

УДК 81'42  
ББК Ш105.551.5

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.55

Код ВАК 10.02.19; 10.02.01

М. А. Галепя М. А. Galepa

Новочеркасск, Россия Novocherkassk, Russia

**ЗАГОЛОВКИ ТЕКСТОВ ПАРЛАМЕНТСКОЙ  
ЖУРНАЛИСТИКИ:  
СПЕЦИФИКА И ФУНКЦИИ КОНЦЕПТОВ**

**Аннотация.** Анализируются принципы построения заголовков и их функции в парламентской журналистике, предпринята попытка выявить специфику воздействия заголовков на адресата политических текстов. Нередко в заголовки включаются ключевые концепты языка. Концептуальность заголовочного комплекса служит средством выражения отношения автора текста к объективной реальности. Заголовкам-концептам свойственны различные функции (номинативная, информативная, оценочно-экспрессивная, аксиологическая и др.). В текстах парламентской тематики особое значение приобретает такая подфункция аксиологической функции, как ироничность.

**Ключевые слова:** парламентаризм; идеологизированный дискурс; заголовок; концепт; публицистическая риторика; языковая личность журналиста.

**Сведения об авторе:** Галепя Марина Анатольевна, соискатель кафедры средств массовых коммуникаций Южного федерального университета.

**Место работы:** Законодательное Собрание Ростовской области, Ростов-на-Дону.

**Контактная информация:** 344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 150.  
e-mail: galepa1@rambler.ru.

**HEADINGS OF TEXTS  
OF PARLIAMENTARY JOURNALISM:  
SPECIFICS AND FUNCTIONS OF CONCEPTS**

**Abstract.** The principles of writing headings and their functions in parliamentary journalism are analyzed; an attempt is made to reveal the specificity of influence of the headings on the addressees of political texts. Headings usually contain key concepts of the language. Conceptual character of the heading unit is the means of expression of the attitude of the text author to reality. Headings-concepts have different functions (nominative, informative, evaluative-expressional, axiological etc.). Irony has an important function in the parliamentary texts.

**Key words:** parliamentarism; ideologized discourse; headline; concept; publicistic rhetoric; linguistic identity of the journalist.

**About the author:** Galepa Marina Anatoliievna, Post-graduate Student of Southern Federal University, Rostov-on-Don.

**Place of employment:** Legislative Assembly of Rostov region, Rostov-on-Don.

**Contact information:** 344006, g. Rostov-on-Don, ul. Pushkinskaya, 150.

В апреле 2014 года исполнилось 20 лет Донскому парламенту, официальное название которого — Законодательное собрание Ростовской области. Аналогичный юбилей с конца 2013 г. отметили представительные органы и других субъектов Российской Федерации. Двадцатилетний юбилей — это достаточный период и отличный повод для того, чтобы не только обобщить исторические и юридические аспекты становления российского парламентаризма, но и попытаться ответить на некоторые вопросы, относящиеся к сферам политической лингвистики и коммуникативистики.

Целью статьи является анализ приемов композиционного объединения компонентов заголовочного комплекса (ЗК) в парламентских текстах. Мы попытались охарактеризовать роль заголовочного комплекса в выполнении когнитивно-прагматической задачи, связанной с достижением перлокутивного эффекта.

Теория заголовков газетно-журнальных текстов разработана в отечественной коммуникативистике достаточно основательно [Лазарева 1989; Прохорова 2005; Руженцева 2012].

К. В. Прохорова дает определение совокупного заголовочного текста в узком и широком понимании. В узком смысле это совокупность заголовков какого-либо издания как самостоятельное речевое произведение, а в широком — совокупность заголовочных комплексов периодического издания в рамках определенного временного отрезка [Прохорова 2007: 179—180]. В данной работе мы придерживаемся узкого определения совокупного заголовочного комплекса.

К. В. Прохорова выделяет следующие составляющие элементы заголовочного комплекса: «тематическое название полосы; рубрика (предваряет конкретную публикацию); подзаголовок; внутренние заголовки (журналисты иногда называют их главками); шапка (заголовок в верхней части первой полосы, набранный крупным кеглем); лид (лид в качестве элемента ЗК рассматривается в случае его шрифтового выделения и возможной композиционной обособленности от текста); предтексты (к ним относятся эпиграфы, посвящения, анонсы); вставки (врезки в текст, имеющие обычно графическое выделение); подписи к фотографиям.

В состав ЗК включают также иногда подпись» [Прохорова 2005: 14—15].

При анализе заголовочных комплексов парламентских текстов обязательно учитываются три составляющие: 1) идеологическая установка автора; 2) композиционная цельность частей; 3) влияние дискурса на речевую структуру парламентского сообщения. Мы сознательно обратились только к заголовку как к центральному компоненту заголовочного комплекса, попытавшись проследить принципы комплексного объединения заглавия, самого текста с его тематикой и концептуальной идеей и соответствующих выводов, которые, по мысли автора, должны стать достоянием читателя, изменить или скорректировать его восприятие сообщения.

По определению Л. Е. Кройчика, композиционная схема такого целого осуществляется «в векторе постижения сущности мира». Оно происходит непрерывно в информационно-коммуникативном представлении, включающем взаимодействующие элементы: «деятельность», «автор», «произведение», «аудитория». Именно в такой схеме и содержится «„смысловая энергетика“ отдельных звеньев информационно-коммуникативной системы, их доминирующая этапность» [Кройчик 2009: 49], что и будет включаться в сложную дискурсивную сферу, с которой соотносится парламентский текст.

Заголовок рассматривается как предопределяющая структура идейно-содержательной организации последующего материала. Заголовок учитывает идеологическую установку автора и ее текстовую репрезентацию. Заголовок содержит указание или намек на проблему, которая получит освещение и определенную интерпретацию в самом тексте. Учитывая сущность дискурса как «речи, погруженной в жизнь» (Н. Д. Арутюнова), заголовок отражает, помимо темы и идеи текста, субъективную авторскую оценку, которая достигается эмоционально-экспрессивными средствами.

Для усиления воздействующего эффекта идеологизированного дискурса (подробнее об этом см.: [Галепа 2014]) творческая энергия автора направлена на активное использование стилистических приемов, акцентирующих новизну проблематики, подчеркивающих ее злободневность и убеждающих потенциального адресата прочитать текст.

Так, заголовок «Нулевая точка развития» (в рубрике «Дела бюджетные») [Акиндинова 2013] актуализирует критическую оценку нового трехлетнего бюджета, представленного на рассмотрение в Государственную думу. Само название свидетельствует о неэффективном подходе к составле-

нию бюджета при «отсутствии макроэкономической ситуации». Сказанное является нулевой точкой отсчета в оценке роста доходов и свидетельствует о понижении стабильности жизни общества. Такая форма заголовка эксплицирует крайне неодобрительную оценку, соотносимую с основной мыслью публикации. В такой же стилистической тональности написана и сама статья.

Идейно-смысловая основа текста, озаглавленного «Диалог между властью и обществом» [Соколова 2013], — поиски согласия общества с властью. И заголовок, и текст подчеркивают необходимость единения между властью и гражданским обществом. Идея текста — необходимость общности «мировоззренческих установок», «конструктивных решений», «реальных каналов общения власти с народом». Основная концептуальная установка соотносится с заголовком. Сравним высказывания участников клуба: «...для устойчивого развития страны нет другой альтернативы, кроме создания широкой коалиции»; «диалог — это лучший способ выработать конструктивное решение». Общий вывод также демонстрирует соответствие основной мысли заголовка и содержания текста: «Власть не просто готова сотрудничать с массовыми общественными объединениями», она готова к «совместному написанию программы развития страны».

«Русский дух нуждается в букве закона» [Агумова 2013]. И текст, и заголовок отражают проблему преподавания русского языка в школе: раскрывается основная идея острой дискуссии о роли языка в формировании общественного сознания и патриотизма. Речь идет о законодательной защите родного языка от «контркультурных наслоений» с целью сохранения «нетленности русского языка», который нужно уберечь от засорения и изобилия иностранных слов, у которого необходимо «защитить естественные границы», для которого требуется «разработать новые формы преподавания» и т. п. Эта мысль повторяется в выводах и предложениях пропагандировать поэзию и литературу как ценность, релевантную для сохранения «богатства русского языка». Утвердительный пафос заголовка имеет в известной степени императивный и апеллятивный характер: заголовок обращен к аудитории и побуждает ее к быстрой реакции.

Примечателен заголовок к материалу о принятии федерального закона, упрощающего процедуру получения российского гражданства соотечественниками, владеющими русским языком, родственники которых ранее проживали на территории Российской Федерации, бывшей Российской им-

перии или СССР [Макаров 2014]. Публикация вышла под названием «*В Россию, домой хочу*», что является почти дословной цитатой из песни Михаила Ножкина к кинофильму «Освобождение», благодаря чему заголовков не только ставит проблему законодательных изменений, необходимых для получения гражданства, но и формирует лояльность читающей аудитории к тем соотечественникам, которые ранее проживали «вне дома», а теперь возвращаются на Родину. Заголовки такого типа, несущие не только сжатую информацию о последующем тексте, но и заключающие в себе гораздо более широкое понимание происходящего и настраивающие читателя на определенное восприятие текста публикации и самого события, отраженного в ней, можно назвать **заголовками-концептами**.

Заголовок-концепт «*Безымянные могилы лишены права голоса*» [Горелик 2014] привлекает внимание читателя своей парадоксальностью, основанной на одновременном употреблении близких по смыслу слов, которые становятся контекстуальными антонимами: *безымянный* (т. е. неозначенный, не названный) — *право голоса*. Материал посвящен законодательным вопросам, связанным с неидентифицированными солдатскими захоронениями. Стилистический прием, употребленный в заголовке, привлекает внимание, является своеобразным ай-стоппером и побуждает читателя ознакомиться с текстом статьи.

В систему заголовков идеологизированного дискурса входят ключевые концепты языка, соотносимые с формами отдельных слов, словосочетаниями, предложениями со значением утверждения или отрицания того или иного факта, события. Ключевые концепты являются центром всего заголовочного комплекса публикации. Концептуальность заголовочного комплекса — это своеобразное средство выражения отношения автора к объективной реальности, а также средство репрезентации текстовой модальности и трансляции авторской точки зрения для ее группового осмысления.

Обратимся к концептуальным носителям в текстах парламентской журналистики. В какой бы части заголовочно-текстуального комплекса они ни употреблялись, они всегда нуждаются в разъяснении, так как формируют ведущую идею публикуемого материала. Можно выделить следующие **типы концептов** по их структурной организации: простые по форме, состоящие из одного слова, или сложные, представляющие собой соединение нескольких лексем. Общей семантической основой для концептов является

тематика парламентских обсуждений. Одни концептуальные структуры содержат позитивную оценку, другие относятся к числу критических, включающих иронические или пародийные оценки.

Концепт — объективно-субъективная форма журналистского творчества. Он помогает реконструировать имеющиеся у человека знания об определенном факте, событии и явлении в соответствии с ситуацией, в рамках которой рассматривается тот или иной вопрос. Ввиду концентрации понятийного содержания и заключенных в нем ассоциаций, концепт цементирует компоненты заголовочного комплекса и может использоваться в различных частях текста. Если концепт употребляется в заголовке, то он нацеливает на нужное автору понимание текста, а если в самом тексте — акцентирует наиболее значимые идеологические положения и подводит к выводу.

При наличии общей схемы репрезентации концептуальных структур каждая из них имеет свою неповторимую форму, так как концепты по-разному входят в контекст публикации. Индивидуальность творчества требует своеобразия речевых приемов. Композиционно такие структуры могут быть использованы и в заголовке, и в самом тексте. Именно в них заключена основная мысль публикации. Наиболее интересные формы концептуальных структур создаются с помощью оценочно-экспрессивной эмоционально окрашенной лексики.

Обратимся к некоторым из них.

«*Свободовластие*» [Камышев 2011]. Данный заголовок-концепт нацеливает читателя на критическую оценку результатов выборов в Государственную думу шестого созыва, когда партия «Единая Россия» набрала свыше 50 % голосов и вышла на первое место. По мнению политического обозревателя, «популярность партии власти вновь вернулась на траекторию спада». Автор намекает на фальсификацию результатов выборов. Эта основная мысль подчеркивается обличительным подзаголовком («Преступление без наказания») и аргументацией текста.

Острую саркастическую характеристику содержит концепт, характеризующий предвыборную кампанию М. Прохорова в 2011 г., — «*Либеральная дворницкая*» [Либеральная дворницкая 2011]. Ядовито-критическая оценка в этой форме заголовка поддерживается содержанием и пародийными элементами: над партией «Народный фронт» «уже витал алмазный дым».

Такого же типа концепты в заголовках публикаций по поводу уже известного всем правительственного «реформирования» Рос-

сийской академии наук встречаются в статье «*Академический роспуск*» [Сухомлин 2013]. В публикации, подготовленной В. Сухомлиным, собраны высказывания на эту тему академиков, политиков, руководителей предприятий. Мысли автора о новой модели реформирования Академии наук подталкивают читателя к вопросу: «Не станет ли она „РАНпохоронсервисом?“»

Нередко в заголовках авторы применяют перефразированные крылатые выражения и афоризмы, что не только привлекает внимание читателя, но и многократно усиливает воздействие материала на аудиторию. Заголовок «*Шумит реклама, шумит*» [Степанова 2014] явно отсылает читателя к реплике Репетилова «Шумим, братец, шумим» (комедия А. С. Грибоедова «Горе от ума»). В публикации подробно излагаются перипетии обсуждения в Государственной думе пакета законопроектов, касающихся регулирования рекламной деятельности. При этом один из них, как следует из публикации, депутаты вовсе не стали рассматривать, а еще три были отклонены профильным комитетом. Перлокутивный эффект заголовка — ответ Чацкого на реплику Репетилова: «Шумите вы и только?», т. е. намек на то, что от слов пора переходить к делу. Возможен и еще один дополнительный смысл — звуковая реклама будет и в дальнейшем создавать ненужный гул в и без того шумных мегаполисах.

Ироничность, сарказм и скептицизм в целом свойственны текстам парламентской тематики. Ироническую оценку какого-либо события в политической или законодательной жизни общества часто содержат концептуальные структуры в форме предложения.

«*Виктор Янукович впал в украинности*» [Колесников 2013]. Политический кризис на Украине, связанный с евроинтеграцией, вызвал массу вопросов в правительственном и парламентском сообществе разных государств. Скептический настрой по поводу того, что Украина и европейские страны «теперь будут идти параллельными курсами», подтверждается опасением «обнулить» большую часть доходов в «общей зоне свободной торговли Украины». Такая политика вряд ли «будет пользоваться успехом в нестройных рядах украинского руководства». Ирония в заголовке достигается деформацией фразеологического оборота («впасть в крайности» — «впал в украинности») в сочетании с отсылкой к месту действия (Украина — «украинность»).

Концепт в форме предложения также встречается в заголовке «*Блогеру закон написан!*» [Блогеру закон написан! 2014]. Публикация посвящена вопросам законодательного регулирования блогосферы, а именно давно обсуждаемому «закону о блогерах». Заголовок ассоциативно отсылает читателя к известной русской пословице «дураку закон не писан», что во многом предопределяет дальнейшее восприятие текста публикации. Несмотря на то, что в материале утверждается: «Совет Федерации поддержал думских коллег и одобрил закон», у читателя остается сомнение в исполнении данного закона, возникшее на этапе прочтения заголовка. Кроме того, пословица настраивает читающую аудиторию на смысловую параллель между «блогером» и «дураком», чем тоже снижается доверие к блогерам как таковым. В целом же данный заголовок, обыгрывающий известную пословицу, придает иронический характер всей публикации.

Заголовки-концепты в текстах парламентской проблематики многофункциональны. Так же, как и в заголовках публикаций иной тематической направленности, у заголовков-концептов можно выделить следующие функции: номинативную, графически-выделительную, информативную, рекламную, оценочно-экспрессивную, интегративную, композиционную, закрепительную [Лазарева 1989], текстообразующую, текстозаместительную [Прохорова 2005], аксиологическую [Руженцева 2012]. Если рассматривать аксиологическую функцию в широком понимании, в связи с формированием системы ценностей, то заголовкам-концептам парламентской журналистики свойственна еще и такая подфункция, как ироничность. Ироничный заголовок ставит под сомнение не только суть текста публикации, но и целесообразность описываемых событий, что снижает уровень доверия к деятельности парламента в целом, как бы заранее «программирует» аудиторию на неуважительное, негативное отношение к любым его действиям.

Перспективным направлением дальнейшей работы является исследование всего заголовочного комплекса в его идейно-тематическом и лингвопрагматическом единстве, что позволит внести вклад в досконально не изученную, однако актуальную область — российскую парламентскую журналистику начала XXI в.

#### ИСТОЧНИКИ

1. Агумова Ф. Русский дух нуждается в букве закона // Парламентская газета. 2013. 13 июля.
2. Акиндинова Н. Нулевая точка развития // Новая газета. 2013. 14 окт.
3. Блогеру закон написан! // Парламентская газета. 2014. № 16с, 29 апр.
4. Горелик А. Безымянные могилы лишены права голоса // Парламентская газета. 2014. № 13, 10 апр.

5. Камышев Д. Свободовластие // Власть. 2011. Дек.

6. Колесников А. Виктор Янукович впал в крайности // Коммерсантъ. 2013. 26 окт.

7. Либеральная дворницкая // Московский комсомолец. 2011. 21—28 сент.

8. Макаров Роман. «В Россию, домой хочу» // Парламентская газета. 2014. № 16с, 29 апр.

9. Соколова М. Диалог между властью и обществом // Парламентская газета. 2013. 15 июля.

10. Степанова Т. Шумит реклама, шумит // Парламентская газета. 2014. № 17, 15 мая.

11. Сухомлин В. Академический роспуск // Литературная газета. 2013. 10—16 июля.

#### ЛИТЕРАТУРА

12. Ахмадулин Е. В. Пресса политических партий России начала XX века: издания консерваторов. — Ростов н/Д : Книга, 2001.

13. Галена М. А. Парламентская журналистика: идеологизированный дискурс в композиционной схеме контекста // Политическая лингвистика. 2014. № 1 (47). С. 140—143.

14. Гавра Л. П. Основы теории коммуникации : учеб. пособие для бакалавров и специалистов. — СПб., 2011.

15. Кирсанова А. В. Толковый словарь крылатых слов и выражений. — М. : Мартин, 2014.

16. Кройчик Л. Е. Ценностные ресурсы публицистического произведения // Современные проблемы журналистской науки : ежегод. сб. науч. ст. — Воронеж, 2009.

17. Лазарева Э. А. Заглавие и начало газетного текста // Слово в системных отношениях на разных уровнях языка. — Свердловск, 1989. С. 121—132.

18. Лазарева Э. А. Заголовок в газете. — Свердловск, 1989.

19. Прохоров Е. П. Журналистика и демократия : учеб. пособие. — М., 2004.

20. Прохорова К. В. Газетный заголовок: проблемы и функциональные возможности. — СПб. : Изд-во СПбГУ, 2005.

21. Прохорова К. В. Совокупный заголовочный текст // Русская речь в средствах массовой информации: стилистический аспект. — СПб. : Изд-во СПбГУ, 2007. С. 179—202.

22. Руженцева Н. Б. Базовые ценности межнационального дискурса в заголовках первой русской газеты в Африке // Политическая лингвистика. 2012. № 4. С. 34—39.

23. Сыроватская Н. С. Языковые средства управления вниманием аудитории аналитического журналистского текста // Изв. Рос. гос. ун-та им. А. И. Герцена. 2011. № 130. С. 102—108.

24. Тимофеева Л. Н. Политическая коммуникативистика: проблемы становления // Полис. 2009. № 5. С. 41—54.

25. Туркова Т. А. Способы выражения авторской позиции журналиста в контексте объективности // Изв. Тул. гос. ун-та. Гуманитарные науки. 2010. № 1. С. 388—391.

26. Тхагушев И. Н. Парламентаризм и СМИ: аспекты взаимодействия // Журналистика-2005. Трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве. — М., 2006.

27. Чудинов А. П. Дискурсивные характеристики политической коммуникации // Политическая лингвистика. 2012. № 2. С. 53—60.

28. Ширина Е. В. Языковой портрет русских публицистов 60-х годов XIX века (творчество А. И. Герцена, Н. А. Добролюбова, Д. И. Писарева). — Ростов н/Д, 2007.

29. Шилина М. Г. Корпоративная интернет-коммуникация в системе связей с общественностью // Вестн. Моск. ун-та. Сер.10 : Журналистика. 2012. № 1. С. 87—100.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. Б. Руженцева.**