

Известия Южного федерального университета.
Филологические науки. 2023. Том 27, № 4
ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Научная статья

УДК 81

ББК 80/84

DOI 10.18522/1995-0640-2023-4-80-87

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ РОССИЙСКОЙ ПРЕССЫ

Пэй Шосин

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия

Аннотация. Описываются функциональные и прагматические возможности структурных элементов российской прессы с акцентом на их стилистические характеристики. Освещается анализ основных лексических и синтаксических средств, привлеченных не только в заголовочный комплекс, но и в общее содержание. Доказывается, что основное назначение тропов и фигур речи в средствах массовой информации – передавать скрытую я-позицию журналиста, воздействовать на читателя и вызывать у него эмоциональный отклик. Заголовки с экспрессивными приемами лучше отражают авторскую позицию, которая, в свою очередь, влияет на мировоззрение читателя, его отношение к описываемым событиям. И нацеливает своего адресата на переосмысление информационных оттенков и визуальных значений, поэтому быстрее вовлекают его во внутреннюю дискуссию, заставляют производить анализ ситуации и впоследствии задавать направление поступкам.

Ключевые слова: *пресса, заголовок, заголовочный комплекс, прагматика, суггестия, троп, экспрессивный синтаксис*

Для цитирования: *Пэй Ш.* Стилистические особенности заголовков российской прессы // Известия ЮФУ. Филол. науки. 2023. Т. 27, № 3. С. 80 – 87.

Original article

STYLISTIC FEATURES OF RUSSIAN SOCIAL MEDIA HEADLINES

Pei Shuoxing

Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russian Federation

Abstract. The proposed article describes the functional and pragmatic opportunities of the structural elements of the Russian social media with an emphasis on their stylistic characteristics. The range of issues selected for highlighting consists of an analysis of the basic lexical and syntactic agents involved not only in the heading complex, but also in the general content. In the process of studying the designated question, it is proved that the main purpose of paths and figures of speech in the media is to convey the hidden self-proposition of a journalist, influence the reader and cause an

emotional response to him. Headings with expression techniques reflect the author's position better, thus affects the world view of the reader, his attitude to the describing events. It make the recipient rethink some shades of information and covert meanings. Therefore, they attract the recipient into internal discussion rather faster, they force him to analyze the situation and subsequently set the direction of actions.

Key words: *press, headline, headline complex, pragmatics, suggestion, trope, expressive syntax*

For citation: *Pei Sh.* Stylistic Features of Russian Social Media Headlines // Proceedings of Southern Federal University. Philology. 2023. Vol. 27, № 4. P. 80 – 87.

Введение

Во все времена своего существования журналистика ставила перед собой задачу совершенствовать методы влияния на читателя средствами языка. В условиях современности этот вопрос стоит наиболее остро. Это связано, во-первых, с развитием технического прогресса, дающего возможность человеку выбирать приемлемый для себя путь получения информации, а во-вторых, с желанием читателя минимизировать время и усилия на инфообразование. Программы теле- и радиопередач, Интернет-блоги, газеты, журналы и т. п. выбирают остродискуссионные и высокоактуальные для современного человека темы и не столько освещают их, сколько накладывают на них свое эмоционально окрашенное отношение к затронутым в них фактам.

В этой связи становится обоснованной цель данного исследования – описать стилистические особенности заголовков и заголовочных комплексов современной прессы и выявить их роль в реализации волеизъявительной функции языка. В качестве языкового материала предложенной работы послужили заголовки и заголовочные комплексы, взятые из российских газет и подвергнутые сопоставительному и контекстуальному анализу при выявлении их функциональных и стилистических особенностей; методу сплошной выборки и статистического подсчета для предъявления их количественной характеристики; методу лингвистического наблюдения и описания при определении их статуса в общеязыковой системе с учетом выводов исследователей, работающих в данном направлении. В этом плане востребованными являются работы С.В. Ильясовой, Л.Г. Кайда, Н.И. Клушиной, изучающие коммуникативную сторону прессы, а также способы и приемы выражения оценочности в языке современных российских средств массовой информации. Психолингвистическая сторона поднятого вопроса частично нашла свое отражение в исследованиях О.В. Николенко, Л.Д. Бабаковой, Г.И. Мясичева и др. и подтверждает гипотезу, что суггестивная функция реализуется путем соблюдения в тексте триединства: внешнего строения, внутренней наполняемости и функционального соответствия.

Исследование и его результаты

Понимая потребность читателя быть в курсе происходящих в мире и стране событий и отчасти удовлетворяя ее, публицистика, будучи стилистическим пластом, ставит перед собой первостепенную цель внедрять в сознание

человека конкретную волюнтаривную установку, изменяющую привычный для адресата образ мышления, а потому в «противоборстве» между объективной передачей информации и установкой на преднамеренное внушение «побеждает» последняя.

Естественно, воздействуя на своего потребителя, средства массовой информации получают и его определенный эмоциональный отклик не только в виде отношения, но и в виде поступка.

Так, читая статью журналиста Алексея Дуэля в газете «Аргументы и факты» под названием «Специалисты рассказали, сколько золота лежит на помойках», мы заинтересовываемся содержательной наполняемостью самого заголовка, который заставляет нас искать ответ непосредственно в самом тексте:

«Россияне выбрасывают около 955 тысяч тонн бытовой техники, в составе которой может находиться более 0,5 тонны золота!» («Аргументы и Факты» 18 октября 2022 г.)

Поиск ответа, с одной стороны, реализует намерения автора заставить реципиента прочитать статью и «помочь» ему выявить легкий способ получения дополнительного дохода за счет бережного отношения к окружающей среде. А с другой стороны, конечной фразой «Ранее в РЭО сообщили, что новый тариф на вывоз мусора не повлияет на сумму в платежках» «подготавливает» к неагрессивному восприятию информации о повышении тарифов на вывоз мусора.

В публицистике достижению эмоциональности, яркости и образности способствует ряд лексических и синтаксических средств как литературного, так и разговорного языка, поскольку в самой природе экспрессивности заложено отступление от шаблонов и стандартов:

Губин рассказал, как задолжал Фадееву 15 тыс. евро (Газета.ру 22 февраля 2022).

Уже в самом заголовке Мартин Кучерас (автор статьи), используя нормативно сниженное слово «задолжал», мягко передает авторское «я», снижает «агрессивную тональность текста» [Клушина, 2011, с. 147], ставит себя на одну социальную ступень с читателем и за счет экспрессии и эмоциональности, достигающиеся лексическими средствами, внушает отрицательное отношение к объекту описания.

Безусловно, кроме разговорной лексики, современная периодика содержит в своем арсенале и другие средства влияния на адресанта. К таковым относятся тропы, например, оценочная лексика, эпитеты, метафора, метонимия, книжная лексика, фразеологизация и дефразеологизация и т. д.:

«Живу возле Герцена (метонимия)... Он очень низко пролетел над крышей нашего дома, ощущение было, что заденет. Не успели опривиться от шока (фразеологизм) низкого (эпитет) полёта, как увидели взрыв и клубы чёрного дыма. Трясёт до сих пор (фразеологизм)», – откровенничает (разговорная лексика) Алёна Прохорова. («Аргументы и факты» 18 октября 2022 г., статья Н. Уваровой, Д. Соколова «Ощущение было, что заденет». Очевидцы – о крушении в Ейске»);

Пришли в полнейший Восток (*дефразеологизация*). («Аргументы и Факты» 31.08.2022);

«Большая перемена. Народный учитель РФ о плюсах и минусах нашего образования» (*совмещение переносного и прямого значения*) («Аргументы и Факты» 31.08.2022);

Как видно из отрывков статей, использование тропов позволяет журналистам создавать структурные совмещения понятий, включать языковую догадку, оживлять разговор, показывать свою заинтересованность, сблизиться с читателем и запускать механизм речевого воздействия» [Кайда, 2007, с. 61], строящийся по следующему сценарию: подача внушаемого под вуалью информативного блока. В результате в сознании читателя формируется целостная картина, эскиз которой был сделан автором статьи.

Если обратиться к синтаксическим стилеобразующим средствам придания экспрессии высказыванию, то можно заметить, что их скелет формируется стилистическими фигурами, чаще такими, как анафора, синтаксический параллелизм, градация, однородность, парцелляция, экспрессивная пунктуация, антитеза.

Опишем подробнее некоторые из них.

Чтобы усилить контраст между действиями, предметами, фактами, зачатку еще в заголовке журналисты прибегают к антитезе:

Страна одна, а цены разные. Почему отличается стоимость услуг в регионах РФ. («Аргументы и Факты» 31.08.2022).

Предложения, построенные на противопоставлении фактов, вовлекают своего адресата во внутреннюю дискуссию, заставляют производить анализ ситуации, что дает право утверждать, что именно антитеза выступает основным инструментом в определении «добра и зла», поскольку не «терпит» лояльности и безучастного отношения к происходящему. Привлечение антитезы является для журналиста очень привлекательным, а потому частотным приемом, так как антитеза отличается одновременно интригующим и внушающим свойствами.

Использование ряда однородных членов предложения в публицистике объясняется стремлением журналистов в пределах небольшой по объему фразе с одной стороны, всесторонне описать ситуацию или предмет, а с другой – реализовать воздействующий «замысел», поместив в однородный ряд лексемы с субъективной оценкой: *«Любовь, свобода, правда, счастье. Пора начинать освобождение с самих себя», – подписал он (Михаил Зыгарь) совместные фотографии с Щербачком.* (<https://moslenta.ru/news/lyudi/zygar-26-10-2022.htm>)

В последнее время довольно частотными в употреблении являются заголовки или заголовочные комплексы, включающие в себя лексемы с заведомо ошибочным структурированием:

Моментально и на высшем уровне. Как меняется экстренная медпомощь в столице («Аргументы и Факты» 31.08.2022).

В школьных учебниках такого рода синтаксемы расцениваются как отступление от грамматической нормы, поскольку соединяют однородной свя-

зью разные части речи (*моментально и на высшем уровне*). Думается, что преднамеренное ошибочное структурирование слов в публицистике является определенным авторским стилем в методах привлечения внимания читателя, сближения с ним посредством непринужденности в ведении беседы за счет ухода от протокольности.

Если ряды однородных членов описывают одно понятие или действие, то синтаксический параллелизм заставляет человека удерживать внимание сразу на нескольких темах, событиях.

«Фигура огонь», «Вы так сильно похудели», «Цвет платья очень идет – бомба», «Вы такая красивая», «Очень постройнела», «Шикарная», «Анастасия, уже слишком худо, раньше было лучше», – написали подписчики модели. («Аргументы и Факты» 27.10.2022; А. Борисова «Пользователей сети восхитила фигура экс-возлюбленной Тимати»).

Следует сказать, что сложные предложения в их привычном оформлении в составе современной периодики употребляются сравнительно редко из-за структурной объемности, что не соответствует требованиям экономии речевых усилий и лаконичности формы. Исключения составляют сложноподчиненные предложения, придаточные части которых поясняют причину, цель или условие:

«Кузяев готов играть с “Бетисом” на 3 очка. Семак более деликатен... Но оба признают, что “Зенит” готов не до конца» (дзен «Бешеный футбол»).

Такие языковые единицы имеют фиксированную позицию: они находятся во второй части, в поясняющем блоке.

В качестве заголовочного комплекса, в отличие от сложноподчиненных предложений привычного формата, сложносочинённые предложения (обычно с сопоставительно-противительным значением) употребляются, как правило, в составе парцелированных синтаксем – «синтагматически расчлененных высказываний, между компонентами которых полностью или частично нарушены структурные связи» [Бэк Кюн Хи, 2002, с. 7] – с изолированной второй частью.

Употребление именно в парцелированном виде (однако в структурно-семантическом единстве) сложносочиненных предложений в заголовочном комплексе связано с тем, что они характеризуются смысловой недосказанностью, чем вынуждают адресата искать недостающую содержательную часть:

«Россия остается в футболе и спорте. Но – не везде. И не вся...»;

«“Бетис” – страшный. Но главную подножку “Зениту” сделал свой “герой труда”. Как играть в нападении без Азмуна?» (дзен «Бешеный футбол»).

Если рассматривать структурные особенности публицистики в ее привязке к функциональному назначению, то приведенные выше примеры показывают особый статус в достижении прагматической и суггестивной целей высказывания моделей пунктуационной экспрессии, под которой мы вслед за ученым-лингвистом Л.А. Будниченко понимаем кодированный смысловой элемент, передающийся знаками препинания в акте коммуникации и распознающийся носителями языка [Будниченко, 2014, с. 134].

Конструкции с экспрессивной пунктуацией являются более яркими в экспрессивном плане и более гибкими в восприятии. С их помощью заголовки членится на два (и более) компонента, при этом вся конструкция не теряет своей лаконичности.

В парцеллированных заголовочных комплексах вторые парцелляты уточняют смысл предыдущего расчлененного сегмента, снимая с него семантическую многоплановость, а также способствуют вызову у читателя особой эмоции, на базе которой открывается канал для воздействия [Ильясова, 2014, с. 65].

Авторский пунктуационный знак в структурно обособленной второй части предложения кодирует высказывание и демонстрирует правило экономии языковых средств. Лишенные поясняющих элементов, такие синтаксемы заостряют внимание реципиента на важном (по мнению автора) содержательном отрезке.

Однозначно все сегментированные конструкции в заголовочном комплексе Интернет-пространства характеризуются высоким уровнем компрессии; их содержание дробится на части, а это зрительно и интонационно заостряет внимание на всех участках сообщения:

«Лучшая весна Карпина – его “Ростов” намного выше “Рубина” Слуцкого. И даже выше “Спартак”! (дзен «Бешеный футбол»).

В приведенном примере парцелляция в комплексе с повтором в сравнительной степени *выше* и употреблением морфологического вспомогательного элемента (выделительно-ограничительной частицы *даже*) делает парцеллят во второй позиции семантическим центром, с помощью которого вводится новая информация, вызывающая эмоциональный отклик у читателя и заставляющая его искать сведения по ее расширению.

Заключение

С изменением мировоззренческих взглядов общества меняется и язык: его коммуникативное предназначение, прагматический потенциал, структурно-семантическое воплощение. В этой связи ученые-языковеды вынуждены вносить свои коррективы в описание языка. Они все чаще направляют свое внимание на его суггестивную сторону, уделяя особое внимание на возможности его влияния как на поведение конкретного индивида, так и на массовое сознание, соотносимое с национальными особенностями. Лучше других такие изменения фиксируются в публицистике, поскольку в ней наиболее виден воздействующий эффект языка.

Список источников

Будниченко Л.А. Модусное функционирование пунктуационных графем // Вестн. Чувашского ун-та. 2014. № 4. С. 130 – 135.

Бэк Кюн Хи. Семантико-структурные преобразования устойчивых выражений в заголовках современных газет: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2002. 17 с.

Граудина Л.К., Ширяев Е.Н. Культура русской речи. М.: Норма, 2000. 560 с.

Ильясова С.В. Игровые способы и приемы выражения социальной оценочности в языке современных российских СМИ // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2014. Вып. 1 (47). С. 60 – 64.

Кайда Л.Г. Позиции автора в публицистике. Стилистическая концепция // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г.Я. Солганик: 2-е изд., испр. М.: Флинта: Наука, 2007. 232 с.

Клушина Н.И. Коммуникативная стилистика публицистического текста // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке. / под ред. М.Н. Володиной. М.: Академический Проект, 2011, 332 с.

Любая А.А. Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2008. 164с.

Стернин И.А. Стилистическая характеристика слова в обыденном языковом сознании // Проблема языковой нормы: сб. статей / Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова РАН. Вып. 4. М., 2006. 653 с.

Стернин И. А. Практическая риторика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. Основные понятия науки о речевом воздействии. Способы речевого воздействия. М.: Академия, 2008. 272 с.

Myasishchev G. The Contemporary Linguistic Personality in the Public InfoSphere // International Conference on the Theory and Practice of personality Formation in modern society, 2018. <https://doi.org/ictppfms-18.2018.4>

Nikolenko, O. V, Zakharchuk, O. E., Babakova, L. D., and Morenko, B. N. The 'I' of the author and its persuasive function (as exemplified by the complex sentence with homogeneously collateral sub clauses). The 9-th International Scientific and Practical Conference "Current issues of linguistics and didactics: The interdisciplinary approach in humanities" (CILDIАН). 2019. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196900081>

Nikolenko, O. V. Suggestive power of the word in the information space for sustainable development. Ural Environmental Science Forum "Sustainable Development of Industrial Region" (UESF-2021) 2021. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125807032>

References

Beck Kiyon Khi. (2002) *Semantical-structural transformations of set-expressions in headlines of the modern newspapers: abstract of a PhD in philology thesis*. Saint-Petersburg, 2002. 16 p. (In Russian).

Budnichenko L.A. (2014) Modus functioning of punctuation grapheme. *Bulletin of Chyuvashyia university*, 2014, no. 4 pp.130-135. (In Russian).

Gradunina L.K., Shyriaev E.N. (2000) *The Culture of Russian speech*. Moscow, Norma, 200, 560 p.

Iliasova S.V. (2014) Game methods and social evaluation means in the modern social media language. *Political linguistics*. Yekaterinburg, 2014, no. 1 (47), pp. 60-64. (In Russian).

Kaida L.G. (2007) The position of the Author in social and political journalism. *The language of modern social and political journalism: Collection of articles compiled by G.Ya. Solganik – 2nd edition., edited*. Moscow, Flinta: Science, 2007. 232 p. (In Russian).

Klushina N.I. Communicative stylistics of publicistic text. *Language and discourse of social media in the 21st century*. Edited by M.N. Volodina. – Moscow, Academic Project, 2011, 332 p. (In Russian).

Liutaia A.A. (2008) *The headline of modern newspaper: structure, semantics, pragmatics: thesis of PhD in Philology*. Volograd, 2008. 164 p. (In Russian).

Myasishchev G. (2018) The Contemporary Linguistic Personality in the Public InfoSphere. *International Conference on the Theory and Practice of personality Formation in modern society*. <https://doi.org/ictppfms-18.2018.4>

Nikolenko O.V, Zakharchuk O.E., Babakova, L. D., and Morenko B. N. (2019) The 'T' of the author and its persuasive function (as exemplified by the complex sentence with homogeneously collateral sub clauses). *The 9-th International Scientific and Practical Conference "Current issues of linguistics and didactics: The interdisciplinary approach in humanities"* (CILDIAH) <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196900081>

Nikolenko O.V. (2021) Suggestive power of the word in the information space for sustainable development. *Ural Environmental Science Forum "Sustainable Development of Industrial Region"* (UESF-2021) <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125807032>

Sternin I.A. (2006) Stylistics characteristics of a word in a common awareness of a language. *Problems of language norms: Collection of articles. Institute of the Russian language of V.V. Vinogradov of Russian Academy of Science*. Issue 4. Moscow, 2006. 653p. (In Russian).

Sternin I.A.(2008) *Practical rhetoric: a manual for students of higher education establishments. Main terms of science about speech persuasion*. Moscow: Academy, 2008. 272p. (In Russian).

Сведения об авторе

Пэй Шосин – аспирант 2-го года обучения кафедры русского языка для иностранных учащихся Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, xingxing.pei@yandex.ru

Information about the Author

Pei Shuoxing – 2nd year post-graduate student of the department of Russian language for foreign students of the Institute of philology, journalism and intercultural communication, xingxing.pei@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 23.03.2023; одобрена после рецензирования 22.09.2023; принята к публикации 22.09.2023.

The article was submitted 23.03.2023; approved after reviewing 22.09.2023; accepted for publication 22.09.2023.