

## **ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРЫ РУССКИХ ГАЗЕТНЫХ ТЕКСТОВ**

*Работа представлена кафедрой русской словесности и межкультурной коммуникации  
Института русского языка им. А. С. Пушкина.*

*Научный руководитель – доктор филологических наук, профессор В. Г. Костомаров*

**В статье рассматриваются особенности структуры русских газетных текстов. Цель этой статьи заключается в том, чтобы проанализировать основные элементы газетных текстов, виды заголовков, диалогичность публицистических текстов и их кольцевую композицию.**

**Ключевые слова:** особенности, структура, газетные тексты, диалогичность.

**Structural characteristics of contemporary Russian newspaper texts are considered in the article. The purpose of the article is to analyse the chief elements of newspaper texts, types of titles, dialogic character and circular structure of publicistic texts.**

**Key words:** characteristics, structure, newspaper text, dialogic character.

Публицистические тексты диалогичны по своей природе. Публицистичность, свойственная газетным текстам, выражается в способах отражения характера взаимодействия смысловых позиций коммуникантов. Журналист (Я) коммуницирует либо с массовой аудиторией (ВЫ), либо с отдельным читателем (ОН), который может пониматься широко, как alter ego автора либо как некое «третье» лицо, будь то политические

направления, сторонники автора и его оппоненты или герои публикаций. Благодаря этой установке на диалогичность в тексте получает авторскую оценку предполагаемая позиция третьего лица (лиц), передается эмоциональное впечатление от прежде выдвинутого довода или утверждения, находятся решения, альтернативные ранее предложенному (своему или чужому), сопоставляются и оцениваются взгляды

нескольких «третьих» лиц, тем самым создается полилогичность текста. Наконец благодаря установке на диалогичность текста делаются дополнения, попутные замечания к тому, что уже было сказано; уточняются чужие позиции, дается информация о других позициях и мнениях. Таким образом удостоверяется содержащаяся в тексте информация либо оценивается та или иная идеологическая установка.

Структура публицистического текста призвана направить читательское внимание на самые значимые материалы номера периодического издания. Управлять читательским вниманием можно с помощью контактных средств: заголовков, подзаголовков, врезов, врезок – специально выделенных фрагментов, возбуждающих интерес читателя к тексту и указывающих на содержание, цель и значение материала. «Внимание, если его не поддерживать, может выключаться или даже исчезать. Поддерживанию “нити” восприятия способствует такая организация текста, которая вызывает у читателя доброжелательное отношение, помогает его ориентировке: разбивка на разделы, введение внутренних подзаголовков, обозначение структуры, более ярким шрифтом», – справедливо утверждает С. В. Цукасов [4, с. 55].

Читательский взгляд притягивают наиболее заметные, обращающие на себя внимание элементы текста: иллюстрации, заголовочный комплекс, подписи к снимкам, врезки и выноски. В определенных местах «сканирование» материала глазами прекращается и переходит в чтение, разглядывание и изучение. В целом читателей можно разделить на три группы: традиционный читатель, читатель-«сканер» и «сверхзвуковой читатель». Как считает Марио Гарсиа, основная задача газетного оформления – привлечь внимание «сканеров», заинтересовать их и превратить в читателей [1, с. 17].

Распределение читательского внимания происходит по зонам газетного разворота. Различаются способность заметить объект и «внимание» к нему. Способность заметить

объект отражает то, насколько быстро глаз увидит и различит тот или иной фрагмент текста, «внимание» – насколько долго взгляд задержится на объекте, включая время, потраченное и на сканирование, и на чтение. В основном читательское внимание концентрируется в зоне слева от центра разворота, меньше – справа от него и еще меньше – в зоне правого нижнего угла.

Таким же образом воспринимаются те газетные и журнальные полосы, которые написаны определенным автором. Многие читатели покупают то или иное издание только потому, что им интересен язык высказываний, рассуждений тех журналистов, которые работают в этом издании.

Функциональная организация публицистических материалов ориентирована на передачу информации и на воздействие, оказываемое этой информацией, тесным образом связана с языковыми особенностями и лексико-стилистическими ресурсами текста. Язык газетно-публицистических текстов проявляет свои особенности на фонетико-графическом, лексическом, словообразовательном, морфологическом, синтаксическом, семантическом уровнях. Специфика отбора языковых средств на газетной полосе определяется расчетом на массовую и разнообразную в лингвистическом отношении аудиторию. Основным принципом отбора языковых средств в газетно-публицистической речи является их явно выраженная оценочность, авторская модальность.

Важнейшую структурообразующую функцию выполняют своеобразные по синтаксическому оформлению заголовки, а также зачины текстов. Зачины и заголовки выполняют и рекламную функцию. Именно от заголовка и зачина во многом зависит, прочтет ли читатель публикацию или не обратит на нее внимания. В них активизируется новизна выражения, в частности, используются те разновидности словосочетаний и синтаксических конструкций, которые не употребляются в других стилях. Посмотрим следующий заголовок «Мыть

или не мыть? Вот в чем вопрос». Этот заголовок предназначен для игры слов – намек на монолог Гамлета «Быть или не быть? Вот в чем вопрос» («Московский комсомолец» от 19.09.2006). Синтаксис публицистических произведений отличается правильностью и четкостью построения предложений, простотой и ясностью. Используются монологическая речь (преимущественно в аналитических жанрах), диалог (в жанре интервью), прямая речь. Журналисты применяют различные синтаксические приемы экспрессии: необычный порядок слов (инверсию), риторические вопросы, обращения, побудительные и восклицательные предложения. В публицистическом стиле представлены все виды односоставных предложений – номинативные, неопределенно- и обобщенно-личные, безличные. Одной из отличительных особенностей публицистического синтаксиса являются номинативные, присоединительные и парцеллированные конструкции, придающие речи фрагментарность и создающие иллюзию свободной, непринужденной беседы.

Одним из приемов публицистической речи является нанизывание однородных членов предложения. Синтаксически самостоятельные отрезки текста, которые также могли бы образовать ряд однородных членов предложения, автор публицистического материала может отделить от главной части высказывания. Перед нами прием парцелляции, благодаря которой отделенные точкой (и соответствующей интонацией при чтении) части высказывания получают особую экспрессию. Своеобразие публицистического стиля выражается в наличии экспрессивных средств, активно применяемых в материалах.

Основные свойства публицистического текста можно определить как письменную оформленность, озаглавленность, целостность, информативность, небольшой объем, повторяемость текстовой структуры, факкультативное внутреннее членение, неявно выраженная авторская модальность. Газетная заметка состоит из заголовка (подзаго-

ловка), вступления, зачина, основного корпуса текста, заключения. Компоненты газетного текста взаимосвязаны друг с другом, взаимопроницаемы и синкретичны. Структура газетной заметки или журнального материала обусловлена тематикой и стилистикой номера периодического издания, типом рубрики (подрубрики), смысловой наполненностью рубрики (подрубрики), концепцией периодического издания в целом.

Заголовок газетного (журнального) текста выполняет информативную, коммуникативную, рекламно-экспрессивную, графически-выделительную, распределительную, соединительную функции. Большая часть заголовков представлена предикативными структурами, стилистически маркированные заголовки наиболее характерны для массовой и качественно-массовой прессы.

Заголовок – это важнейший структурный элемент газетной публикации. Современные газетные заголовки можно разделить на информативные (в таких заголовках содержится основная тема газетного текста), коммуникативные (направленные на то, чтобы установить акт коммуникации с читателем, выразить авторское мнение); графически-выделительные (реализуемые неязыковыми средствами: с помощью шрифтовых выделений, метаграфических средств, приемов верстки, размещения материалов на полосе); рекламно-экспрессивные (привлекающие читательское внимание к материалу посредством своей эмоциональности, экспрессивной насыщенности, ярко выраженной авторской модальности).

В любом заголовке может быть особенно важной либо информативная, либо рекламно-экспрессивная функция. Соответственно, можно говорить об экспрессивном или информативном типе заглавия. Достаточно часто в заголовке могут совмещаться его экспрессивные и информативные возможности и особенности. В принципе одной из функций заголовка является привлечение внимания к материалу. Чем с большей выдумкой и более точными словами написан заголовок, тем больше внимания

будет привлечено к тексту. В вышедшей в начале 1970-х г. монографии В. Г. Костомаров указывает: «... Газетчику, настроенному на поиск экспрессии, во что бы то ни стало, непреодолимо хочется построить парадокс, игру слов» [2, с. 153].

В современной лингвистике заголовки исследовались в рамках их функционально-синтаксических особенностей (И. П. Распопов, А. М. Ломов) или с точки зрения их коммуникативных аспектов (И. А. Стернин). Заголовки исследовались и с психолингвистических позиций (А. Н. Леонтьев, А. А. Леонтьев, Ю. А. Сорокин); с позиций лингвистики текста (Р. Богранд, В. Дресслер и др.) и теории речевых актов. Соответственно, выделяются три основных критерия характеристики заглавий публицистического текста: 1) семантический (с точки зрения его смысловой наполненности); 2) структурный (в контексте структуры материала); 3) стилистический (в контексте стилистики материала).

Заголовок публицистического текста является совокупностью лингвистических и графических средств и приемов, с помощью которых читатель получает предварительную информацию о материале. Среди газетных заголовков можно выделить автосемантические, которые понятны без обращения к тексту, и синсемантические, смысл которых понятен только при обращении к материалу. Таким образом, заголовок публицистического материала выполняет две основные функции – информативную и рекламную – и может находиться с основным корпусом текста в различных смысловых и формальных отношениях.

Заголовок выполняет присущие ему функции благодаря использованию графических средств (шрифта), месту расположения на газетной полосе и в рубрике – распределительную (формирует публицистический текст по тематике и степени релевантности информации) и соединительную (определяет место публицистического текста в подборке). Правильно составленные заголовки не только разделяют газетный мате-

риал, но и объединяют публикации в рамках рубрики (подрубрики).

Современный публицистический текст может быть построен по принципу «перевернутой пирамиды» [3, с. 54], который существенно отличается от хронологического принципа построения материала. В тексте, построенном по принципу «перевернутой пирамиды», результат, финал произошедшего события выносится в начало текста, а причины и истоки события рассматриваются, соответственно, в конце материала. Публицистический материал разворачивается по принципу обратной связи – от результата, события, его финальной сцены к причинам и истокам случившегося.

В газетной заметке может отсутствовать заключительная часть. Информация излагается по принципу «перевернутой пирамиды», когда важная информация занимает верхнюю часть пирамиды, а менее яркие и захватывающие факты становятся ее фундаментом. Читатель перемещается таким образом от вершины пирамиды к ее основанию, фундаменту, обращает внимание прежде всего на самые яркие элементы текста. В то же время чтение заметки можно прервать в любой момент и так не добратся до «основания» пирамиды.

Среди типов вступлений предпочтительными являются следующие: 1) резюме, или краткое изложение материала (результатов); 2) репрезентативный тип, в котором выделяется только один аспект представленного материала; 3) драматический, в котором задана конфликтная ситуация; 4) цитатный; 5) вопросительный, в котором задается некий вопрос читателям; 6) аналитический; 7) анонс. Существует еще несколько типов вступлений: контрастный, статистический, анекдотический, ретроспективный. Наконец существует синтетический тип вступления, соединяющий в себе, например, анекдотический и контрастный аспекты.

Важен и зачин публицистического материала. В зачине обозначается проблема, приводятся мнения официальных лиц, под-

водятся итоги событий. Во вступлении перед читателем разворачивается сам материал – с его сюжетными особенностями и авторской модальностью, дается свернутое, краткое изложение основных событий текста и его идеологического аспекта. В зачине автор материала непосредственно разворачивает действие. Если в тексте отсутствует вступление, то первый абзац текста (зачин) берет на себя его функцию. За зачином следует основной корпус материала, излагаются подробности освещаемого события. Выделяются следующие способы изложения материала: повод – конкретизирующее суждение, предыстория события – событие. Структура публицистического материала является формальным отражением содержательной наполненности текста, его основных идей, персонажей и образов.

Основной корпус публицистического материала имеет содержательное, а не формальное членение. Отдельные части публицистического материала выделяются на основании как шрифтовых различий, так и смыслового наполнения. К примеру, первая часть газетных заметок из массовой прессы может представлять собой формулировку «слуха», при этом содержание информации вводится при помощи неопределенно-личной глагольной формы «Говорят...». Вторая (придаточная) часть данного предложения, вводимая союзом «что», и раскрывает содержание «слуха». Формулировка «слуха» всегда выделена полужирным шрифтом. Далее может следовать ремарка «Комментарий газеты/журнала», которая выполняет одновременно соединительную и разделительную функции: она соединяет два типа представления одной той же информации (субъективный/объективный; без ссылки на источник /со ссылкой на источник), но одновременно и отделяет их друг от друга.

Увеличение длины предложений может быть связано с объемом информации, которую несут разные предложения: простое предложение содержит основную информацию материала, сложное раскрывает вре-

менные, условные, изъяснительные и другие отношения. Внутритекстовая связь публицистического материала объединяет в себе два вида базовых отношений: соположения и временного следования, образуя перечислительную связь, которая, в свою очередь, обуславливает качество компонентов, объединенных этой связью. При доминировании связи временного следования формируется нарративный вариант публицистического материала, при доминировании соположительной связи – описательный (дескриптивный), также может формироваться и смешанный (синтетический) вариант газетного материала. В текстах нарративного типа повествовательно излагается некая история, в текстах смешанного типа описательная информация сочетается с распределением действий в определенной временной последовательности.

Публицистический текст разделен на абзацы, посредством которых осуществляется взаимодействие между частями текста. Абзац имеет определенную синтаксическую характеристику: составляющие его предложения соединяются с помощью специальных средств, характерных для данного издания. Абзац имеет определенную композицию, а роль входящих в него предложений различна. Наибольшей автономностью характеризуется зачин материала, в котором используются специальные синтаксические средства, оформляющие начало материала.

Зачин состоит из вводных предложений и словосочетаний, содержащих ссылку на источник информации, а также структуры, вводящие косвенную речь («Как сообщает агентство “Интерфакс”», «Премьер-министр заявил, что...»). На синтаксическую специфику зачина влияет его функционирование в качестве первого предложения абзаца. При необходимости ввести читателя в суть дела используется наиболее информативное предложение. Такое предложение отличается полнотой состава, синтаксической независимостью, возможностью подчеркнуть начальный момент мысли. Первое

предложение абзаца определяет дальнейший ход ее развития, является организующим центром абзаца. Другие предложения абзаца менее самостоятельны в структурном и смысловом отношениях.

Помимо зачина, абзац имеет отчетливо выраженную концовку, для оформления которой также используются специальные синтаксические средства. Так, широко распространено использование союза и в присоединительном значении в начале последующего предложения.

Абзац в публицистическом материале имеет следующую композицию: зачин, содержащий начало мысли, развитие мысли и концовку, подводящую итог абзацу как в смысловом, так и в синтаксическом отношении. Абзац служит средством выделения, графического оформления синтаксических единиц, средством смыслового членения текста, выполняющим многообразные стилистические задачи.

И. Р. Гальперин выделяет объемно-прагматический и контекстно-вариативный виды членения. Объемно-прагматическое членение учитывает объем (размер) части материала и установку внимания на читателя. В контекстно-вариативном членении выделяются: 1) речь автора; 2) чужая речь; 3) несобственно-прямая речь. При контекстно-вариативном членении текста задача автора сводится к переключению форм речевых актов, например с описания на «чужую речь», а потом на авторские рассуждения и т. д. Такое членение текста приближает читателя к сообщаемым событиям. И объемно-прагматический, и контекстно-вариативный типы членения текста обусловлены авторской модальностью. С одной стороны, выделение абзацев облегчает восприятие сообщения, с другой стороны, показывает авторскую логику связи отрезков сообщения.

Авторская модальность оказывает заметное воздействие на стилистический облик публицистического текста. По мнению Г. Я. Солганика, сущность авторства публицистического текста определяется дихо-

томией «автор – человек социальный» – «автор – человек частный». «Человек социальный» производит анализ социальных проблем. «Человек частный», используя специальные приемы интимизации, стремится стать «доверенным лицом», конфидентом читателя. Однако точка зрения автора публицистического материала редко выражается как мнение «частного человека» и включает в себя некий официальный аспект, когда автор материала выступает не частным лицом, а экспертом, анализирующим ту или иную ситуацию.

Авторская модальность выражается и в манере озаглавливания, и в способе подачи материала, в единой структуре текста. Она может быть нейтральной или экспрессивной. Новостной газетный текст стремится к нейтральной или явно не выраженной авторской позиции, в текстах, посвященных культурной жизни или межличностным отношениям, авторская позиция может быть эмоциональной и экспрессивной.

Как известно, тексты новостей в газете или сводке информационного агентства подаются от третьего лица. Присутствие авторского «Я» здесь сведено к минимуму, однако стиль газетной публикации включает в себя оценочный компонент, который выражается в заголовках текстов. В новостях журналисты ссылаются на достоверные источники, представляют читателям те или иные статистические данные.

Цитация является обязательным функциональным элементом публицистического текста, обладает инвариантными конвенционально установленными формально-содержательными характеристиками, такими как маркированность, содержательное тождество с текстом-источником, указание авторства. Выбор цитаты и ее расположение в тексте являются частью коммуникативного намерения цитирующего автора.

Субъективация новостийного дискурса может выражаться в намерении преодолеть информационный стандарт, который вступает в противоречие с критериями релевантности передаваемой информации. Сегодня

на первый план выходит не оценочность того или иного материала, а диалогический характер газетных речевых жанров. Автор может взаимодействовать с читателем как очевидец-хроникер, что соответствует одному из основных методов новостийной публицистики. Автор может быть участником события, который размышляет об этом событии, вступая в диалог с читателем.

Массмедиа предписывают не столько то, «что» люди должны думать, сколько то, «как» они должны думать. Именно поэтому публицистический текст обладает особой структурной заданностью. Данный подход к публицистическим текстам можно охарактеризовать как структурно-коммуникативный. Он включает в себя и некоторые элементы языковой манипуляции. В частности, речь идет о предоставлении

читателям некой отвлекающей информации, когда общественное внимание уводится в сторону от важных событий и переводится на события незначительные.

Важную роль в публицистических текстах играет подтекст. Для газетных и журнальных материалов характерны особые стратегии подачи подтекста. В публицистике допустим подтекст, заранее запрограммированный автором в структурно-семантических сдвигах синтаксических структур. Такой подтекст является составным элементом композиции материала и проявляется при чтении связного текста и его составных частей. Структура газетных текстов в большой степени зависит от конкретного замысла, по которому автор упорядочивает все собранные и осмысленные материалы.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Газетный дизайн-2003. Всероссийский конкурс / Под ред. Д. А. Сурнина. М.: Новая Евразия, 2004. 315 с.
2. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971. 268 с.
3. Фихтелюс Э. Десять заповедей журналистики. Стокгольм, 1999. 155 с.
4. Цукасов С. В. Эффективность прессы. М.: Высшая школа, 1986. 240 с.