

## ФУНКЦИИ ЗАГоловочных комплексов в томских газетах 60-х гг. XX века

Рассмотрены структура и функции заголовочных комплексов различных публикаций в томской периодике 60-х гг. XX в. Исследование выполнено на материале газет «Красное знамя», «Молодой ленинец», «Правда Ильича».

**Ключевые слова:** заголовочный комплекс, структура заголовочного комплекса, функции заглавий, регулятивная сила заглавий.

Особая роль заголовочных комплексов в публицистических текстах общеизвестна. Опираясь на функции, структуру, тематику, семантику заглавий, можно судить о динамике публицистической картины мира социума в определенный период развития общества. В задачи статьи входит анализ заглавий с этой точки зрения в текстах томской периодики 60-х годов XX в.

В Томской области и г. Томске в доперестроечное время существовало много газет. От современной прессы они отличались главным образом тем, что были органами советских учреждений, предприятий, заводов и институтов. Конечно, издания тех лет имели и другие особенности.

Во-первых, заголовки текстов в газетах имели цель пропагандировать идеологию партии. Это отражало коммунистический пафос независимо от тематики. Например: *Слово партии в массы* («КЗ», № 232, 1967, 3 октября), *Четвертый год семилетки* («КЗ», № 2, 1962, 3 января) и т. д. Во-вторых, заголовочный комплекс был представлен в основном лишь тремя элементами: *рубрикой, заголовком и подзаголовком*. В-третьих, жанровый диапазон периодики был достаточно широким. К самым распространенным жанрам того времени можно отнести *корреспонденцию, портретный очерк и отчет*. В-четвертых, авторами газетных текстов были простые «люди с улицы»: рабочие, бригадиры, директора школ, учителя, механики и т. д. Наконец, томские периодические издания отличались от центральных малым тиражом и отражением в публикациях специфики региона.

Объектом внимания в данной статье являются заголовочные комплексы региональной прессы, к которым относятся областные, городские, районные газеты 60-х гг. XX в. Нами были проанализированы заголовочные комплексы различных публикаций в трех томских периодических изданиях доперестроечного времени: «Красное знамя» (далее – «КЗ»), «Молодой ленинец» (далее – «МЛ»), «Правда Ильича» (далее – «ПИ»). Выбор данных газет связан с разной периодичностью их выхода в печать, разным объемом и ориентацией на разную читательскую аудиторию.

«Красное знамя» – старейшая из трех газет. Была основана 1 июня 1917 г. Это томская област-

ная ежедневная газета. Главной ее задачей было пропагандировать идеологию партии. Стоит отметить, что список затрагиваемых проблем был довольно широк, но все темы были связаны с коммунистической идеологией. Жанровый спектр «КЗ» был разнообразен. Особенно часто встречались жанры: *хроника, заметка, корреспонденция, отчет*. К постоянным элементам заголовочного комплекса в издании можно отнести *рубрику, заголовки и подзаголовки*.

Газета «Молодой ленинец» являлась органом Томского обкома ВЛКСМ. Выбор данной газеты связан с тем, что было интересно исследовать специфику томских периодических изданий не только на примере одной партийной газеты, но и рассмотреть другое издание, которое адресовано молодым читателям, имело иную периодичность выхода из печати (3 раза в неделю). Данная газета была призвана пропагандировать советские идеи среди молодежи, формировать и укреплять партийную идеологию в сознании комсомольцев. Жанровый спектр издания отличался многообразием. С одинаковой периодичностью встречались информационные жанры (*заметка, корреспонденция, статья, репортаж*) и художественно-публицистические (*портретный очерк, фельетон, юмореска, сатирический рассказ*). Заголовочный комплекс был представлен тремя элементами: *рубрикой, заголовком и подзаголовком*.

Издание «Правда Ильича» являлось органом Томского райкома КПСС и районного совета депутатов трудящихся. Газета выходила из печати через день и была адресована жителям районов и деревень. Отсюда выбор тем публикаций. Как и другие названные издания, газета была призвана пропагандировать советские идеи рабочим и колхозникам. Среди элементов заголовочного комплекса были представлены: *шапка, рубрика, заголовок* и очень редко *подзаголовок*. Жанровый диапазон весьма широк: *заметка, корреспонденция, отчет, интервью, репортаж*.

В данной статье важно рассмотреть прежде всего функции заголовочных комплексов текстов периодических изданий доперестроечного времени.

Выделенные функции частично совпали с типологией О. П. Семенец [1, с. 188]. В своей работе с учетом функций исследователь дифференцирует следующие типы: заголовок-опровержение, заголовок-оценка, заголовок-ирония и заголовок-полемика. При определении функций заглавий текстов в анализируемых изданиях было рассмотрено соотношение «заголовок» ↔ «текст» «в контексте интенций говорящего» [1, с. 188] и выделено четыре функции: информативная, пропагандистская, оценочная (заголовок-оценка), ироническая (заголовок-ирония). Эти функции являются основными в томской периодике 60-х гг. XX столетия.

Стоит отметить, что функция пропаганды свойственна всей прессе в целом, т. е. она характерна для содержания публикаций. В статье будет рассмотрена данная функция как характеристика заглавий опубликованных в газетах текстов. Если сравнивать современную прессу и прессу доперестроечного периода, то в наше время преобладают функции: оценочная, информативная, ироническая и рекламная. В периодике советского времени последняя функция не встречается.

1. *Заголовок-информация* характерен для исследуемых трех газет. Данные заголовки содержат концентрированную информацию о содержании публикации. В них не выражена или слабо выражена позиция автора. Такие заглавия просто сообщают читателю, о чем пойдет речь в публикации. Обычно заголовок-информация характерен для текстов информационного жанра: хроники, заметки, репортажа, интервью, отчета. *Наводнение в Улан-Баторе* («КЗ», № 152, 1967, 1 июля), *Наставник* («КЗ», № 232, 1967, 3 октября), *Перепись жилого фонда – государственное дело* («ПИ», № 2, 1960, 5 января), *Новаторы производства* («ПИ», № 2, 1960, 5 января), *План заготовки махорки выполнен* («ПИ», № 3, 1960, 7 января), *Короткое замыкание* («МЛ», № 1, 1965, 1 января), *Сибирь на ярмарке в Лейпциге* («МЛ», № 21, 1965, 19 февраля).

2. Выделение такой функции, как *заголовок-оценка*, довольно условно, так как особенностью публицистики в целом является ее открытая оценочность. В заголовках текстов региональной публицистики 60-х гг. оценочность выражается прежде всего в лексике, характере метафоризации, употреблении фразеологических оборотов, отборе синтаксических средств. На оценку могут указывать:

– восклицания, вопросы, многоточия в конце предложения: *Берите с них пример!* («ПИ», № 26, 1960, 1 марта), *Откуда они, эти «отстающие»?* («ПИ», № 3, 1960, 7 января), *В Москву, на смотр!* («КЗ», № 1, 1962, 1 января), *«Это всем томичам...»* («КЗ», № 1, 1962, 1 января), *Есть еще два диплома!* («КЗ», № 1, 1962, 1 января), *Трудовой по-*

*дарок – замечательно!* («ПИ», № 18, 1960, 11 февраля), *Пора искоренить это зло!* («ПИ», № 2, 1960, 5 января), *Новых творческих успехов!* («КЗ», № 1, 1962, 1 января);

– оценочные конструкции, которые четко делятся на две части: *Человек – обществу, общество – человеку* («КЗ», № 152, 1967, 1 июля), *Надо – иду!* («МЛ», № 1, 1965, 1 января), *Встанешь пораньше – шагнешь подальше* («ПИ», № 4, 1960, 9 января), *Чем больше отдаешь, тем богаче...* («КЗ», № 1, 1962, 1 января);

– метафоры: *Сердце поликлиники* («МЛ», № 60, 1965, 19 мая), *Амбар оказался с «прорехами»* («МЛ», № 21, 1965, 19 февраля), *Сорняк будет вырван с корнем* («ПИ», № 26, 1960, 1 марта), *Штурманы подземных глубин* («КЗ», № 152, 1967, 1 июля);

– экспрессивно-оценочная лексика: *С товарищеской взаимовыручкой* («КЗ», № 2, 1962, 3 января), *Труд детей пропадает даром* («ПИ», № 4, 1960, 9 января), *Религиозные пророчества – плод фантазии, невежества и обмана* («ПИ», № 4, 1960, 9 января), *Борьба идет* («ПИ», № 14, 1960, 2 февраля), *Ее слово воодушевляет* («ПИ», № 26, 1960, 1 марта), *Сердце не должно прощать* («КЗ», № 42, 1967, 18 февраля), *Бессердечие проявили к инвалиду* («КЗ», № 152, 1967, 1 июля).

Стоит отметить, что оценка в заголовках газет данного периода выражается чаще всего при помощи оценочной лексики, в отличие от современной, где авторы часто используют окказиональные выражения, необычные конструкции, иноязычную лексику, сленговые выражения. Сравним: *Реальное надувательство в виртуальном пространстве* («КЗ», № 1, 2007, 10 января), *Долой разруху в клозетах!* («ТВ», № 57, 2007, 29 марта), *Математическая революция* («ТВ», № 59, 2007, 31 марта).

3. *Заголовок-ирония*, как и *заголовок-оценка*, выделяется условно. Ирония – это тоже оценка, но направленная на создание комического эффекта. В группу заголовков с иронической функцией можно отнести все заглавия, которые вызывают комический эффект. Нужно отметить, что эпоха не позволяла журналистам использовать заголовок-иронию в полной мере. Чаще всего такого рода заглавия присущи текстам художественных жанров: фельетону, юмореске, очерку, шаржу и т. д. Например: *Испорченный телефон* («МЛ», № 1, 1965, 1 января), *В тесноте и обиде живет новое училище* («КЗ», № 152, 1967, 1 июля), *«Окунулись» в жизнь* («КЗ», № 1, 1962, 1 января), *Все ждут и тянут* («ПИ», № 14, 1960, 2 февраля). Интересно, что в современных публикациях ироническое содержание заголовков не всегда соответствует содержанию текста. Сравним: *Через тернии... к паспорту. Студентка из Нового Васюгана могла остаться*

без прописки, без наследства и без денег («ТВ», № 55, 2007, 27 марта); *Римейки делать. Городские депутаты принимают программу реконструкции «хрущевок»* («ТН», № 21, 2007, 24 мая). Однако в доперестроечной прессе ирония заголовка отражается и в публикациях. Часто содержание таких статей направлено на выявление и высмеивание личных и социальных пороков.

4. В периодике 60-х гг. XX в. основной для всей прессы в целом являлась пропагандистская функция. Это было обусловлено идеологией коммунистической партии. Пресса была главным помощником власти, через газетные публикации до населения доносились важные постулаты марксистской идеологии. Не даром страницы газет были наполнены идеологемами «партия», «советский народ», «семилетка», «годовой план» и т. д.

Выделение функции пропаганды обусловлено наличием в заголовках идеологем: *Вдохновляющее слово партии горячо одобряем* («КЗ», № 152, 1967, 1 июля), *Четвертый год семилетки* («КЗ», № 2, 1962, 3 января), *Слово партии в массы* («КЗ», № 232, 1967, 3 октября), *Ленин, как вождь, товарищ и человек* («ПИ», № 26, 1960, 1 марта), побудительных конструкций: *Я голосовал за коммунизм* («КЗ», № 1, 1962, 1 января), *Поддержим передовиков, выполним обязательства!* («ПИ», № 4, 1960, 9 января), лозунговым характером заглавий: *За прочный мир во всем мире и дружбу между народами! Встреча Нового года в Кремле* («КЗ», № 2, 1962, 3 января), *Дорогу – техническому прогрессу!* («ПИ», № 2, 1960, 5 января). Содержание таких заголовков должно было отражать политику власти: *Мощное идейное оружие* («КЗ», № 152, 1967, 1 июля), *Бороться за овладение рубежами второго года семилетки* («ПИ», № 14, 1960, 2 февраля), *Претворять в жизнь решения Пленума* («ПИ», № 26, 1960, 1 марта), *Больше молока и мяса!* («ПИ», № 18, 1960, 11 февраля).

Данные заглавия в той или иной степени влияют на регулятивную силу заголовочного комплекса. Нами был проведен эксперимент, в котором участникам было предложено оценить регулятивную силу заголовков по десятибалльной шкале. В списке содержались заглавия разных лет, различные по тематике и функциям. После анализа результатов

было установлено, что большой силой воздействия обладает заголовок-информация: *Братские поздравления кубинскому народу* («КЗ», № 2, 1962, 3 января), *О дальнейшем развитии сельского хозяйства* («ПИ», № 1, 1960, 4 января). Возможно, это связано с тем, что такие заголовки понятны читателям, не вызывают вопросов, следовательно, обладают большей силой воздействия, чем остальные.

Заголовок-пропаганда также привлек к себе внимание читателей. Оценивали данный вид заглавия низкими баллами, но почти все участники аргументировали свой выбор и указывали на то, что заголовок относится к советской эпохе: *Поддержим передовиков, выполним обязательства!* («ПИ», № 4, 1960, 9 января), *Больше молока и мяса!* («ПИ», № 18, 1960, 11 февраля).

Подводя итоги, можно отметить, что основными функциональными типами заголовков публикаций в томской периодике доперестроечного времени являются заголовок-информация, заголовок-оценка, заголовок-ирония и заголовок-пропаганда. Стоит отметить, что данные функции заглавий непосредственно связаны с особенностями публицистического стиля: его информативностью, открытой оценочностью и экспрессивностью, характерной для газет данной эпохи еще и пропагандистской функцией. С точки зрения регулятивности, по данным эксперимента, большой воздействующей силой обладает заголовок-информация.

Дифференциация оценочной и иронической функций весьма условна. Данные функции заглавий репрезентируются как на лексическом уровне (экспрессивно-оценочная лексика, синонимы, антонимы, просторечные выражения), так и на синтаксическом (побудительные, восклицательные, вопросительные предложения).

Критериями для выделения пропагандистской функции были следующее: наличие в заголовках идеологем, побудительных конструкций, лозунговый характер заглавий, отражение в заглавиях политики власти.

Таким образом, заглавия публикаций томской периодики 60-х годов XX в. наглядно демонстрируют особенности социально-экономической ситуации в обществе и идеологическую обстановку определенного периода в истории России.

### Список литературы

1. Семенец О. П. Особенности газетных заголовков второй половины XX в. // Слово. Семантика. Текст: сб. научных трудов, посвященный юбилею проф. В. В. Степановой. СПб., 2002. С. 186–190.

Богомолова Ю. А., аспирант.

Томский государственный педагогический университет.

Ул. Киевская, 60, г. Томск, Томская область, Россия, 634061.

E-mail: yulcha-bogik@sibmail.com

Материал поступил в редакцию 29.11.2010.

*Yu. A. Bogomolova*

**FUNCTIONS OF HEADINGS IN THE TOMSK NEWSPAPERS OF THE 60-IES OF THE TWENTIETH CENTURY**

In the article the structure and functions of headings of the various publications in Tomsk periodical press, which took place in the 60-s of the twentieth century, are considered. The research is based on the materials of the newspapers «The Krasnoe Znamya», «The Molodoj Leninec», «The Pravda Ilicha».

**Key words:** *headings, structure of headings, functions of headlines, regulative force of headings,*

**Tomsk State Pedagogical University.**

Ul. Kiyevskaya, 60, Tomsk, Tomsk region, Russia, 634061.

E-mail: [yulcha-bogik@sibmail.com](mailto:yulcha-bogik@sibmail.com)