

Средства реализации функциональной нагрузки газетного заголовка

*Василевская А. И., студ. V к. ГрГУ им. Я. Купалы,
науч. рук. ст. преп. Овчинникова Н. Н.*

Человечество вошло в XXI век — в век информации. Идет процесс стремительного насыщения общества информацией, возрастает ее роль. Информация стала массовой, способной воздействовать на общественную деятельность людей, что осуществляется через формирование общественного мнения. Сегодня среди средств массовой информации наибольшей популярностью пользуются радиовещание и телевидение, тогда как печатные СМИ находятся в ситуации напряженной конкуренции за своего потребителя.

В этой связи одним из актуальных вопросов ономастики сегодня является выявление способов реализации функциональной нагрузки газетного заголовка как своеобразного средства рекламы содержания газетного материала и средства привлечения внимания читателей. Таковая функция эффективного средства воздействия реализуется в газетных заголовках, главным образом, за счет использования в них различных выразительных лексико-стилистических средств [1].

Заголовки английской газеты имеют свои особенности. Зачастую они напечатаны столь крупным шрифтом, что занимают значительную часть полосы и представляют собой многоступенчатое изложение основных положений газетной статьи или газетного сообщения [2, с. 392], давая довольно полное представление о содержании самого сообщения, например:

A FALLING SATELLITE CATCHES THE POPULAR IMAGINATION

A dead hulk of a NASA satellite the size of a bus is skimming the top of the atmosphere [3].

Языковые особенности заголовков английских газет обусловлены их функциональным назначением — кратко изложить содержание заметки в возможно более сенсационном виде. В заголовках опускаются артикли, связочные глаголы, местоимения, употребляются неперфектные формы глагола. В случае если глагол употребляется в заголовке в формах длительного вида, опускаются вспомогательные глаголы, широко используются инфинитивные конструкции [2, с. 393].

Не менее специфичны и синтаксические особенности газетных заголовков. Так, в них часто используются назывные предложения и эллиптические конструкции, например:

KENNEDY ACCUSED OF BLUSTER [4, p. 2].

Особенно часто употребляются неличные формы глагола: герундий, причастие, инфинитив, например: WARNING SPEEDING DRIVERS. COLOUR-CODED PROTESTS [4, p. 12]. COPS TO BUST 'STRANGLER' IN WIFE SLAY [5, p. 5].

В заголовках встречаются такие сложные атрибутивные группы, в которых излагается основное содержание сообщения. Таким образом, логическое сказуемое или, иначе говоря, основная предикация сообщения выступает в качестве определения, например:

DO-IT-YOURSELF MUSHROOMS [3].

Многие заголовки английских газет построены в виде вопросов, которые имеют целью привлечь внимание читающих к содержанию общения, например:

WHAT SHALL WE DO WITH THE DRUNKEN SUICIDE BOMBERS? [6, p. 18].

В английских газетных заголовках иногда даются отдельные слова, словосочетания и предложения из выступления того или иного политического деятеля, например: We misled public over cannabis, Clarke says [4, p. 2].

Часто в целях эмфазы в заголовках используется повтор, например: Danger! Danger! Danger! [6, p. 12].

Есть заголовки, которые представляют собой целые предложения — предложения, например: Half of all recruits to Army read at level of 11-year-olds [5, p. 12].

Другие заголовки состоят только из одного слова, например: IMPOSSIBLE. AMAZING. MURDERED [6, p. 15].

Перечисленные особенности заголовков английских газет не исчерпывают многообразия их форм, но составляют их несомненную специфику и оказывают значительное влияние на нормы развития стиля английских газетных сообщений в целом [7].

Литература

1. Стилистика газетных заголовков английских газет [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: <http://www.referama.ru/txt.php?ch=20548>. — Дата доступа: 25.03.2010.
2. Гальперин, А. И. «Очерки по стилистике английского языка» / А. И. Гальперин // Репетитор по английскому языку [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: http://www.classes.ru/grammar/30.Ocherki_po_stilistike_angliyskogo_yazyka/html/unnamed_28.html. — Дата доступа: 12.02.2010.
3. The New York Times, 13 April 2010 / The New York Times [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: <http://www.nytimes.com/pages/todayspaper/index.html>. — Дата доступа: 03.09.2011.
4. The Times, 24 November, 2007.
5. New York Post, 13 April 2010.
6. The Mail, 28 March, 2004.
7. Арнольд, И. В. Стилистика современного английского языка. / И. В. Арнольд // Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по специальности «Иностранные языки». — Изд. 2-е, перераб. — Л.: «Просвещение», 1981. — 295 с.