**ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ СТИЛЬ И ПРОБЛЕМА ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ**

***Холикулов И.Б. (СамГИИЯ)***

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.

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 стр. 72).

Публицистика нередко используется в художественных и научных произведениях. 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.

Структурно-семантические отношения между заголовком и подзаголовком газеты выражены главным образом парцеллированными сложносочиненными предложениями простыми парцеллированными предложениями, осложненными парцеллированными предложениями, реже -парцеллированными бессоюзными сложными предложениями. При этом заголовок и подзаголовок хотя и являются расчлененными не только графически, но в ряде случаев и пунктуационно, однако представляют собой структурно-семантическое единство. Пунктуация также играет определенную роль в установлении семантико-синтаксических отношений между заголовком и подзаголовком.

Ввод как элемент заголовочного комплекса является достаточно автономной по отношению к подзаголовку и практически не обнаруживает связей с подзаголовком, поскольку данные элементы заголовочного комплекса имеют различную «направленность»: подзаголовок тяготеет к заголовку, что мотивировано функциями подзаголовка; ввод же ориентирована на текст, поскольку ее основное назначение - передать кратко информацию текста, «ввести» в обсуждаемое, сообщаемое (информативная функция).

Менее автономна ввод по отношению к заголовку, поскольку и заголовок, и ввод соотносятся с текстом. Однако в рассматриваемых нами газетно-публицистических текстах не обнаруживается строгого соответствия функций заголовка и ввода.

По соотношению ввода с текстом публикации можно говорить о двух группах ввода: в первой группе ввод является началом текста и ее следует рассматривать как часть текста, а не часть заголовочного комплекса (ввод-начало текста); во второй группе выделяются пять типов ввода: собственно ввод («вводит» читателя в обсуждаемое); ввод-аннотация (представляет краткое содержание последующей публикации); ввод-анонс (представляет собой вопросы, на которые можно получить ответы в статье); ввод-интрига (интригует читателя неожиданной, непонятной информацией); ввод-тема (задает проблематичность публикации). При этом часто ввод представляет собой контаминацию выделенных типов.

Рассматривая функционирование элементов заголовочного комплекса в тексте и их соотношение друг с другом, мы обращаемся к исследованию заголовочных комплексов трех жанров: информационная заметка, интервью, статья. Хотя в настоящее время проблемы жанра являются весьма актуальными, однако многие вопросы жанра остаются дискуссионными и не до конца решенными: нет однозначного понимания речевого жанра; нет единой (принятой всеми) классификации жанров; ведется спор о базовой единице речи: речевой жанр или речевой акт. В научной литературе, как нам представляется, можно выделить три основные точки зрения в понимании жанра: 1) традиционное понимание жанра как разновидности функционального стиля [Валгина 1994 и др.]; 2) исследования, опирающиеся на концепцию речевых жанров 3) понимание жанра в качестве жанра текста (типа текста) [Бабенко 2004; Гвенадзе 1982 и др.]. Нам представляется целесообразным в понимании жанра принять первую точку зрения, достаточно широко распространенную в лингвистике и журналистике.

**Литература:**

1. Бабенко Л.Г. Филологический анализ текста. Основы теории, принципы и аспекты анализа: учебник для вузов. М., 2004.

2. Валгина Н.С. Функциональные стили русского языка. М., 1994.

3. Гвенадзе М.А. Лингвистическая типология текста и классификация газетных жанров// Изв. АН ГССР сер яз и лит. Тбилиси, №4, 1982, с.84-98.

4. Лютая А.А. Структурно-семантические особенности современных газетных заголовков и их прагматическая направленность / А.А. Лютая // Предложение и Слово: межвуз. сб. науч. тр. — Саратов, 2008. — С. 61—65