

**Министерство Высшего и среднего специального образования
Республики Узбекистан**

Самаркандский государственный институт иностранных языков

на правах рукописи
УДК 43

Галиуллов Марат Анварович

**СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГАЗЕТНЫХ
ЗАГОЛОВКОВ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

Специальность: 5А 120102 Лингвистика (немецкий язык)

Д и с с е р т а ц и я

на соискание степени магистра

Научный руководитель: к.ф.н., доц. М.Б.Бегматов

С а м а р к а н д - 2 0 1 4

Введение

Глава 1. Структурные особенности газетных заголовков.....5

1.1. Газетно - публицистический стиль речи.....5

1.2. Основные функции газетного заголовка.....10

1.3. Структурные особенности газетных заголовков.....14

Глава 2. Семантико-синтаксические особенности газетных заголовков

2.1 Семантические особенности газетных заголовков.....21

2.2 Синтаксические особенности газетных заголовков.....27

Глава 3 . Фразеологические единицы в газетных заголовках... 45

3. 1. Заголовки с модальными частицами в немецком языке.. 48

3. 2. Иностранные слова в составе газетных заголовков... 53

Заключение

Список использованной научной литературы.....

Список художественной литературы.....

Список словарей

ВВЕДЕНИЕ

В наше время стремительного развития культуры, науки, техники становится очевидной потребность в таком источнике информации, который бы в самый короткий срок и в понятной форме смог бы донести до читателя сведения о последних событиях как внутри страны, так и за ее пределами. Если использование таких источников информации, как радио, телевидение, Интернета может быть ограничено какими-либо техническими повреждениями, временем или вообще их отсутствием, то газета наиболее доступна и удобна в употреблении, то есть ее можно прочесть в любое удобное время, вернуться повторно к непонятному моменту.

Данная тема курсовой работы посвящена изучению особенностей газетного стиля, которые помогли бы правильно читать и понимать газетные статьи.

Целью исследования является изучение, описание газетного стиля во всех его вариантах и проявлениях. Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

- 1) изучить литературу по функциональной стилистике
- 2) сопоставить точки зрения разных авторов на понятия и классификацию функциональных стилей, в частности газетного
- 3) подробно описать газетный стиль и набор языковых средств, характерных для него
- 4) проанализировать отрывок, выделить языковые средства, характерные для данного стиля и описать их функцию

Стилистика – одна из отраслей прикладной лингвистики. Это наука о средствах речевой выразительности и о закономерностях функционирования языка, обусловленных наиболее целесообразным использованием языковых единиц в зависимости от содержания высказываний, целей, ситуаций и сферы общения.

Практическая полезность стилистики разнообразна, она тесно связано повышением общей культуры, развивает навыки вдумчивого чтения, развивает художественный вкус. С помощью стилистики можно предупредить неправильное, искаженное, примитивное понимание текста, увидеть в нем нечто большее.

По мнению автора Арнольд И.В. недостаточное и неполное понимание текста, вызванное изолированным восприятием отдельных элементов, неумением учесть влияние контекста, невниманием к стилистическим эмоциональным коннотациям, поверхностным пониманием, предвзятым мнением и т.д. можно устранить с помощью стилистического анализа

Стилистика исследует принципы и эффект выбора в использовании языковых средств (лексики, грамматики, фонетики) для передачи мыслей и эмоций в разных условиях общения.

Изучением стилистики занимаются многие ученые мира, однако есть расхождения в их определении, роли стилистики, ее классификации и функций. Так, по мнению автора Майкла Риффетера (Функции стилистики. 1964 г. с.316) – стилистика – это наука, «которая изучает те стороны высказывания, которые передают лицу, принимающему и декодирующему сообщение, образ мыслей лица, кодирующего сообщение».

Стилистику принято разделять на лингвостилистику и литературоведческую стилистику. Следует заметить, что одним из важных разделов лингвистической стилистики является сопоставительная стилистика, рассматривающая стилистические возможности двух и более

языков. Кроме этого деления имеется в наличии деление на стилистику языка и стилистику речи. Их соотношения являются основной проблемой книги О.С. Ахматовой, Л.Н. Натан, А.И. Полторацкой и В.И. Фатюшенко «О принципах и методах лингвостилистического исследования. Изд.МГУ, 1966 г.)

Автор Арнольд И.В. дает понятие лексической стилистики, изучающей стилистические функции лексики, функциональной стилистики, которая занимается функциональными стилями, грамматической стилистикой, разделяющиеся на морфологическую и синтаксическую, фоностилистику, рассматривающей особенности звуковой организации речи. Стилистика не занимается элементами языка, их значением, а занимается выразительным потенциалом языка в контексте, т.е. его стилистической функцией.

Проблема стиля решается многими исследованиями по-разному. Разногласия среди них вызывают такие моменты как 1) содержание понятия «функциональный стиль»; 2) принципы классификации, а значит число выделяемых стилей; 3) вопрос о месте литературного художественного стиля в системе стиля литературного языка. Например, Ломоносовым М.В. был положен экспрессивно-жанровый принцип. У него стили соотносились с жанрами художественной прозы, поэзии и драмы. С созданием нормативной грамматики русского языка «вместо трех стилей постепенно складывается функциональное разнообразие разных стилей речи» (Виноградов В.В. «Итоги обсуждения вопросов стилистики» с.81-82)

Можно говорить о трех типах речи. Соединение слов, служащие к выражению мыслей. Речь бывает по выбору слов, в нее входящей: 1) Важная или благородная, называемая книжным языком; 2) Простонародная, иначе простонаречье; 3) Между ними двумя середину занимает обыкновенная речь или язык разговорный.

Учитывая множество разновидностей языкового материала Мурат В.П. «Об основных проблемах стилистики» (с.20-22) предлагает иную классификацию функциональных стилей: 1) разговорно-литературный; 2) поэтический; 3) газетно-политический; 4) официально-деловой; 5) научный; 6) профессионально-технический; 7) просторечно-фамильярный.

Далее следует конкретизировать, что понимается под функциональным стилем и какие существуют принципы выделения стилей.

Важнейшей функцией языка является общение, сообщение и воздействие (Виноградов В.В. «Стилистика» Теория поэтической речи. Поэтика. с.6.) Для реализации этих функций исторически сложились и оформились отдельные разновидности языка, которые называются функциональными стилями.

Различают следующие стили: разговорный (функция общения) и книжные: научный и официально-деловой (функции сообщения), публицистический и литературно-художественный (функции воздействия). Общественные функции языка часто переплетаются.

Данная схема предлагает изображение классификации стилей:

-----Функциональные стили-----

книжные стили разговорный стиль

научный стиль

литературно- официально- публицистический

художественный стиль деловой стиль стиль

Основную часть языкового материала в любом функциональном стиле составляют общезыковые межстилевые средства. Большинство исследователей считают, что функциональные стили не образуют замкнутых систем. Виноградов В.В. («Итоги обсуждения вопросов стилистики» с.82)

пишет, что «разные функциональные стили речи находятся в живом соотношении и взаимодействии, а Будагов Р.А. («К вопросу о языковых стилях» Вопросы языкознания. 1954 г. № 3, с.67) пишет, что признаков, характеризующих языковой стиль, «своеобразно, по-своему повторяется в других языковых стилях». Гальперин И.Р. в («Речевые стили и стилистические средства языка. Вопросы языкознания» 1954 г. №4. с77) утверждает что «те или иные лексические средства языка и др. не принадлежат к какому-либо определенному стилю речи». «Границы между речевыми стилями не являются непроходимыми, поскольку существуют достаточно известные и нередкие случаи, свободного перемещения слов с окраской одного стиля в речь, имеющую приметы другого стиля (Гельгардт Р.Р. Русский язык в школе» 1959 г. №6.с.99).

Имеется в наличие процессы взаимопроникновения языковых стилей, отдельные элементы языка повторяются в нескольких стилях, идет процесс формирования новых стилей.

Функциональные стили могут быть разбиты на две группы. Для первой группы, куда входят научный, публицистический и официально-деловой, литературно-художественный характерна монологическая речь, а для второй группы, которая образована разнообразными видами разговорного стиля – диалогическая. Первая группа – это книжные стили, вторая – стиль разговорный.

Рассмотрим взгляд на классификацию функциональных стилей у разных авторов исследователей. Розенталь предлагает следующие функциональные стили:

Научный стиль

Научный стиль принадлежит к книжным стилям литературного языка, которым присущ ряд общих условий функционирования и языковых особенностей: обдумывание высказывания, монологический его характер,

строгий отбор языковых средств, тяготение к нормированной речи. Стил научных работ определяется, в конечном счете, их содержанием и целями научного сообщения- по возможности точно и полно объяснить факты окружающей нас действительности, показать причинно-следственные связи между явлениями, выявить закономерности исторического развития и т.д. Научный стиль характеризуется логической последовательностью изложения, упорядоченной системой связей между частями высказывания, стремлением авторов к точности, однозначности, сжатости выражения при сохранении насыщенности содержания.

Официально-деловой стиль

Среди книжных стилей языка официально-деловой стиль выделяется своей относительной устойчивостью и замкнутостью. С течением времени он, естественно, подвергается некоторым изменениям, но многие его черты – исторически сложившиеся жанры, специфическая лексика, фразеология, синтаксические обороты – придают ему в целом консервативный характер.

Для официально-делового стиля характерно наличие в нем многочисленных речевых стандартов – клише. Если в других стилях шаблонизированные обороты нередко считаются стилистическим недостатком, то в официально-деловом стиле в большинстве случаев они воспринимаются как вполне естественная его принадлежность.

Многие виды деловых документов имеют общепринятые формы изложения и расположения материала. Не случайно в деловой практике часто используются готовые бланки, которые предлагается заполнить. Даже конверты принято надписывать в определенном порядке (различном в разных странах, но твердо установленном в каждой из них), и это удобно и для пишущих, и для почтовых работников. Поэтому речевые клише, которые упрощают и ускоряют деловую коммуникацию, вполне в ней уместны.

Официально-деловой стиль – это стиль документов: международных

договоров, государственных актов, юридических законов, постановлений, уставов, инструкций, служебной переписки, деловых бумаг и т.д.

Публицистический стиль

В публицистическом стиле реализуются функции воздействия (агитации и пропаганды) языка, с которой совмещается функция чисто информативная (сообщение нового). В публицистических произведениях затрагиваются вопросы весьма широкой тематики – актуальные вопросы современности, представляющие интерес для общества (политические, экономические, моральные, философские), вопросы культуры, воспитания, повседневного быта. Публицистический стиль находит применение в общественно-политической литературе, юридической печати (газетах, журналах), ораторской речи и т.д.

Стили художественной литературы

Вопрос о месте литературно-художественного стиля в системе функциональных стилей русского языка решается учеными по-разному. Одни из них отводят художественному стилю равноправное место среди других стилей. Его «право» на существование в этой системе мотивируется тем, что он участвует в выполнении языком его социальной функции воздействия, что художественная литература тоже является «сферой» использования языка (хотя и не вполне соотносительной с другими сферами, связанными с общественной деятельностью людей), что эстетическая функция представляет собой одну из форм функционирования языка и т.д. Приводятся и другие доводы в пользу полноправного включения художественно-беллетристического стиля в число функциональных языковых стилей. Вместе с тем иногда отмечается своеобразие этого стиля на фоне других. Так, указывая, что «языковой стиль художественной литературы не отграничен резко от других языковых стилей», исследователи находят, что в нем «концентрируется и в какой-то мере воспроизводится все

многообразие языковых стилей данного языка». Анализ компонентов литературно-художественного стиля показывает его специфичность. Эстетико-коммуникативная функция художественного стиля связана с особым способом выражения мыслей, что заметно отличает этот стиль от других.

Особенность языка художественной литературы составляют: 1) единство коммуникативной и эстетической функций; 2) многостильность; 3) широкое использование изобразительно-выразительных средств; 4) проявление творческой индивидуальности автора. К этому добавим, что язык художественной литературы оказывает большое влияние на развитие литературного языка.

Разговорный стиль

Разговорный стиль противопоставлен книжным стилям; ему одному присуща функция общения. Он образует систему, имеющую свои особенности на всех ярусах языковой структуры: в фонетике (точнее, в произношении и интонации), лексике, фразеологии, словообразовании, морфологии, синтаксисе.

Разговорная речь характеризуется особыми условиями функционирования, к которым относятся отсутствие предварительного обдумывания высказывания и связанное с этим отсутствие предварительного отбора языкового материала, непосредственность речевого общения между его участниками, непринужденность речевого акта, связанная с отсутствием официальности в отношениях между говорящими и в самом характере высказывания. Большую роль играет контекст ситуации (обстановка речевого общения) и такие внеязыковые средства, как мимика, жесты, реакция собеседника.

Мороховский О.П. и др. рассматривают следующие функциональные стили: официально-деловой, научно-профессиональный, публицистический,

литературно-разговорный и фамильярно-разговорный.

Официально-деловой представлен разными видами текстов (управленческие, юридические, военные, дипломатические, коммерческие, экономические и такими жанрами как приказы, донесения, уставы, наставления, инструкции. Он базируется на нехудожественном письменном типе языка.

Научно-профессиональный стиль. Базируется преимущественно на нехудожественном письменном типе языка, личностное начало минимально. В отдельных своих разновидностях – в научно-художественном стиле, научно-популярном стиле - возможно широкое использование структур художественного языка, в этом случае роль личностного фактора возрастает.

Публицистический стиль. Базируется преимущественно на нехудожественном письменном типе языка, однако может широко включать структуры художественного письменного и устного типов речи. Личностный фактор играет весьма существенную роль. Качественное своеобразие текстов публицистического стиля обусловлено несколькими обстоятельствами: во-первых, широким кругом вопросов, которые в ней рассматриваются; во-вторых, тем, что публицистика обращена к очень широкой аудитории; в-третьих, она не только информирует широкую аудиторию по широкому кругу проблем, но и стремится прежде всего к тому, чтобы определенным образом воздействовать на ум и чувства читателей, сформировать у аудитории определенное оценочное представление об излагаемых фактах и событиях. Естественно, это предъявляет определенные требования к языку публицистики – публицистический текст должен быть понятным, логичным, убедительным и экспрессивным.

Литературно-разговорный стиль. Базируется преимущественно на нехудожественном письменном типе языка, но может включать структуры художественного письменного и устного типов речи.

Фамильярно-разговорный стиль. Базируется на нехудожественному устном типе языка, включает структуры художественного устного типа языка.

Литературно-разговорный и фамильярно-разговорный стили сходны тем, что оба они относятся к устному типу речи, ориентируются на нормы разговорного языка.

Данные стили в чистом виде не наблюдаются, обычно происходит смещение элементов различных функциональных типов. Органическая взаимосвязь всех разновидностей стиля, их четкое соответствие определенному назначению создает такое свойство стиля, которое можно назвать его гармоническим состоянием.

Остановимся более подробно на публицистическом стиле, а конкретно газетном стиле.

3. ГАЗЕТНЫЙ СТИЛЬ

Познакомимся с исследованиями газетного стиля у некоторых авторов. Изучая работу Чекалиной Е.М. «Язык современной французской прессы», мы знакомимся с характеристикой прессы, как исторически наиболее старым традиционным источником информации, к которому наряду с радио, телеинформацией принадлежит газета, преимущество которой в том, что она дает возможность понять прочитанное.

Ежедневные газеты несут свежую информацию, их функция заключается в том, чтобы быстрее в компактной, выразительной и яркой форме донести до читателя свежую информацию, поэтому язык ежедневной газеты отличается наибольшей восприимчивостью к различным языковым инновациям. Газетный язык управляется своими закономерностями. Отличительные черты газеты складываются в некоторый целостный образ, в

котором собственно языковая сторона в сочетании с графическими и изобразительными решениями номеров создает то, что можно назвать «стилем» данной газеты. Для газеты характерны три группы жанров: информационные (хроника, заметка, отчет, репортаж, интервью), аналитические (статья, корреспонденция, обзор) и художественно-публицистические (очерк, фельетон, памфлет), хотя в ней могут быть представлены и другие функциональные стили.

Газета активно формирует свой облик с учетом конкретного читательского адреса, каждый номер газеты несет в себе «закодированный» в идеях, текстах, графике образ своего предполагаемого и искомого читателя. Объективированный в газетных материалах читательский адрес как социальный феномен является объективно обусловленным способом реализации духовных потребностей определенных классов, слоев, групп общества, так как газета создается и существует как средство становления и реализации классового политического самосознания. Языковое воплощение этих потребностей в газете отличается большим разнообразием композиционных построений.

Особенное предпочтение массовый читатель отдает ежедневной газете, так как ее функция заключается в том, чтобы как можно быстрее, в компактной, выразительной и яркой форме донести до читателя свежую информацию, а умелым использованием языковых, графических и изобразительных средств вызвать «запланируемую» реакцию.

В силу этого язык ежедневной газеты отличается наибольшей восприимчивостью к различным языковым инновациям, являясь «мощным двигателем» в создании слов и образов. Во-вторых, газета – массовое издание не только по тиражу, но и имеющая авторитет в широких читательских кругах и в-третьих, газета – это «качественные издания со свойственной ей высокой журналистской культурой.

Газетный язык управляется своими закономерностями, непосредственно ею порожденными. Отличительные черты газеты складываются в некоторый целостный образ, в котором собственно языковая сторона в сочетании с графическими и изобразительными решениями номеров создает стиль данной газеты (Ю.В. Рождественский).

3) ФУНКЦИИ ГАЗЕТЫ

Специальное функционально - стилистическое исследование публицистического стиля началось недавно. Прежде всего отмечается, что важнейшей функцией газеты является информационная, однако эта изначальная функция газеты оттесняется другой – агитационно-пропагандистской или иначе воздействующей. Газета представляет собой партийный, профсоюзный или государственный орган, поэтому она направлена на приведение в жизнь идеологии и политики партии и общественных организаций, от лица которой они издаются. Ленин называл газету коллективным агитатором, пропагандистом и агитатором.

Газете свойственна ярко и непосредственно выраженная функция воздействия или экспрессивная. В газетной речи эти две функции не разчленены.

Газета призвана просвещать массы, то есть она выполняет популяризаторскую функцию, то есть сообщения о новых научных открытиях, о новинках техники, событий культурной жизни и т.д. В связи с этим газета обращается к средствам научной речи. Ей свойственно проводить анализ и обобщение политических, социально-экономических и других проблем.

Газетчик должен быть и теоретиком. Теоретическая направленность содержания газеты находит свое выражение в разнообразии средств языка, в использовании лексических и синтаксических особенностей научной речи.

Выделяют несколько функций газеты: информационную, просветительскую, воспитательную, организаторскую, гедонистическую (развлекательную). Однако все же основной функцией газеты остается пропагандистско-информационная, воздействующе-информационная. По сравнению с другими функциональными стилями доля средств и способов достижения экспрессивности оказывается в публицистической речи весьма высокой.

Экспрессия газетной речи может осуществляться в разных формах. Однако следует помнить, что и форма сдержанного, спокойного доказательства способна быть выразительной, т.е. экспрессивной. Стилистическое мастерство пишущего – умение выбрать наилучшие в данном контексте языковые средства воздействия на читателя.

Специфика газетной речи заключается в особой и намеренной ее выразительности, экспрессивности высказывания.

Другой основной стилевой чертой публицистической речи, связанной с экспрессивностью, является наличие стандарта, отсюда штампа.

Газета отличается существенным своеобразием условий языкового творчества. Она создается в кратчайшие сроки, порой не дающие возможности довести до идеала обработку языкового материала. Она создается не одним лицом, а множеством корреспондентов, готовящие свои материалы в отрыве друг от друга. Многообразие газетных жанров, наличие внештатных корреспондентов, публикации на страницах газет материалов других сфер общения (объявления, приказы, проекты законов и т.п.) накладывает отпечаток на стилевые особенности языка газеты. В результате неизбежно возникают речевые стандарты. Причиной их появления является также повторяемость тематики. Одной из важных причин порождения газетных штампов является стремление к экспрессивности высказывания. Поиски способов экспрессивности вызывают быстрый переход экспрессии в стандарт, когда даже оборот будучи подхваченным многочисленными

корреспондентами во многих газетах, очень быстро «стирается», превращаясь в штамп.

Основной стилистический принцип публицистики В.Г. Костомаров определяет как единство, сопряжение экспрессии и стандарта; составляющее специфику газетной речи. В газетной речи единство экспрессии и стандарта становится стилистическим принципом организации высказывания.

Экспрессивная функция газеты, обусловленная ее пропагандистской направленностью, вызывает открытую оценочность речи. Оценочность речи особенно проявляется в полемике с идеологическими противниками и в положительных оценках нашей действительности.

Оценочность выражается прежде всего в лексике: в сравнительно большой частности качественно-оценочных по семантике прилагательных и существительных, в отборе фразеологии и особенностях использования синтаксических средств.

Именно открытой оценочностью публицистический стиль отличается от художественного, и именно в этой черте – открытой оценочности – видится примета и свойство публицистического стиля.

К другим стилевым чертам кроме агитационной и пропагандистской функцией, относятся призывность, лозунгово-декларативный, которые проявляются в побудительном характере речи. Сюда следует отнести простоту и доступность. Речевая выразительность реализуется в стилевом «эффекте новизны», в стремлении к необычности, свежести словосочетаний, семантики слов, в стремлении избегать повторений одних и тех же слов, оборотов, конструкций. Рекламность выражается в особенностях заголовочных предложений, в обращениях к читателю, проблемных вопросах.

На стилистику газетной речи сильное влияние оказывает массовый характер коммуникации. Массовые здесь и адресат и автор. Они как бы

выражают позицию миллионов единомышленников. В связи с этим одной из стилистических средств является своеобразная собирательность, находящая свое выражение в особенностях значений и функционировании языковых единиц.

Другая сторона указанной выше стилеобразующего единства – информационная функция – воплощается в таких особенностях публицистического стиля, которые связаны с проявлением интеллектуальности речи. Такими стилевыми чертами являются

1) документализм, проявляющийся в объективности и проверенной фактологичности изложения, что в терминах стилистики можно определить как подчеркнутую документально-фактологическую точность выражения;

2) сдержанность, официальность, подчеркивающие значимость фактов, информации;

3) известная обобщенность, абстрагированность и понятийность изложения.

Газетный стиль использует приемы и средства других стилей и оказывается областью живых межстилевых взаимодействий. Однако средства других стилей имеют в газете свою особую функцию. Многообразие стилистических черт в различных жанрах газеты представлены неодинаково. Одни, например, передовые, теоретические, постановочные, научно-популярные статьи, обзоры, рецензии тяготеют к аналитико-обобщенному изложению, к характеру речи и стиля, близкому к научному, другие – очерки, зарисовки, фельетоны – близки по стилю к художественным, хотя насквозь публицистичны.

ЯЗЫК ГАЗЕТЫ

Говоря о газетном стиле, нельзя не упомянуть так называемые газетизмы. К ним относятся языковые явления и единицы, широко

употребляемые именно в газетах и мало или почти неупотребляемые в других речевых сферах, то есть слова приподнятой стилистической окраски, которые несут в себе печать «газетности». Сюда относятся средства, специально образованные в газетной речи. Для газеты характерны новые употребления и значения у ряда слов, не имеющие общеупотребительного характера, однако широко используемые в газете. (Расширение значения слов рубеж, маяк и т.п.)

В целом, газетная лексика неоднородна. Здесь используется большой круг книжных слов, разговорная, даже просторечная лексика, но со специально-стилистическими целями.

Такие слова как - интервью, корреспонденция, передовица, информация, репортаж и т.п., а также интернациональные слова – характерны для газеты. Частота употребления интернационализмов значительно большая, та как именно они могут быть отнесены к газетизмам (маонист, социалист, монополист и т.д.)

Газета рождает и культивирует свою фразеологию. Устойчивые сочетания газетных стандартов нередко переходят в штамп (в ногу с веком). Газетный стиль обнаруживает себя и в области словообразования.

Рассмотрим, какими лингвистическими средствами реализуются две взаимосвязанные функции газетной речи: воздействующая и информационная. Первая, то есть воздействующая осуществляется в новизне значений, возникающая благодаря расширению лексической сочетаемости слов. Эта черта стиля связана со стремлением выразить мысль быстро и экспрессивно.

Для газеты характерны поиски хлестких и метких оценок, употребление метафор, метонимии.

Экспрессивность достигается через использование высокой книжной лексики (дерзание, свершение, через высокочастотную оценочную лексику

(образные эпитеты), через употребление метафорического парафраза, через обновление афоризмов, пословиц, поговорок (что у прессы на языке, то у творцов политики на уме), через категорию собирательности.

РОЛЬ ЗАГОЛОВКА В ГАЗЕТЕ

Особенной экспрессией и специфичностью в газете обладают заголовки, которые одновременно могут выполнять рекламную функцию. Во многом от заголовка зависит то, прочтет ли читатель данную публикацию или не обратит на нее внимания.

Заголовки газеты должны привлечь наибольшее количество читателей, иными словами, обеспечить нормальное функционирование самой газеты. Поэтому заголовки английской газеты прежде всего выделяются своей внешней особенностью – они напечатаны иногда столь крупным шрифтом, что занимают значительную часть полосы.

Заголовки в английской газете представляют собой многоступенчатое изложение основных положений газетной статьи или газетного сообщения.

Языковые особенности заголовков английской газеты обуславливаются их функциональным назначением – кратко изложить содержание заметки в возможно более сенсационном виде. В заголовках опускаются артикли, связочные глаголы, местоимения и т.д. Ограниченность места в какой-то степени определило употребление неперфектных форм глагола. В случае, если глагол употребляется в заголовке в формах длительного вида, опускаются вспомогательные глаголы, часто используется так называемое «Present Historicum», широко используются инфинитивные конструкции.

Не менее характерны и их синтаксические особенности. В заголовках часто используются назывные предложения. Также встречаются такие сложные атрибутивные группы, в которых излагается основное содержание

сообщения. Таким образом, логическое сказуемое или, иначе говоря, основная предикация сообщения выступает в качестве определения, например:

STOP H-BOMB TEST` CALL

Многие заголовки английских и американских газет построены в виде вопросов, которые имеют целью привлечь внимание читающих к содержанию сообщения. Например:

The PERSUER – and PURSUED?

WHAT KIND OF LINE – WHERE?

В английских и американских газетных заголовках иногда даются отдельные слова, словосочетания и предложения из выступления того или иного политического деятеля, например:

LABOUR «THINKING AFRESH»

PLAN FOR GETTING IDEAS

Заголовки английских газет оказывают значительное влияние на общие нормы развития стиля английских газетных сообщений.

8) ОСОБЕННОСТИ ГАЗЕТНЫХ СООБЩЕНИЙ

Сообщения в английской и американской газете делятся на два типа: краткие сообщения (Brief News) и коммюнике (communiqué). Краткие сообщения обычно имеют один заголовок. Наиболее характерной особенностью кратких сообщений является их синтаксическая структура; они состоят большей частью из 1-2, максимум 3 предложений, очень длинных, представляющих собой цепь придаточных предложений с разветвленной системой союзной связи. В таких кратких сообщениях излагается не одна

мысль, а несколько, причем, некоторые из сообщаемых фактов не имеют отношения к основной мысли.

Газетные сообщения характеризуются особым расположением частей высказывания. На первое место выводится та часть, которая по тем или иным причинам считается наиболее важной, на которую делается упор.

Необходимость втиснуть в рамки одного предложения столь разнообразные сведения естественно приводит к использованию разных синтаксических и морфологических форм, обеспечивающих максимальную сжатость высказывания. Отсюда – столь частое употребление инфинитивных оборотов и, в частности, конструкции – «именительный падеж с инфинитивом», которая, как известно, употребляется с такими глаголами, как *to seem, to believe, to appear, to say, to suppose*. Эти глаголы наиболее удобны для того, чтобы передать сообщение, источник которого не всегда надежен. Поэтому краткие сообщения часто изобилуют такими оборотами, как *...is believed to have gone...* или *is supposed to speak*, пассивных конструкций типа: *it was revealed, it was reported* и т.п.

Необходимо отметить еще одну важную особенность стиля газетных сообщений – это отсутствие субъективно-оценочных эмоциональных элементов языка как лексических, так и синтаксических в составе высказывания. Мы здесь не встретим ни инверсий, ни восклицательных предложений, ни умолчаний, ни других средств эмоционального синтаксиса; здесь почти нет эмоциональной лексики – эпитетов, междометий и проч.

Передовой статье отводится особое место в газете. Она нацелена на пропаганду идей партии, к которой она принадлежит. Передовой статье характерен деловой характер. Она продукт коллективного творчества, здесь особенно выражается патетика речи. Передовой статье свойственно открытая оценочность, высокая повторяемость одних и тех же слов, особенно терминов. Научно-деловой характер передовой статьи проявляется в именном строе речи. Теоретическое и аналитико-обобщающее содержание передовицы обнаруживает себя и в синтаксисе.

Стиль репортажа противоположен стилю передовой, но и ему присущи общие черты газетной речи.

В репортаже представлены две тенденции: документализм и второе – живость и эмоциональность рассказа.

Первой тенденцией обусловлена объективная точность и аналитико-обобщенный характер изложения. С действием второй тенденции связаны образность, метафоризм, употребление средств живой разговорной речи.

Публицистичность репортажа проявляется в яркой и открытой оценочности, в реализации категории собирательности.

В ранних английских газетных сообщениях основные сведения помещались в самом начале для привлечения внимания читателя. Они обычно оканчиваются словами вроде I understand I hear.

На заре возникновения английской газеты в ней различие газетной информации и публицистическим стилем выступало значительно резче, чем в настоящее время. Газета содержала лишь голую информацию, новости дня и никак их не комментировала, а журналы наоборот не содержали никакой информации о новостях дня, но помещали комментарии по поводу известий, опубликованных в газете. Это различие значительно стерлось в современной английской газете.

Если первая английская газета была утверждена в 1622 г., то в 1692 существовало уже 26 различных газет и число их росло. Характерно, что вопросы внутренней политики страны освещались очень поверхностно, а вот события внешние подвергались тщательному анализу.

Первоначальные газеты на английском языке состояли из двух страниц по 2 колонки каждая. Затем стали появляться объявления и рекламы. Начиная с XVIII века английская газета приобретает примерно тот вид, который она имеет сегодня.

Для языка английской газеты характерны два стиля: стиль газетных сообщений, заголовков, объявлений и стиль газетных статей. Газетные статьи делятся на передовые и обзоры собственных корреспондентов, критические статьи и фельетоны. Содержанием статей являются животрепещущие события дня и недели.

В зависимости от характера газеты, от содержания самой статьи, от цели, которую ставит автор меняется характер образности и соотношение разговорных и книжных элементов в статье.

Работая над газетой на английском языке, важно извлекать не только фактическое содержание текста, но и понимать отношение газеты к этим фактам, выявлять средства и способы подачи материала.

В современной английской прессе широко употребляются сленг, пословицы, метафоры, метонимия, эпитеты, парафраз, сравнения, гиперболы, слова и фразы, особенно популярные в данное время.

ВЫВОДЫ

Таким образом, проанализировав исследования разных авторов газетного стиля, мы можем сделать следующие выводы об особенностях газетного стиля.

1) экономия языковых средств, лаконичность изложения при информативной насыщенности;

2) отбор языковых средств с установкой на их доходчивость (газета – наиболее распространенный вид массовой информации);

3) использование общественно-политической лексики и фразеологии, переосмысление лексики других стилей (в частности, терминологической лексики) для целей публицистики;

4) использование характерных для данного стиля речевых стереотипов, клише;

5) жанровое разнообразие и связанное с этим разнообразие стилистического использования языковых средств: многозначности слова, ресурсов словообразования (авторские неологизмы), эмоционально-экспрессивной лексики;

6) совмещение черт публицистического стиля с чертами других стилей (научного, официально-делового, литературно-художественного, разговорного), обусловленное разнообразием тематики и жанров;

7) использование изобразительно-выразительных средств языка, в частности средств стилистического синтаксиса (риторические вопросы и восклицания, параллелизм построения, повторы, инверсия и т.д.)

Публицистический стиль как основа газетного текста. Типично-публицистические языковые средства и их употребление в прессе

Публицистический стиль речи представляет собой функциональную разновидность литературного языка и широко применяется в различных сферах общественной жизни: в газетах и журналах, на телевидении и радио, в публичных политических выступлениях, в деятельности партий и общественных объединений. Сюда же следует добавить политическую литературу для массового читателя и документальное кино.

В различных учебниках по стилистике публицистический стиль именовался также газетно-публицистическим, газетным стилем, общественно-политическим стилем. Название "публицистический стиль" представляется более точным, поскольку иные варианты названия более узко определяют сферу его функционирования. Название "газетный стиль" объясняется историей становления данного стиля: его речевые особенности оформились именно в периодических печатных изданиях и прежде всего в газетах. Однако сегодня этот стиль функционирует не только в печатных, но и в электронных средствах массовой информации: его было бы также справедливо назвать "телевизионным" стилем. Другое название - общественно-политический стиль - точнее указывает на тесную связь обсуждаемого стиля с общественной и политической жизнью, но здесь стоит вспомнить, что данный стиль обслуживает и неполитические сферы общения: культуру, спорт, деятельность общественных организаций (экологических, правозащитных и других).

Название публицистического стиля тесно связано с понятием публицистики, которое является уже не лингвистическим, а литературным, поскольку характеризует содержательные особенности относимых к ней произведений.

Публицистика - род литературы и журналистики; рассматривает актуальные политические, экономические, литературные, правовые, философские и другие проблемы современной жизни с целью повлиять на общественное мнение и существующие политические институты, укрепить или изменить их в соответствии с определённым классовым интересом (в классовом обществе) или социальным и нравственным идеалом. Предмет публициста - вся современная жизнь в её величии и малости, частная и общественная, реальная или отражённая в прессе, искусстве, документе". Такое определение дано в "Краткой литературной энциклопедии" (М., 1971 т.6 Стб. 72). Если опустить упоминание о классовом интересе, то данное определение довольно точно отражает место и роль публицистики среди произведений литературы и журналистики, а также позволит нам в дальнейшем понять стилистические особенности публицистических произведений.

В другом энциклопедическом издании мы находим следующее определение:

Публицистика - род произведений, посвящённых актуальным проблемам и явлениям текущей жизни общества. Играет важную политическую и идеологическую роль, влияет на деятельность социальных институтов, служит средством общественного воспитания, агитации и пропаганды, способом организаций и передачи социальной информации. Публицистика существует

в словесной (письменной и устной),

графически изобразительной (плакат, карикатура),

фото- и кинематографической (документальное кино, телевидение),

театрально-драматургической,

и словесно-музыкальной формах.

Публицистика нередко используется в художественных и научных произведениях". ("Советский энциклопедический словарь" М.,1990 С. 1091). Понятия публицистики и публицистического стиля, как видно из этих определений совпадают не полностью. Публицистика - это род литературы, публицистический стиль - функциональная разновидность языка.

Произведения иных стилей могут отличаться публицистической направленностью, например, научные статьи, посвященные актуальным экономическим проблемам. С другой стороны, текст, публицистический по стилю, может оказаться не принадлежащим к данному роду литературы вследствие сугубо информационного характера или неактуальности обсуждаемых проблем.

Публицистические произведения отличаются необыкновенной широтой тематики, они могут касаться любой темы, попавшей в центр общественного внимания, например, технологии проведения водолазных работ. Это, несомненно, сказывается на языковых особенностях данного стиля: возникает необходимость включать специальную лексику, требующую пояснений, а иногда и развёрнутых комментариев.

С другой стороны, целый ряд тем постоянно находится в центре общественного внимания, и лексика, относящаяся к этим темам, приобретает публицистическую окраску. Таким образом, в составе словаря языка формируется круг языковых явлений и единиц, которые, будучи широко употребительными именно в этой сфере, в то же время мало или почти не употребительны в других речевых сферах и тем самым несут на себе печать «газетности». Такие языковые средства принято называть газетизмами.

Среди постоянно освещаемых тем в первую очередь следует назвать политику, информацию о деятельности правительства и парламента, выборах, партийных мероприятиях, о заявлениях политических лидеров. В текстах на эту тему регулярно встречаются такие слова и словосочетания, как:

фракция, коалиция, кандидат, лидер, законопроект, демократы, оппозиция, федерализм, консерватизм, радикалы, предвыборная кампания, парламентские слушания, оживлённая дискуссия, второй тур, избирательный штаб, рейтинг политика, нижняя палата, доверие избирателей, депутатский запрос, парламентское расследование, общественное согласие.

Экономическая тематика также важна для публицистического стиля и её освещение невозможно без таких слов как

бюджет, инвестиции, инфляция, аукцион, арбитраж, аудит, сырьё, лицензирование, банкротство, монополизм, акционерное общество, естественные монополии, рынок труда, таможенные пошлины, курс акций.

В материалах на темы образования, здравоохранения, социальной защиты населения журналисту могут понадобиться следующие обороты:

о вариативность образования, государственная поддержка, зарплата учителей, дистанционное образование, разгрузка школьной программы, обмен студентами, соглашение о научном сотрудничестве, информатизация образования;

о обязательное медицинское страхование, медицинский полис, льготы на лекарства, диагностический центр;

о прожиточный минимум, детские пособия, потребительская корзина, уровень жизни, начисление пенсии, работающий пенсионер.

Информация о состоянии общественного порядка не может быть передана без таких словосочетаний, как:

борьба с преступностью, охрана прав граждан, место происшествия, прокурорская проверка, судебное разбирательство, подписка о невыезде, борьба с незаконным оборотом наркотиков.

В сообщениях о происшествиях, стихийных бедствиях, авариях часто встречаются слова:

ураган, тайфун, землетрясение, наводнение, захват заложников, теракт, стрельба в карауле, столкновение автомобиля с поездом, спасательная операция, тушение пожара, экологическая катастрофа.

Сводки военных корреспондентов содержат слова:

боевик, взрывчатка, фугас, минирование, снайпер, боестолкновение, обстрел, бомбардировка, боевой вылет, тяжёлое ранение, жертвы среди мирного населения, разрушение жилых домов.

Сообщения на международные темы легко отличить по следующим словам и сочетаниям:

переговоры по мирному урегулированию, официальный визит, многосторонние консультации, мировое сообщество, напряжённая обстановка, стратегическое партнёрство, европейская интеграция, миротворческие силы, территориальная целостность, глобальные проблемы.

Названная выше лексика употребляется и в других стилях (научном, официально-деловом). В публицистическом стиле она приобретает особую функцию - создать реальную картину событий и передать адресату впечатления журналиста об этих событиях и отношение к ним. Одни и те же слова звучат по-разному в научной монографии, полицейском протоколе и телевизионном репортаже.

Целью данной работы является исследование языка материалов спортивной тематики в современной российской прессе на примере газеты «Аргументы и факты». Следует отметить, что в постсоветском капиталистическом обществе спорт тесно переплетен с другими сторонами жизни и, прежде всего, с экономикой и политикой. Это находит отражение и в лексике спортивных

публикаций, в которых все чаще встречаются примеры слов и словосочетаний, свойственных вышеназванным сферам деятельности:

рынок, коррупция, взятка, расследование, клевета, чиновники, рабочая сила, импорт, дискуссия, финансировать, индустрия, призовой фонд, пропагандировать, спонсоры и т.д.

В то же время сообщения о спортивных состязаниях, матчах, интервью с представителями мира спорта не обходятся без нижеследующих типичных только для такого рода публикаций слов и выражений:

проигрывать, болельщики, клуб, премьер-лига, регулярный чемпионат, одноклубники, футбольная команда, решающий матч, наградить, настоящее мастерство, стартовый номер, главный тренер, терять очки, судейство, турнирное положение, национальное первенство, переигровка, штрафная площадь, голкипер, чемпионский титул и т.д.

Для публицистического стиля характерно использование оценочной лексики, обладающей сильной эмоциональной окраской, например:

позитивные перемены, энергичный старт, безответственное заявление, твёрдая позиция, подковёрная борьба, прорыв на переговорах, грязные избирательные технологии, злодейское убийство, гнусные измышления, впечатляющее зрелище, тяжелейший кризис, небывалое наводнение, безумная авантюра, наглый налёт, политический спектакль, ангажированная пресса, галопирующая инфляция, казарменный коммунизм, идеологический бульдозер, нравственная холера.

Оценка выражается либо определением к существительному, либо метафорическим наименованием явления.

Проф. Ю.В. Рождественский выделяет две группы стилистических средств в языке средств массовой информации и называет признаваемое и отвергаемое. "В семантическую сферу признаваемого входят все предметы мысли (т.е. лица, документы, организации, события и т.п.), которые считаются позитивными с точки зрения органа информации и риторической позиции текста массовой информации. В семантическую сферу отвергаемого входят все предметы мысли, которые считаются негативными".

Тематическая неограниченность газетно-публицистического стиля определяет необычайную широту и разнообразие его лексики. С этой точки зрения публицистика - наиболее богатая разновидность литературы.

Количество употребляемых слов хотя и показательно для общей характеристики лексики, но не свидетельствует о ее внутренних качествах, о ее богатстве, выразительности. Количество далеко не всегда переходит в качество. Чтобы познать своеобразие лексики, надо определить характер, особенности использования слова в той или иной разновидности речи.

Каждый стиль по-своему распоряжается словом. Так, научная речь стремится ограничить значение слова понятием - четким, очерченным, стабильным, выделить, подчеркнуть понятийное. Разговорная речь отличается наибольшей подвижностью слова, имеющего широкое, слабо дифференцированное, расплывчатое значение. Для слова в художественной литературе характерно обнажение его внутренней формы, заложенной в нем образности. Оно не менее подвижно и гибко, чем в разговорной речи, но подвижность слова предстает как результат творческой деятельности художника, сознательно использующего возможности лексики.

Принципиальное отличие публицистического слова заключается в большой роли в нем эмоционального, приобретающего в рамках газетно-публицистического стиля оценочный характер. Публицистика - это литература по общественно-политическим вопросам современности. Предмет публицистики - жизнь в обществе, политика, экономика - касается интересов каждого человека. А там, где есть интерес, не может быть безразличия, индифферентности. Невозможно бесстрастно писать о том, что

волнует миллионы людей, например, об этнических конфликтах, о ценах и инфляции. Вялые выражения, обтекаемые формулировки здесь просто неприемлемы, невозможны. Необходима оценка социальных, политических явлений, тенденций и процессов. По самой своей сути публицистика призвана активно вмешиваться в жизнь, формировать общественное мнение. Публицист не пассивный регистратор событий, но активный их участник, страстно и открыто отстаивающий идеи, которым он привержен.

Напомним, что газетно-публицистический стиль выполняет функции воздействия и сообщения (информирования). Журналист сообщает о фактах и дает им оценку. Взаимодействие этих двух функций и определяет употребление слова в публицистике. По сравнению с другими функциональными стилями (конечно, кроме художественного и разговорно-бытового), доля средств и способов достижения экспрессивности оказывается в публицистической речи в целом весьма высокой. Не случайно характеристику публицистического стиля обычно ограничивают описанием специфически экспрессивных средств.

Экспрессия газетной речи может осуществляться в разных формах, конечно, не только готовыми внеконтекстуальными языковыми выразительными средствами. Иногда подчеркивают интеллектуальность современной газеты, в противоположность прямой агитационности "в лоб", выражающейся в открытой речевой экспрессивности. Не вполне верно противопоставлять эти два свойства. Следует помнить, что и форма сдержанного, спокойного доказательства способна быть выразительной, т. е. экспрессивной, оказываясь воплощением той же воздействующей функции. В том и состоит стилистическое мастерство пишущего, чтобы, исходя из требований конкретной коммуникации, выбрать наилучшие в данном контексте языковые средства воздействия на читателя.

Стилевая эклектичность языка газеты ставит под сомнение применение самого понятия «функциональный стиль» к этой сфере человеческого общения.

Отмечается, что газета объединяет статьи, различающиеся как по жанровым, так и по стилевым признакам. Однако общая система экстралингвистических факторов, определяющих специфику языка средств массовой информации, а также лингвистические исследования, позволяет говорить о существовании единого функционального стиля газеты. Рассматривая стилевую сторону языка газеты как целостную совокупность стилистико-функциональных явлений, В.Г. Костомаров выделяет единый стилистический конструктивный принцип газеты - диалектическое объединение ее ведущих признаков экспрессии и стандарта, понимаемых в широком смысле слова как оценочные и интеллектуализованные начала в противопоставлении друг другу. Указанные признаки соотносятся с взаимодействием двух ведущих функций газеты: информационной и воздействующей, которые неравномерно распределяются по газетным жанрам и находятся в соответствии с двойственной природой газеты, призванной как информировать, так и убеждать, воздействовать.

Исследование языковых средств газеты свидетельствует о четком размежевании информационных и передовых статей по реализации двух названных функций. Первые по характеру использования языковых средств приближаются к научно-деловому стилю, обладая чертами фактологичности, документальности в передаче информации. Вторые имеют открыто оценочный, ярко публицистический характер и направлены на агитационное воздействие, по определенным параметрам сближаясь с художественной прозой.

Информационный материал составляют статьи, в которых присутствие авторского «я» сведено к минимуму, т.е. нередко даже не указывается фамилия их создателя. Сюда можно отнести материалы, связанные с беспристрастной передачей разного рода событий внутренней и внешней политической жизни, коротких информационных сообщений, коммюнике.

В передовых статьях, наоборот, факторы субъективной оценки оказывают решающее влияние на использование языковых средств, реализующих коммуникативные задачи убеждения, директивности, критического осмысления происходящих событий, т.е. в языке преломляется субъективное стремление коллектива авторов воздействовать на политические,

мировоззренческие позиции «широкого» читателя. Языковые средства приобретают здесь ярко выраженный экспрессивный характер, что особенно отражается на синтаксисе, который направлен на формирование речи логизированной, расчлененной, с резко и ясно обозначенными акцентами.

Как бы промежуточное положение по функциональной направленности занимает в газете большое количество статей, в которых оценочные и интеллектуализованные начала переплетаются, сосуществуют друг с другом, т.е. информация подается с той или иной степенью присутствия авторской позиции, как это имеет место в репортаже, комментарии. Чередование здесь элементов экспрессивного и стандартизированного плана, их переход друг в друга призваны привлечь, поддержать интерес читателя.

Противопоставление информационных и передовых статей не означает, что в первых вообще отсутствует элемент экспрессивности, а вторые представляют собой сплошной поток экспрессивных речевых единиц, теоретический характер носит и противопоставление функций воздействия и сообщения (соответственно стилей «воздействия» и стилей «сообщения»). В широком коммуникативном плане эти две функции, с одной стороны, противопоставлены, с другой - сопоставлены, находятся во взаимодействии друг с другом. В качестве характерного примера стиля «сообщения» обычно приводится научный стиль энциклопедических статей, примером стиля «воздействия» служит язык художественной литературы. Однако едва ли возможно полностью исключить вероятность появления элементов экспрессивного плана в энциклопедических статьях, а интеллектуализованных элементов в языке художественной литературы.

Проводимое противопоставление рассматриваемых стилевых подразделений (информации и передовых статей) является в известной степени относительным еще и потому, что стиль передовой статьи имеет общие признаки не только с художественным языком, но и с научным, характеризуясь чертой аналитичности.

В свою очередь, информационные сообщения характеризуются определенным динамизмом при передаче последовательности событий, что сближает их с языком авторского художественного повествования.

Вместе с тем элементы воздействия (экспрессивно-эмоционально-оценочного плана) в научном стиле всегда выступают как внесения подобно тому, как элементы сообщения в художественном стиле подчинены реализации определенных стилистических задач, в свою очередь, связанных с реализацией общей эстетически воздействующей функции. Присутствие элементов экспрессии не является определяющим фактором и в газетной информации, так же как и «информативность» передовицы подчинена реализации воздействующей функции.

Некоторые исследователи относят к газетному стилю только информационные материалы, которые в свое время послужили основой для создания первых газет. Однако в газетах сегодняшнего дня приоритет получают, по-видимому, именно факторы оценки, воздействия, в чем можно убедиться, читая, в частности, советские газеты или газеты коммунистической прессы капиталистических стран, в которых информационным материалам объективного характера обычно предшествует экспрессивно-эмоционально насыщенная, выдержанная в строго публицистическом тоне передовая статья - «флаг» номера. Функциональная направленность на воздействие языка передовых статей служит благоприятным фактором для раскрытия здесь лингвостилистических ресурсов создания экспрессивности: использования контрастного сочетания элементов книжной и разговорной речи, метафор и других средств создания образности языка, а также большого разнообразия приемов экспрессивного синтаксиса: инверсии, антитезы, параллелизма, повторов, эллипсиса и др. Однако основным источником создания экспрессивности в широком смысле слова является фактор оценочности, выступавший в противопоставлении интеллективному характеру языка информационных сообщений.

В отличие от языка художественной литературы экспрессивность передовой статьи ориентирована на массового читателя, характеризуется социально-коммуникативной направленностью оценочности, а поэтому чертами «открытости», «прозрачности». В языке художественного стиля оценочность имеет индивидуализированную направленность как со стороны автора, так и со стороны получателя информации. Ведущую роль здесь играют фактор контекста, подтекста, художественного замысла произведения.

Воздействующая функция художественного стиля имеет эстетическую ориентацию.

В информационных статьях элементы субъективной оценки не оказывают решающего влияния на использование языковых средств. Единицы языка принимаются здесь обычно в своем прямом номинативном значении, т.е. имеют лишь один уровень понимания - семантический, в то время как в передовых статьях к этому содержательному уровню понимания добавляется уровень дополнительных значений, «коннотаций», приобретаемых в широком контексте или синтагматическом окружении, например функциональных значений директивы, критической оценки, побуждения к действию, призыва и т.п. На первый план при выборе языковых средств в газетной информации выступают факторы нахождения оптимального способа передачи информации, стимулирования к ней интереса читателя. Как и в других газетных жанрах, в информационных материалах возникает необходимость выгодным образом представить сообщение в кратчайший срок и по возможности в сжатом виде. Формы, в которые облекаются речевые сообщения, уже не несут экспрессивно-воздействующей функциональной нагрузки, но должны быть удобны для восприятия и информационно емки.

Таким образом, в газете сосуществуют два качественно различных функциональных единства: тексты передовых статей, ориентированные на социальное воздействие, и тексты информационных сообщений, направленные на передачу однозначной интеллективной информации. Представляется, однако, что отмечаемая особенность свидетельствует не столько о разнотипности языка газеты, сколько о его экстралингвистически «запрограммированной» полифункциональности, направленной в конечном счете на достижение единого функционального эффекта воздействия. Своеобразным источником создания экспрессии служит противопоставление экспрессивно маркированного языка передовых статей на фоне нейтрального интеллективного языка информационных сообщений. Следовательно, принцип диалектического объединения оценочных и интеллектуализованных начал и взаимодействие информационной и воздействующей функций в стиле газеты реализуется в данном случае за счет языковых средств двух описанных выше функционально и жанрово-разнородных текстовых массивов. Важнейшие функции публицистического стиля - информационная

и воздействующая. Информационная функция текстов, относящихся к этому стилю, состоит в том, что авторы таких текстов имеют целью информировать как можно более широкий круг читателей, зрителей, слушателей о значимых для общества проблемах и о взглядах авторов на эти проблемы.

Информационная функция присуща всем стилям речи. Специфика информационной функции в публицистическом стиле заключается в характере информации, её источниках и адресатах.

Телевизионные передачи, газетные и журнальные статьи информируют общество о самых разнообразных сторонах его жизни: о парламентских дебатах, об экономических программах правительства и партий, о происшествиях и преступлениях, о состоянии окружающей среды, о повседневной жизни граждан.

Информация в публицистических текстах не только описывает факты, но и отражает мнения, настроения, содержит комментарии и размышления авторов. Это отличает её от научной информации. Другое отличие связано с тем, что перед публицистическими произведениями не ставится задача полного всестороннего описания того или иного явления, публицист стремится писать, прежде всего, о том, что вызывает интерес у определённых общественных групп, выделяя те стороны жизни, которые важны для его потенциальной аудитории.

Информирование граждан о положении дел в общественно значимых сферах сопровождается в публицистических текстах осуществлением второй важнейшей функции этого стиля - функции воздействия. Цель публициста состоит не только в том, чтобы рассказать о положении дел в обществе, но и в том, чтобы убедить аудиторию в необходимости определённого отношения к излагаемым фактам и в необходимости определённого поведения. Публицистическому стилю присущи открытая тенденциозность, полемичность, эмоциональность, что как раз и вызвано стремлением публициста доказать правильность своей позиции.

Функция воздействия является для публицистического стиля системообразующей, именно она выделяет этот стиль среди других разновидностей литературного языка. Хотя эта функция характерна также для официально-делового и разговорного стиля, на отбор языковых средств она активно влияет именно в текстах публицистических.

Рассмотрим в качестве примера реализации этих функций статью «Наши на Олимпиаде: 22 драгоценные победы» в «Аргументах и фактах» № 9 от 1.03.06 г. Статья информирует о результатах выступлений российских спортсменов на Олимпиаде в Турине. В то же время публикация воздействует на читателя, формируя определённое отношение к позиции высокопоставленных лиц из Олимпийского комитета, которые даже не позаботились о том, чтобы создать соответствующие условия для тренировок будущих чемпионов.

В различных публицистических жанрах, которые будут рассмотрены в дальнейшем, одна из указанных функций может выступать в качестве ведущей, при этом важно, чтобы функция воздействия не вытесняла информационную функцию: пропаганда полезных для общества идей должна опираться на полное и достоверное информирование аудитории.

Кроме информационной и воздействующей, тексты публицистического стиля, конечно же, выполняют и все остальные присущие языку функции:

коммуникативную,

экспрессивную,

эстетическую.

Оглавление

Иноstileвые элементы газетного текста (связь с художественным, научным, разговорным стилями); употребление жаргонизмов, просторечий, аргю

<http://filfucker.ru/glavi/publitsisticheskiy-stil-kak-osnova-gazetnogo-teksta-tipichno-publitsisticheskie-yazikovie-sredstva-i-ich-upotreblenie-v-presse>

Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика

тема диссертации и автореферата по ВАК 10.02.01, кандидат филологических наук Лютая, Анна Алексеевна

ВВЕДЕНИЕ.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКА
ГАЗЕТЫ И ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ.

1.1. Публицистический стиль и его специфика.

1.2. Аспекты изучения газетных заголовков и их признаки.

1.3. Функции заглавий газетных статей.

1.4. Соотношение заголовков и подзаголовков с текстом газетной публикации.

Выводы по

глава 1.

ГЛАВА II. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ ГАЗЕТНЫХ
ЗАГЛАВИЙ.

2.1. Газетные заглавия и структурные схемы простого предложения.

2.2. Заголовки, построенные без участия предикативной формы глагола.

2.3. Газетные заглавия, включающие предикативную форму глагола.

2.4. Явления экспрессивного синтаксиса в газетных заголовках.

Выводы по главе II.

ГЛАВА III. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ.

3.1. Газетный заголовок в стилистическом и прагматическом аспектах.

3.2. Заголовки и категория интертекстуальности.

3.3. Отражение тенденции к усилению экспрессивности в заглавиях
русских газет.

3.4. Информативные и прагматические возможности современного газетного
заголовка (по результатам эксперимента).

Выводы по главе III.

Введение диссертации (часть автореферата)

На тему "Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика"

Исследование газетного заглавия является одной из весьма актуальных проблем в современной лингвистической науке. Природа и сущность заголовка выражаются во взаимодействии явлений разных языковых уровней. Выявление смыслообразующей роли заглавия в составе газетной статьи остается актуальным и важным в наше время, поскольку газетный заголовок, выступая в качестве предтекста, выражает целый ряд различных функций и способен обеспечивать прагматические эффекты разных типов. В условиях современного информационного пространства прагматическая роль газетного заголовка, несомненно, возрастает.

Данное диссертационное исследование носит комплексный характер и включает функционально-стилистический, семантико-грамматический и коммуникативно-прагматический аспекты.

Вопросы, связанные с изучением специфики газетного заголовка, неоднократно привлекали внимание лингвистов. Данная проблематика затрагивалась в трудах, посвященных вопросам соотношения словосочетания и предложения (Попов, 1966; Домашнев, 1989). Специфика заголовка рассматривалась с позиции теории текста (Гальперин, 1981; Кухаренко, 1979; Лазарева, 1989). Функции газетного заголовка изучались в ряде работ: Харченко, 1968; Костомаров, 1971; Швец, 1971; Пешкова, 1985; Ненашев, 1986; Костыгина, 1988; Лазарева, 1989; Манькова, 2000; Сыров, 2002; Григоренко, 2003. Особый интерес представляют труды, в которых заголовок анализировался в соотношении с текстом (Алисултанов, 1985; Нечаев, 1985; Чекенева, 1985; Шмюккер-Бреллер, 1990; Лукин, 1999).

Вместе с тем монографические работы, в которых проводится исследование газетных заголовков, немногочисленны (Хазагеров, 1984;

Долгирева, 2002; Ишмекеева, 2006 и другие) и содержат анализ отдельных аспектов газетного заглавия.

Актуальность дальнейшего изучения структуры, семантики и прагматики газетных заголовков в публицистическом стиле обусловлена следующими причинами: 1) возрастающей ролью данного стиля в современном обществе и теми радикальными изменениями, которые он претерпел в последние десятилетия; 2) повышением прагматической значимости заголовка в условиях современной масс-медийной коммуникации; 3) недостаточной изученностью многих специфических черт данного феномена, в частности вопроса о взаимодействии различных функций газетных заглавий, о соотношении заголовка и подзаголовка и др.

В качестве объекта исследования выступают заглавия статей центральных российских газет. Предметом изучения в нашей работе являются структурно-семантические, функционально-стилистические и коммуникативно-прагматические параметры газетного заголовка.

Цель настоящего исследования состоит в комплексном анализе особенностей заглавия в современных публицистических текстах.

Общая цель работы обусловила постановку следующих задач:

1. Определить место и роль заглавия в современной газетной публицистике.
2. Рассмотреть структурно-семантические особенности заглавия и установить их соотнесенность со структурными схемами предложения.
3. Выявить основные функции заголовков в современной газетной публицистике.

4. Экспериментально изучить соотношение заголовка и подзаголовка газетной статьи, выявить специфику их прагматического воздействия на адресата, исследовать коммуникативно-прагматическую сущность заголовка.

Научная новизна. Выполненная работа представляет собой комплексное исследование феномена газетного заголовка на материале российских газет за 2000 — 2008 годы. Структурно-семантическое описание заголовка в диссертации проведено с учетом его соответствия структурным схемам предложения. В работе выявлены функциональные, прагматические и стилистические особенности заголовков. Экспериментально установлена информационная и прагматическая роль заголовка и подзаголовка как предтекстов газетной статьи на основании показаний информантов.

Теоретическая значимость данного исследования заключается в том, что оно вносит вклад в развитие коммуникативной лингвистики, уточняя и дополняя научные представления о разноаспектных особенностях газетного заглавия - структурных, семантических и прагматических. Анализ многообразных функций современных газетных заголовков дает возможность судить о тенденциях развития публицистического стиля. Теоретические и практические аспекты исследования позволяют прояснить роль заголовка в создании информационного единства текста.

Практическая ценность работы состоит в том, что анализируемый материал сможет в дальнейшем послужить опорной базой создания практического руководства для современных средств массовой информации, которое позволит не только повысить их языковую культуру, но и добиться максимальных результатов в установлении прагматического контакта между адресантом и адресатом. Кроме того, результаты исследования могут найти применение в вузовских курсах функциональной стилистики, спецкурсах, посвященных проблемам прагмалингвистики, анализу языка современной прессы.

Материал исследования. В качестве источников фактического материала были избраны российские газеты "Аргументы и факты",

Завтра", "Известия", "Комсомольская правда", "Литературная газета", 6

Московский комсомолец", "Новая газета", "Российская газета" за 2000-2008 годы. Рассмотренные нами источники являются центральными изданиями российских средств массовой информации, затрагивающими серьезные вопросы и раскрывающими актуальные факты современности. Диссертация строится на основе анализа 5000 карточек-контекстов. Около 2500 контекстов наряду с заголовком содержат подзаголовки.

Методы исследования. Основным методом исследования в работе является описательный, включающий различные приемы изучения фактического материала. С учетом целей, поставленных на разных этапах диссертации, применялись приемы наблюдения, сопоставления, обобщения, количественной обработки данных, а также контекстуальный анализ. Кроме того, нами был проведен эксперимент по изучению восприятия газетных заголовков и подзаголовков информантами (материал анкет представлен в Приложении к диссертации). Анализ результатов эксперимента позволили судить о прагматической направленности газетных заголовков и подзаголовков на адресата.

Теоретической основой диссертации послужили фундаментальные исследования о языке как системе взаимосвязанных элементов, представленные в классических и современных трудах отечественных и зарубежных лингвистов, а также теоретические положения коммуникативной лингвистики, раскрывающие поведение языковых знаков в реальных процессах коммуникации. В работе учитывались фундаментальные исследования в следующих областях:

- функциональная стилистика (Г.О. Винокур, В.В. Виноградов, М.Н. Кожина, В.Г. Костомаров, Ю.А. Бельчиков и др.);

- лингвистическая прагматика (Д.Н. Арутюнова, Е.В. Падучева, Г.П. Грайс, Р.С. Столнейкер, Р. Познер, И.П. Сусов, Н.И. Формановская и др.);

- теория массовой коммуникации (В.Г. Костомаров, Г.Я. Солганик, Л.Р. Дускаева, Е.А. Земская и др.);

- теория текста (И.Р. Гальперин, В.А. Кухаренко, Н.С. Валгина, М. Шмюккер-Бреллер, В.А. Лукин, Н.А. Кожина, Э.А. Лазарева и др.);

- синтаксис (А.М. Пешковский, Н.Ю. Шведова, А.С. Попов, Г.Н. Акимова, В.А. Левицкий, А.П. Сковородников, В.С. Юрченко, Е.А. Покровская и др.).

В данном диссертационном исследовании использован системный подход к объектам изучения: все объекты рассматриваются в их взаимосвязях; устанавливаются интегральные и дифференциальные признаки анализируемых заголовков.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Заглавие как коммуникативная единица в позиции перед текстом является его названием, синтаксически оформленным как предложение с эксплицитно или имплицитно выраженной грамматической предикацией, выполняющее следующие основные функции: номинативную, информативную и рекламную — и соотносимое с подзаголовком газетной статьи. Подзаголовок по сравнению с заголовком всегда характеризуется более высокой степенью эксплицитности выражения, большей информационной емкостью, большей линейной протяженностью и предназначен для дальнейшего развертывания структуры газетного текста.

2. Газетные заглавия строятся по определенным моделям, порожденным общими закономерностями синтаксиса. Часть из них (89%) соотносится со

структурными схемами предложений, выделенными авторами Русской грамматики 1980 г. (заголовки, соответствующие структурным схемам N1; Inf, VGs, УорЪ NrVf, Nr Nb NrPartlKpaxK4). Однако довольно значительный корпус заголовков не соответствует структурным схемам простого предложения и имеет специфические черты, присущие только заглавиям (заголовки, построенные без участия предикативной формы глагола, заголовки экспрессивного типа, не соотносимые с конкретными структурными схемами).

3. Эксплицитная формулировка семантики заглавия дает возможность читателю прогнозировать содержание текста статьи. Эксплицитные заглавия оптимальным образом способны выполнять номинативную, информативную и рекламную функции. Между эксплицитными и имплицитными компонентами семантики текстовых единиц или фрагментов текста существует механизм взаимодействия, который обеспечивает информативную полноценность данных отрезков текста.

4. Современные газетные заголовки широко используют конструкции экспрессивного синтаксиса, дающие возможность автору воздействовать на сознание и эмоции читателя. После прочтения заглавия у реципиентов нередко появляется индивидуальный вариант понимания смысла заголовка и еще не прочитанного текста. С учетом возможного содержания синтаксически экспрессивного заголовка читатель может конструировать смысл статьи, не соответствующий истинному содержанию публицистического текста. Неоднозначные заголовки в подобных случаях заставляют читательскую аудиторию самостоятельно додумывать их смысл.

Апробация. Основные положения диссертации были изложены на XII Региональной конференции молодых исследователей Волгоградской области (Волгоград, 2007), IV Международной научной конференции, посвященной 80-летию саратовских лингвистов В.С. Юрченко и М.В. Черепанова "Предложение и слово" (Саратов, 2007), на научной конференции "Аксиологическая лингвистика: современное состояние и перспективы развития" (Волгоград, 2008). Результаты исследования обсуждались на заседаниях кафедры русского языка и методики его преподавания

Волгоградского государственного педагогического университета (2006-2008) и отражены в публикациях: пяти статьях и тезисах трех докладов.

Структура и краткая характеристика диссертационного исследования. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Во Введении обосновывается актуальность темы исследования; определяются объект, предмет, цель и задачи диссертационной работы, ее научная новизна, теоретическая и практическая значимость, характеризуются методы анализа языкового материала; формулируются положения, выносимые на защиту. В первой главе освещаются теоретические предпосылки изучения заглавий газетных статей в публицистическом стиле: описываются основные признаки газетных заголовков, характеризуются их функции, рассматривается соотношение газетных заголовков и подзаголовков с текстом газетной публикации. Вторая глава посвящена структурно-семантическому анализу особенностей реализации и функционирования заголовка. Здесь газетные заголовки рассматриваются в их соотнесенности со структурными схемами предложения; анализируются явления экспрессивного синтаксиса в заглавиях. В третьей главе рассматриваются прагматические и стилистические особенности заголовков. В данной главе описываются результаты проведенного нами эксперимента. В заключении подводятся итоги исследования. В приложении приводятся диаграммы не вошедшие в основной текст диссертации.

Заключение диссертации

по теме "Русский язык", Лютая, Анна Алексеевна

Выводы по главе III

Воздействие заголовка на читателя может достигаться как методами логически обоснованного убеждения читателя, так и способом эмоционального воздействия на аудиторию. Эффективность возрастает в результате смешанного воздействия.

Любая информация в заголовке должна быть эмоционально-заражающей, а не только содержательно-рационалистической. В заголовке воздействие на читателя может достигаться использованием как экспрессивных, так и нейтральных языковых средств. В процессе репрезентации заглавия, в котором присутствует информативная функция, происходит не только сообщение каких-либо сведений, фактов, но и преследуется достижение некоторой цели, например цели убеждения читателя. Воздействие осуществляется в любом, даже в, казалось бы, чисто информативном тексте, а следовательно, и в информативном заглавии, ибо оно является частью текста. Принцип соотношения стандарта и экспрессии в газетном заглавии базируется на "перемене ролей" информационно-смысловых и эмоционально-воздействующих элементов. За внешней нейтральностью заглавий скрываются авторские оценки, которые формируют мнение читателя и общественное мнение в целом.

В заголовках газетных статей помимо эксплицитно представленного информирования содержится множество механизмов импликации смысла и маскировки коммуникативного авторского намерения. При восприятии заголовка актуализируются индивидуально-личностные смыслы реципиента, сопряженные с его социокультурными и психолингвистическими характеристиками. В настоящее время

126 наблюдается тенденция к построению неоднозначных заглавий, в которых реализуется рекламная функция, так как автору газетной статьи кажется наиболее важным "зажечь" читателя, дать заряд к прочтению всей статьи целиком. И донести смысл заголовка лишь после того, как статья прочитана.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Человечество вошло в третье тысячелетие новой эры в период, когда в мире происходят сложные глубинные процессы. Социологи дают различные характеристики нашему времени, одна из них определяет его как Век Информации. Идёт процесс стремительного насыщения общества информацией, возрастает ее роль в жизни каждого человека, каждого

государства и человечества в целом. В нашу эпоху информация стала действительно массовой, способной воздействовать на общественную деятельность людей, что осуществляется не непосредственно, а через сознание людей, точнее, через формирование общественного мнения.

Публицистический стиль в последние десятилетия и является одной из наиболее динамично развивающихся функциональных разновидностей современного литературного языка и претерпевает значительные изменения. Говоря о тенденциях рассматриваемого стиля, необходимо отметить резкое снижение степени регламентированности и стандартизированности публицистических текстов. На сегодняшний день газета влияет на характер ценностей, изменяет установки, модели поведения и восприятия действительности; она формирует мифы и стереотипы. Читатель перерабатывает полученную из газет информацию, сортирует ее по степени важности и необходимости, и происходит это уже при восприятии заголовка как элемента макротекста.

Особенность заглавий (и соответственно материалов) таких газет, как "Завтра", "Новая газета", "Российская газета" состоит в разработке общечеловеческих тем, идей социальной справедливости. Для заглавий "Литературной газеты" характерно обозначение основных событий в области политики, экономики и культуры, а в публицистики — их скрупулёзный анализ. Такие издания, как "Московский комсомолец",

128

Комсомольская правда", "Аргументы и факты" нередко используют заголовки сенсационного характера: информация о событиях в России и за рубежом, политика, культура, экология, социальные проблемы. Газета "Московский Комсомолец" освещает в заглавиях новости, обзоры политической и культурной жизни, скандалы и происшествия.

Заголовок - квинтэссенция текста с его характерными признаками - оригинальностью и броскостью. Заголовок способен вызвать у читателя как

позитивные, так и негативные чувства, что обуславливает разные установочные или когнитивные последствия. Привлечь внимание читателя, заинтересовать его и вызвать у него желание продолжать чтение — главная функция заголовков современных средств массовой информации. В настоящее время заголовки характеризуются выразительными языковыми и стилистическими средствами; средствам массовой информации требуется всё больше экспрессивных, привлекающих внимание заглавий. Все это приводит к возникновению новой формы выражения газетных заглавий в них, усиливается личностное начало, а также наблюдается тенденция к экспрессивизации речи.

В синтаксическом отношении заглавия строятся по определенным моделям, порожденным общими закономерностями синтаксиса. Часть из них (89%) соотносится со структурными схемами предложений, выделенными авторами Русской грамматики 1980г. (заголовки, соответствующие структурным схемам Nj, Inf, Vf3S, Vopi, NrVf, Nr Nb Nr Part i кратк.ф.) • Однако довольно значительный корпус заголовков имеет свои специфические, своеобразные черты, отсутствующие в общем синтаксисе литературного языка, особенности, присущие прежде всего заглавиям (заголовки, построенные без участия предикативной формы глагола, заголовки экспрессивного типа, не соотносимые с конкретными структурными схемами). Важно отметить наблюдаемую тенденцию к усилению степени информативности за счет использования нескольких простых предложений следующих друг за другом.

Эксплицитная формулировка заглавия дает возможность читателю прогнозировать содержание текста статьи, представить образ субъекта и образ результата действия. Эксплицитные заглавия могут выражать номинативную, информативную и рекламную функции. Однако на первое место чаще всего выдвигается информативная. В то время как в имплицитных заглавиях, выполняющих перечисленные выше функции, примарной становится рекламная функция.

Экспрессивный синтаксис дает возможность автору заголовка воздействовать на сознание и эмоции читателя. После прочтения заглавия у каждого реципиента появляется индивидуальный вариант понимания смысла заголовка и еще не прочитанного текста. С учетом возможного содержания

синтаксически экспрессивного заголовка, читатель может выявлять смысл статьи, резко противоположный истинному содержанию статьи. Неоднозначные заголовки в таком случае заставляют читательскую аудиторию самостоятельно додумывать их смысл.

Воздействие заголовка на читателя может достигаться как методами логически обоснованного убеждения читателя, так и способом эмоционального воздействия на аудиторию. Эффективность возрастает в результате смешанного воздействия. Любая информация в заголовке должна быть эмоционально-заражающей, а не только содержательно-рационалистической. В заголовке воздействие на читателя может достигаться использованием как экспрессивных, так и нейтральных языковых средств. В ходе подачи заглавия, в котором присутствует информативная функция, происходит не только сообщение каких-либо сведений, фактов, но и преследуется достижение некоторой цели, например цели убеждения читателя в достоверности передаваемой информации и газетном заголовке. Воздействие осуществляется в любом,

130 даже в, казалось бы, чисто информативном тексте, а следовательно, и в информативном заглавии, ибо оно является частью текста.

Принцип соотношения стандарта и экспрессии в газетном заглавии базируется на "перемене ролей" информационно-смысловых и эмоционально-воздействующих элементов. Такое соотношение помогает осуществлению главных функций газетного заголовка: информативной и экспрессивной, обеспечивая передачу информации читателю и надежность связи с аудиторией.

Основной смысл заголовочной конструкции переходит в общий смысл текста газетной публикации. Между заглавием и текстом существуют проспективно-ретроспективные связи. Название имеет двустороннюю сущность и, как правило, позволяет прогнозировать содержание публикации. Заголовок выражает основной замысел, идею текста и всегда находится в сильной позиции по отношению к тексту. Подзаголовки, как факультативные элементы, играют важную роль в создании интегрированного единства

текста. Сочетание заголовка и подзаголовка газетной статьи составляет единую стилистико-композиционную систему подачи информации. Через эту систему проходит тематический стержень, который состоит из ключевых слов, конкретизирующих и развивающих основную тему. Это создает целенаправленное воздействие на читателя и обеспечивает усвоение информации до прочтения основного текста статьи.

Подзаголовок является компонентом статьи, который отсылает читателя к тексту и программирует сеть ассоциаций. Интеграция подзаголовка с заглавием может привести к упрощению или усложнению смысла статьи. Смысл подзаголовка усложняется за счет включения его в семантическую и прагматическую структуру заглавия и основного текста. Таким образом, подзаголовок как бы обращен к двум элементам, имеет двоякую направленность (на заголовок и текст статьи). Тем не менее, подзаголовок занимает автономную позицию, служит средством выражения авторских интенций, прагматической установки автора. Подзаголовок характеризуется большей информационной емкостью по сравнению с заглавием, большей линейной протяженностью и предназначен для развертывания структуры газетного текста.

Таким образом, за внешней нейтральностью заглавий и подзаголовков скрываются авторские оценки, которые формируют мнение читателя и общественное мнение в целом. В заголовках газетных статей помимо эксплицитно представленного информирования содержится множество механизмов импликации смысла и маскировки коммуникативного авторского намерения.

При восприятии заголовка актуализируются индивидуально-личностные смыслы реципиента, сопряженные с его социокультурными и психолингвистическими характеристиками. Проведенный эксперимент доказал данное положение, а также позволил выделить основные характеристики трех групп испытуемых. Интересы и информационные запросы читателей сильно различаются. Для первой группы информантов (студенты) характерен интерес к вопросам политической и культурной жизни России. Для второй группы (работающие) актуальными являются вопросы экономики, банковского дела, законотворчества. Для респондентов пожилого

возраста интересны все темы представленных статей. Заголовки интригующего типа, выражающие рекламную функцию, в равной мере интересны всем группам испытуемых.

Заголовок может привлечь внимание или оставить равнодушным. Это происходит, когда читатель получил необходимую информацию из заголовка или подзаголовка. Результаты проведенного эксперимента показали, что заглавия, в которых реализуется информативная функция, пониматься реципиентами однозначно и может иметь неоднозначный смысл, как при предъявлении синтаксически экспрессивных заглавий, где на первое место выдвигается рекламная функция, информанты испытывали затруднения при ответе на вопрос, о чем идет речь в тексте газетной публикации.

Анализ ответов информантов — носителей русского языка — позволяет значительно расширить знания об особенностях восприятия заглавий индивидами. Из-за смысловой неполноты газетного заголовка читатель пытается восстановить пропущенные компоненты и извлечь дополнительную информацию о содержании публикации, опираясь на собственные фоновые знания, опыт конкретного носителя языка.

Проведенное исследование дает основание говорить о следующих тенденциях в развитии публицистического стиля и русского языка в целом. Одной из важнейших тенденций является усиление информативности, что проявляется в использовании подзаголовков, а также в выборе и употреблении различных заглавий с высокой степенью информативности. Тенденция к эскалации экспрессии находит воплощение в регулярном использовании различных структур экспрессивного синтаксиса. Тенденция к диалогичности проявляет себя в заголовках, выражающих различные точки зрения на проблему и содержащих маркеры диалогичности.

Подводя итоги, скажем, что важность заголовка в плане воздействия на читателя определяется тем, что данный элемент текста занимает сильную позицию. С точки зрения психолингвистики, заголовку, как набору ключевых слов, отводится роль "смысловых век", сопутствующих пониманию текста с

включением эмоционально-оценочного компонента и пробуждению читательского интереса к публикуемому материалу.

Список литературы диссертационного исследования

кандидат филологических наук Лютая, Анна Алексеевна, 2008 год

1. Азнаурова, Э.С. Прагматика художественного слова Текст. / Э.С. Азнаурова. Ташкент, 1988. - 121 с.
2. Акимова, Г.Н. Новое в синтаксисе современного русского языка Текст. / Т.Н. Акимова. М., 1990. - 168 с.
3. Алисултанов, А.С. Именованное как ключевое слово Текст. / А.С. Алисултанов // Вестник Московского университета. 1985. - №3. - С. 73-79.
4. Апресян, Ю.Д. Идеи и методы современной структурной лингвистики (краткий очерк) Текст. / Ю.Д. Апресян. М., 1966. — 302 с.
5. Арнольд, И.В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность Текст. / Ред. И.В. Арнольд. Сборник научн. статей // Под ред. Т.Е. Бухаркина. — СПб., 1999.-444 с.
6. Арутюнова, Н.Д. Истоки, проблемы и категории прагматики Текст. / Н.Д. Арутюнова, Е.В. Падучева // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. М., 1985. — С. 3-24.
7. Арутюнова, Н.Д. Пропозиция Текст. / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990. — С. 401.
8. Балли, Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка

9. Текст. / Шарль Балли. М., 1955. - 416 с.1

10. Барлас, Л.Г. Составные названия художественных произведений Текст. / Л.Г. Барлас // Фразеологическая номинация. Особенности семантики фразеологизмов: Межвуз. сб. науч. тр. 1989. - С. 80-89.

11. Басовская, Е.Н. Обезглавливание через озаглавливание Текст. / Е.Н. Басовская // Русская речь. 2003. - №4. - С. 56-62.

12. Басовская, Е.Н. Риторические вопросы в современной публицистике Текст. / Е.Н. Басовская // Русская речь. 2004. - №1. — С. 57-63.

13. Бельчиков, Ю.А. Анализ языка и стиля публицистических произведений Текст. / Ю.А. Бельчиков. М., 1962.

14. Бельчиков, Ю.А. Стилистика и культура речи Текст. / Ю.А. Бельчиков. М., 2000. - 160 с.

15. Блисковский, З.Д. Название всегда важно Текст. / З.Д. Блисковский. -М., 1962.-52 с.

16. Боева, Е.Д. Прагматические параметры средств невербальной коммуникации (на материале русского, немецкого и французского языков и культур): автореф. дис. . канд. филол. наук Текст. / Е.Д. Боева. — Краснодар, 2000. 24 с.

17. Болотнова, Н.С. Об основных понятиях и категориях коммуникативной стилистики текста Текст. / Н.С. Болотнова // Вестник РГНФ. -2001. -№3. С. 123-133.

18. Борисова, Е.Г. и др. Имплицитная информация в рекламе и пропаганде Текст. // Имплицитность в языке и речи. Под ред. Е.Г. Борисовой, Ю.С. Мартемьянова. М., 1999. - С. 145-152.
19. Борисова, С.А. Пространство. Человек. Текст Текст. / С.А. Борисова. Ульяновск, 2003.
20. Буженик, Ф.К. Типы номинативных предложений в современном русском языке Текст. / Ф.К. Буженик. Л., 1958.
21. Валгина, Н.С. Синтаксис современного русского языка Текст. / Н.С. Валгина. -М., 1991.
22. Валгина, Н.С. Теория текста Текст. / Н.С. Валгина. М., 2004. - 280 с.
23. Виноградов, В.В. Избранные труды: Лексикология и лексикография Текст. / В.В. Виноградов. М., 1955. - 312 с.
24. Виноградов, В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика Текст. / В.В. Виноградов. М., 1963. - 252 с.
25. Винокур, Г.О. О задачах истории русского языка Текст. / Г.О. Винокур // Винокур Г.О. Избранные работы по русскому языку. М., 1959. - 492 с.
26. Витгенштейн, Л. Логико-философский трактат Текст. / Л. Витгенштейн//Логос. 1999 (13). -№3. С. 147-173.

27. Воспитательные функции средств массовой коммуникации Текст. // Сборник науч. тр. / Ред. В.С. Хелемендик, Л.С. Школьник. М.: АПН СССР, 1990.
28. Галкина-Федорук, Е.М. Об экспрессивности и эмоциональности в языке Текст. / Е.М. Галкина-Федорук // Сборник статей по языкознанию. -М., 1958. С. 103-124.
29. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования Текст. /И.Р. Гальперин. -М., 1981. 140 с.
30. Гальперин, И.Р. Stylistics Текст. / И.Р. Гальперин. М., 1981. - 334 с.
31. Гайкова, О.В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации (на материале английского языка): автореф. дис. . канд. филол. наук Текст. / Гайкова Ольга Вячеславовна. — Волгоград, 2003. — 19 с.
32. Гвоздев, А.Н. Современный русский литературный язык Текст. / А.Н. Гвоздев. Ч. II. Синтаксис. М., 1958. - 301 с.
33. Гиршман, М.М. Еще о целостности литературного произведения Текст. / М.М. Гиршман // Известия АН СССР. 1979. - №5. - С. 449-457.
34. Голованевский, А.Л. Оценочность и ее отражение в политическом и лексикографическом дискурсах (на материале русского языка) Текст. / А.Л. Голованевский // НДВШ. Филологические науки. 2002. №3. - С. 7887.
35. Головин, Б.Н. Основы культуры речи Текст. / Б.Н. Головин. — М., 1980.- 320 с.

36. Горина, Е.В. Газета в аспекте речевого воздействия на личность: автореф. дис. . канд. филол. наук Текст. / Евгения Владимировна Горина. Екатеринбург, 2004. - 20 с.

37. Грайс, Г.П. Логика и речевое общение Текст. / Г.П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. Вып.16. — М., 1985. — С. 217-237.

38. Грачев, М.А. В погоне за эффектом. Блатные слова на газетной полосе Текст. / М.А. Грачев // Русская речь. 2001. №5. - С. 58-62.

39. Гудков, Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации Текст. / Д.Б. Гудков. М., 2003. - 286 с.

40. Дамм, Т.И. "Комические крохотки" в современной российской газете Текст. / Т.И. Дамм // Международная конференция "Журналистика и культура русской речи на переломе тысячелетий". Рабочие материалы. — М., 2002. С. 25-26.

41. Дамм, Т.И. Малоформатные комические речевые жанры современной российской газеты (лингвостилистический аспект): автореф. дис. . канд. филол. наук Текст. / Татьяна Ивановна Дамм. — Кемерово, 2003.-31 с.

42. Дегтева, Е.В. Оценочное слово в языке газеты Текст. / Е.В. Дегтева, М.А. Ягубова // Вопросы стилистики: Межвуз. сб. науч тр. Саратов, 1999. — Вып. 28: Антропоцентрические исследования. — С. 192-204.

43. Долгирева, А.Э. Газетный заголовок в прагмалингвистическом аспекте: автореф. дис. . канд. филол. наук Текст. / Альбина Эдуардовна Долгирева. Таганрог, 2002. — 25 с.

44. Домашнев, А.И. Интерпретация художественного текста Текст. / А.И. Домашнев, И.П. Шишкина, Е.А. Гончарова. — М., 1989. — 195 с.
45. Дускаева, Л.Р. Диалогичность газетных текстов 1980-1990 гг.: автореф. дис. . канд. филол. наук Текст. / Лилия Рашидовна Дускаева -Пермь, 1995.
46. Дускаева, Л.Р. Диалогичность современных газетных текстов в аспекте речевых жанров Текст. Л.Р. Дускаева. Пермь, 2004. - 112 с.
47. Ермоленко, С .Я. Семантико-синтаксическая доминанта функционального стиля Текст. / С.Я. Ермоленко // Функциональная стилистика: теория стилей и их языковая реализация. — Пермь, 1986.
48. Жинкин, Н.И. Речь как проводник информации Текст. / Н.И. Жинкин. М., 1982. - 159 с.
49. Задорожнева, Е.В. Сочетаемость компонентов антонимо-синонимических блоков (на материале существительных, прилагательных, наречий русского языка): автореф. дис. . канд. филол. наук Текст. / Задорожнева Елена Владимировна. Волгоград, 2007.
50. Земская, Е.А. Клише новояза и цитация в языке постсоветского общества Текст. / Е.А. Земская // Вопросы языкознания. — 1996. — №3. С. 23-31.
51. Зильберт, Б.А. Газетный заголовок индикатор новаций в языке газеты Текст. / Б.А. Зильберт // Функционирование языковых единиц в разных речевых сферах: факторы, тенденции, модели. — Волгоград, - 1995.

52. Ильин, И.П. Стилистика интертекстуальности: теоретические аспекты Текст. / Ильин И.П. // Проблемы современной стилистики. Сборник научно-аналитических трудов. М., 1989. С. 186-207.

53. Ионова, С.В. Эмотивность текста как лингвистическая проблема: автореф. дис. . канд. филол. наук Текст. / Светлана Валентиновна Ионова. Волгоград, 1998. - 197 с.

54. Ипполитова, Н.Б. Изобразительно-выразительные средства в публицистике Текст. / Н.Б. Ипполитова. — Саранск, 1988. — 79 с.

55. Ишмекеева, Т. Н. Сегментированные конструкции в современном русском языке: на материале газетных заголовков: автореф. дис. . канд. филол. наук Текст. / Татьяна Николаевна Ишмекеева. — Волгоград, 2006.

56. Кабачки, В.В. Прагматика иноязычия Текст. / В.В. Кабачки // Прагматический аспект предложения и текста: Межвуз. сб. научн. тр. — JL, 1990.-С. 30-41.

57. Карабань, Н.А. Коммуникативно-прагматические аспекты реализации категории вежливости в официально-деловом стиле русского языка: автореф. дис. . канд. филол. наук Текст. / Наталья Александровна Карабань. Волгоград, 2006. - 232 с.

58. Караулов, Ю.Н. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть Текст. / Ю.Н. Караулов. -М., 1999. 180 с.

59. Качаев, Д.А. Социокультурный и интертекстуальные компоненты в газетных заголовках (на материале российской прессы 2000-2006 гг.) автореф. дис. . канд. филол. наук Текст. / Денис Александрович Качаев. — Ростов-на-Дону, 2007. — 75 с.

60. Ким, М.Н. Жанры современной журналистики Текст. / М.Н. Ким. -СПб., 2004. 335 с.

61. Клушина, Н.И. В какие игры мы играем Текст. / Н.И. Клушина // Русская речь. 2003. - № 1. - С. 51 -54.

62. Клушина, Н.И. Язык публицистики: константы и переменные Текст. / Н.И. Клушина // Русская речь. 2004. - №3. - С. 51-54.

63. Кожин, А.Н. и др. Функциональные типы русской речи Текст. / А.Н. Кожин, О.А. Крылова, В.В. Одинцов. -М., 1982.-223 с.

64. Кожина, М.Н. Стилистика русского языка Текст. / М.Н. Кожина. — М., 1993.

65. Кожина, М.Н. Взаимоотношение стилистики и смежных дисциплин Текст. / Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М., 2003. С. 25-33.

66. Кожина, Н.А. Заглавие художественного произведения: структура, функции, типология: (на материале русской прозы XIX-XX вв.): автореф. дис. . канд. филол. наук. Текст. / Наталья Александровна Кожина. М., 1986.

67. Кожина, Н.А. Нечто большее, чем название Текст. / Н.А. Кожина // Русская речь. 1984. - №6. - С. 26-31.

68. Колокольцева, Т.Н. О диалоге, диалогичности и типах диалогических дискурсов Текст. / Т.Н. Колокольцева // Вестник Волгоградского

государственного университета. Серия 2, Филология. Выпуск 4. Волгоград, 1999.

69. Колокольцева, Т.Н. Специфические коммуникативные единицы диалогической речи Текст. / Т.Н. Колокольцева. — Волгоград., 2001. — 258 с.

70. Кондратов, П.В. Эффективность средств массовой информации и пропаганды, пути ее дальнейшего повышения (теория и опыт исследования) Текст. / П.В. Кондратов. Хабаровск. — 1979.

71. Кормилицына, М.А. Полемичность текстов современных газет: ее организация и средства выражения Текст. / М.А. Кормилицына //140

72. Проблемы речевой коммуникации: Межвузовский сб. науч. тр. / Под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. Саратов, 2006. — Вып. 6. С. 5565.

73. Костомаров, В.Г. Наш язык в действии. Очерки современной русской стилистики Текст. / В.Г. Костомаров. М., 2005. - 288 с.

74. Костомаров, В.Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики Текст. / В.Г. Костомаров. — М., 1971.-271 с.

75. Костомаров, В.Г. Языковой вкус эпохи Текст. / В.Г. Костомаров. — М., 1994.-246 с.

76. Костыгина, С.И. Функции заголовка в речевом произведении научно-популярного стиля Текст. / С.И. Костыгина II Организация речевого произведения и его составляющих. — Челябинск. 1988. С. 45-51.

77. Кочеткова, Т.В. Публицистический стиль Текст. // Функциональные стили и формы речи / Под ред. О.Б. Сиротининой. Саратов, 1993. — С. 65-99.

78. Кошечкина, И.Г. Название как кодированная идея текста Текст. / И.Г. Кошечкина // Иностранные языки в школе. — 1982. — №2. — С. 66-79.

79. Красных, В.В. "Свой" среди "чужих": миф или реальность? Текст. / В.В. Красных. -М., 2003. 375 с.

80. Крикунов, Ю.А. Сила газетного слова Текст. / Ю.А. Крикунов. -Алматы, 1980.

81. Крестева, Ю. Бахтин, слово, диалог и роман Текст. / Ю. Крестева // Диалог. Карнавал. Хронотоп. 1993. - №3. - С. 5-6.

82. Крестева, Ю. Разрушение поэтики Текст. / Ю. Крестева //Французская семиотика. От структурализма к постструктурализму / Пер. с фр. и вступ. ст. Г.К. Косикова. — М., — 2000. — 536 с.

83. Крысин, Л.П. Эвфемистические способы выражения в современном русском языке Текст. / Л.П. Крысин // Русский язык в школе. — 1994. — №5.-С. 76-82.

84. Кубрякова, Е.С. Общие замечания о моделях порождения речи и путях вербализации мысли в речепорождающем процессе Текст. / Е.С. Кубрякова // Роль человеческого фактора в языке. Язык и порождение речи.-М., 1991.-С. 21-79.

85. Кудрявцева, Л.А. Моделирование экспрессивно-прагматического содержания в текстах газетной коммуникации Текст. / Л.А. Кудрявцева // Семантика языковых единиц. — Т.2. М., 1988.
86. Кудрявцева, Л.А. Роль языка средств массовой информации в развитии общенационального языка Текст. / Л.А. Кудрявцева, Л.П. Дьяченко, А.А. Черненко и др. // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. 2004. - №5. - С. 49-57.
87. Кухаренко, В.А. Интерпретация текста Текст. / В.А. Кухаренко. — М, 1988.-192 с.
88. Лазарева, Э.А. Заголовок в газете Текст. / Э.А. Лазарева. -Свердловск, 1989. — 96 с.
89. Лазарис, Т.Н. К вопросу о синтаксической вариантности (на материале сложноподчиненного предложения современного английского языка) Текст. / Т.Н. Лазарис // Филологические науки. 1971, №3. - С. 4751.
90. Левицкий, Ю.А. Основы теории синтаксиса Текст. / Ю.А. Левицкий. М., 2002. - 236 с.
91. Лукин, В.А. Художественный текст Текст. / В.А. Лукин. М., 1999.
92. Лукьянова, Н.А. О соотношении понятий экспрессивность, эмоциональность, оценочность Текст. // Актуальные проблемы лексикологии и словообразования. — Вып.V —Новосибирск, 1976.
93. Лысакова, И.П. Язык газеты: социолингвистический аспект Текст. / И.П. Лысакова. Л., 1981. - 102 с.

94. Максимов, Л.Ю. Присоединение, парцелляция и текст Текст. / Л.Ю. Максимов // Русский язык в школе. 1996. - №4. - С. 80-91.

95. Манькова, Л.А. Лингвистическая типология газетных заголовков (90-е годы XX века): автореф. дис. . канд. филол. наук Текст. / Лариса Анатольевна Манькова. М., 2000. — 20 с.

96. Матвеева, Т.В. Лексическая экспрессивность в языке Текст. / Т.В. Матвеева. Свердловск, 1986.

97. Москвин, В.П. Стилистика русского языка. Теоретический курс Текст. / В.П. Москвин. Волгоград, 2005. 640 с.-559 с.

98. Москвин, В.П. Тропы и фигуры: параметры общей и частных классификаций Текст. / В.П. Москвин // Филологические науки. 2002. — №4. С. 75-85.

99. Москвин, В.П. Цитирование, аппликация, парафраз: к разграничению понятий Текст. / В.П. Москвин // Филологические науки. 2002. -№1.- С. 63-70.

100. Мур, И. Влияние бурного развития СМИ на русский язык Текст. / И. Мур // Вопросы филологии. 2002. - №1 (10). - С. 36-41.

101. Муравьева, Н.В. Коммуникативные стратегии журналиста: что такое непонятный текст и как сделать его понятным Текст. / Н.В. Муравьева. — М., 1998.

102. Немищенко, Г.П. Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: проблемы, тенденции развития Текст. / Г.П. Немищенко // Вопросы языкознания. 2001. - №1. - С. 98-115.

103. Ненашев, М.Ф. Газета, читатель, время Текст. / М.Ф. Ненашев. — М., 1986.- 160 с.

104. Нечаев, Л.Г. К специфике восприятия и функционирования однословных названий текстов Текст. // Психологические механизмы порождения и восприятия текста. Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца. М.,- 1985.-С. 176-185.

105. Новиков, А.Л. О контекстуальном смысле слова Текст. / А.Л. Новиков // Филологические науки. — 2002. №5. - С. 82-87.

106. Новое в зарубежной лингвистике Текст. Выпуск XVI Лингвистическая прагматика / Под ред. Е.В. Падучевой. М., 1985. - 500 с.

107. Ноздрина, Л.А. Заглавие текста Текст. / Л.А. Ноздрина // Грамматика и смысловые категории текста. Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца.-М., 1985.-С. 176-185.

108. Овсянико-Куликовский, Д.Н. Синтаксис русского языка Текст. / Д.Н. Овсянико-Куликовский. — СПб., 1912.

109. Падучева, Е.В. Семантические исследования (Семантика времени и вида в русском языке; Семантика нарратива) Текст. / Е.В. Падучева. М., 1996.-464 с.

110. Петрушина, М.В. Семантико-прагматические функции высказываний с модальным значением неодобрения Текст. / М.В. Петрушина // Филологические науки. 2003. — №5. - С. 58-67.

111. Пешкова, Н.П. Конституирующая функция заглавия Текст. / Н.П. Пешкова // Лингвистический анализ текста. — Иркутск, 1985. С. 9-13.

112. Пешковский, А.М. Методика родного языка, лингвистика, стилистика, поэтика Текст. / А.М. Пешковский. Л., 1925.

113. Пешковский, А.М. Русский синтаксис в научном освещении Текст. / А.М. Пешковский. М., 1956.

114. Подлесская, В.И. Импликативные конструкции: некоторые проблемы типологической классификации Текст. / В.И. Подлесская // Вопросы языкознания. 1995. - №6. - С. 77-84.

115. Подчасов, А.С. Дезориентирующие заголовки в современных газетах Текст. / А.С. Подчасов // Русская речь. 2000. - №3. - С. 52-55.

116. Покровская, Е.В. Динамика русского синтаксиса в XX в.: лингвокультурологический анализ Текст. / Е.В. Покровская. — Ростов-на-Дону, 2001.

117. Покровская, Е.В. Газета в современной культурно-речевой ситуации Текст. / Е.В. Покровская // Русская речь. 2005. - № 5. - С. 69-77.

118. Покровская, Е.В. Понимание современного газетного текста и его языковые характеристики: автореф. дис. док. филол. наук Текст. / Елена Васильевна Покровская. М., 2004. — 43 с.

119. Попов, А.С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и ее развитие Текст. / А.С. Попов // Развитие синтаксиса современного русского языка. -М., 1966. С. 95-166.

120. Пронин, Е.И. Текстовые факторы эффективности журналистского воздействия Текст. / Е.И. Пронин. М., 1981. 158 с.

121. Пэн, Д.Б. Слово и тема в газете: (Опыт анализа лексико-тематических структур) Текст. / Д.Б. Пэн // Российский журнал. 1999. -№2.-С. 97-100.

122. Романова, Т.В. Заглавие как сильная позиция в концептуальной структуре текста Текст. / Т.В. Романова // Теория языкознания и русистика. Нижний Новгород, 2001. - С. 269-272.

123. Ронгинский, В.М. Синтаксические модели заголовков и их использование в различных стилях речи Текст. / В.М. Ронгинский. — Киев, 1965.

124. Русская грамматика. Под ред. Н.Ю. Шведовой Том II. Синтаксис Текст. М., 1980.

125. Русский язык конца XX столетия (1985-1995) Текст. / Под ред. Е.А. Земской. М., 1996. - 480 с.

126. Сандажиева, С. А. Основные структурно-семантические и прагматические характеристики заголовка коротких рассказов (на материале англоязычной прозы): автореф. дис. . канд. филол. наук Текст. / Сандажиева Светлана Александровна. Пятигорск, 1994.

127. Сафонов, А.А. Стилистика газетных заголовков Текст. / А.А. Сафонов // Стилистика газетных жанров / Под ред. Д.Э. Розенталя. М., 1981.

128. Санников, В.З. Каламбур как семантический феномен Текст. / В.З. Санников // Вопросы языкознания. — 1995. №3. - С. 56-59.

129. Сгалл, П. Значение, содержание и прагматика Текст. / П. Сгалл // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. -М., 1985.-С. 384-398.

130. Сиротинина, О.Б. Стилистика как наука о функционировании языка Текст. // О.Б. Сиротинина. Основные понятия и категории лингвостилистики. Пермь, 1982.

131. Сковородников, А.П. О соотношении понятий "парцелляция" и "присоединение" Текст. / А.П. Сковородников // Вопросы языкознания. - 1978. -№1.- С. 118-129.

132. Сковородников, А.П. О функциях парцелляции в современном русском литературном языке Текст. / А.П. Сковородников // Русский язык в школе. 1980. - №5. - С. 86-91.

133. Сковородников, А.П. Фигуры речи в современной российской прессе Текст. / А.П. Сковородников // Филологические науки. 2001. - № 3. - С. 74-80.

134. Солганик, Г.Я. О языке газеты Текст. / Г.Я. Солганик. — М., 1968. -47 с.

135. Стельмашук, А. Диалогизация и способы ее реализации в различных речевых сферах современного русского языка (художественная и научная проза): Дис. . д-ра филол. наук Текст. / Стельмашук А. СПб., 1993. -429 с.

136. Стилистика газетных жанров Текст. / Под ред. Д.Э. Розенталя. — М., 1981.

137. Столнейкер, Р.С. Прагматика Текст. / Р.С. Столнейкер. // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. М., 1985. С. 419-438.

138. Стюфляева, М.И. Образные ресурсы публицистики Текст. / М.И. Стюфляева. М., 1982.

139. Стюфляева, М.И. Человек в публицистике (методы и приемы изображения и исследования) Текст. / М.И. Стюфляева. — Воронеж, 1989.

140. Сусов, И.П. Коммуникативно-прагматическая лингвистика и ее единицы Текст. / И.П. Сусов // Прагматика и семантика синтаксических единиц: сборник научн. трудов. — Калинин, 1984.

141. Сыров, И.А. Функционально-семантическая классификация заглавий и их роль в организации текста Текст. / И.А. Сыров // Филологические науки. 2002. -№3. - С. 59-68.

142. Терентьева, Л.В. Некоторые тенденции в развитии оценочно-воздействующей функции современной публицистики Текст. / Л.В. Терентьева // Вестник Самарского государственного университета. -Самара, 1997.-№1.

143. Тимуш, А.И. Газета и мнение читателя Текст. / А.И. Тимуш. — Кишинев, 1973.

144. Турчинская, Э.И. Заголовок как особый тип высказывания Текст. // Структурно-семантические единицы текста (на сопоставительной основе французского и русских языков). Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца. Вып. 267. М., 1986. - С. 97-116.

145. Формановская, Н.И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения Текст. / Н.И. Формановская. — М., 1998.

146. Хазагеров, Г.Г. Функции стилистических фигур в газетных заголовках: автореф. дис. . канд. филол. наук Текст. / Георгий Георгиевич Хазагеров. Ростов-на-Дону, 1984.

147. Хамзина, Г.К. Соотношение имплицитных и эксплицитных компонентов семантики высказывания-номинатива Текст. // Русская сопоставительная филология. Системно-функциональный аспект / Отв. ред. Н.А. Андримонова. Казань, 2003. - С. 139-143.

148. Цолле, В.Н. Эмоционально-оценочная энантиосемия в русском языке Текст. / В.Н. Цолле // Филологические науки. — 1998. — №4. — С. 7683.

149. Чекенева, Т.А. Некоторые виды названий художественных произведений и их соотношения с содержанием Текст. / Т.А. Чекенева // Грамматика и смысловые категории текста. Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца, М., 1982.- Вып. 189.-С. 201-214.

150. Чекенева, Т.А. Textoобразующие потенции названий художественных произведений Текст. / Т.А. Чекенева // Лингвистические средства текстообразования. Барнаул, 1985.-С. 122-131.

151. Черепанов, М.С. Проблемы теории публицистики Текст. / М.С. Черепанов. М., 1973.

152. Чернышева, Т.В. Тексты СМИ в зеркале языкового сознания адресата: монография Текст. Барнаул, 2005. - 292 с.
153. Чернявская, В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований Текст. / В.Е. Чернявская // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: Сб. науч. тр. СПб., 2001. - С. 11-22.
154. Чупашева, О.М. Вставные конструкции с деепричастиями в текстах печатных СМИ Текст. / О.М. Чупашева // Русский язык в действии / Материалы Всероссийской научно-практической конференции в рамках Года русского языка. Глазов, 2008. — С. 28-32.
155. Шарков, Ф.И. Основы теории коммуникации Текст. / Ф.И. Шарков. М., 2004.
156. Швец, А.В. Разговорные конструкции в языке газет Текст. / А.В. Швец.- Киев, 1971.
157. Ширяев, Е.Н. Бессоюзное сложное предложение в современном русском языке Текст. / Е.Н. Ширяев. М., 1986. - 223 с.
158. Шмелева, Т.В. Речеведение: в поисках теории Текст. / Т.В. Шмелева // "Stylistyka-VI". Opole, 1997.
159. Шмюккер-Бреллер, М. Семантическая значимость заголовка как текстообразующий фактор Текст. / М. Шмюккер-Брелер // Русский язык за рубежом. 1990. - №5. - С. 50-55.

160. Юрченко, В.С. Космический синтаксис Текст. / В.С. Юрченко. -Саратов, 1992.

161. Юрченко, В.С. Очерк по философии грамматики Текст. / В.С. Юрченко. Саратов, 1995.

162. Юрченко, В.С. Предложение и слово. Проблема их соотношения в лингвофилософском плане Текст. / В.С. Юрченко. Саратов, 1997.

163. Якобсон, Р. В поисках сущности языка. Семиотика Текст. / Р. Якобсон. - М., 1983.

164. Comrie, B. Тепсе Текст. / B. Comrie. Cambridge, 1985.

165. Meibauer, J. Pragmatik (Eine Einfuhrung) Текст. / J. Meibauer. -Tubingen, 1999.

166. Posner, R. Semantics and pragmatics of sentence connectives in natural language Текст. / R. Posner //Speech act theory and pragmatics. Dordrecht etc., 1980.

167. Schiffrin, D. Approaches to Discourse Текст. / D. Schiffrin. Oxford, 1994.- 314 p.

168. Wunderlich, D. Methodological remarks on speech act theory Текст. / D. Wunderlich // Speech act theory and pragmatics. — Dordrecht etc., 1980.1.
СЛОВАРИ И СПРАВОЧНИКИ

169. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка Текст. / В.И. Даль. В 4 т. М., 1999. - 699 с.

170. Ефремова, Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный Электронный ресурс. / Т.Ф. Ефремова. М., 2000.
<http://www.slovari.gramota.ru>

171. Золотова, Г.А. Синтаксический словарь: Репертуар элементарных единиц русского синтаксиса Текст. / Г.А. Золотова. М., 1988. — 440 с. (=СС).

172. Касаткин, Л.Л. Краткий справочник по современному русскому языку Текст. Под ред. П.А. Леканта / Л.Л. Касаткин, Е.В. Клобуков, П.А. Лекант. М., 1991.

173. Лексико-семантические группы русских глаголов. Учебный словарь-справочник Текст. / Под общ. ред. Т.В. Матвеевой. — Свердловск, 1988. (=ЛСГГ).

174. Лингвистический энциклопедический словарь Текст. / Гл. ред. В.Н. Ярцева. -М., 1990. 685 с. (ЛЭС).

175. Москвин, В.П. Выразительные средства современной русской речи: Тропы и фигуры. Терминологический словарь-справочник Текст. / В.П. Москвин. М., 2004. - 248 с.

176. Ожегов С.И., Словарь русского языка Текст. / Под ред. Н.Ю. Шведовой. М., 1983. - 816 с.

177. Розенталь, Д.Э. Словарь-справочник лингвистических терминов Текст. / Д.Э. Розенталь, М.А. Теленкова. М., 1985. - 399 с. (=СЛТ).

178. Розенталь, Д.Э. Управление в русском языке. Словарь-справочник Текст. / Д.Э. Розенталь. М., 1981. - 207 с.

179. Словарь русского языка: В 4 томах Текст. / Под ред. А.П. Евгеньевой. М., 1999 (=МАС).

180. Словарь современного русского литературного языка: В 17-ти тт. Текст. / АН СССР Ин-т рус яз. Гл. ред.: В.И. Чернышев, С.П. Обнорский, В.В. Виноградов и др. М.-Л., 1948-1965 (=БАС).

181. Словарь сочетаемости слов русского языка Текст. / Под ред. П.Н. Денисова, В.В. Морковкина. -М., 1983. 688 с.

182. Солганик, Г .Я. Толковый словарь: Язык газеты, радио, телевидения. Около 6000 слов и выражений Текст. / Г.Я. Солганик. М., 2002.

183. Стилистический энциклопедический словарь русского языка Текст. / Под ред. М.Н. Кожинной. М., 2003. - 696 с. (=СЭС).

184. Ушаков, Д.Н. Толковый словарь современного русского языка в 4-х томах Текст. / Д.Н. Ушаков. М., 2005 (=ТСРЯ).

185. ИСТОЧНИКИ МАТЕРИАЛА ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

186. Аргументы и факты" (АиФ) "Завтра" (З) "Известия" (И)

187. Комсомольская правда" (КП) "Литературная газета" (ЛГ) "Московский комсомолец" (МК) "Новая газета" (НГ)

188. Российская газета" (РГ) за 2000-2007 годы.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Арнольд И.В. Стилистика депозирования. Курс лекций, Л., 1974.
2. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка., Л., «Просвещение», 1981.
3. Ахматова О.С., А.Н. Натан и др. О принципах и методах лингвистического исследования. Изд. МГУ, 2009.
4. Будагов Р.А. К вопросу о языковых стилях. Вопросы языкознания. М.,
5. Будагов Р.А. Литературные языки и языковые стили. М., 1967.
6. Васильева А.Н. Курс лекций по стилистике русского языка. М., 2006.
7. Виноградов В.В. Итоги обсуждения вопросов стилистики. М., 1963.
8. Виноградов В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика, М., 1963.
9. Гальперин И.П. Очерки по стилистике английского языка. М., 1958.
10. Гальперин И.П. Речевые стили и стилистические средства языка. Вопросы языкознания. М., 2008. №4.

11. Гельгарт Р.Р. Русский язык в школе. М., 1959. №6.
12. Журнал «Иностранные языки в школе». №5/09.
13. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. М., Просвещение, 1977.
14. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971.
15. Кузнец М.Д., Скребнев Ю.М. Стилистика английского языка, Л., 1960.
16. Мороховский А.Н., Воробьева О.П. и др. Стилистика английского языка. Киев, 2006.
17. Мурат В.П. Об основных проблемах стилистики. М., 1957.
18. Рождественский Ю.В. Введение в общую филологию. М., 1979.
19. Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка. М., 2008.
20. Солганин Г.Я. Язык и стиль передовой статьи. М., 1973.
21. Фиффетер. Функции стилистики. М., 2004.
22. Чекалина Е.М. Язык современной французской прессы: Лексико-семантические аспекты. Л., 1991.