

## ФИЛОЛОГИЯ

(шифр научной специальности: 5.9.8)

Научная статья

УДК 81

doi: 10.18522/2070-1403-2022-91-2-87-92

### СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ЗАГОЛОВКА В ПУБЛИЦИСТИКЕ

© *Пэй Шосин*

*Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия*

*xingxing.pei@yandex.ru*

**Аннотация.** Анализируется структурно-семантическое описание газетного заголовка в прагматическом аспекте с акцентом на реципиента высказывания; содержатся доказательства того, что средства создания прагматического высказывания, подвергая слиянию содержательную сторону языка с его структурой, объясняют возможные направления семантического развития фразы и реализуют ее частное переосмысление. Именно структурно-семантические прагматические средства заголовочных комплексов адаптируются к потребностям своего адресата и устанавливают речевой контакт между читателем и автором. Выдвигается гипотеза, что именно они вводят авторское «я» и играют особую роль в выражении воздействующего начала, поскольку конечное понимание реципиентом содержательной наполняемости фразы зависит от условий и технологии связывания автором высказывания различных смысловых и экспрессивных синтаксисом.

**Ключевые слова:** заголовок, прагматика, публицистика, суггестия, экспрессивный синтаксис.

**Для цитирования:** Пэй Шосин. Структурно-семантические функции заголовка в публицистике // Гуманитарные и социальные науки. 2022. Т. 91. № 2. С. 87-92. doi: 10.18522/2070-1403-2022-91-2-87-92

## PHILOLOGY

(specialty: 5.9.8)

Original article

### Structural-semantic functions of the title in journalism

© *Pei Shuoxing*

*Southern federal university, Rostov-on-Don, Russian Federation*

*xingxing.pei@yandex.ru*

**Abstract.** It is considered the structural-semantic description of a newspaper headline in a pragmatic aspect with an emphasis on the recipient of the statement and contains evidence that the means of creating a pragmatic statement, by merging the content side of the language with its structure, it is explained the possible directions of the semantic development of the phrase and implement its private rethinking. It is the structural-semantic pragmatic means of heading complexes that adapt to the needs of their addressee and establish speech contact between the reader and the author. The author of the study puts forward the hypothesis that it is the headlines that introduce the author's "I" and play a special role in expressing the influencing principle, since the recipient's final understanding of the meaningful content of the phrase depends on the conditions and technology of the author's linking the statement with various semantic and expressive syntax units.

**Key words:** title, pragmatics, journalism, suggestion, expressive syntax.

**For citation:** Pei Shuoxing. Structural-semantic functions of the title in journalism. *The Humanities and Social Sciences*. 2022. Vol. 91. No 2. P. 87-92. doi: 10.18522/2070-1403-2022-91-2-87-92

### Введение

Изучая уровень воздействия слова на человека, ученые-лингвисты в последние десятилетия направили свое внимание в русло описания языка в аспекте его прагматической природы и доказали, что любые звук, лексема, фраза, синтаксическое построение высокого уровня, структурно или интонационно выделенные, инициируют когнитивные операции, несущие в себе оценочную информацию, способную реконструировать образ действительности и создать установки для ее осмысления в новом ракурсе. Считаем, что такими «полномочиями» в

большей степени наделены заголовки в газетно-публицистическом стиле, поскольку они, несмотря на их обособленную от основного текста позицию, дающую им определенную независимость, воспринимаются как коммуникативный элемент, структурно предваряющий текст статьи и передающий ее содержание в сжатом формате. Заголовок, являясь первоэлементом публицистического текста, помогает читателю выявить общие положения информационной наполняемости статьи, а также передать основную ее создателя, и, будучи составной частью текста, его основной структурной единицей, он должен обладать информативной емкостью семантически реализуемого блока [2].

Однако не всякий заголовок может побудить читателя остановить свое внимание на всем тексте. Эту задачу легко решают только те заголовочные комплексы, которые наделены механизмом воздействия на своего реципиента. Чтобы суггестивная функция реализовалась в полной мере, заголовок должен быть прагматически ориентирован. Формированию прагматического высказывания могут служить особые лексико-грамматические средства, к которым относятся эпитеты, метафора, устойчивые выражения и другие тропы (лексические единицы выражения экспрессивности), а также инверсия, парцелляция, эмфатические модели (средства экспрессивного синтаксиса). Они способны нести многоплановую семантическую нагрузку и передавать помимо прямого значения, лежащего на поверхности языкового восприятия, позицию автора, которая, зачастую в информационном объективе является фундаментальной. Актуальность представленной работы обусловлена необходимостью детального описания данной области теоретического и методического обоснования изучения прагматических структурно-семантических моделей, наделенных информационной многоплановостью за счет своей экспрессивности и субъективности. Благодаря своей способности варьировать информационное содержание, прагматически построенное высказывание, наделяясь глубоким подтекстом, интерпретирует научную картину и выступает вспомогательным языковым элементом, выделяющим из информационного сегмента внушающий элемент.

Если учесть тот факт, что прагматическое значение слова зависит от познавательного опыта и его произносящего, и его воспринимающего, то становится очевидным, что любое речепроизводство формируется когнитивно-семантическим и суггестивным способом по заранее заданному шаблону, созданному на основе опыта предыдущих поколений для описания знаний об окружающей действительности (или отношения к этим знаниям) и хранения в языковой памяти конкретного этноса. Именно язык как инструмент хранения и передачи информации является неким зеркалом, отражающим богатую культуру любого народа и направляющим личность в конкретное языковое русло. Поскольку знаки языка выступают своеобразным кодом передачи информации, мы воспринимаем мир и тиражируем свои представления о нем в визуальных мыслеобразах посредством слова, формируя культурно отмеченную цепочку связей «образ – понятие». Следовательно, на понимание языка влияют культурно-национальные особенности его носителей, поскольку язык представляет собой своеобразную относительно замкнутую систему, в которой хранится информация об окружающем мире и которая предоставляет структурно-семантический шаблон для ее ментальной репрезентации с учетом отзеркаливания культурных и мировоззренческих этноособенностей, помещенных во фреймовые коды для речевого поступка. Иными словами, язык кодирует образы, формирующиеся под действием культурных знаний в мыслях конкретного человека, передает тонкие нюансы картины мира и влияет на невербальное поведение его носителя [3].

### **Обсуждение**

Как единица языка слово, структурно выделенное в заголовке и облаченное в образную оболочку, наделяется большей возможностью вуально формировать директивы для своего адресата, тем самым влияя на его я-позицию. Коммуникативная задача автора газетной статьи является ведущим фактором построения заголовка в соответствии с темой и ситуацией общения. Это обеспечивает неразрывное единство внешнего строения высказывания, его внутреннего содержания и функционального назначения. В этой связи думается, что уже на этапе восприятия названия читатель или слушатель проходит изначально открытый автором

семантический путь структурирования и реструктурирования языковых единиц, но при этом самостоятельно заполняет смысловые люфты, намеренно сформированных адресантом посредством специальных структурно-семантических знаков, характерных для конкретного языка и отражающего культуру и мировоззренческие представления его носителя.

Так, в заголовке *«Президент понюхал пороха»* введение объекта в генитивной привязке наделяет фразу вуальным подтекстом, причем не показывая, какая ее семантическая сторона приоритетна: прямая или фразеологизированная. Семантический синкретизм подобных заголовков объясняется тем, что устойчивые единицы, функционируя в пределах контекста, расширяют его внутреннюю базу, метафорически воссоздавая начальную речевую ситуацию и решая вопросы актуализации национально и культурно ориентированных сем компонентов, входящих в заголовок [7]. Известно, что любое слово, взятое вне контекста и без дополнительных интонационных уточнений, в полной мере может реализовать только свое прямое значение; семантические же вуали лексемы способны сниматься и последовательно актуализироваться лишь при ее взаимодействии с левым и правым окружением, упорядоченном по символической структурно-грамматической кодировке, принятой за норму для конкретного языкового выражения [8]. В этой связи зачастую газетные заголовочные комплексы вводят в свой состав единицы экспрессивного синтаксиса, которые позволяют адресанту мягко, ненавязчиво воздействовать на сознание и чувства своего адресата [10, с. 104].

Уже на этапе восприятия заголовка у читателя формируется личностно отмеченный, предугаданный вариант воссоздания еще незнакомого текста [4, с. 62], то есть, пользуясь языковой догадкой в интерпретации заголовка, читатель может самостоятельно конструировать смысл статьи или додумать его. Широкий спектр возможностей для речевого воздействия в заголовке предоставляют парцелляция и эмфаза (иногда парцеллированная эмфаза), привлекающие внимание читателя к конкретной информации или усиливающие значение, заложенное в слове. Их интонация имеет сложный ритмический рисунок и яркую тембральную гамму, помогающие точно акцентировать семы: *Мы – лучшие!*

С точки зрения грамматики, приведенный пример не соответствует пунктуационным нормам, однако именно отступление от них, думается, позволяет создателю высказывания снять информационные вуали и донести до читателя значимые оттенки фразы. Постановка тире после личного местоимения «вынуждает» читателя, с одной стороны, сделать паузу, а с другой, – раскрыть для себя приоритетные смысловые стороны синтаксемы.

С помощью пунктуационных знаков в неаудиальном тексте четко передается важная, по мнению автора, информация и «Я-позиция», которые реципиенту нетрудно правильно «прочитать». Использование эмфатических парцеллированных единиц в заголовке объясняется их возможностью усиливать план внушения:

*«Ворота Люкс»: защищаем ваш дом. Круглосуточно.*

Парцеллят, выделенный в отдельное предложение, семантически и эмоционально нагружаясь, получает позицию актуализированной ремы (ср.: *круглосуточно защищаем ваш дом*), поэтому читателем восстанавливаются имплицитно представленные смысловые связи: как ворота защищают дом круглосуточно, так и производящая их фирма предоставляет стопроцентную (действующую круглосуточно) гарантию. Выделение отдельных элементов предложения может осуществляться не только посредством особой интонации, но и за счет варьирования длины звуков:

*Сделать это могут лишь еди-ни-цы!*

Причем, если рассматривать природу языка, в том числе и с учетом данных фонологии, то можно заметить, что гласные, а также шипящие – наиболее частотно употребляющиеся элементы в эмфатическом удлинении, поскольку именно они способны в большей степени наделять слово мелодичной звуковой оболочкой, а также вносить скрытый смысл: например, «о» вызывает образ чего-то целостного, объемного; «у» передает глубину мыслей, «ш» усыпляет сознание:

*Быть луч-шим – огро-о-мная ответственность!*

Такого рода эмфатические модели не рассматриваются как отступление от нормы или ее нарушение, они служат дополнительным источником придания фразе экспрессии и эмоциональности. Структурные изменения подобных высказываний представляют собой семантический вариантный ряд и вносят конкретизацию во фразу. В этой связи в такого рода построениях скрытый опосредующий смысл не удастся полностью восстановить без знания ситуации и соответствующей интонации, что позволяет увидеть еще одну особенность структурно-семантической организации обозначенных синтаксем – наличие опосредованных семантических связей между ее частями при распространении второй синтагмой слова, отсутствующего в первой части (нулевого знака) и восполняемого контекстом, или при введении скрытого опосредующего смысла, не выраженного вербально.

Отсутствие авторских выделительных смысловых знаков может перевести высказывание в зону «черного квадрата», где его адресату «предлагается» включить воображение и самостоятельно интерпретировать содержательную составляющую:

*Ханер-инвест – отличная компания / (от других)!*

Содержательная интерпретация подобных парцеллированных эмфатических конструкций зависит от соотносительности акцентируемого элемента с выражением коммуникативного намерения говорящего и от условий его семантико-синтаксического оформления, поскольку парцелляция позволяет намеренно акцентировать внимание реципиента на отчлененном компоненте [1, с. 7]. Выделительная доминантность тех или иных лексем служит показателем их коммуникативной значимости: они не только наиболее активно реализуют свои возможности акцентирования, но и характеризуются наибольшей употребительностью:

*Верный ответ: квасу – да, химии – нет!*

Эмфатически подчеркнутые слова «да» и «нет» используются в приведенном выше примере не столько для рифмы к лексеме «ответ», сколько для передачи глубокого философского подтекста, суть которого сводится к объяснению, «что такое хорошо, что такое плохо». Как видим, эмфатическая парцелляция, акцентируя внимание на определенных лексемах, отражает коммуникативную установку говорящего на подчеркивание опорных смысловых компонентов сообщения.

Безусловно, в силу своей аудиальной природы, эмфаза в большей степени реализуется в устном высказывании; в письменных текстах концентрация внимания на конкретном речевом участке достигается сквозь призму восприятия его читающим или введением авторских знаков. С другой стороны, на наш взгляд, к употреблению в языке парцеллированных конструкций, структурно близких к сложноподчиненному предложению, следует подходить с осторожностью, поскольку именно этот пласт синтаксем вызывает порождает грамматические ошибки в высказывании в связи с неправильным пониманием смысловых отношений между частями парцеллированного высказывания:

*Покажи мне свой язык, и я скажу. Кто ты?*

Подобного рода парцеллированные высказывания характеризуются неопределенностью наполнения и нечеткостью синтаксической формы, что приближает их к слабооформленным конструкциям, употребляющимся в качестве допустимых в устной разговорной речи. В научной же литературе такие построения расцениваются как структурно неправильные, поскольку придаточная часть не может быть выведена из пределов зависимости в область самостоятельности.

Внимание следует также привлекать к тому факту, что смысловые отношения в парцеллированных конструкциях, встречаемых в газетных заголовках, более глубоки в содержательном подтекстном плане, нежели в сходных книжных названиях, построенных по общеупотребительным моделям, поскольку выбор языкового материала в их составе определяется тем, к какому результату воздействия стремится автор [5, с. 41], хотя общая идея всегда прослеживается достаточно ясно: в результате речевого воздействия в голове адресата речи должна сформироваться целостная картина, идейно схожая с представлениями адресанта.

Эмфатическая парцелляция усиливает психологический контраст в любом контексте [10]. Например, в стихотворении О. Матвиенко "*Я – Гамлет...*" *Тяжкая строка. И рифмы нет. И нет сюжета*», можно заметить, что в структурном плане вторая часть выполняет функцию предиката, показателем чего является возможное введение лексемы *это* между частями: Семантика частей свидетельствует о том, что их смысловые отношения базируются на определительном сегменте, частично вербализованном словом *тяжкая*. Парцелляты *И рифмы нет. И нет сюжета* оторваны от основного предложения, что придает всей фразе прерывистый характер. Более того, вторая синтаксема *И нет сюжета* выполняет функцию дополнительного присоединения, наполняя все высказывание психологизмом и создавая у адресата впечатление, что оно (высказывание) рождается в момент произнесения, это усиливает логические и смысловые акценты, динамизм, стилистическую напряженность. Соединение парцеллятов в единый текст лишает фразу перечислительного тона и открывает вуаль интригующего начала.

### **Выводы**

Заголовок обращает на себя внимание читателя на любом этапе восприятия текста, поскольку является его визитной карточкой, закладывающей информацию и отношение к ней в память адресата. Это достигается за счет актуализации в заголовке структурно-семантическими средствами вуальных значений. Рассмотренные в рамках данного исследования семантико-синтаксические особенности заглавных единиц позволяют говорить об их оценочной номинации, задающим тон отношения к содержательной наполняемости текста и его интерпретации. Адекватное восприятие смысловой стороны заголовочных комплексов обеспечивается целым рядом факторов, в число которых входят суперсегментные средства, контекст и знание ситуации речи. Данные факторы, способные создавать вариантность семантических отношений, должны учитываться при отборе и подаче любого текста.

### **Список источников**

1. *Богоявленская Ю.В.* Парцелляция газетных заголовков: динамический аспект (на материале газеты «Коммерсантъ») // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 373. С. 7–13.
2. *Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь): Учебное пособие. 2-е изд. М.: ФЛИНТА, 2014. 264 с.
3. *Ермина Н.В., Томин В.В.* К вопросу о стилистических особенностях английской публицистики в условиях кросс-культурного взаимодействия // Оренбург: Вестник ОГУ, 2014. № 11. С. 138–143.
4. *Ильясова С.В.* Языковые способы и приемы выражения социальной оценочности в языке современных российских СМИ // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2014. Вып. 1 (47). С. 60–64.
5. *Ильясова С.В.* Словообразовательная игра: от лингвокреативности до лингвоциничности (на материале языка современных российских СМИ) // Политическая лингвистика, 2020. N 3 (81). С. 39–46.
6. *Ильясова С.В.* Нековидно о covid: к вопросу о языковой игре с актуалемой // Медиалингвистика в современном мире. 59-е Петербургские чтения. Сборник материалов международного научного форума. Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета. СПб., 2020. С. 120–122.
7. *Коряковцева Е.И.* Очерки о языке современных славянских СМИ (семантико-словообразовательный и лингвокультурологический аспекты). Седльц (Польша), 2016.
8. *Лобанова Т.Н.* Газетный заголовок прессы Китая: переводческий и прагмалингвистический аспекты // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 4 (22). С. 107–112.

9. *Лютая А.А.* Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика // Дис. канд. филол. наук. Волгоград, 2008. 164 с.
10. *Марышова М.А.* Стилистическая функция парцелляции в текстах разных жанров. М.: Стил, 2011. – URL: <http://www.rastko.rs/filologija/stil/2011/14>

### References

1. *Bogoyavlenskaya Yu.V.* Parceling of newspaper headlines: a dynamic aspect (based on the Kommersant newspaper) // Tomsk State University Bulletin. 2013. No. 373. P. 7–13.
2. *Dobrosklonskaya T.G.* Media linguistics: a systematic approach to the study of the language of the media (modern English media speech): Textbook. allowance. 2nd ed. M.: FLINTA, 2014. 264 p.
3. *Eremina N.V., Tomin V.V.* To the question of the stylistic features of English journalism in the context of cross-cultural interaction // Orenburg: Bulletin of OSU, 2014. No. 11. Pp. 138–143.
4. *Ilyasova S.V.* Linguistic ways and means of expressing social appraisal in the language of modern Russian media // Political Linguistics. Ekaterinburg, 2014. Issue. 1 (47). Pp. 60–64.
5. *Ilyasova S.V.* Word-building game: from linguistic creativity to linguistic cynicism (based on the language of modern Russian media) // Political Linguistics, 2020. No 3 (81). Pp. 39–46.
6. *Ilyasova S.V.* Uncovid about covid: on the question of the language game with the actuality // Medilinguistics in the modern world. 59th Petersburg Readings: Sat. materials of the international scientific forum. Institute "Higher School of Journalism and Mass Communications. St. Petersburg State University, 2020. P. 120–122.
7. *Koryakovtseva E.I.* Essays on the language of modern Slavic media (semantic-word-formation and linguoculturological aspects). Siedlz (Poland), 2016.
8. *Lobanova T.N.* Newspaper headline of Chinese press: translational and pragmalinguistic aspects // Philological Sciences. Questions of theory and practice. Tambov: Diploma, 2013. No. 4 (22). Pp. 107–112.
9. *Lyutaya A.A.* Modern newspaper headline: structure, semantics, pragmatics // Dis. candidate of philological sciences. Volgograd, 2008. 164 p.
10. *Maryshova M.A.* Stylistic function of parceling in texts of different genres. M.: Stil, 2011. – URL: <http://www.rastko.rs/filologija/stil/2011/14>

*Статья поступила в редакцию 16.02.2022; одобрена после рецензирования 25.02.2022; принята к публикации 05.03.2022.*

*The article was submitted 16.02.2022; approved after reviewing 25.02.2022; accepted for publication 05.03.2022.*