноградов, З.Д. Блисковский, О.И. Богословская, И.И. Чилигина, Д. Георгиев, А.П. Горбунов, А.С. Дубова и другие. Заголовок имеет двойственную природу. С одной стороны, он воспринимается как речевой элемент вне текста, обладающий самостоятельностью. С другой стороны, это его компонент, связанный с другими компонентами и составляющий с ним единое целое.

Иногда говорят, что заголовок – это своего рода вывеска, и чем она красочнее, тем больше гарантии, что материал будет прочитан. Конечно, яркий, выразительный заголовок привлекает внимание читателей даже к малосодержательному материалу и, наоборот, интересная статья, корреспонденция, заметка могут остаться непрочитанными, если они снабжены шаблонными, бесцветными и тусклыми заголовками. Исследователи, изучающие язык газеты, обратили внимание на то, что структура большей части газетных заголовков повторяет, дублирует структуру известных синтаксических моделей и что подобие это только внешнее, ибо большинство заглавий, как правило, не существует вне газетной полосы.

Существуют различные мнения относительно функций газетных заголовков. Т.Ф. Фильчуку удастся свести все их многообразие к следующему перечню: информативная, рекламная, интегративная, воздействующая, экспрессивная, знаковая, эсте-

тическая, тематизирующая, оценочная, символизирующая, графически-выделительная и смыслообразующая [5, с. 90]. Последняя понимается как прогнозирующая в работе Э.А. Лазаревой: заголовки, являясь знаками текстов, «помогают составить первый, самый общий, прогноз о содержании». Автор обращает внимание на то, что заголовки оживляют фоновые знания читателей, а значит, следует добавить к общему списку важную когнитивную функцию заголовков – «участие в контроле за пониманием произведения, сличение интерпретации его с имеющимися в памяти моделями и актуализированными фоновыми знаниями» [2].

Заголовок является стилистически сильной позицией медиатекста, его определяют как «сильный текстовый знак, обязательная часть текста с фиксированным положением» [3, с.118]. В каждом номере газеты, независимо от ее формата и типа, видны различные заголовки. Они бывают короткими и длинными по размеру, в одну, два или три строки, набраны мелким или крупным шрифтом. И самое главное каждый из них имеет свое назначение, играет определенную роль. Все заголовки, независимо от формата, размера, начертания, делятся на несколько видов. Наиболее часто употребляемые из них: заголовок, подзаголовок, «шапка», рубрика.

В частности, «Шапка» – это общий заголовок для группы однородных по теме материалов, набранный крупным шрифтом на всю ширину подборки (2-3 и более колонок, часто на всю страницу и даже на две страницы – разворот. Назначение «шапки» – привлечь внимание читателя к подборке материалов на актуальную тему, броско и сжато выразить общий смысл этих материалов. Она должна быть точной, ясной, выразительной, вполне согласовываться с содержанием подборки или тематической полосы. Еще в 1958 году А.П. Бессонов отметил, что по характеру оформления «шапки» бывают шрифтовые (набранные типографским способом), штриховые (нарисованные художником) и тоновые (фотографированные)» [1, с.25]. Однако, в якутских газетах не очень широко используются шапки. Если даже они есть, то встречаются редко. Например:

Рубрика: *Тема номера*. Шапка: *Больной вопрос: кто крайний?* Заголовок: *Горздрав: «Причина в перенаселенности»*. *Печальное утро в первой. Больничный кончился и села батарея. Здесь лечится каждый третий. «Поликлиника перегружена в три раза»* (Якутия, 10.02.2015).

Рубрика: *Тема номера*. Шапка: *Праздник на*

нашей улице. Заголовок: *Праздник. «Городу – процветания, градоправителям – мудрости»*. Подзаголовок: *Традиции*. Заголовок: *«Жемчужинка» Пригородного*. Надзаголовок: *Новостройка*. Заголовок: *Одиннадцать наград*. Подзаголовок: *накануне*. Заголовок: *В Мархе открылся ДК «Чэчир»*. Надзаголовок: *Очаг культуры*. Заголовок: *Впервые за 40 лет*. Надзаголовок: *Дом знаний*.

Комплексные заголовки соотносятся с несколькими элементами структурной схемы текста одновременно. Они передают усложненную информацию. Степень их информативности выше, связи этих заглавий с текстом более многообразны, что является одним из средств повышения выразительности текста. Каждый из них имеет свое назначение и играет определенную роль. Как отмечает Л.В. Терентьева, «газетно-заголовочный комплекс – это ряд функционально взаимосвязанных типов заглавий одной статьи, который в наиболее полном виде включает в себя следующие элементы: заголовок, дополнительные заглавия – подзаголовок и надзаголовок, а также рубрику и шапку» [4, с. 36]. Например:

Рубрика: *Спорт*. Надзаголовок: *Василий Егоров «Это наша общая победа»*. Заголовок: *Европейский триумф 21-летнего боксера из Якутии*. Подзаголовок: *Бокс. Крепкий испанец. Опасный болгарин. Неуступчивый британец. Первое «золото» Европы* (Якутия, 18.08.2015).

Однако, по ее мнению, в таком составе, включающих 4-5 названных элементов, газетно-заголовочный комплекс используется достаточно редко, более распространенными оказываются трехчленные заголовочные комплексы, состоящие из заголовка, подзаголовка и рубрики» [4, с. 36]. Действительно, как оказалось, и в якутских газетах, рассмотренных нами, также наблюдается не малое количество примеров трехчленного заголовочного комплекса: рубрика, заголовок, подзаголовок. Например:

Рубрика: *Острый угол*. Заголовок: *Дикий туризм*. Подзаголовок: *Где условия для отдыха в Якутии?* (Якутия, 30.07.2015).

Рубрика: *Специальный репортаж*. Заголовок: *Ледокольная проводка*. Подзаголовок: *Буксирная сила. Филигранная работа. На борту ледокола* (Якутия, 05.11.2015).

Рубрика: *Гость редакции*. Заголовок: *Правила игры по-сантаевски*. Подзаголовок: *Не расставайтесь с мечтой. Староста с Севера. Любимый «Туллукчаан». Стрелецкая натура. Родные люди. Заметки к съезду учителей* (Якутия, 20. 08. 2015).

Иногда на страницах газет встречается такой трехчленный заголовочный комплекс – рубрика, надзаголовок, заголовок. Например, общая рубрика: *Якутия за неделю*. Надзаголовок: *Праздник*. Заголовок: *Якутия отметила День народного единства*. Надзаголовок: *Глава республики*. Заголовок: *Вернуться к бюджету и «АЛРОСА»*. Надзаголовок: *Трагедия*. Заголовок: *Спикер выразил соболезнование итиерцам* (Якутия, 05.11.2015).

Кроме этого, на страницах якутских газет выделяется «традиционный» («классический») тип газетно-заголовочный комплекс, который является двухчленным заголовочным комплексом и включает собственно заголовок и один из дополнительных заголовков. Притом заголовок с подзаголовком используется значительно чаще, чем заголовок с надзаголовком. Подзаголовки по сути дела вспомогательные заголовки, к которым прибегают преимущественно в тех случаях, когда надо уточнить, конкретизировать тему или расчленив большой по объему текст на разделы. Подзаголовок набирается более мелким шрифтом, чем заголовок и «шапка».

Иногда редакции в подзаголовке выносят фамилию, имя и отчество героя, место его работы и должность. Кроме того, он, являясь второй строкой, уточняет и конкретизирует то, что было сказано в «шапке» или заголовке, может давать ответы на вопросы: где и когда происходило действие, кто выступает. В последнее время подзаголовки стали применять больше, чем раньше. Нам кажется, это зависит и от автора текста.

Как отмечает Л.В.Терентьева, газетно-заголовочный комплекс играет важнейшую роль в реализации коммуникативно-прагматической направленности текста, авторской интенции являясь своеобразным актуализатором и действенным средством привлечения внимания читателя. Она считает, что использование нескольких элементов заголовочного комплекса позволяет комбинировать определенную информативную не-

достаточность заголовка. Из этого автор делает вывод, что заголовочный комплекс можно рассматривать как особое структурное образование, все элементы которого связаны функционально и семантически [4, с.37].

На страницах газет выделяются постоянные рубрики. Каждая из рубрик дает общее представление о теме одного или нескольких материалов. Например, такие постоянные рубрики:

В данных газетах имеются рубрики, посвященные в одной теме, но названные по разному: *Сонуннар. Нэдиэлэ тиһиктэрэ* (новости недели); *Саха санаата. Саха саата* (мнение людей); *Доруобуйа. Чөл* (здоровье); *Суруктар. Сурук киһи-дэ* (письмо читателя); *Спорт. Манчаары* (спорт) и т.д. В газетах может наблюдаться временная рубрика, которая в отличие от постоянной призвана подчеркивать, выделять наиболее важные материалы на газетной полосе.

Итак, комплексные заголовки соотносятся с несколькими элементами структурной схемы текста одновременно. Они передают усложненную информацию. Степень их информативности выше, связи этих заглавий с текстом более многообразны, что является одним из средств повышения выразительности текста. Каждый из них имеет свое назначение и играет определенную роль. Обычные газетные заголовки на страницах газет более многочисленны, чем другие виды заголовочного комплекса. Заголовки выполняют разные функции: номинативную, информативную, оценочно-экспрессивную. Следует заметить, что они часто включаются в создании стилистических текстовых эффектов: интегративных, композиционных, рекламных. Безусловно, они характерны к некоторым журналистам. В целом якутских газетах более распространен трехчленный заголовочный комплекс: рубрика, заголовок, подзаголовок или надзаголовок. Также обильно используется двухчленный заголовочный комплекс: рубрика и заголовок.

Литература

- 1 Бессонов А.П. Газетный заголовок. – Ленинград, 1958.
- 2 Плаксина Е.Б., Кусова М.Л. Языковые средства реализации воздействующей функции заголовков (на материале российской и французской прессы) // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2011. – Вып. – № 4 (38). – С. 117–120.
- 3 Лазарева Э.А. Заголовочный комплекс текста – средство организации и оптимизации восприятия // Известия УрГУ. Проблемы образования, науки и культуры. – Екатеринбург, 2006. – Вып. 19. URL: http://www.proceedings.usu.ru/?base=mag/0040%2803_192006%29&xsl=showArticle.xslt&id=a18&doc=../content.jsp (дата обращения: 19.02.2013).
- 4 Терентьева Л.В. Заголовочный комплекс как особый элемент оформления газеты // Семантическая системность языковых единиц. – Самара, 1996.

5 Фильчук Т.Ф. Атракционная природа заголовков и заголовочных комплексов публицистического дискурса // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна Серія Філологія. № 936, вип. 61. – Харків, 2011. С. 89–94. URL: http://www.philology.univer.kharkov.ua/nauka/e_books/visnyk_963/content/filchuk.pdf (дата обращения: 14.02.2013).

References

- 1 Bessonov A.P. Newspaper заголовков. – Leningrad, 1958.
- 2 Plaksina E.B., Kusova M.L. Language means of realization of influencing function of heading (on material of the Russian and French press) // are Political linguistics. – Ekaterinburg, 2011. – Вып. № 4 (38). – С. 117-120.
- 3 Lazareva E.A. heading complex of text is means of organization and optimization of perception // of Information УрГУ. Problems of education, science and culture. Ekaterinburg, 2006. Вып. 19. URL: http://www.proceedings.usu.ru/?base=mag/0040_03192006&xsl=showArticle.xslt&id=a18&doc=/content.jsp (дата обращения: 19.02.2013).
- 4 Terenteva L.V. A heading complex as special element of registration of newspaper // is the Semantic system of language units. Самара, 1996.
- 5 Wilchuk T.W. Attraction nature of heading and heading complexes of publicism дискурса // of Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна Серія Філологія. № 936, вип. 61. Харків, 2011. С. 89-94. URL: <http://www.philology>.