

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ СОЛИГОРСКОЙ РАЙОННОЙ ГАЗЕТЫ «ШАХЦЁР»

Ю. Н. Трухан

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
trukhan-yulia@mail.ru*

В статье представлены результаты анализа лексических особенностей заголовков Солигорской районной газеты «Шахцёр». Материалом для исследования послужили заголовки, опубликованные в районном издании в период с января по август 2025 г.

Ключевые слова: газета «Шахцёр»; заголовок; метафора; метонимия; олицетворение; эпитеты; языковая игра; прецедентные тексты.

ЛЕКСІЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ ЗАГАЛОЎКАЎ САЛІГОРСКАЙ РАЁННАЙ ГАЗЕТЫ «ШАХЦЁР»

Ю. М. Трухан

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
trukhan-yulia@mail.ru*

У артыкуле прадстаўлены вынікі аналізу лексічных асаблівасцяў заглаўкаў Салігорскай раённай газеты «Шахцёр». Матэрыялам для даследавання паслужылі заглаўкі, апублікаваныя ў раённым выданні ў перыяд са студзеня па жнівень 2025 г.

Ключавыя словы: газета «Шахцёр»; заглавак; метафара; метанімія; уасабленне; эпітэты; моўная гульня; прэцэдэнтныя тэксты.

Языковое оформление публицистических текстов играет важную роль в установлении и поддержании контакта с читательской аудиторией. Однако в большей степени это касается такого структурного элемента текста, как заголовок. Именно он является визитной карточкой любого материала в периодическом издании. От характера и оформления заголовка во многом зависит, будет ли прочитана публикация

или останется незамеченной. Согласно исследованиям психологов, «около восьмидесяти процентов читателей уделяют внимание только заголовкам» [1, с. 3]. Следовательно, чтобы привлечь внимание аудитории заголовок должен обладать «оригинальностью и броскостью» [2]. А. П. Бессонов отмечал, что «яркий, выразительный заголовок привлекает внимание читателя даже к малосодержательному материалу и, наоборот, интересная статья, корреспонденция, заметка могут остаться непрочитанными, если они снабжены шаблонными, бесцветными и тусклыми заголовками» [3, с. 3].

В последние десятилетия заголовок неоднократно становился объектом рассмотрения многих ученых. Однако в основном исследованию подвергались заголовки республиканских изданий, в то время как в региональной прессе они изучались мало. В этой связи в качестве материала исследования была выбрана Солигорская районная газета «Шахцёр». Ее редакция освещает как общественно-политическую, так и социально-экономическую жизнь Солигорска и района. Тираж в 7 500 экземпляров является одним из наиболее высоких среди региональных средств массовой информации Минской области, что свидетельствует о востребованности данного периодического издания среди читателей. В текущем году газета «Шахцёр» была признана лучшим печатным изданием Минской области.

Фактическим материалом исследования послужили заголовки, опубликованные в районной газете «Шахцёр» в период с января по август 2025 г. Всего было проанализировано 326 единиц, полученных методом сплошной выборки.

Цель данного исследования – выявить лексические особенности заголовков газеты «Шахцёр» и определить их потенциальную роль в привлечении внимания читателей.

Исходя из поставленной цели рассмотрим лексический состав заголовков с точки зрения стилистической принадлежности. Анализ фактического материала показывает, что в «Шахцёре» представлено большое количество названий с использованием нейтральных лексических единиц. На наш взгляд, это связано с информативной функцией заголовка, который должен объективно и доступно передать основное содержание публикации. Приведем несколько примеров: «*Что нужно есть, чтобы не болеть*» (Шахцёр, 16.01.2025); «*Пожарная безопасность: почему это важно?*» (Шахцёр, 30.01.2025); «*Какие работы в саду и огороде можно делать уже в феврале*» (Шахцёр, 06.02.2025); «*Правила дорож-*

ного движения: нормы, которые должны соблюдать все» (Шахцёр, 20.02.2025); «О профилактике тяжких и особо тяжких преступлений» (Шахцёр, 05.06.2025) и др.

С целью сделать заголовок более экспрессивным, ярким и запоминающимся журналисты используют стилистически окрашенную лексику. Однако в нашей выборке такие примеры были единичны: «В Солигорске выбрали самого крутого дедушку и прадедушку» (Шахцёр, 27.02.2025); «Мототранспорт: классно, но опасно» (Шахцёр, 15.05.2025); «Искусство хозяйствовать на земле» (Шахцёр, 29.05.2025); «Огрел “по-родственному”» (Шахцёр, 07.08.2025). В толковых словарях лексемы «крутого», «хозяйствовать», «огрел» сопровождаются пометой «разг.», лексема «классно» – «сленг». Употребление данных слов в заголовках способствует установлению доверительного контакта с читателем, позволяет сделать название публикации более живым, приближенным к повседневной речи целевой аудитории.

Также в заголовках были выделены изобразительно-выразительные средства, которые привлекают внимание читателей и активизируют их ассоциативное мышление. Именно через ассоциации заголовок не просто сообщает информацию, а раскрывает глубокий смысл и вызывает у читателя эмоциональный отклик. Чаще всего на страницах «Шахцёра» журналисты используют такие тропы, как метафора, олицетворение, метонимия, эпитеты, среди которых метафора занимает, пожалуй, центральное место. Так, например, к материалам о праздниках Масленица и 8 Марта опубликованы заголовки «Когда блин – царь стола» (Шахцёр, 27.02.2025) и «Солигорчанок поздравляют офицеры – рыцари страны» (Шахцёр, 06.03.2025), в которых лексемы «царь» и «рыцари» подвергаются метафоризации. В результате семантического переосмысления лексема «царь» приобретает переносные значение «главное, важное блюдо», а лексема «рыцарь» – «самоотверженный, великодушный, благородный, галантный человек». Заголовки с использованием таких слов придают освещаемому событию большую значимость и вносят некоторый оттенок торжественности.

Приведем еще несколько примеров названий публикаций, построенных на основе метафорического переноса.

«Как солигорские библиотекари покоряли Москву» (Шахцёр, 22.05.2025). В заголовке использована метафора «покоряли Москву», употребленная в данном контексте в значении «добиться успеха, признания благодаря таланту или мастерству». Также стоит отметить, что

в заголовке есть два примера метонимического переноса (синекдоха) – «солигорские библиотекари» и «покоряли Москву». В первом случае происходит перенос названия с части (библиотекарей) на целое (всю группу лиц, работающих в библиотеках Солигорска), во втором – перенос с географического объекта на профессиональное сообщество (жюри конкурса, коллеги из ведущих библиотек). Подобный заголовок с первого прочтения может привлечь внимание читателя своей интригой, что заставит его обратиться к прочтению всей статьи.

«*Столб позора*» (Шахцёр, 31.07.2025). В данном заголовке использована метафорическая конструкция, в контексте которой столбы электропередач, увешанные рекламой, уподобляются столбам, к которым в средние века приковывали преступников для публичного осуждения. Такое скрытое сравнение позволяет представить рекламу на ЛЭП как источник общественного недовольства. Рассматриваемый заголовок обладает резкой оценочностью и может вызывать у читателя негативное эмоциональное отношение к ситуации, которая описывается в статье.

На страницах газеты «Шахцёр» немало можно встретить заголовков, созданных посредством олицетворения (разновидность метафоры). Например: «*Окна, которые “спасают”*» (Шахцёр, 02.01.2025); «*Солигорский хлебозавод – место, где польза встречается со вкусом*» (Шахцёр, 16.01.2025); «*Природа пробуждается, а вместе с ней и мусор*» (Шахцёр, 27.02.2025); «*Вода не прощает ошибок*» (Шахцёр, 10.07.2025); «*Ими гордится Родина*» (Шахцёр, 10.07.2025). Во всех этих примерах с помощью приема олицетворения журналисты превращают объективные факты в эмоционально-насыщенные высказывания. Подобные заголовки, как правило, помогают оживить материал и удержать внимание читателя.

Наряду с метафорическими заголовками журналисты «Шахцёра» часто используют в названиях эпитеты. Например: «*Стальной характер и золотые годы: Солигорск чествует Валерия Корчагина*» (Шахцёр, 09.01.2025); «*Живые свидетели*» (Шахцёр, 08.05.2025); «*Стихийная торговля – угроза благоустройству*» (Шахцёр, 17.07.2025); «*Темная сторона алкоголя: личные истории Светланы и Сергея*» (Шахцёр, 07.08.25). Рассмотрим более подробно заголовок «*Ромашковое счастье Михаила и Лидии Мецко*» (Шахцёр, 15.05.2025).

В этом заголовке слово «*ромашковое*» выполняет по отношению к слову «*счастье*» роль эпитета и реализуется в двух аспектах. С одной стороны, данная лексическая единица указывает нам на конкретный

временной промежуток совместной жизни Михаила и Лидии – 68 лет, а с другой стороны, в сознании читателя она может рождать множество ассоциаций. Счастье воспринимается как светлое, теплое, искреннее, основанное на любви и верности. На наш взгляд, такой заголовок удачный пример того, как точно подобранный эпитет актуализирует ряд признаков и помогает создать многогранный образ семейного счастья.

Выразительные возможности заголовков не ограничиваются только вышеперечисленными приемами. Журналисты газеты «Шахцёр» нередко прибегают к языковой игре. В рамках настоящего исследования рассмотрим несколько заголовках, созданных посредством данного приема. Например: «От “мастер-клада” до суда» (Шахцёр, 16.01.2025); «Повторник и бесправник» (Шахцёр, 16.01.2025); «Первый подписал первый после выборов Указ» (Шахцёр, 30.01.2025); «Труд крут! Студотряды в деле» (Шахцёр, 17.07.2025). Интересным для анализа представляется заголовок «Не СМАлодушничать и поддержать» («Шахцёр», 06.03.2025). В данном примере автор использует языковую игру, основанную на графическом выделении, написав в слове смалодушничать (в значении «проявить малодушие») первые три буквы в виде аббревиатуры СМА, которая расшифровывается как спинальная мышечная атрофия. Данный факт подтверждается содержанием статьи. На наш взгляд, такое нестандартное оформление заголовка не только привлекает внимание читателя к проблеме СМА, вызывает интерес к публикации, но и побуждает его к сопереживанию и оказанию поддержки тому, кто в этом нуждается.

Интересным для анализа представляется заголовок «Почему под-ростки выбирают не жить?» (Шахцёр, 10.04.2025), в основе которого находится эвфемизм. Вместо слов «суицид», «смерть», «самоубийство» журналист намеренно использует менее резкое и отвлеченное сочетание отрицательной частицы «не» и глагола «жить». Подобный эвфемизм делает название публикации психологически более доступным и этически правильным для восприятия. На наш взгляд, он не только расширяет смысл заголовка, но и заставляет читателя задуматься о причинах трагедии и серьезности обсуждаемой проблемы.

Для получения более полной картины лексических особенностей заголовков газеты «Шахцёр», необходимо обратиться к анализу использования прецедентных текстов. Популярными источниками их образования служат пословицы, поговорки, фразеологизмы, цитаты из известных песен, фильмов и произведений. Приведем примеры: «Кто

не платит за сор из избы?» (Шахцёр, 13.03.2025) – пословица «Сор из избы не выносят»; «Ни в одном глазу: почему возникают проблемы со сном и как с этим бороться» (Шахцёр, 13.03.2025) – фразеологизм «Ни в одном глазу» (в значении “совершенно не хочется спать”); «Хочешь сделать хорошо, сделай это сам!» (Шахцёр, 20.03.2025) – пословица «Хочешь сделать хорошо – сделай сам!»; «Где эта улица, где этот дом?» (Шахцёр, 19.06.2025) – цитата из русского романа «Крутится, вертится шар голубой»; «Здоровье в порядке – спасибо зарядке» (Шахцёр, 26.06.2025) – фраза «Все в порядке, спасибо зарядке» из к/ф «Врачтарь»; «Я, ты, он, она – вместе целая страна!» (Шахцёр, 03.07.2025) – цитата из песни «Родина моя»; «Что имеем – не храним...» (Шахцёр, 17.07.2025) – усеченная форма пословицы «Что имеем, не храним, потерявши – плачем»; «В нашем полку прибыло!» (Шахцёр, 07.08.2025) – фраза из русской классики «Нашего полку прибыло». Приведенные примеры наглядно показывают, что прецедентные тексты используются в заголовках как в своей исходной форме, так и в трансформированном виде. Употребление подобных отсылок к прецедентным текстам не только привлекает внимание читателей своей оригинальностью, но и позволяет активизировать их воображение и актуализировать фоновые знания.

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать вывод, что лексические особенности заголовков Солигорской районной газеты «Шахцёр» проявляются в разнообразии стилистических приемов и выразительных средств. Журналисты издания стремятся к поиску оригинальных и нестандартных языковых решений, которые позволяют создать яркие, запоминающиеся и эмоционально насыщенные заголовки. Это, в свою очередь, позволяет повысить читательский интерес, укрепить имидж газеты и усилить ее популярность в Солигорске и регионе.

Полученные данные могут быть использованы студентами при изучении дисциплины «Язык средств массовой коммуникации», а также в процессе подготовки курсовых работ.

Библиографические ссылки

1. Лысакова И. П. Тип газеты и стиль публикации: Опыт социолінгвістычнага даследавання / Л.: Изд-во Ленинград. ун-та, 1989. 181 с.
2. Лютая А. А. Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Волгоград, 2008. 19 с.
3. Бессонов А. П. Газетный заголовок / Ленинград : Лениздат, 1958. 62 с.