

## ФУНКЦИИ ГАЗЕТНОГО ЗАГОЛОВКА (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТЫ «СБ. БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ»)

*А. В. Соловей*

ГрГУ (Гродно)

*Науч. рук. – А. Ч. Рыжкович, магистр филолог. наук, доц.*

**Аннотация.** В статье раскрывается понятие заголовка, на примере заголовков газеты «СБ. Беларусь сегодня» рассматриваются основные функции, которые выполняет заголовок в газетном тексте.

**Ключевые слова:** заголовок; функция заголовка; газета.

Заголовок в газетах играет очень важную роль; основная задача любого заголовка – заинтересовать читателя, привлечь его внимание и проинформировать о кратком содержании статьи. Несколько столетий назад заголовков в их традиционном понимании не существовало. В начале статьи указывались дата и место события, чтобы читатель знал, где оно произошло. Сегодня заголовки формируют имидж издания.

Понятие заголовка многоаспектно, об этом свидетельствуют трактовки, приводимые в лексикографических источниках. В толковом словаре заголовок определяется как «название какого-либо произведения или отдела его частей» [7]. В некоторых толкованиях исследователи в первую очередь обращают внимание на функции, которые выполняет заголовок в периодическом издании. Например, Н. М. Разинкина определяет заголовок следующим образом: заголовок – «собственно название публикации, т.е. «предельно сжатое и меткое выражение главной идеи произведения» [9, с. 24]. В. С. Мужев понимает под заголовком «целостную единицу речи, стоящую перед текстом, являющуюся названием текста, указывающую на содержание этого текста и отделяющую данный отрезок речи от других» [6, с. 1]. Часть исследователей при формулировке понятия заголовка учитывают его структуру: заголовок – это «слово или словосочетание» [11, с. 253]; «предложение» [4, с. 12], «номинативное предложение» [8, с. 42].

С. М. Гуревич отмечает: «Заголовки публикаций в газете – неотъемлемый элемент ее дизайна. От их характера и оформления во многом зависит «лицо» периодического издания. Важнейшая их функция – привлечение внимания читателя. Заголовки помогают ему быстро ознакомиться с содержанием номера, понять, о чем сообщают его публикации, что важно в информации, которую ему предлагают, что представляет для него особый интерес» [3, с. 134].

На основании всех приведенных определений можно отметить, что заголовок служит для рубрикации; отражает тему и идею публикации; заголовку свойственны краткость, лаконичность и информативность.

Заголовок полифункционален. Перечислим основные функции заголовка:

1) Графически-выделительная (реализуется при помощи шрифтового выделения, игры цвета, графических средств, особых приемов верстки).

2) Номинативная (заголовки представляют собой систему знаков, которая называет текст). После прочтения заголовка читатель сразу понимает, какая тема раскрывается в статье, точнее, какой аспект темы, поскольку именно благодаря заголовку конкретизируется тот аспект, который рассматривается автором в публикации. Журналисты, работающие в аналитических жанрах, утверждают или отрицают какой-либо факт, вынося свою точку зрения в заголовки.

3) Информативная. Заголовок передает определенную информацию, содержащуюся в статье. Стоит отметить, что для некоторых заголовков характерна только эта функция.

4) Апеллятивная. Заголовок влияет на эмоциональное и психическое состояние читателя.

5) Оценочная. Заголовок нередко содержит не только информацию, но и авторскую оценку. Это позволяет читателю лучше понять журналиста, его отношение к описываемому событию.

6) Рекламная (главная цель заголовка при реализации данной функции – привлечь внимание читателя, «...разрешить проблему внешней зачтительности, увлечь читателя, заинтриговать заманчивой сюжетностью» [1, с. 21].

7) Имиджевая. Главной целью любого издания является не только информировать читателей, но и воздействовать на них. Именно поэтому реализации имиджевой функции заголовков способствует использование стилистических средств, которые привлекают внимание читателя, придают яркость и выразительность речи и усиливают её воздействие на аудиторию.

Э. Лазарева выделяет также интегративную и композиционную функции. В рамках интегративной функции происходит связь заголовка с текстом, использование различных лексических и грамматических средств связи. Композиционная функция подразумевает, что заголовок прогнозирует архитектуру текста, его членение на главы [5]

В работе «Глагол или имя?» Г. О. Винокур говорит об обозначающей и указательной функциях заглавий. По мнению исследователя, назначение заглавия состоит «...в том, чтобы указать на событие и его обозначить» [1, с. 132].

А. Вомперский считает, что заголовку присущи четыре основные функции: коммуникативная (заголовок сообщает о предмете речи), аппелятивная (или воздействующая, задача заголовка – сформировать у читателя определенное социальное отношение к освещаемому информационному поводу), экспрессивная (отражает «авторское» я журналиста), графически-выделительная (разграничивает материалы в рамках одной газеты) [2, с. 4].

З. М. Тураева относит к основным функциям заголовка номинативную, информационную и рекламную [10, с. 54].

Для выявления самых действенных функций заголовков рассмотрим заголовки газеты «СБ. Беларусь Сегодня» (№31 (25 418) от 14.02.2018). Следует отметить, что данная газета является обозревателем как в политической, так и в других сферах общественной жизни.

Заголовки в газете «СБ. Беларусь Сегодня» реализуют свои функции на всех этапах знакомства читателя с текстом. Первый этап включает в себя первичное восприятие. На данном этапе реализуются графически-выделительная, номинативная и рекламная функции.

Расположение заголовков в газете и их графическое решение образуют собственный дизайн газеты. Заголовки размещены на определённом расстоянии от основного текста, отличаются размером шрифта, что привлекает внимание читателя. Главная задача заголовков на первом этапе – привлечь внимание аудитории. Так, в номерах на обложке газеты разным цветом и шрифтом выделены самые яркие заголовки статей, размещённых в номере издания, тем самым реализуется не только графическая, но и рекламная функции заголовков.

На втором этапе заголовок удерживает внимание читателя, помогает ему понять позицию журналиста. Этому способствуют информативная и номинативная функция заголовка, которые ярче всего реализуются в синтаксической структуре предложения. В исследуемом номере газеты преобладают заголовки в виде простого предложения. Это связано с тем, что заголовок в первую очередь несёт в себе краткую информацию о содержании статьи, поэтому должен быть максимально краток и понятен читателю. Среди простых предложений преобладают односоставные (нами

выявлено 10 таких заголовков). Например, «Транспорт в экономической версии», «Обман вместо панацеи», «Смех сквозь слёзы», «Рецепт успеха». 7 из 10 односоставных предложений являются простыми и назывными. 7 из 21 заголовка являются двусоставными простыми предложениями: «Стабильность – не повод самоуспокаиваться», «Кубок – миру», «Всё начинается с доверия», «Огонь пощады не знает». Единичными употреблениями представлены заголовки в форме сложных предложений: «Из-за внука я стал следить за тем, что говорю» (сложноподчиненное предложение), «Кто в лес, кто по дрова» (бессоюзное предложение).

Заголовки в исследуемой нами газете реализуют также социальную и экспрессивную функции. Об этом свидетельствуют названия публикуемых материалов: «Голосование по дням и по минутам», «Стабильность – не повод успокаиваться», «Обнуление совести», основная задача которых – убедить читателей в тех положениях, которые защищает сам автор.

Роль заголовков публикаций в периодических изданиях несомненна, поскольку именно заголовок формирует «лицо» газеты. В большинстве случаев потенциальный читатель ознакомится с полным содержанием статьи только в том случае, если его заинтересует название предложенного материала. Часто в заголовке не только раскрывается тематика статьи, но и содержится формулировка основных мыслей автора публикации, выводы, к которым он пришел в результате своих рассуждений.

В современном мире важна не только информация, но и способы её подачи аудитории. То есть главной целью любого издания является не только информировать читателей, но и воздействовать на них. Существует множество графических и текстовых решений, благодаря которым газетные материалы привлекают внимание читателей, но расположение и оформление самого заголовка является одним из главных критериев успешной публикации. В первую очередь заголовок служит для привлечения внимания читателей к газетной статье, а это значит, что он выполняет рекламную-экспрессивную и графически-выделительную функцию. Также в большинстве случаев заголовок выражает основную идею статьи, тем самым выполняя номинативную и информативную функцию.



## Літаратура

1. Винокур, Г. О. Глагол или имя / Г. О. Винокур. – М. : Просвещение, 1959. – 221 с.
2. Вомперский, В. П. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка / В. П. Вомперский // Искусство публицистики: пробл. теор. и практ. – Алма-Ата, 1966. – С. 82–85.
3. Гуревич, С. М. Газета – вчера, сегодня, завтра / С. М. Гуревич. – М. : Аспект пресс, 2004. – 288 с.
4. Кухаренко, В. А. Интерпретация текста / В. А. Кухаренко. – Л. : Просвещение, 1979. – 328 с.
5. Лазарева, Э. А. Газетный заголовок / Э. А. Лазарева. – Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1989. – 94 с.
6. Мужев, В. С. О функциях заголовков / В. С. Мужев // Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореца. – 1970. – № 55. – С. 1–8.
7. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов. – 4-е изд. – М. : Наука, 1999. – 202 с.
8. Пешковский, А. М. Русский синтаксис в научном освещении / А. М. Пешковский. – М. : Языки славянской культуры, 2001. – 173 с.
9. Разинкина, Н. М. Функциональная стилистика английского языка / Н. М. Разинкина. – М. : Высш. школа, 1989. – 182 с.
10. Тураева, З. М. Лингвистика текста: структура и семантика / З. М. Тураева. – М.: Просвещение, 1986. – 126 с.
11. Шахматов, А. А. Синтаксис русского языка / А. А. Шахматов. – М. : ЛКИ, 2007. – 624 с.