

# СТРУКТУРНО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ

*Герасимова А.П., Кузнецова А.А.*

**Казанский (Приволжский) федеральный университет**

В ходе усовершенствования и распространения средств массовой информации влиятельное значение получила публицистическая продукция. Пресса выполняет важнейшие функции и оказывает большое влияние как в культурной, так и в политической сфере страны, что, несомненно, отражается и на жизни человека. Следствием возрастающего воздействия языка публицистики на общество лингвисты получили новый объект для исследований – газетный текст и газетный заголовок, которые являются важным компонентом статьи, а также оказывают воздействие непосредственно на читателей, побуждая к прочтению.

Газетные заголовки как объект лингвистического анализа стали впервые рассматривать в 60-е гг. XX века. Стоит заметить, что именно в указанное время структура газетного заголовка существенно усложняется, а круг выполняемых им функций становится шире.

Заголовок в контексте публицистического текста является структурно-семантическим компонентом, который обозначает и называет данный текст, он взаимосвязан с темой статьи и ее основной идеей, действующими лицами, цитатами.

Газетный заголовок, согласно Лазаревой Э.А., представляет собой «языковую структуру, предваряющую текст, стоящий «над» и перед ним», и в тоже время, он выступает в роли «полноправного компонента текста, входящего в него и связанного с другими компонентами целостного произведения» [1, 6]. Заголовок выполняет функцию номинации, что позволяет читателям распознать и выбрать конкретный текст среди множества других, таким образом позволяя сэкономить время при поиске наиболее интересных и значимых для него событий.

Заголовок способен самостоятельно, вне рассмотрения его как части текста публикации, выражать определенное суждение. Заголовок – первое, что бросается в глаза при просмотре страниц газеты и от того насколько хорошо выстроена его структура зависит успех конкретной статьи и популярность печатного издания в целом. Отсюда следует необходимость и важность изучения заголовка как выполняющего главную роль на странице. Нами были рассмотрены основные структурно-грамматические особенности заголовков на материале англоязычных газет, таких как «The Guardian», «York Vision», «Spark», «Streetvibes», «The Telegraph» и др.

Зачастую, заголовок представляет собой сжатые, лаконичные по структуре фразы, в которых наблюдается редуцирование, упрощение или опущение маловажных элементов. Более того, нужно отметить, что заголовок часто написан доступным, доходчивым языком, где чаще всего используются простые структурно-грамматические средства.

Газетный заголовок придает дополнительную смысловую нагрузку статье, которая направлена на реализацию воздействующей функции и определяется отбором информационного материала, выносимого в заголовок, его языковым и графическим оформлением.

Анализ заголовков в вышеуказанной прессе показал, что для англоязычной прессы характерно преобладание глагольных заголовков:

*Chinatown fights back* (The New Londoners)

*Thousands of students attend free education demonstration in London*

(Exerpose)

Заголовки англоязычные газеты зачастую используют неперфектные формы глагола. Когда нужно передать информацию о событиях, произошедших в недавнем прошлом, обычно используется историческое настоящее время (Historical Present):

*Russia Condemns West Provocation* (The Telegraph);

*Richard Aldington Dies 70* (The Daily Mirror);

*Concorde Lands at Heathrow* (The Telegraph).

Необходимо отметить, что такой тип заголовков встречается наиболее часто, что придает им динамичность, позволяет читателю приблизиться к мировому событию, почувствовать себя его частью тем самым повышает его интерес к публикуемому материалу.

Одной из грамматических особенностей, принятой при оформлении англоязычного заголовка является опущения глагола *to be* :

*Liner victim 'not on passenger list'* (The Times)

*Middle-aged men at higher risk of suffering allergies* (The Independent)

Для обозначения будущего времени в заголовках широко используется инфинитив:

*Publicis to Buy Sapient for \$ 3.7 Billion* (The Wall Street Journal)

*America To Resume Testing* (The Times)

*University to lengthen working day* ( Eхeрose)

*Gaddafi to run for RUSU President* ( Spark)

В заголовках англоязычной прессы наблюдается упрощение пассивной формы и замена ее на форму *past participle*:

*The Town That Stole Xmas* ( York Vision)

*RUSU caught amidst controversy* ( Spark)

Глагольность сохраняется также в заголовках в виде вопросов (речь идет о риторических вопросах) :

*Should Terrorism Be Given Airtime?* (York Vision)

*Isn't it ironic that the person who decides the fate of 300,000 homeless children gets to live in a mansion?* ( Streetvibes)

*Is the death penalty just?* (Spark)

*Selective High Schools, Does It Matter?* (The Australian Education Times)

Зачастую в вопросительных предложениях такого типа уже заложен ответ. Посредством употребления риторического вопроса в заголовке автор преследует идею выразить общее отношение к проблеме, подвести к мысли и вызвать у читателя соответствующую реакцию:

*Was Connor win legitimate?* ( York Vision)

*Galliano: Fashion genius?* (Spark)

*Royal ruination?* ( Spark)

В заголовках распространено употребление простых предложений повествовательного типа, среди которых часто можно встретить:

1) предложения полного состава

*Shakira helps kids shine* ( The New Londoners)

*Students vote to change NUS referendum rules* ( Exepose)

2 )предложения неполного состава

*Revived just in time* ( Spark)

*A Sweeping Change* (Streetvibes)

*New call for facts on loss* ( The Telegraph)

*Hands-down winner* (The New Londoners)

Именные:

*A meeting of masters* (The Telegraph)

*Gated Communities for the Homeless* (Streetvibes)

*The Cost of Free Food* (Srteetvibes)

Таким образом, мы приходим к выводу, что газетному заголовку как релевантному компоненту газетной информации в англоязычной прессе отведена весьма важная роль. Основной целью заголовка является побудить читателя прочитать статью и ознакомиться с предложенным материалом. Также заголовок должен лаконично излагать содержание сообщения, сохраняя интригу и легкость восприятия. Сделать заголовок сжатым, но в то же время достаточно информативным помогают, как мы выяснили, рассмотренные нами структурно-грамматические особенности газетного заголовка.

### **Список использованной литературы:**

- Лазарева, Э.Л. Заголовок в газете / Э.Л. Лазарева. – Свердловск: Изд-во Урал. гос. ун-та, 1989. – 96 с.

- Шамелашвили М.А. Функционально-стилистические и лексико-грамматические особенности газетных заголовков: автореф. дис. ... канд. филол. наук / М.А. Шамелашвили. – М., 1982. – 25 с.

- Суворов С.П. Особенности стиля английских газетных заголовков (по материалам Daily Worker) / С.П. Суворов // Язык и стиль. – Москва., 1965. – С.193