Синелева А. В. Структура заголовочного комплекса в новостном дискурсе СМИ / А. В. Синелева // Научный диалог. — 2019. — № 6. — С. 72—86. — DOI: 10.24224/2227-1295-2019-6-72-86.

Sineleva, A. V. (2019). Structure of Headline Complex in News Media Discourse. *Nauchnyi dialog, 6:* 72-86. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-6-72-86. (In Russ.).

УДК 81’42:004.738.5
DOI: 10.24224/2227-1295-2019-6-72-86

Структура заголовочного комплекса в новостном дискурсе СМИ

© **Синелева Анастасия Васильевна (2019),** orcid.org/0000-0001-9926-9760, доктор филологических наук, профессор кафедры преподавания русского языка в других языковых средах Института филологии и журналистики, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского» (Нижний Новгород, Россия), sinstasi@mail.ru.

Анализируются конструкции заголовочных комплексов новостного анонса в дискурсе средств массовой информации. Цель исследования состоит в выявлении специфики используемых в новостном анонсе синтаксических языковых ресурсов: от структурного, формального описания способа репрезентации информации до средств выражения модальной и коммуникативной составляющей высказываний. Автор утверждает, что необходимо рассматривать не отдельные лексические средства, которые, несомненно, являются доминирующими в реализации информативной функции, а конструкции с точки зрения взаимодействия в них лексического и синтаксического языковых уровней. Материалом для исследования послужили новостные анонсы (более 900 заголовочных текстов) стартовой страницы поисковой системы Яндекс, которая занимает первое место по обращениям в российском коммуникативном пространстве среди других поисковых систем. Наблюдения автора показывают, что наиболее активно в новостном анонсе функционируют простые двусоставные полные предложения активного залога, среди односоставных — неопределенно-личные, а также сложные бессоюзные и сложноподчиненные предложения с изъяснительными смысловыми отношениями. Доказывается, что используемые синтаксические средства не нарушают таких критериев новостных жанров, как емкость, лаконичность, релевантность, фактологичность, соответствие актуальным интересам целевой аудитории, и способствуют формированию оптимальной коммуникативной среды.

Ключевые слова: заголовок; заголовочный комплекс; новостной анонс; поисковая система Яндекс; сообщение; средства массовой информации; структура предложения.

1. Информационный режим и информационный образ жизни в современном обществе

Человек в мире новых технологий испытывает потребность быстро ориентироваться в информационном окружении, узнавать о событиях. Средства массовой информации в настоящее время значительно ориентированы на электронные каналы коммуникации, текстовые документы которых имеют свои специфические стилистические особенности, воплощенные в такие формы, которые позволяют достигать основной цели дискурса СМИ — выполнять информационную и воздействующую функции применительно к очень разнородной аудитории. Не вызывает сомнений, что одним из главных способов осуществления коммуникации является сеть Интернет, обладающая высочайшей интерактивностью, оперативностью и доступностью информации.

ВЦИОМ предоставил данные социологического опроса за 2013 год о том, из каких источников получают информацию россияне. Интернет является вторым по востребованности источником новостей для россиян после телевидения: из Сети предпочитают узнавать новости 23 % опрошенных, по телевидению — 60 %. Остальные виды СМИ востребованы намного меньше: в частности, из газет узнают новости 7 % опрошенных, радио предпочитают в качестве основного источника информации 5 %, то есть для большинства жителей России главным источником новостей о событиях в стране остается телевидение, но отмечается, что его популярность со временем снижается. Однако в другом аспекте исследования источников информации статистика показывает следующие предпочтения россиян: телевидение — наиболее востребованный источник новостей прежде всего для жителей областных центров (67 %), респондентов старше 45 лет (72—76 %), а также россиян с начальным уровнем образования (74 %); Интернету отдают предпочтение, как правило, москвичи и петербуржцы (35 %), 18—24-летние (50 %) и высокообразованные респонденты (32 %); среди россиян, активно пользующихся Интернетом, получать информацию о ситуации в стране предпочитают 48 %, а телевидение занимает второе место (40 %) [ВЦИОМ …]. Очевидно, что требования, предъявляемые к подаче информации в сети Интернет, не должны ограничиваться экстралингвистическими факторами, то есть, несомненно, информация должна обладать актуальностью, объективностью, правдивостью и др., при этом средства ее выражения должны полностью соответствовать содержанию, конечно, с учетом особенностей той или иной разновидности публицистического стиля.

2. Новостной анонс как речевой жанр дискурса СМИ, его структурно-семантические особенности

М. Н. Кожина отмечает, что специфические условия, в которых протекает Интернет-общение, накладывают отпечаток на реализацию таких черт публицистического стиля, как сочетание экспрессии и стандарта, социальной оценочности, адресованности и т. д., и способствуют выработке особых способов, приемов и средств осуществления эффективного общения [Кожина и др., 2012, с. 385].

Жанры языка Интернета, отражающие различные сферы общения, представлены в сети такими разновидностями, как электронная почта, форумы, персональные сайты, конференции и др., и, конечно же, новостной анонс — самый распространенный вид в современной журналистике и самый востребованный аудиторией.

Новостной анонс в сети Интернет как самостоятельный речевой жанр дискурса СМИ был подробно рассмотрен М. А. Ковальчуковой. В исследовании, цель которого состояла в определении жанрового своеобразия новостного анонса в Интернет-дискурсе как составляющей дискурса СМИ, были выявлены экстралингвистические факторы, обеспечивающие новостному анонсу высокую популярность и определяющие его собственно лингвистическую специфику в сети Интернет: автономность, оперативность, сконцентрированность и разноаспектность представления события. Автором исследования были сделаны следующие выводы: специфика содержательной стороны новостного анонса заключается в подчинении сообщений принципу актуальности; стилевое своеобразие жанра новостного анонса обусловлено спецификой реализации основных дискурсивных функций — информативной и воздействующей (преимущественное использование общеупотребительной лексики, относительно простых морфологических и синтаксических элементов, в качестве средств речевого воздействия в новостном анонсе могут использоваться графические и стилистические средства, такие как диалогизация, интертекстемы, аппликации); относительно структуры новостного анонса отмечается, что особенность композиционной специфики определяется использованием нескольких типичных синтаксических структур, таких как полное двусоставное предложение, «оборванное» предложение и построение текста по телеграфному принципу [Ковальчукова, 2009].

Большинство лингвистов сходятся во мнении, что как информационная, так и воздействующая функции новостного анонса как одного из жанров публицистического стиля реализуются прежде всего лексическими средствами: расширенной сочетаемостью лексем, использованием

метафор, метонимией, олицетворением и др. тропами, оценочной лексикой разной стилистической маркированности, от жаргонизмов до высокой книжной лексики. Такое утверждение не вызывает сомнений: лексические средства — это то, что в явной форме влияет на формирование комплекса эмоционально-экспрессивных оттенков и денотативно-сигнификативных связей, отражающихся в сознании читателя при восприятии какой-либо информации. Однако не стоит умалять роль синтаксических средств, используемых в заголовочных комплексах Интернет-дискурса, в осуществлении коммуникативной функции.

Целью нашего исследования, отдельные результаты которого представлены в данной статье, стало выявление специфики используемых в новостном анонсе синтаксических языковых ресурсов: от синтаксических категорий словесных позиций и конструкций, структурного, формального описания языкового способа репрезентации новостной информации до средств выражения модальной и коммуникативной характеристики высказываний. Актуальность работы определяется незначительным количеством имеющихся исследований на материале заголовочных комплексов именно новостного анонса, в частности их структурного описания. При этом в целом описаний заголовочных комплексов СМИ немало. С. В. Гуськовой проведена даже тематическая классификация диссертационных исследований и статей, посвященных изучению заголовков, однако отметим, что в качестве материала для анализа в основном выступают газетные заголовки, но аналитических описаний заголовков новостного Интернет-дискурса проводилось немного: это работы Д. Г. Загороднова, А. А. Малышевой, К. В. Прохоровой и др., не более 5—7 % в общем объеме исследований, к тому же предметом изучения являются преимущественно лексические единицы и стилистика [Гуськова, 2017, с. 8—24].

Л. А. Широбокова рассматривает синтаксические конструкции с инфинитивом в заголовках газет [Широбокова, 2011], в частности, описываются конструкции с независимым инфинитивом и с зависимым в безличных предложениях. Заметим, что данный структурный тип предложений не используется в новостном анонсе: безличные конструкции встретились всего 3 раза в более чем 900 наблюдений.

В исследовании М. Ю. Доценко, проведенном на материале заголовков газет за 2006—2008 годы, отмечается активное использование двусоставных и односоставных неопределенно-личных предложений, что также можно наблюдать в заголовках новостного анонса. Автор работы устанавливает связь грамматической структуры заголовка со смысловой организацией текста, выделяя актуальные для текстов информационных

жанров ситуации, составляющие содержание заголовочных конструкций: финансово-экономическая деятельность, власть и политика, закон и судопроизводство и др., — и отмечает различное распределение в употреблении определенных синтаксических конструкций: неопределенно-личные предложения используются в основном в сфере социальной деятельности и сфере закона, а двусоставные представляют примерно равное соотношение во всех тематических группах [Доценко, 2009]. Активное функционирование неопределенно-личных предложений как в газетном заголовке, так и в новостном анонсе предполагаемо и объяснимо: не актуален производитель, логический и смысловой акцент сосредоточен на действии, однако можно заметить, что структура заголовка новостного анонса часто представляет собой сложное предложение с разными видами синтаксической связи, причем это наблюдается чаще, чем в газетном заголовке, так как обязательным элементом новостной заметки является источник информации, что обусловливает использование бессоюзных или сложноподчиненных предложений.

А. А. Лютая, анализируя структурно-семантические особенности газетных заголовков, описывает используемые конструкции и приходит к выводу, что заголовки строятся по разным моделям: с одной стороны, используются стандартные структурные схемы (двусоставные предложения активного и пассивного залога, односоставные номинативные, инфинитивные, неопределенно-личные и др.), а с другой стороны, наблюдается специфичность, присущая только заглавиям: экспрессивные конструкции, не соотносимые с конкретными структурными схемами, разные виды эллипсиса [Лютая, 2008]. Можно заметить, что для новостного заголовка не используется модель «предмет — признак-качество», как определяет такой тип предиката Б. Н. Головин, который, напротив, активно функционирует в газетном — 10 %; 6 % газетных заголовков составляют конструкции с независимым инфинитивом, конструкции с парцелляцией, сегментированные конструкции, представляющие собой бессоюзное сложное предложение с вопросительной второй частью, неполные предложения с отсутствующим подлежащим и адъективной формой предиката, синтаксические конструкции, прерванные многоточием [Там же], также не используемые в новостных заголовках, что объясняется, на наш взгляд, более высокой степенью экспрессивно-эмоциональной окраски газетного заголовка по сравнению с новостным.

Таким образом, отличие газетного заголовка от новостного очевидно: объем, экспрессия, прагматика, — и это не может не отражаться на структуре используемых конструкций. Можно также предположить, что разница

заложена в функциональной доминанте: воздействующе-информативная в газетном заголовке и информативно-воздействующая в новостном — объясняет различия в их формальном выражении и предпочтительном использовании определенных синтаксических моделей.

3. Структурные особенности новостных анонсов (на материале стартовой страницы поисковой системы Яндекс)

Материалом нашего исследования, отдельные результаты которого представлены в статье, послужили новостные анонсы стартовой страницы поисковой системы Яндекс.

Статистика использования различных поисковых систем в российском коммуникативном пространстве за 2013 год показывает, что первое место по обращениям занимает Яндекс (53,8 %), второе — Гугл (34,2 %), третье — Поиск Mail.ru (9,4 %) и четвертое — Рамблер (1 %) [Самые популярные …]. Высокая популярность Яндекса, возможно, связана с тем, что, как утверждают создатели сервиса, человеческое вмешательство в алгоритм работы сервиса отсутствует, и это позволяет формировать сюжеты, помещая рядом сообщения с совершенно разными точками зрения, и пользователь получает возможность сравнить, как одно и то же событие отражено в различных СМИ.

Было проанализировано более 900 анонсов стартовой страницы поисковой системы Яндекс за 2016—2018 годы.

Так как новостной анонс с точки зрения технической характеристики способа размещения информации представляет собой ссылку, то он может быть отнесен к заголовку — «универсальному компоненту текстов разных коммуникативных сфер» [Гуськова, 2017, с. 8]; также на то, что новостной анонс представляет собой заголовок, указывает отсутствие знака в конце сообщения. А. В. Колесниченко называет две важнейшие функции заголовка: информативную (сообщить, о чем текст) и контактную (побудить прочитать текст) [Колесниченко, 2018, с. 48].

Стартовая страница Яндекс имеет 5 новостных сообщений, при этом пятое сообщение меняется каждые 4—5 секунд в пределах нескольких, обычно 4—5 новостей, и можно сказать, что имеет место принцип «перевернутой пирамиды». А. В. Колесниченко отмечает: «Новость — это антиистория. Мы нарушаем хронологию и начинаем повествование с самого важного, а затем располагаем информацию по убыванию важности» [Колесниченко, 2018, с. 29].

Рассмотрим, какие структурно-семантические особенности синтаксических категорий словесных позиций и составляющие синтаксических

конструкций участвуют в реализации основных функций публицистического стиля, в частности такой его жанровой разновидности, как новостной анонс. Все примеры, выделенные далее курсивом, взяты с поисковой страницы Яндекс [ПСЯ].

Как правило, новостной анонс на стартовой странице Яндекса с точки зрения синтаксиса представляет собой простое предложение (80 %) или сложное, состоящее из двух предикативных частей, чаще всего с подчинительной или бессоюзной связью, то есть их определяют по форме как предикативные заголовки. По содержанию это могут быть разные виды: заголовок-новость, заголовок-сообщение, заголовок-хроника.

(1) Самый высокий процент функционирования, как уже говорилось, имеют двусоставные полные предложения, что вполне объяснимо и полностью соответствует осуществлению информационной функции заголовочных комплексов.

Захарова ответила на заявления Керри о «военных преступлениях» РФ

Госдума одобрила введение балльной системы наказаний за нарушения ПДД

Кадыров призвал прекратить нападки в адрес Емельяненко

WikiLeaks опубликовала письма главы предвыборного штаба Клинтон

Разведка США узнала о переброске «Искандеров» под Калининград

(2) Кроме двусоставных, достаточно активно используются простые односоставные неопределенно-личные предложения, производитель действия в которых неактуален или неизвестен, чаще неактуален: смысловой и логический акцент сконцентрирован на действии. Производитель действия также может умалчиваться по каким-то субъективным причинам — такие сообщения можно считать синтаксическими эвфемизмами.

В МИД РФ на заявление Джонсона о «самом мощном оружии» ответили шуткой

В России начали искать способы расшифровки трафика WhatsApp и Skype

У студентки МГУ Карауловой нашли психическое расстройство

Пропустившим Олимпиаду легкоатлетам выплатят компенсации на 40 млн руб

В Екатеринбурге официально объявили эпидемию ВИЧ

Убившего полицейских исламиста в Алма-Ате приговорили к смерти

Приближаются по значению к односоставным неопределенно-личным двусоставные предложения пассивной конструкции, в которых предикат выражен краткой или полной формой страдательного причастия: также

не важно, кем совершается действие, то есть отсутствие косвенного дополнения, имеющего значение логического субъекта, не создает неполноты конструкции.

Подсчитано 95 % голосов на референдуме в Италии: 60 % граждан «против»

Уголовное дело возбуждено по факту убийства таксиста на юге Москвы

Франк-Вальтер Штайнмайер избран 12-м президентом Германии

Москва признана самым удобным для жизни городом России

Определено возможное местонахождение пропавших горняков в шахте «Мир»

(3) Бессоюзные сложные предложения имеют две часто используемые модели. Первая конструкция выглядит следующим образом.

Глава МИД Британии: Россия станет изгоем из-за действий в Сирии

NYT: Джон Керри допустил участие Башара Асада в выборах в Сирии

МИД Австралии: Подозреваемых по делу о MH17 могут назвать к концу года

СМИ: Рогозин предлагает сменить руководство «Уралвагонзавода»

Трамп: Россия нарушила договоренности по Сирии из-за неуважения к США

Польские СМИ: на обломках самолета Качиньского нашли следы тротила

СМИ: Латвия построит забор на границе с Белоруссией

Источник: СК возбудил дело по факту гибели десантников на Кубани

Трамп: кнопки для перезагрузки отношений с Россией не существует

Все предложения этой модели имеют две предикативные части, при этом первая часть — нераспространенное неполное предложение, имеющее в составе подлежащее, с отсутствующим сказуемым, которое восстанавливается обычно глаголами говорения. Подлежащее в предложениях такой структуры — источник сообщения, лицо или информационное агентство. Лицо может быть названо именем собственным, и в этом случае предполагается, что человек известен широкой аудитории, или указывается должность, звание, социальный статус, и тогда предположение обратное: известно, кто занимает эту должность, — в этих случаях сказуемое, как правило, восстанавливается глаголом в форме прошедшего времени (*заявил, сообщил, проинформировал* и др.). Информационные агентства — имена собственные, наименования отечественных и зарубежных СМИ, в этом случае сказуемое восстанавливается глаголом в форме настоящего времени (*СМИ сообщают, ТАСС сообщает, источник сообщает* и др.).

С точки зрения полноты предложения, можно отметить, что если восстановление сказуемого достаточно однозначно, то подлежащее часто обладает контекстуальной неполной, и в некоторых случаях было бы логичнее, чтобы оно было выражено синтаксически несвободным речевым словосочетанием, а не только именительным падежом существительного или аббревиатурой — предположительно названием не всегда известного информационного источника, так как отсутствие какого-либо признака несколько снижает точность сообщения и, возможно, ставит под сомнение достоверность, например, *Источник: ..., Опрос: ..., СМИ: ..., Еврокомиссар: ..., NYT: ..., Ъ: ..., WSJ: ..., WP: ...* и др. Представляется не лишним определить и с т о ч н и к , так как, когда речь идет об информации, источник есть всегда, он является обязательным элементом любого сообщения, указать, кем и, возможно, когда проведен о п р о с , расшифровать аббревиатуры, а также государственную принадлежность С М И , так как для адресата достаточно принципиальным является то, чья точка зрения представлена при освещении как внутригосударственных событий, так и международных. Определение не слишком увеличит объем высказывания (соблюдение требования краткости), но повысит точность — другой обязательный критерий новостной информации, что, несомненно, будет способствовать выполнению информационной функции заголовочного комплекса.

Вторая часть сложного предложения — обычно полное двусоставное предложение или полное односоставное, чаще всего неопределенно-личное предложение: *СМИ: **правительство одобрило** установку «черных ящиков» в автомобилях; СМИ: в России **смягчат** запрет на продажу алкоголя без паспорта; Источник: из Пальмиры **эвакуировали** местных жителей*. В первом предложении сказуемое почти всегда восстанавливается как простое глагольное (*заявил, оценили, прокомментировало* и др.), во втором функционирует простое глагольное (*Дворкович: Россия **ждет** от Белоруссии полной оплаты за газ; СМИ: РФ **предложила** компенсацию обвиняемому по делу об убийстве Немцова; Трамп: Россия **нарушила** договоренности по Сирии из-за неуважения к США*), а также составное глагольное или именное сказуемое (*Telegraph: Тереза Мэй **может запустить** процедуру Brexit уже 14 марта; WSJ: Порошенко **рассчитывает встретиться** с Трампом в феврале; СКР: **Эпицентром взрыва** в Иванове **стала** квартира на первом этаже; ТАСС: третий «черный ящик» Ту-154 **разрушен***).

Вторая модель бессоюзного сложного предложения менее распространена, возможно, вследствие присутствующей в ней инверсии, которая в данном случае является средством выражения актуального членения. Например:

Следы на руках Улюкаева появились от «помеченного» кейса — СМИ

В Москве скончался Гейдар Джемаль — соцсети

Токио не исключает появления военных баз США на южных Курилах — СМИ

Силы НАТО утратили навыки борьбы на море, заявил Столтенберг

Первое предложение в этой модели полное, представляющее собой сообщение, второе может быть полным (*США признали ядерное преимущество России, сообщили СМИ*) или неполным, так же, как в первой модели, содержащим только подлежащее — источник информации, а сказуемое восстанавливается глаголом говорения: *Следы на руках Улюкаева появились от «помеченного» кейса —* ***сообщают*** *СМИ*. Отмечен один случай в этой модели, когда вторая часть указывает не на источник информации, при этом восстановление может быть более вариативным, чем в первой модели: *Умер британский певец Джордж Майкл — биография* (*биография* ***приводится в статье*** — вариант восстановления).

(4) Приведем примеры следующей модели, которая также активно используется в новостном анонсе, — сложноподчиненного предложения:

Госдеп объяснил, почему США не наносили удары по «Джебхат ан-Нусре»

Путин рассказал, какой должна быть зарплата у врачей в 2018 году

Жириновский объяснил, кого хотел «вешать и расстреливать» в Госдуме

Митя Фомин на фестивале во Львове напомнил, что Крым — это Россия

Минобороны РФ заявило, что у США нет «своего» неба над Сирией

Сложноподчиненные предложения чаще всего имеют изъяснительное придаточное с опорным словом в главном предложении — глаголом говорения, передачи информации, при этом в главном предложении отсутствует дополнение, восстанавливаемое из придаточного предложения, которое по значению представляет собой фразовую субстантивацию: ср. *Саакашвили заявил* ***о намерении*** *вернуться в Грузию.*

Сложноподчиненные предложения с придаточным определительным, неполнота в главной части которых иногда создается отсутствием определения, которое также восстанавливается из придаточного предложения, представляющего собой по значению фразовую адъективацию, встретились всего три раза (*Тиллерсон назвал условие* (какое? — ***признания Крыма***)*, при котором США признают Крым частью России; Путин зачитал* (какое? — ***пугающее***) *постановление суда, от которого «волосы дыбом встают»; Трамп назвал Обаму* (каким? — ***«подавленным» Россией***) *«слабаком», которого «давила» Россия*).

(5) Было выявлено несколько типов коммуникативной модальности, самый распространенный из которых представлен предложениями реальной объективной модальности, утвердительными, содержащими констатацию факта, события, по структуре представляющими собой простые двусоставные полные предложения.

Последний ***бой*** *погибшего шотландского боксера* ***попал на видео***

Песков констатировал *провал предвзятого ведения следствия по МН-17*

Белоруссия *в полтора раза* ***подняла тарифы*** *за транзит российской нефти*

Интерпол выявил *массовую компрометацию карт российских банков*

МВФ отложил *обсуждение кредитного транша Украине*

СМИ узнали *о возможном уходе YouTube из России*

Экипаж *обстрелянного в Сирии* ***вертолета*** *ВКС России* ***не пострадал***

Отмечено всего три случая предложений реальной объективной модальности, содержащих отрицание: *Госдеп объяснил, почему США не наносили удары по «Джебхат ан-Нусре»; Абэ: Япония не обсуждает с Россией Крым; Трамп заявил, что «не любит и не ненавидит Путина»*.

Предложения другого коммуникативного типа имеют ирреальную модальность, выраженную лексико-морфологическими средствами, в той или иной степени содержащими императивность, в частности, призыв (*Сирийские военные призвали боевиков покинуть Алеппо*), приказ (*Путин поручил разработать и принять закон о российской* нации), предложение (*Кабмин предложил встраивать в автомобили «черные ящики»*), предположение (*Газета Bild предположила, как Россия и США решат вопрос Крыма*), совет (*Министр обороны Израиля посоветовал французским евреям уезжать*), требование (*Украина потребовала от Польши объяснений из-за марша в Перемышле*), обещание (*Трамп пообещал в случае избрания президентом не свергать режимы*).

Достаточно часто встречаются предложения, обладающие субъективной модальностью: они содержат оценку события, что, надо сказать, не противоречит такому критерию публицистического стиля и, следовательно, всех его жанровых форм, как открытая оценочность. С точки зрения средств выражения оценочности в этих конструкциях всегда функционируют составные именные сказуемые (*назвал как*, *счел каким* и т. д.).

Госдеп ***назвал*** *армию США* ***лучшей*** *за всю историю человечества*

В Госдуме ***назвали экстремизмом*** *карикатуры Charlie Hebdo*

Глава ДНР ***назвал*** *убийство Моторолы* ***«объявлением войны»***

Кадыров ***назвал неприемлемым*** *предложение Минфина сократить бюджет Чечни*

Можно заметить, что в заголовках содержится очень разная по объему информация. Например, заголовок-хроника / сообщение / оценка организованы так, что почти со всей полнотой освещают события, поскольку отсутствуют только уточняющие детали, при этом причина, цель в заголовках обычно не раскрываются.

4. Заключение

Наблюдения показали, что наиболее активно в новостном анонсе стартовой страницы поисковой системы Яндекс функционируют двусоставные простые предложения (76,6 % от общего числа проанализированных предложений), полные, активного залога, что представляется вполне закономерным, так как читатель не должен додумывать ситуацию, которая может быть рассмотрена с разных точек зрения. Кроме того, активный залог воспринимается сознанием человека быстрее и легче, чем пассивный (поэтому доля последнего составляет 3,4 % от числа двусоставных предложений): не надо менять местами логический и грамматический субъект и объект, учитывая также, что в новостном анонсе пассивные конструкции не имеют логического субъекта, то есть он почти всегда отсутствует в структуре предложения, поэтому необходимо произвести замену пассивной конструкции на активную с нулем синтаксической позиции.

В заголовках новостного анонса наблюдается достаточно большой процент сложных бессоюзных предложений с изъяснительными смысловыми связями (9,3 %) и синтаксически синонимичных им конструкций — сложноподчиненных предложений с придаточными изъяснительными (3 %), одно из предложений которых (почти всегда первое) указывает на источник информации и способ ее передачи (заявление, сообщение, требование, решение и т. д.).

Конечно, нельзя не отметить такую удобную, а потому частотную (7,4 %) форму подачи информации, как односоставные неопределенно-личные предложения: оперативность сообщения достигается за счет отсутствия в структуре предложения неактуального производителя действия.

Таким образом, можно констатировать, что рассмотренные синтаксические средства способствуют формированию оптимальной коммуникативной среды, не нарушая таких критериев новостного жанра, как емкость, лаконичность, релевантность, фактологичность, соответствие интересам целевой аудитории. В совокупности с лексическими средствами синтаксические конструкции участвуют в выполнении функций,

присущих обеим жанровым формам публицистического стиля — информативной и воздействующей. Однако если сравнить газетные заголовки с новостным анонсом, то можно заметить специфичность последних: значительно меньшую экспрессивность, выражаемую формальными средствами, такими как инфинитивные и номинативные предложения; меньшую популярность эллипсиса, в частности, отсутствие предложений, состоящих только из второстепенных членов, основным формальным средством выражения модальности которых является интонация; отсутствие парцелляции; функционирование одного (в отличие от заголовков газет) коммуникативного типа предложений — невопросительных; преимущественное использование прямого порядка слов в предложении, тогда как инверсия всегда вносит некоторую долю экспрессивности, что несколько снижает воздействующую функцию заголовков новостного анонса по сравнению с газетными, но, с другой стороны, повышает информационную, более актуальную для любой новостной информации. Все это подтверждает существование новостного анонса в сети Интернет как самостоятельного жанра дискурса СМИ и, как следствие, необходимость его разностороннего описания не только в синхроническом, но и в диахроническом аспектах.

Источники и принятые сокращения

ПСЯ — *Поисковая* страница Яндекс [Электронный ресурс]. — Режим доступа : https://yandex.ru/

Литература

1. *ВЦИОМ:* «Онлайн и офлайн: откуда получают информацию россияне» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https: //www.radioportal.ru/node/47985?language=en.

2. *Гуськова С. В.* Заголовочный комплекс СМИ / С. В. Гуськова. — Москва : Флинта, Наука, 2017. — 110 с.

3. *Доценко М. Ю.* Синтаксис газетного заголовка : структура, семантика, прогнозирование смыслового развития текста: автореферат диссертации … кандидата филологических наук : 10.02.01 / М. Ю. Доценко. — Санкт-Петербургский государственный университет, 2009. — 17 с.

4. *Ковальчукова М. А.* Новостной анонс в сети Интернет как речевой жанр дискурса СМИ : автореферат диссертации … кандидата филологических наук : 10.02.19 / М. А. Ковальчукова. — Ижевск, 2009. — 25 с.

5. *Кожина М. Н.* Стилистика русского языка / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский и др. — Москва : Флинта, 2008. — 463 с.

6. *Колесниченко А. В.* Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 400 с.

7. *Лютая А. А.* Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика : автореферат диссертации … кандидата филологических наук : 10.02.01 / А. А. Лютая. — Волгоград, 2008. — 20 с.

8. *Самые* популярные поисковые системы в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://topmira.com/internet/item/1.

9. *Широбокова Л. А.* Синтаксические конструкции с инфинитивом в газетных заголовках : структурно-семантический и функционально-прагматический аспекты : автореферат диссертация … кандидата филологических наук : 10.02.19 / Л. А. Широбокова. — Ростов-на-Дону, 2011. — 19 с.

Structure of Headline Complex in News Media Discourse

© **Anastasiya V. Sineleva (2019),** orcid.org/0000-0001-9926-9760, Doctor of Philology, professor, Department of Russian language teaching in other language environments, Institute for philology and Journalism, Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod (Nizhni Novgorod, Russia), sinstasi@mail.ru.

The headlines constructions of the news announcement in mass media discourse are analyzed. The purpose of the study is to identify the specifics of syntactic language resources used in the news announcement: from structural, formal description of the method of information representation to the means of expression of the modal and communicative component of statements. The author claims that it is necessary to consider not separate lexical means which, undoubtedly, are dominating in realization of informative function, but constructions from the point of interaction in them lexical and syntactic language levels. The material for the study was the news announcements (more than 900 headlines) of the start page of the Yandex search engine, which ranks first in terms of appeals in the Russian communication space among other search engines. The author's observations show that simple two-member complete sentences of the active voice are the most active in the news announcement, among the one-member sentences — indefinite-personal, as well as complex conjunctionless and complex sentences with expository semantic relations are active. It is proved that used syntactic means do not violate such criteria of news genres as capacity, conciseness, relevance, factology, compliance with the actual interests of the target audience, and contribute to formation of an optimal communicative environment.

Key words: header; headline complex; news announcement; Yandex search engine; message; mass media; sentence structure.

Material resources

PSYa — *Poiskovaya stranitsa Yandeks*. Available at: https://yandex.ru/. (In Russ.).

References

Dotsenko, M. Yu. (2009). *Sintaksis gazetnogo zagolovka: struktura, semantika, prognozirovaniye smyslovogo razvitiya teksta: avtoreferat dissertatsii ... kandidata filologicheskikh nauk*. Sankt-Peterburg. (In Russ.).

Guskova, S. V. (2017). *Zagolovochnyy kompleks SMI*. Moskva: Flinta, Nauka. (In Russ.).

Kolesnichenko, A. V. (2018). *Nastolnaya kniga zhurnalista*. Moskva: Aspekt Press. (In Russ.).

Kovalchukova, M. A. (2009). *Novostnoy anons v seti Internet kak rechevoy zhanr diskursa SMI: avtoreferat dissertatsii ... kandidata filologicheskikh nauk*. Izhevsk. (In Russ.).

Kozhina, M. N, Duskayeva, L. R, Salimovskiy, V. A i dr. (2008). *Stilistika russkogo yazyka*. Moskva: Flinta. (In Russ.).

Lyutaya, A. A. (2008). *Sovremennyy gazetnyy zagolovok: struktura, semantika, pragmatika: avtoreferat dissertatsii ... kandidata filologicheskikh nauk.* Volgograd. (In Russ.).

Samyye populyarnyye poiskovyye sistemy v Rossii. (In Russ.). Available at: http://topmira.com/internet/item/1.

Shirobokova, L. A. (2011). *Sintaksicheskiye konstruktsii s infinitivom v gazetnykh zagolovkakh: strukturno-semanticheskiy i funktsionalno-pragmaticheskiy aspekty: avtoreferat dissertatsiya ... kandidata filologicheskikh nauk*. Rostov-na-Donu. (In Russ.).

VTsIOM: «Onlayn i oflayn: otkuda poluchayut informatsiyu rossiyane». Available at: http://www.radioportal.ru/node/47985? language=en. (In Russ.).