

ФИЛОЛОГИЯ

Научная статья

УДК 070

DOI 10.37724/z5183-4597-2359-v

Функционирование заголовочных комплексов в региональной прессе

Наталья Николаевна Гордиенко

Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина,
г. Рязань, Российская Федерация, n.gordienko@365.rsu.edu.ru

Аннотация. Статья посвящена изучению структурных и функциональных особенностей заголовочного комплекса в современной региональной прессе. В проведенном исследовании мы рассматривали такие элементы заголовочного комплекса, как заголовок, рубрика, подзаголовок, лид, вставка, анонс. Подобные структурные элементы, на наш взгляд, несут наибольшую функциональную нагрузку. Они в большей степени прагматичны – направлены на привлечение и удержание внимания читателей. В качестве объекта изучения выступают заголовочные комплексы рязанской областной газеты «Панорама города». Это самое крупное по тиражам периодическое печатное издание в регионе. Еженедельник является частным, негосударственным СМИ, коммерческий успех которого обусловлен тематикой, востребованной у массового читателя. Заголовки и подзаголовки или лиды многих материалов вынесены на первую полосу издания, что служит фактором повышения интереса аудитории к газете. В связи с этим актуальность исследования заголовочных комплексов именно этого издания обусловлена необходимостью обобщения эффективного опыта их использования с целью выполнения основного функционального предназначения – привлечение внимания читателя к материалу и к изданию в целом.

Цель данной статьи – изучить структурные элементы заголовочного комплекса и определить их функциональную роль в современной региональной прессе. Ведущий метод, способствующий достижению поставленной цели, – метод контент-анализа.

Теоретическая база исследования включает работы А.В. Колесниченко, Э.А. Лазаревой, А.Э. Мильчина, А.А. Сафонова, А.А. Тертычного Л.К. Чельцовой, Н.Э. Шишкина и труды других ученых.

Практическая значимость исследования состоит в том, что материалы статьи можно использовать в преподавании курса «Основы журналистской

деятельности» по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (профиль - «Теория и практика журналистики»).

Ключевые слова: газета, региональная пресса, заголовок, заголовочный комплекс, элементы заголовочного комплекса, структура

Для цитирования: Гордиенко Н.Н. Функционирование заголовочных комплексов в региональной прессе // Русская филология и национальная культура. 2023. №4(9). С. 8-20. DOI 10.37724/z5183-4597-2359-v Доступно по ссылке: <https://filolog-rgu.ru/wp-content/uploads/st22-2023.pdf>

Original article

УДК 070

DOI 10.37724/z5183-4597-2359-v

Functioning of headline complexes in the regional press

N.N. Gordienko

Ryazan State University named for S.A. Yesenin,

Ryazan, Russian Federation, n.gordienko@365.rsu.edu.ru

Abstract. The article is devoted to the study of the structural and functional features of the headline complex in the modern regional press. In the study, we considered such elements of the headline complex as a title, a rubric, a subtitle, a lead, an insert, and an announcement. Such structural elements, in our opinion, bear the greatest functional load. They are more pragmatic – aimed at attracting and retaining the attention of readers. The object of study is the headline complexes of the Ryazan regional newspaper «Panorama goroda». It is the largest periodical in the region in terms of circulation. The weekly is a private, non-state media, the commercial success of which is due to the topics that are in demand among the mass reader. Headlines and subheadings or leads of many materials are placed on the front page of the publication, which serves as a factor in increasing the audience's interest in the newspaper. In this regard, the relevance of the study of the heading complexes of this particular publication is due to the need to generalize the effective experience of their use in order to fulfill the main functional purpose - to attract the reader's attention to the material and to the publication as a whole.

The purpose of this article is to study the structural elements of the headline complex and determine their functional role in the modern regional press. The leading method that contributes to achieving this goal is the method of content analysis.

The theoretical basis of the study includes the works of A.V. Kolesnichenko, E.A. Lazareva, A.E. Milchina, A.A. Safonova, A.A. Tertychny L.K. Cheltsova, N.E. Shishkin and the works of other scientists.

The practical significance of the study lies in the fact that the materials of the article can be used in teaching the course «Fundamentals of Journalistic Activity» in the direction of training 42.03.02 Journalism (profile – «Theory and Practice of Journalism»).

Keywords: newspaper, regional press, headline, headline complex, elements of header complex, structure of header complex, functions of headline complex.

Введение. Заголовочный комплекс – это «система текстовых элементов, которые помогают читателю понять содержание всей журналистской публикации в более краткой форме». Эта особенность может найти отражение в психологии восприятия человеком больших текстов – человеческий мозг легче может воспринять, понять и усвоить информацию большого текста на основе небольших, маленьких текстов» [3, с. 158]. Заголовочный комплекс и, в частности, заголовки «передают содержание в компрессированной, сжатой форме» [3, с. 158]. В условиях конкуренции на информационном рынке СМИ сегодня стремятся выпускать материалы с яркими, привлекающими внимание заголовками, чем-либо отличающимися от заголовков конкурирующих изданий. По стилистике заголовки массовых изданий, как правило, экспрессивно окрашены, носят интригующий характер (например, «*Опасный обещит: чем кормят рязанцев?*» - на первой полосе «Панорамы города» в № 47 от 22 ноября 2023 года) [14, с. 6]. Часто благодаря элементам, входящим в заголовочный комплекс, у читателя возникает первое впечатление и понимание сути текста, появляется представление о содержании текста. Он решает, как распорядиться своим свободным временем: читать ему весь материал или нет. Из-за того что элементы заголовочного комплекса неразрывно связаны с текстом публикации, с одной стороны, а с другой – выступают в качестве отдельных самостоятельных элементов, читатель может воспринять тему, о которой будет говориться в журналистском материале. «Название материала помогает в первую очередь осознать смысл публикации, понять журналистскую концепцию» [3, с.160]. Отдельные элементы заголовочного комплекса помогают понять содержание и ключевые мысли целого материала, они являются точками опоры для читателя, который, прежде чем читать журналистскую публикацию, видит названия тем и рубрик, заголовков, лид. Заголовочный комплекс должен дать понять читателю что, где, когда и почему произошло, а также объяснить и доказать, почему читатель должен прочитать весь материал полностью.

Структура заголовочного комплекса включает шесть варьируемых элементов: заголовок, рубрика, подзаголовок, лид, врезка, анонс. Все эти части тесно связаны между собой и выделены из общего текста для первичного привлечения

внимания. Любой автор стремится сделать свой заголовок ярким и интересным, чтобы вначале привлечь внимание возможного читателя, а затем удержать его и «направить» к прочтению всего текста.

Центральным элементом заголовочного комплекса является заголовок. Согласно «Толковому словарю» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой, заголовок - это «название небольшого произведения, статьи» [5, с. 202]. Ключевое слово здесь – «название». «Большая советская энциклопедия» говорит, что заголовок – это «название литературного произведения, в той или иной степени раскрывающее его содержание» [1, с. 621]. Этот элемент – один из самых независимых, самостоятельных и передающих определенное смысловое значение. Заголовок имеет связи и отношения с другими частями заголовочного ансамбля, такими, как рубрика, подзаголовок и непосредственно сам текст. Если провести параллель между заголовком, как ядром всего комплекса, и остальными его элементами, то это можно представить в виде вращения электронов вокруг атома. Именно по заголовку чаще всего можно понять отношение автора публикации к описываемой теме или событиям. Структурная модель каждого заголовка различается в зависимости от того, какую цель преследует автор. Нередко журналисты могут использовать выражения, близкие к разговорным или к фразеологическим, это позволяет синтаксически выделить главное в тексте для того, чтобы читатель сразу мог понять, на что необходимо обратить внимание [18, с. 9]. В построении заголовков могут использоваться риторические вопросы и восклицания, это позволяет увеличить эмоциональность заголовков, их направленность на читателя и более активное восприятие их аудиторией.

Заголовок в газете должен особенно подчеркивать наличие какого-либо факта и обращать внимание читателей на него. Это может достигаться путем вынесения в заголовок отдельных дат, чисел, мест, цели или причины, по которой случился тот или иной факт. Создание любого заголовка должно начинаться с того, что журналист должен определить и понять суть явления, основную мысль того, о чем будет говориться в материале. Так как заголовок – это самое главное в заголовочном комплексе, именно с него начинается знакомство читателя с текстом, а значит, заголовок должен кратко и четко отражать смысл всего материала.

Основные результаты. Для своего исследования мы выбрали универсальный по тематике еженедельник – рязанскую областную газету «Панорама города». Это издание для все семьи, которое выходит раз в неделю, по средам. Оно извещает читателей об актуальных и интересных событиях, чрезвычайных происшествиях, социальных вопросах, публикует истории и рассказы читателей, телепрограмму, знакомит читателей с региональными и федеральными новостями и обновлениями. Газета постоянно проводит конкурсы для своих читателей и награждает победителей призами и подарками, также в «Панораме города» хорошо работает обратная связь от читателей в виде ответов на вопросы и письма,

которые приходят в редакцию. История «Панорамы города» берет свое начало 30 мая 1996 года. Тираж газеты за исследуемый период варьировался от 66 500 экземпляров в начале сентября 2023 года до 66 100 экземпляров в конце ноября 2023 года. «Панораму города» легко узнать и выделить среди других периодических изданий в Рязанской области отчасти и благодаря заголовочному комплексу, элементы которого активно используются в газете для привлечения внимания аудитории, удержании интереса к определенным материалам, и для дальнейшего ожидания читателями новых выпусков газеты.

Создание заголовочного комплекса и, в частности, заголовка – важная работа в деятельности любого СМИ, поскольку именно от того, насколько качественно заголовок будет написан, насколько он будет отвечать поставленным целям и задачам, зависит, прочтет ли аудитория данный материал. Другими словами, от этого будет зависеть, справится ли заголовочный ансамбль со своей первоочередной задачей – привлечь внимание читателя.

Проанализировав десять номеров газеты, мы пришли к выводу, что во всех наиболее популярным является сложный, по классификации А.А. Тертычного, заголовок, то есть система заголовков, или заголовочный комплекс, который в основном используется в сложных журналистских материалах, содержащих в себе несколько частей или тем, различающихся по содержанию и дополняющих друг друга. В номере от 28 сентября 2023 года к таким заголовкам относятся: «Домик для Шарика» Ю.Веревкиной – заголовок к материалу рубрики «Домашние любимцы» с программной информацией об устройстве оптимальной, удобной конуры для четвероногого друга. Он имеет следующие подзаголовки: «Место», «Размер» и «Крыша» [7, с. 58]. «Площадь имени вождя» - заголовок материала Е. Данилина о вариантах именования главной площади областного центра в разное время в рубрике «Страницы истории». Он имеет такие подзаголовки: «Место торговли», «"Новобазарные" версии», «Площадь Красной армии», «Открытие» [7, с. 64]. В рубрике «Память» встречаем заголовок «Батяня комбат» к материалу Анатолия Агапова о рязанском офицере, героически погибшем в ходе проведения специальной военной операции на Украине. Он имеет подзаголовки «"Сникерсы" для мамы» и «Душа компании» [7, с. 65]. В номере от 18 октября 2023 года к сложным заголовкам относятся следующие: «Это дело моей жизни» - заголовок к материалу Н.Терлеевой о рязанке, создавшей нейромозей [9, с. 71]. Он опубликован в рубрике «Рядом с нами и имеет подзаголовки «Тренажеры для мозга», «Полезные "восьмерки"», «И детям, и взрослым». «На своем месте» - заголовок к материалу О. Драган о женщине-водителе автобуса в рубрике «Особый случай» [9, с. 73]. «Незванные гости» - заголовок к материалу Л. Матхиной о мошенниках и злоумышленниках в рубрике «Криминальные истории». В номере от 15 ноября 2023 года к сложным заголовкам можно отнести такие: «МРОТ растет. Чем это грозит» с подзаголовками «Фальстарт из-за

инфляции», «Женщину вынули, автомат засунули!», «Снова в тень?» в материале Г. Смирновой о последствиях резкого увеличения минимальной зарплаты в рубрике «Актуально» [13, с. 7]. Заголовок «Просто о сложном» с подзаголовками «О поисках правды и справедливости», «О страхе смерти и о вечности» и «О мыслях во время молитвы» в материале С. Исаевой о встрече рязанской молодежи с московским священником Павлом Островским из рубрики «Дорога к храму» [13, с. 56]. Заголовок «На исходе осени» с подзаголовками «Скупые краски предзимья», «Одежда по сезону», «В белом одеянии и страхе» и «Ночлег в лесу и в городе» в материале И. Назарова о состоянии природы поздней осенью в рубрике «Окно в природу» [13, с. 59].

По форме А.В. Колесниченко различает номинативные и предикативные заголовки [2, с. 96]. Изучив данную классификацию и спроецировав его на исследуемую нами эмпирическую базу, мы установили наличие двух форм при устойчивом преобладании номинативных заголовков в каждом номере газеты. Например, в номере от 11 октября 2023 года к номинативным заголовкам можно отнести следующие: «Век без четверти», «Тигр на чемоданах», «Техническая остановка», «Новые участки для многодетных», «Без связи и Интернета», «Без материального стимула», «Эх, дороги...», «Цена большого урожая», «Дорогие представители», «Белгородскую зарплату да ивановскую хату», «Форуму и миру», «Шок без трепета», «Гигиена зрения детей», «Королева осени», «Молоко в ассортименте», «Капуста как декор опустевшего сада», «Вместо куртки – стеганое пальто», «Что такое нано-пилка?», «В память о маэстро», «Инструктаж», «Дети в Церкви», «Кротость и гнев лесного великана», «Скобелевское гнездо», «Доброе творчество» и другие [8]. Приведем примеры предикативных заголовков из этого номера: «Почему рак молодеет?», «Сентябрь отличился», «Казну пополнили», «Права нарушают массово», «Ущерб сократился», «Как сохранить семена?», «Как вырастить кофейное дерево?» и другие [8].

Следующий элемент заголовочного комплекса, который мы анализировали в «Панораме города», - рубрика. В газете встречаются тематические рубрики: «Рязанские новости», «В стране и мире», «На здоровье!», «Во саду ли в огороде», «Смехопанорама». Они выполняют вспомогательную функцию, ориентируя читателя в приоритетности ознакомления с материалами в зависимости от индивидуальных предпочтений. Вместе с тем можно обозначить рубрики в газете в зависимости от частоты их выхода. В ней существуют постоянные рубрики («Окно в природу», «Дорога к храму», «Непоседа», «На досуге», «Телепанорама», «Криминальные истории», «Ситуация», «Спортивное обозрение»), которые выходят неизменно из номера в номер. В связи с яркими событиями, случаями, инициативами незаурядных людей в выпусках встречается разовая рубрика, например, «Репортаж», «Искусство жить», «Жизнь и судьба», «Обыкновенное чудо». В связи с периодическим возвращением к определенным темам

или событиям в газете встречаются нерегулярные рубрики: «Прямая линия», «Профессия», «Премьера», «Преодоление», «Увлечение».

Следующий элемент заголовочного ансамбля, который мы исследовали в газете, – это лид, лидирующий абзац. Ему стоит уделить особое внимание, потому что в этой газете лиды некоторых материалов расположены прямо на обложке – так они помогают заголовку рассказывать читателю, что ждет его в материале, а также привлекают его внимание и заставляют прочесть полный текст публикации. Стоит заметить, что такие материалы в основном имеют сложные заголовки и публикуются в рубриках, так или иначе связанных с жизнью и историями читателей. Сделано это для привлечения внимания аудитории близкими ей по духу материалами. А.В. Колесниченко выделяет прямые и затяжные лиды [2, с. 100]. В «Панораме города» можно встретить оба вида журналистских «вводок». Например, в выпуске от 1 ноября 2023 года прямые лиды относятся к новостным сообщениям: «В Рязани на ул. Каширина, д.1 начал работу новый областной пункт отбора на военную службу по контракту» [11, с. 2]; «В Рязанской области появилась карта-схема расположения очагов непарного шелкопряда в лесах» [11, с. 5]. В том же выпуске помимо подобных прямых лидов присутствуют и затяжные. Например, к материалу о жизненной ситуации, присланной читателем в редакцию, был дан следующий затяжной лид, который сразу погружает читателя в атмосферу ожидания рассказанной тут же на полосе истории: «В общем-то Татьяна Сергеевна очень тепло относилась ко всем кандидатам в зятья и готова была принять и полюбить каждого. Но она не могла себе и представить, что Антон оказался особым случаем. Татьяну Сергеевну сразу озадачило, что о новой любви ее обычно разговорчивая дочь почти ничего не рассказала» [11, с. 60]. Так же затяжной лид используется и к материалу о поре предзимья: «Всякий раз, когда деревья украшаются в серебряные накидки из инея, мы е можем отказать себе в удовольствии подойти к окошку и полюбоваться роскошным убранством природы». И прямой, и затяжной лид справляются со своими задачами – первый отвечает на главные вопросы и дает читателю первичное понимание ситуации, а второй помогает прочувствовать атмосферу полной публикации.

Также необходимо упомянуть про такие элементы заголовочного комплекса, как врезка и анонс. Врезка чаще всего используется в журнальной печати – из-за большого числа тем, охватываемых одним изданием. В «Панораме города» врезок в прямом смысле слова не найдено, однако частой практикой является использование цитат или фраз из публикации на фотоматериалах. так, в уже упомянутом нами ранее материале Н. Терлеевой «Это дело моей жизни» об И.В. Евстигнеевой-Самохваловой, создателе нейромузея, встречается графически выделенная подпись-цитата поверх фотографии: «Катание шарика по восьмерке тренирует глазные мышцы и вырабатывает плавность движений» [9, с. 71].

Анонс как структурный элемент заголовочного комплекса отсутствует на одной странице с публикацией, но присутствует в газете «Панорама города» на первой полосе. Например, на первой полосе № 45 от 8 ноября 2023 года опубликовано 8 анонсов к публикациям на 7, 12, 14, 61, 65, 66, 69 и 71 полосах. *«Рязанцы недоедают мяса, фруктов и овощей – стр. 7»* [12, с. 1] - так звучит анонс к публикации Г. Смирновой *«Нездоровое питание»* [12, с. 7]. *«Детские товары сегодня недешевые. Многими из них малыши пользуются недолго, но теперь их можно взять в аренду бесплатно – стр. 65»* [12, с. 1] - это анонс к публикации Е. Яновой *«Кому поможет “Добротека”?»*, который не совпадает ни с лидом, ни с отдельными текстовыми элементами публикациями, таким образом является самостоятельным объявлением – анонсом. Так же у этого издания распространена практика телеанонсирования и радиоанонсирования публикаций, когда в видео- или звуковом формате читателям объявляется об основных публикациях нового номера газеты и зачитываются заголовки наиболее интересных материалов. Это помогает привлечь внимание аудитории к газете еще до выхода нового номера в продажу – читатели, услышав или увидев интересующий их материал, запомнят его заголовок или лид и будут ждать именно его, а это значит, что при чтении свежего номера они не только пробегут глазами заголовки и подзаголовки, но и прочитают публикацию целиком.

Изучив функциональное предназначение каждого отдельного структурного элемента заголовочного комплекса на материале газеты «Панорама города», обозначим его роль в целом. Рассмотрим, какие функции выполняет заголовки и подзаголовки в газете «Панорама города». Заголовочный комплекс в «Панораме города» выполняет информативную и контактную (коммуникативную) функцию. Например, в номере от 1 ноября 2023 года материал о площадках празднования Дня народного единства имеет заголовок *«На концерт в честь праздника»*. Он одновременно выполняет названные функции: информативная выражается в том, что заголовок знакомит читателя с будущим материалом, кратко и быстро вводит его в курс дела, а коммуникативная заключается в том, что подобный заголовок побуждает читателя прочесть материал целиком, чтобы узнать программу празднования и по возможности присоединиться. Заголовок «работает» комплексно с подзаголовком и обозначением рубрики – «Рязанские новости». В номере от 25 октября 2023 года материал о финансовой грамотности имеет вопросительный заголовок *«Вклад или...?»* [10, с. 22]. На полосе есть наименование рубрики – «Ваше право», информационная справка, врезка «Возьмите на заметку», заголовок сопровождается затяжной лид. Все это вместе имеет информативный функционал, к тому же интригующий заголовок носит оттенок недосказанности и побуждает читателя обратиться к полному тексту для того, чтобы узнать обстоятельства введения в заблуждение клиентов сотрудниками некоторых недобросовестных финансовых организаций.

В номере от 22 ноября 2023 года материал о росте тарифов ЖКХ опубликован в постоянной рубрике «Актуально» и имеет номинативный заголовок «*Дорогая моя коммуналка...*» [14, с. 7], который выполняет информативную функцию. Эти элементы заголовочного комплекса отвечают на главный вопрос, который может возникнуть у читателя, и дают ему представление, о чем будет говориться в материале. Помимо всего выше указанного заголовок непосредственно выполняет коммуникативную функцию – имеет оттенок личной переписки с элементом недосказанности, у человека появляется желание прочитать материал целиком, чтобы узнать подробности. Так же этот материал имеет и подзаголовки, такие как «*А предел-то выше!*» и «*Тройка для ЖКХ*», каждый из которых выражает главную мысль отдельного раздела. Например, подзаголовок «*А предел-то выше!*» обозначает противоречие между утвержденным Правительством РФ пределом роста тарифов ЖКХ и сложностью исчисления предельного индекса увеличения платы на коммунальные услуги на 2024-2028 годы, как следствие – создаются условия для превышения пороговых значений. Читателю становится это понятно уже в момент прочтения подзаголовка, но детали происходящего он узнает, только прочитав весь материал.

Заголовки в газете «Панорама города» выполняют и оценочно-экспрессивную функцию. Так, в номере от 25 октября 2023 года материал о важности обращения к врачу в сезон повышенной заболеваемости имеет заголовок «*Грипп: самолечение опасно!*» [10, с. 12], что является прямой директивной оценкой распространенного в обществе легкомысленного отношения к состоянию собственного здоровья. В том же номере есть материал о пользе граната с заголовком «*Витаминная бомба*» [10, с. 17]. Используя яркую метафору, автор соотносит с бомбой по аналогии наполненность, «начиненность» фрукта витаминами настолько, что при его активации, потреблении, введении в действие, он помогает организму в борьбе с врагами – недугами.

Еще одна функция, которую выполняет заголовочный комплекс в «Панорама города» – рекламная, суть которой заключается в том, чтобы продвигать текст публикации, обещая, что он окажется полезным читателю. Так, например, в номере от 29 ноября 2023 года материал об уловках продавцов имеет парадоксальный заголовок «*Осторожно – распродажа*» [15, с. 6]. В обычное время, не в сезон, этот заголовок мог ускользнуть от внимания читателя, но в сезон распродаж и предпраздничных скидок он заставляет обратить и на себя внимание, и на весь материал в целом, потому что сразу возникает ощущение тревожащего предупреждения о грозящей опасности. Сообщение о распродаже обычно носит увлекательный характер, здесь выступает в роли антирекламы, при этом в целом название рубрики, заголовок и подзаголовок предлагают к прочтению текст, содержащий несомненно важную и полезную для читателя информацию. Читатель останавливается вскользь на заголовочном комплексе и задерживается для прочтения полного текста, чтобы узнать подробности. В номере от 1 ноября 2023

года в материале о студенческих расходах был использован заголовок «*Как на стипендию прожить?*» [11, с. 69]. Читателя интригует яркий заголовок, но для того, чтобы узнать, что же может позволить себе современный студент-бюджетник, ему необходимо прочесть материал полностью.

А. Сафонову, автор пособия «Стилистика газетных заголовков», описывает графически-выделительную их функцию, которая заключается в том, что заголовок помогает отделить все материалы друг от друга, графически выделить каждый из них и при этом добиться единства всех заголовков и материалов [16, с. 134]. В газете «Панорама города» эта функция иллюстрируется при помощи графических средств. Причем графически-выделительная функция присуща заголовочному комплексу газеты в целом. Так, заголовки новостных материалов имеют синий цвет начертания, заголовки всех остальных материалов – красный цвет. Лидирующие абзацы выделены красным шрифтом, а располагаются они на бледно-зеленой подложке. На обложке заголовки выделены всегда одними и теми же цветами – красным, синим и зеленым. Для написания заголовков, подзаголовков, рубрик и лидов используется единый шрифт. Это помогает создать ощущение единства всего издания, но при этом унифицировать все материалы в номере, чтобы у читателя не возникало ощущения разрозненности и эклектичности. Стилистическое единство в оформлении заголовочного комплекса позволяет «Панораме города» оставаться узнаваемой не только по обложке, но и по каждой отдельной полосе.

По мнению А. Э. Мильчина и Л. К. Чельцовой, заголовочный комплекс может выполнять и справочную функцию, помогая читателю ориентироваться в общем массиве текста [4, с.544]. В газете «Панорама города» опорные элементы каждой публикации – это, прежде всего, заголовок и подзаголовки. Опорные элементы второго плана – рубрики и лиды, реже – врезки. Благодаря тому, что каждая часть текста отделена от другой и имеет свой подзаголовок, читателю не обязательно читать полный материал.. Справочная функция помогает ему не потеряться в общем массиве текста и быстро найти интересующую его информацию.

Выводы. Центральный элемент заголовочного комплекса – заголовок – используется в каждом материале номера, будь то новостная публикация, история читателей или интервью с известной личностью. Применяв классификацию по форме заголовка А.В. Колесниченко к исследуемому нами эмпирическому материалу, мы установили преобладание номинативных заголовков в газете «Панорама города». Изучив выпуски газеты за три месяца, мы выяснили, что рубрики в ней можно классифицировать по содержанию, в большинстве своем – тематические, прочитав которые читатель понимает, о чем будет материал. Также рубрики можно классифицировать и по частоте выхода: постоянные, непостоянные, разовые. В печатном издании существуют постоянные рубрики, которые выходят из номера в номер, например, рубрика

«На здоровье!», где читателям рассказывается о пользе спорта, о разных болезнях и способах их лечения, или рубрика «Во саду ли в огороде», в которой читателям рассказывают о садоводчестве, об особенностях культивирования овощей и фруктов; рубрика «Криминальная хроника», из которой читатели могут узнать об уголовных происшествиях города и области. Второстепенную, но не менее важную роль для ознакомления читателей с содержанием газеты играют лидирующие абзацы – «вводки». В ней можно встретить как прямые, так и затяжные лиды. Врезки в целом практически не характерны для данного издания. Редакция использует подобные формы в редких случаях. Интересен опыт анонсирования материалов как традиционно на первой полосе издания и с использованием других каналов информации – радио и телевидения. Таким образом, мы имеем дело с вариантом кросс-медийного анонсирования. Заголовочный комплекс газеты «Панорама города» успешно справляется с поставленной задачей, а его взаимосвязанные элементы выполняют ряд немаловажных функций, которые в совокупности удерживают внимание и повышают интерес читателя к предлагаемому содержанию.

Список источников

1. Большая советская энциклопедия: в 30 т. / гл. ред. А. М. Прохоров. — 3-е изд. — Москва: Сов. энцикл., 1972. Т. 9. 668 с.
2. Колесниченко А.В. Прикладная журналистика. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. 192 с.
3. Лазарева Э.А. Заголовочный комплекс текста – средство организации и оптимизации восприятия. // Известия УрГУ. Научная статья – 2006, - №40. – 158-162.
4. Мильчин А.Э., Чельцова Л.К. Справочник издателя и автора. – М., ОЛМА-Пресс, 2003. 800 с.
5. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь. – М.: Азбуковник, 1998. 944 с.
6. Панорама города. – 2023. - № 37. – 14 сентября.
7. Панорама города. – 2023. - № 39. – 28 сентября.
8. Панорама города. – 2023. - № 41. – 11 октября.
9. Панорама города. – 2023. - № 42. – 18 октября.
10. Панорама города. – 2023. - № 43. – 25 октября.
11. Панорама города. – 2023. - № 44. – 1 ноября.
12. Панорама города. – 2023. - № 45. – 8 ноября.
13. Панорама города. – 2023. - № 46. – 15 ноября.
14. Панорама города. – 2023. - № 47. – 22 ноября.
15. Панорама города. – 2023. - № 48. – 29 ноября.

16. Сафонов А.А. Стилистика газетных заголовков. // Стилистика газетных жанров / Под ред. Д. Розенталя. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. 229 с.
17. Тертычный А.А. Заголовок – слово главное... // Журналист. – 2004. № 1. С. 80-82.
18. Шишкин Н.Э. Газетный заголовок. – Москва: Б.и., 2004. 54 с.

References

1. Great Soviet Encyclopedia: 30 volumes / chapter. ed. A. M. Prokhorov. — 3rd ed. — Moscow: Sov. encycl., 1972. Т. 9. 668 p. (In Russ.)
2. Kolesnichenko A.V. Applied journalism. – М.: Publishing house Mosk. Univ., 2008. 192 p. (In Russ.)
3. Lazareva, E.A. The heading complex of the text is a means of organizing and optimizing perception. // News of Ural State University. Scientific article – 2006, - No. 40. – 158-162. (In Russ.)
4. Milchin A.E., Cheltsova L.K. Publisher's and Author's Guide. – М., OLMA-Press, 2003. 800 p. (In Russ.)
5. Ozhegov S.I., Shvedova N.Yu. Dictionary. – М.: Azbukovnik, 1998. 944 p. (In Russ.)
6. Panorama of the city. – 2023. - No. 37. – September 14. (In Russ.)
7. Panorama of the city. – 2023. - No. 39. – September 28. (In Russ.)
8. Panorama of the city. – 2023. - No. 41. – October 11. (In Russ.)
9. Panorama of the city. – 2023. - No. 42. – October 18. (In Russ.)
10. Panorama of the city. – 2023. - No. 43. – October 25. (In Russ.)
11. Panorama of the city. – 2023. - No. 44. – November 1. (In Russ.)
12. Panorama of the city. – 2023. - No. 45. – November 8. (In Russ.)
13. Panorama of the city. – 2023. - No. 46. – November 15. (In Russ.)
14. Panorama of the city. – 2023. - No. 47. – November 22. (In Russ.)
15. Panorama of the city. – 2023. - No. 48. – November 29. (In Russ.)
16. Safonov A.A. Stylistics of newspaper headlines. // Stylistics of newspaper genres / Ed. D. Rosenthal. М.: Publishing house Mosk. Univ., 1981. 229 p. (In Russ.)
17. Tertychny A.A. The title is the main word... // Journalist. – 2004. No. 1. P. 80-82. (In Russ.)
18. Shishkin, N.E. Newspaper headline. – Moscow: B.I., 2004. 54 p. (In Russ.)

Информация об авторе

Гордиенко Наталья Николаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры литературы и журналистики Рязанского государственного университета имени С.А. Есенина.

e-mail: n.gordienko.365.rsu.edu.ru

Information about the author

Gordienko Natalia Nikolaevna – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Literature and Journalism of Ryazan State University named after S. Yesenin.

e-mail: n.gordienko@365.rsu.edu.ru

Дата поступления статьи: 10.08.2023