

## СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГАЗЕТНОГО ЗАГОЛОВОЧНОГО КОМПЛЕКСА В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ КАК ИНОСТРАННОМУ

*Хоронько С.С.*

*Военная академия Республики Беларусь,  
Беларусь, Минск*

Рассматриваются стилистические особенности газетного заголовочного комплекса в процессе обучения русскому языку как иностранному: использование прецедентных текстов; «умышленные» грамматические ошибки; стилистически маркированная лексика; использование восклицательных конструкций; выделение шрифта; инверсия; композиционный план фотографии.

**Ключевые слова:** *русский язык как иностранный, стилистические особенности, газетный заголовочный комплекс*

## STYLISTIC FEATURES OF THE NEWSPAPER HEADING COMPLEX AT TRAINING RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

*Horonets S.S.*

*Military Academy of the Republic of Belarus,  
Belarus, Minsk*

The article deals with of stylistic features of the newspaper heading complex at training russian as a foreign language: use of precedent texts; "Intentional" grammatical errors; stylistically marked vocabulary; the use of exclamation constructions; font selection; inversion; composition plan for photography.

**Key words:** *Russian as foreign language, stylistic features, newspaper heading complex*

Цель статьи – показать разнообразие стилистических особенностей заголовочного комплекса на материале одной газетной статьи в процессе обучения иностранных слушателей русскому языку (далее – РКИ). Язык средств массовой информации (далее – СМИ) представляет собой особую трудность для иностранцев, поскольку совокупность разнообразных стилистических средств заголовочного комплекса в рамках одной газетной статьи создает эффект языковой игры.

Материалом исследования данной работы послужила статья под названием «Уехать нельзя остаться», размещенная в газете «Аргументы и факты в Белоруссии» (далее – «АиФ»), (№ 32 (292) от 7 августа 2013 г., на стр. 1 – эффектная иллюстрация к статье, представляющая собой своеобразный «коллаж / аппликацию»; сама статья – на стр. 34-35). Материалы посвящены размышлениям на тему миграции и рассматривают различные причины этого процесса. Подзаголовок на первой странице

сформулирован следующим образом: «Почему мы уезжаем и возвращаемся», на стр. 34-35 – синонимичная версия подзаголовка: «Ради чего люди покидают страну и почему возвращаются».

В заголовочный комплекс входят собственно заголовки, вводка (вводный текст), все подзаголовки, рубрики, выделения в тексте статьи (полужирным шрифтом, прописными буквами, курсивом, разрядкой и под.), фотографии и комментарии к ним, иллюстрации, картинки, инфографические тексты и под.

Данная статья представляет собой интерес для изучения русского языка как иностранного, поскольку создает благоприятную почву для развития устной речи иностранцев, дает материал для обсуждения, например, по следующим направлениям:

- 1) стилистическая особенность заголовка, задающая двусмысленность;
- 2) использование прецедентных текстов в подзаголовках;
- 3) стилистические особенности заголовочных вопросительных предложений;
- 4) «умышленные» грамматические ошибки, маркированные стилистически;
- 5) стилистически маркированная лексика в рубриках;
- 6) использование восклицательных конструкций в подзаголовках;
- 7) выделение шрифта в тексте для контекстуального семантического расширения;
- 8) инверсия как стилистический прием подзаголовков;
- 9) композиционный план фотографии как элемента заголовочного комплекса.

Рассмотрим более подробно обозначенные направления.

1. Заголовок статьи «Уехать нельзя остаться» представляет собой стилистический прием – амфиболию, т.е. двойственность, двусмысленность, неясность выражения, допускающего два различных истолкования. В данном случае амфиболия связана с вариантами сегментации речи, т.е. отсутствием графического выражения необходимой интонации. Для носителей русского языка такая языковая игра понятна и не требует комментариев и дополнительных разъяснений. Гораздо сложнее дело обстоит при изучении иностранцами подобных синтаксических конструкций. Такой стилистический прием им никак не понятен: во-первых, значение заголовка не может быть однозначным, во-вторых, иностранцы уверены, что в данном предложении допущена ошибка. Только при логическом членении фразы иностранцами устанавливается понимание, а варианты постановки запятой обеспечивают его правильность: «Уехать, нельзя остаться» = «нужно уехать»; «Уехать нельзя, остаться» = «нужно остаться».

Для иллюстрации можно привести подобный пример: «Казнить нельзя помиловать». Смысл меняется в зависимости от места паузы после или перед словом «нельзя». Фраза получила широкую известность после мультфильма «В стране невыученных уроков» (1969 г.), в котором жизнь главного героя зависела от того, как он расставит знаки препинания в этом предложении. Подобный стилистический прием становится популярным, например, известна подборка прозаических произведений Екатерины Абаевой «Любить нельзя убить».

2. Использование прецедентных текстов в подзаголовках – один из стилистических приемов. В данной статье имеется такой подзаголовок. «Еду я на родину» – прецедентный текст, известный нам из песни группы ДДТ. В методике преподавания РКИ рекомендуется устанавливать источник прецедентности, хотя без помощи преподавателя определить значение фразы из песни не представляется возможным: «*Родина, еду я на Родину, Пусть кричат уродина, А она нам нравится, Хоть и не красавица...*». Стилистически маркированная лексика, объединенная на основе антитезы «уродина – красавица», может стать «стимулом – реакцией» для порождения спонтанной речи иностранного студента и изложения своей позиции.

3. Особенности грамматической структуры заголовков и их выражение. Синтаксис занимает центральное место в грамматической системе языка. Поскольку в данной работе заголовок рассматривается как дискурс, то приоритетным следует считать синтаксический аспект заголовка. В рамках одного исследования не представляется возможным рассмотреть также и морфологические особенности заголовков, поскольку они должны быть предметом отдельного рассмотрения в силу разветвлённости морфологической системы русского языка и огромного разнообразия грамматических категорий каждой части речи. Синтаксис как область грамматического строя языка объединяет в своих границах такие единицы, которые или непосредственно формируют сообщение, или служат компонентами формирующей его конструкции. Такими синтаксическими единицами являются словосочетание, простое предложение и сложное предложение. Более сложный уровень – сверхфразового единства.

Интересным представляется подзаголовок «Кто – куда – зачем?», который для иностранного учащегося представляет собой скорее синтаксическую модель построения предложения, предполагающую наполнение конструкции по заданным падежам: Кто (субъект) =  $N_1$ , куда (направление) =  $vN_4$ , зачем (цель) = для  $N_2$  / за  $N_5$ . Для образца можно взять пример *Антон в библиотеку за книгой*. Подзаголовок выполняет не только логико-семантическую функцию, но и лингводидактическую. Данной модели достаточно, чтобы сформулировать мысль о процессе миграции.

Важно отметить, что вопросительный по смыслу заголовок «Почему мы уезжаем и возвращаемся» не оформлен знаком вопроса, как и синонимичная версия – подзаголовок «Ради чего люди покидают страну и почему возвращаются». Вопросительная интонация, а также отсутствие графического выражения вопроса вызывает у иностранцев недоумение.

3. Стилистические особенности вопросительных предложений. Если в речи вопросительные предложения имеют характерную интонацию, то при графическом изображении заголовков о том, что указанные заголовки являются вопросительными, нам говорит только знак вопроса в конце предложения.

По нашим наблюдениям, в газете «АиФ» самой распространенной стилистической особенностью заголовков, грамматическая структура которых представляет собой вопросительное

предложение, является отсутствие графического знака выражения вопроса, т.е. вопросительного знака. Несмотря на то что в заголовках содержатся вопросительные слова и их четкая постановка в начале предложения вполне очевидна, в большинстве заголовков отсутствует знак вопроса. Сравним два подзаголовка одной и той же статьи: «*Почему мы уезжаем и возвращаемся*», «*Ради чего люди покидают страну и почему возвращаются*». Для испаноговорящих это выглядит как ошибка, так как в испанском языке знак вопроса ставится не только в конце предложения, но и в начале(!) предложения, чтобы сразу обозначить интонационную конструкцию.

4. «Умышленные» грамматические ошибки, маркированные стилистически. Вводка (вводный текст) рассматриваемой статьи, который является частью заголовочного комплекса, предлагает краткий экскурс в статью. Вот несколько предложений: «... одна из последних тенденций – переезд учёных в страны Юго-Восточной Азии. Там создаются хорошие условия для работы. А также в страны ЕС, где сегодня на фоне экономического кризиса «за недорого» можно приобрести недвижимость...». Понимание иностранцами грамматической конструкции «за недорого» с морфологической точки зрения проблем не вызывает: *за* – предлог, *недорого* – наречие. При попытке анализа грамматической структуры выявляется, что допущена ошибка грамматической сочетаемости: предлоги сочетаются с существительными и не сочетаются с наречиями. Таким образом, возникает вопрос: «Можно ли любую грамматическую ошибку трактовать как стилистический прием современных СМИ?»

5. Стилистически маркированная лексика заголовочного комплекса. Рубрика «*Мнение «возвращенца»*» понятна для носителя русского языка, хотя лексема *возвращенец* в русском языке отсутствует, поскольку не зафиксирована в толковых словарях. Благодаря словообразовательному форманту *-ец-* от словообразовательной базы *возвращен-* можно сформулировать лексическое значение: «*человек, который возвратился*». По типу словообразования лексема является, скорее всего, универбом, а процессы универбации также основаны на стилистических приемах.

6. Использование восклицательных конструкций. По нашим наблюдениям, в заголовках «АиФ» довольно редко используются восклицательные предложения. В данной статье таких сразу два: 1) *Граница открыта!* и 2) *А. Серебряков: «Семью увез!»*. Очевидно, что наличие восклицательной интонации подчеркивает эмоциональность содержания статьи. Восклицание один из распространенных стилистических приемов.

7. Выделение шрифта в тексте для контекстуального семантического расширения. Выделения в тексте статьи (полужирным шрифтом, прописными буквами, курсивом, разрядкой и под.) также являются элементами заголовочного комплекса. Интерес представляет следующее предложение: «*Задача власти – последовательно улучшать жизненную среду ЗДЕСЬ, чтобы как можно меньшему числу людей хотелось сбежать ТУДА*».

Указательные наречия *здесь, туда* в таком тексте приобретают контекстуальное значение. Наиболее эффективным способом формирования практических навыков говорения является способ

семантизации данных наречий с учетом контекста. Оппозиция данных лексем должна быть подкреплена семантически, т.е. на занятиях РКИ иностранцу предлагается составить развернутые предложения или подобрать тематические словосочетания с уточнением значения лексем *здесь, туда*.

8. Инверсия как стилистический прием в заголовочном комплексе: «*Уехать хочется, но не очень*». Осмысление данного подзаголовка устанавливается путем прямого порядка слов и вариантных (синонимичных) предложений.

9. Фотографии и комментарии к ним выполняют огромную смысловую нагрузку. Композиционный план фотографии представляется очень интересным: с одной стороны, набор символов-зданий дальнего зарубежья (башня Биг-Бен в Лондоне, статуя Свободы, Эйфелева башня и др.), а с другой, – смотрящие вдаль молодые люди, увозящие с собой в чемодане отечественные символы (образ Ф.Скорины, зубра, березы, ромашки), государственные символы (герб, флаг).

Выводы. 1. Очевидно, что основная задача газетного заголовка заключается в том, чтобы привлечь внимание читателя, заинтересовать его, а лишь во вторую очередь заголовку поручается информационно-разъяснительная функция – сообщение краткого содержания газетной статьи. 2. Как представляется, такие аспекты РКИ как практика речи, грамматика, стилистика могут активно изучаться на примерах газетных заголовков, а также на материале СМИ. 3. Совокупность разнообразных стилистических средств создает эффект языковой игры. Понимание стилистических особенностей современных СМИ требует от иностранца не только высокого уровня владения русским языком, но и знаний лингвострановедческого характера, в первую очередь, владение прецедентными текстами.