



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра русского языка и литературы

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

На тему: Лингвокультурологический потенциал газетных заголовков

Исполнитель _____ Нурметова Азиза Рустамовна

Руководитель _____ кандидат педагогических наук

_____ Виноградова Марина Владимировна

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой _____

(подпись)

_____ кандидат педагогических наук, доцент

_____ Кипнес Людмила Владимировна

«14» апреля 2021 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2021

АННОТАЦИЯ

В данной работе рассматриваются теоретические и практические вопросы, связанные с изучением лингвокультурологического потенциала газетных заголовков.

В основе работы лежат труды по лингвистике и лингвокультурологии, на основе которых анализируется лингвокультурологический потенциал газетных заголовков.

Во введении сформулирована цель данного исследования, а также актуальность выбранной темы, задачи, которые необходимо решить в ходе данной работы. Объект, предмет исследования, а также научная разработанность проблемы и методы исследования подробно описаны во введении. Особое внимание уделено теоретической базе и исследованиям лингвистов и лингвокультурологов по данной теме.

В первой главе рассматриваются теоретические работы, связанные с особенностями публицистического стиля; видами и функциями газетных заголовков; классификациями газетных заголовков. Газетные заголовки рассматриваются с точки зрения выполняемых ими функций, структуры и соотносительности с текстом и других параметров.

Вторая глава посвящена изучению лингвокультурологического потенциала газетных заголовков, а также анализу заголовков газеты «Петербургский дневник». В частности изучается лингвокультурологический потенциал топонимов, зафиксированных в названиях газетных заголовков.

В заключении изложены результаты проделанной работы, соотнесены все утверждения, обосновано использование теоретической базы для анализа газетных заголовков в лингвокультурологическом аспекте.

Приведенный список использованной литературы состоит из 74 источника, включающих труды по филологии, лингвокультурологии и журналистике.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
Глава 1. Газетные заголовки как объект лингвистических исследований	8
1.1. Особенности публицистического стиля речи	8
1.2. Газетные заголовки: виды и функции	10
1.3. Классификации газетных заголовков	20
Выводы по 1 главе	31
Глава 2. Лингвокультурологический потенциал заголовков газеты «Петербургский дневник»	33
2.1. Взаимосвязь языка и культуры	33
2.2. Изучение газетных текстов в рамках лингвокультурологических исследований	35
2.3. Анализ заголовков газеты «Петербургский дневник»	40
2.4. Лингвокультурологический потенциал топонимов, зафиксированных в заголовках газеты «Петербургский дневник»	49
Выводы по 2 главе	55
Заключение	58
Список использованной литературы	61
<i>Приложение 1. Заголовки из газеты «Петербургский дневник», содержащие лингвокультурологическую информацию (за период с 22.06.2021 по 22.09.2021)</i>	68

Введение

Заголовки публикаций в газете - неотъемлемый элемент издания. От их характера и оформления во многом зависит «лицо» периодического издания. Важнейшая их функция - привлечение внимания читателя.

Заголовки помогают читателю быстро ознакомиться с содержанием номера, понять, о чем сообщают его публикации, что важно в информации, которую ему предлагают, что представляет для него особый интерес. Умение журналистов газеты использовать заголовки часто определяет читательский интерес.

В настоящее время у людей все меньше и меньше времени читать газеты, и роль заголовков многократно возрастает - именно от них во многом зависит, будет прочитан материал или нет. В свою очередь одним из способов привлечения внимания читателей является использование в заголовках публикаций прецедентных явлений, фразеологизмов и паремии.

Проблеме изучения газетных заголовков посвящено большое количество научных работ. Исследователи рассматривают структуру, семантику, прагматику газетных заголовков (Лютая А.А., Лазарева Э.А., Алиева Э.Х., Долгирева А.Э., Мужев В.С. и др.), синтаксическую структуру газетного заголовка (Власова Е.В., Попов А.С. и др.), использование прецедентных явлений и интертекста в газетных заголовках (Чемезова И.А., Черногрудова Е.П., Качаев Д.А., Махова А.А. и др.); газетные тексты в лингвострановедческом и социокультурном аспектах (Казарян Г.В., Щербакова А.В.; Гузеева А.В., Ягодова А.А. и др.).

Актуальность работы обуславливается рядом факторов.

Во-первых, средства массовой информации играют важную роль в жизни человека.

Во-вторых, для привлечения внимания читателей журналисты намеренно используют заголовки, в которых, в свою очередь, содержатся лексические средства, содержащие отсылку к тем или иным явлениям

культуры. В-третьих, для изучения лингвокультурологического потенциала газетных заголовков была выбрана газета «Петербургский дневник», которая является бесплатным ежедневным официальным изданием Правительства Санкт-Петербурга и рассказывает о городских событиях.

Научная новизна заключается в том, что заголовки газеты «Петербургский дневник» не становились предметом изучения в рамках лингвокультурологического подхода.

Целью данного исследования является изучение лингвокультурологического потенциала газетных заголовков.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить ряд **задач**:

- определить роль и значение заголовков в печатных изданиях;
- выделить виды и функции заголовков;
- изучить классификации газетных заголовков;
- отобрать газетные заголовки, содержащие лингвокультурологическую информацию;
- систематизировать лингвокультурологическую информацию, содержащуюся в отобранных газетных заголовках.

Объектом исследования являются газетные заголовки.

Предметом исследования является эффективность использования лингвокультурологический потенциал в газетных заголовках.

В работе использовались следующие **методы исследования**:

- анализ научной литературы по теме выпускной квалификационной работы;
- метод классификации;
- метод обобщения;
- метод лингвистического наблюдения.

Материал исследования: научная литература и выборка, сделанная из газеты «Петербургский дневник» за период с 22.06.2021 по 22.09.2021, общим объемом материала 178 единиц.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что оно вносит вклад в изучение лингвокультурологической специфики рекламного дискурса.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования отобранных и проанализированных газетных заголовков в практике преподавания русского языка как иностранного на занятиях по лингвострановедению, а также на занятиях со студентами-филологами, журналистами, специалистами по рекламе и связям с общественностью.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списков использованной литературы, словарей и источников.

Во введении определяются актуальность, цель, задачи, методы исследования, теоретическая и практическая значимость работы, объект, предмет и материал исследования.

В первой главе приводится характеристика и основные тенденции современной публицистики; рассматриваются виды и функции газетных заголовков; описываются роль лингвокультурологии в современной научной парадигме и теоретические проблемы изучения газетных текстов в рамках лингвокультурологических исследований.

Вторая глава посвящена классификации газетных заголовков и анализу лингвокультурологической информации, содержащейся в анализируемых газетных заголовках.

В заключении приводятся выводы, сделанные в рамках исследования.

Библиографический список содержит 74 источника.

Глава 1. Газетные заголовки как объект лингвистических исследований

1.1. Особенности публицистического стиля речи

В современном русском языке выделяется 5 функциональных стилей речи, которые призваны обслуживать различные сферы общения. Л.В. Щерба отмечал, что «каждая разновидность вызывается к жизни функциональной целесообразностью» [70, с.119].

Функциональный стиль создается под влиянием экстралингвистических стилеобразующих факторов. Среди таких факторов можно отметить следующие: соотнесенность стиля с той или иной сферой общественной деятельности; ситуацию речевого общения; характер коммуникации; форму реализации; адресанта и адресата речи; тематику общения и целевую установку [7, с.38]. Каждый функциональный стиль имеет свои специфические черты, лексические, морфологические и синтаксические особенности.

Среди функциональных стилей речи выделяется публицистический стиль, поскольку он должен перерабатывать тексты, созданные в рамках других стилей.

Публицистический стиль применяется в области общественных отношений, используется в общественно-политической литературе, СМИ, документальных фильмах, публичных выступлениях.

Задача публицистики – осветить наиболее актуальные социальные вопросы и воздействовать на общественное мнение.

Исследователи выделяют две основные функции публицистического стиля, которые определяют состав и организацию языковых средств данного стиля:

1. *Информативная функция.* Данная функция требует использования общеупотребительной, нейтральной лексики, стандартов, применения стереотипных форм. Характерной особенностью

публицистического стиля является наличие особых газетных стандартов, особой газетной фразеологии, возникают газетные клише, например: *внести огромный вклад, работать с огоньком, свято чтить, приумножать боевые традиции, общечеловеческие ценности и т.п.*

2. *Воздействующая функция*, которая способствует формированию оценочной лексики [7, с.55].

В публицистическом стиле сочетаются стандарт и экспрессия, логичность и эмоциональность, доходчивость и лаконичность, информационная насыщенность и экономия языковых средств [7, с.56].

Публицистический стиль употребляется в многочисленных жанрах, которые условно можно разделить на 3 группы:

- информационные (репортаж, интервью, информационная заметка и др.);
- аналитические (статья, рецензия, корреспонденция и др.);
- художественно-публицистические (очерк, эссе, памфлет и др.) [7, с.58].

Публицистический стиль речи имеет ряд специфических признаков, по которым его легко определить:

1. Информативный заголовок.
2. В первом предложении кратко излагается суть новостной заметки.
3. Использование общественно-политической лексики.
4. Предложения и абзацы в основном короткие.
5. Эмоциональность и оценочность.
6. Простота изложения.
7. Большое количество деталей.
8. Ориентированность на массовую аудиторию.

В рамках нашего исследования особый интерес представляет такой жанр публицистического стиля как статья.

Публицистическая статья относится к аналитическому жанру, в котором глубоко рассматриваются проблемы социальной действительности. Главный стилистический признак статьи – это логизированность изложения. Рассуждения построены по следующему принципу: от основного тезиса через соответствующие аргументы к обобщениям и выводам. В начале статьи определяется проблема, дается ее оценка, выдвигается авторская гипотеза. В главной части анализируется проблема, выясняются причины ее возникновения и предлагаются пути ее решения. В заключении обычно содержится обобщение вышесказанного.

В тексте статьи содержатся различного рода вставки (яркие описания эпизодов, интересные и показательные факты, мини-интервью) [7, с.59].

Говоря о языке газет, В.Г. Костомаров отмечал, что в языке газет соединяются тенденция к стандартизации, свойственная строгим стилям, и тенденция к экспрессивности, характерная для разговорной речи и для языка художественной литературы [35].

1.2. Газетные заголовки: виды и функции

Газета – это отражение общественной жизни города, страны, народа. Успех того или иного печатного издания зависит от умения журналиста интересно подать читателям информацию.

В современном мире поток информации настолько велик, что привлечение внимания читателя становится поистине нелегкой задачей. Заставить купить новый номер газеты, заинтересовать удачно подобранными статьями - главная цель редакторов.

Читатели воспринимают газетный материал по-разному, некоторые внимательно знакомятся с предлагаемой информацией, а другим сосредоточиться не хватает времени. В связи с этим печатные издания вынуждены передавать информацию быстро, сжато, максимально коротко, в то же время информативно.

Одним из способов привлечения внимания читателей служит заголовок газетной статьи. В современной журналистике подчеркивается, что заголовок является одним из основных элементов медиатекста. Несмотря на свою внешнюю простоту, заголовок отражает различные грани действительности: личностные приоритеты автора, позиции редакции, политические и идеологические установки, культурные ценности, технические возможности печатного издания и так далее. Газетный заголовок прогнозирует реакцию читателя и задает направление для получения ожидаемой реакции. Практика печатных изданий показывает, что в случае, когда заголовок подобран и оформлен неправильно, читатель не заинтересуется статьей, пройдет мимо. А эксцентричные, привлекательные газетные заголовки заинтересуют аудиторию, у адресатов появится желание прочитать следующие за ними тексты. Этой же точки зрения придерживается в своей работе Н.В. Сабурова: «Заголовок соотносится с лексико-оценочной темой текста, и функцию его можно обозначить как привлечение читателя через вербализацию сути описываемой в основном тексте проблемы» [55, с.10]. Некоторые исследователи выделяют заголовок как самостоятельный текст.

Следует отметить, что более 200 лет назад в газетах, которые выходили в России и других странах, отсутствовали газетные заголовки. В начале каждого сообщения указывался только географический пункт и дата отправления информации в редакцию, чтобы читатель мог понять, где и когда это произошло. Первые заголовки были своеобразными анонсами, они размещались на первой странице издания и сообщали о материалах, которые публиковались в номере, но не указывали их места размещения. Поэтому некоторые заголовки дублировались на других страницах, их ставили только над очень важными сообщениями и статьями, чтобы выделить их.

В первой половине XIX века заголовки постепенно стали появляться и на других страницах, начали давать заглавие не только важнейшим

материалам, но и литературным произведениям, которые часто печатали в газетах и журналах тех лет. Изменилась и расположение публикуемых материалов. Так, на первой странице появилось содержание, где заголовки группировались по тематике с кратким содержанием статьи и указанием номера страницы, на котором находился полный текст публикации.

Проблеме изучения газетных заголовков посвящено большое количество научных работ. Исследователи рассматривают структуру, семантику, прагматику газетных заголовков (Лютая А.А., Лазарева Э.А., Алиева Э.Х., Долгирева А.Э., Мужев В.С. и др.), синтаксическую структуру газетного заголовка (Власова Е.В., Попов А.С. и др.), использование прецедентных явлений и интертекста в газетных заголовках (Чемезова И.А., Черногрудова Е.П., Качаев Д.А., Махова А.А. и др.); газетные тексты в лингвострановедческом и социокультурном аспектах (Казарян Г.В., Щербакова А.В.; Гузеева А.В., Ягодова А.А. и др.).

Данная работа направлена на изучение заголовков, в частности на изучение лингвокультурологического потенциала газетных заголовков. Для этого сначала необходимо рассмотреть понятие «заголовок» и изучить его роль и функции в структуре современного медиатекста.

В настоящее время нет четкого определения заголовка. Это связано с тем, что заголовки становятся объектом изучения различных филологических дисциплин.

Обратимся к толковым словарям русского языка. В «Толковом словаре живого великорусского языка» В. Даля заголовок определяется как «выходной лист, первый листок книги или сочинения, где означено его название. Заголовком также называют название отдела, главы книги» [72]. В словаре Т.Ф. Ефремовой дается следующее определение заголовка: заголовок – это «название произведения всевозможных направлений (публицистической, научной, литературной, музыкальной и т.д.) или отдельных его частей [73]. Из данных определений видно, что заголовок

рассматривается не только как название газетных публикаций, но и как название литературных, музыкальных и других произведений.

В энциклопедическом словаре-справочнике заголовок определяется «целостная единица речи (текстовый знак), которая является обязательной частью текста и имеет в нем фиксированное положение - перед и над текстом» [74]. В.П. Вомперский также определяет заголовок как знак текста: «Заголовок – это выделенный графически потенциально свернутый знак текста, выраженный вербальными и невербальными средствами языка, обладающий относительной автосемантической, являющийся абсолютно начальным, единым для всего текста элементом, который именуется и/или характеризует текст, прогнозирует его содержание, интерпретирует текст, сообщая ему дополнительные смыслы» [13, с.4].

И.Р. Гальперин определяет заголовок как «компрессированное, нераскрытое содержание текста, которое можно метафорически изобразить в виде закрученной пружины, раскрывающей свои возможности в процессе развертывания» [16, с.133].

Э.А. Лазарева называет заголовок своеобразным элементом, который имеет двойственную природу: «С одной стороны, это языковая структура, предваряющая текст, стоящий «над» ним и перед ним». Заголовок воспринимается как отдельный речевой элемент, вне текста. С другой стороны, заголовок - полноправный компонент текста, входящий в него и связанный с другими компонентами целостного произведения» [40, с. 158].

Также автор говорит о важности заглавия в плане воздействия на читателя. Заглавие занимает сильную стилистическую позицию, наравне с зачином и концовкой. Данные компоненты играют важную роль, привлекая наибольшее внимание, так как в первую очередь усваивается информация, которая содержится в заголовке, зачине и концовке.

Ряд исследователей (Г.О. Винокур, В.П. Вомперский, В.С. Мужев и др.) при определении заголовка обращаются к его функции. Так, Г.О.

Винокур в первую очередь выделяет рекламную функцию заголовка, потому что, по его мнению, именно она отвечает за то, чтобы увлечь читателя своей внешней оболочкой и сюжетной содержательностью. Кроме рекламной функции, Г.О. Винокур выделяет указательную и обозначающую функции [10, с.132].

В.П. Вомперский выделяет 4 функции заголовка:

- коммуникативную (служит для выражения сообщения о предмете речи);
- Аппелятивная (то есть воздействующая, которая связана с обращением к читателю);
- Экспрессивная (определяет личность автора статьи, передает его чувства и переживания);
- Графически-выделительная (на газетной полосе отделяет один материал от другого) [13].

С.М. Гуревич отмечает, что заголовок публикаций является «неотъемлемым элементом дизайна газеты», что оформления заголовка и его характер определяет «лицо» периодического издания [22]. Как отмечает исследователь, важнейшей функцией газетных заголовков является привлечение внимания читателя. Заголовки помогают ему быстро ознакомиться с содержанием номера, понять, о чем там сообщается, и какая информация представляет для него интерес. Гуревич С. М. считает, что умение оформителей газеты использовать заголовки в очередном номере часто определяет решение читателя – прочитать те публикации, заголовки которых возбудили в нем интерес, или отложить номер в сторону.

Газетная практика дает многочисленные примеры того, как в результате неудачного выбора и оформления заголовков резко снижается воздействие важных выступлений газеты на читателей: содержательную статью с неправильно выбранным, невыразительным, неграмотно оформленным заголовком не замечают.

И наоборот, яркий заголовок, привлечший читателя своим содержанием и формой, побуждает прочитать следующий за ним текст или рассмотреть стоящую под ним иллюстрацию. Сегодня ни одно издание уже не может обойтись без заголовка, но его роль с момента появления первых заголовков значительно выросла. Теперь это не только навигация, и даже не информация о тексте, а способ привлечения внимания читателя и побуждение его к прочтению того или иного материала.

Заголовок должен содержать в себе информацию, которая является обязательной и главной в статье, при этом оказывать определенное эмоциональное воздействие на читателя. Следует отметить, что иногда название заголовков оказывает большее влияние на человека и вызывает больше чувств, чем вся дальнейшая информация, приведенная в статье.

В.Г. Костомаров отмечает в своих работах еще указательно-назывную (указывает на событие, обозначает его) и рекламную функции газетных заголовков [34].

В.С. Мужев в работе «О функциях заголовков», проанализировав русские, английские и французские тексты, выделяет следующие пять функций заголовков:

1. номинативная;
2. информативная;
3. экспрессивно-апеллятивная;
4. рекламная;
5. разделительная [49].

Исследователь проанализировал каждую функцию и сделал вывод, что все они, с одной стороны, взаимосвязаны, с другой стороны, противостоят друг другу. Данное свойство функций заголовка определяется различной степенью влияния на его форму и способ выражения: преобладание одной функции может привести к уменьшению значимости другой вплоть до ее отсутствия. Заголовок, в свою очередь, может выражать любую

совокупность функций. Таким образом, в отдельном заголовке может доминировать или информативная, или экспрессивно-апеллятивная или рекламная функция. В зависимости от того, какая из них является основной, можно говорить о информационном или неинформационном типе заголовка. В.С. Мужев считает, что выделенные лингвистами функции заголовка недостаточно мотивированы и что часто под ними скрываются средства их выражения, что, по мнению ученого, недопустимо.

А.В. Федоров, говоря о функциях газетных заголовков, отмечает, что название заголовка связано с видом текста. Так, например в новостных заголовках преобладает информативная функция, в памфлетах – воздействующая [62, с. 202].

Л.А. Ноздрина в своей работе называет заголовок смысловой доминантой текста, а также раскрывает тему функций заглавий и выдвигает одну из их числа: «Среди функций можно отметить номинативную, информативную, экспрессивную, апеллятивную, рекламную, функцию убеждения, конспективную, разделительную или делимитирующую и др. Выдвижение на первый план той или иной функции зависит, как известно, от функционального стиля и жанра текста» [52].

Г.Г. Хазагеров в своих трудах напоминает о двойственной природе заголовка, учитывая его лингвистическую сущность и устанавливает 2 вида функций:

- автономная;
- обусловленная.

Автономная функция характеризует заголовок как обусловленное, самостоятельное сообщение. В автономный вид включаются, в свою очередь, выразительная и информативная функции [63].

Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что в научной литературе подробно изучены функции заголовка.

Мы обобщим всю информацию и выделим основные функции газетного заголовка:

- графически-выделительная,
- номинативная,
- информативная,
- рекламная,
- экспрессивная.

На наш взгляд, основная и главная функция текста и его заглавия - это передача содержания и фактов. Но в то же время, подбирая материал для публикации, автор пытается не просто передать информацию, а наделять заголовок эмоционально-экспрессивной оценкой, выйти за рамки обычного, привлечь аудиторию и удержать ее внимание.

Р.С. Жажиева и А.В. Шишкина, говоря о номинативной функции заголовка, приводятся две группы методов, которые помогают выделить заголовок в тексте. Первая группа – языковая, вторая – внеязыковая. К первой группе относятся: аббревиация, интонационные акценты, иноязычная лексика, экспрессивная лексика, каламбур и др. Вторая группа включает в себя использование графических рисунков, цвета, изменение шрифта, приемы верстки. «Часть из них может рассматриваться как отдельная категория средств, в которой наряду с основной информативной задачей проявляется рекламная функция, также направленная на привлечение читательского внимания». [25, с. 151].

На наш взгляд, рекламный заголовок способен сформировать настрой человека, активизировать внимание на определенной информации, вызвать не только интерес, но и эмоции, как положительные, так и отрицательные. Недоумение, любопытство, удивление и даже шок - на все это способен правильно подобранный заголовок.

Руководствуясь только названиями публикаций, человек может выбрать то, что его интересует. Журналисты понимают всю значимость

газетных заголовков и стараются сделать их немногословными и оригинальными. С.К. Кубашичева и Л.Р. Читао видят главную задачу заголовка в том, чтобы привлечь внимание читателя к заметке «своей немногословностью и графической оригинальностью» [37].

Создавая заголовки для газет, журналисты используют широкий спектр всевозможных средств выразительности, которые и дают заглавию уникальность. Литота, метонимия, ирония, эпитет, сравнение, метафора - данные тропы украшают заглавие, делая его нетипичным, индивидуальным. А такие стилистические фигуры, как инверсия, градация, параллелизм, антитеза делают газетные заголовки намного ярче и выразительнее.

А.В. Шишкина совместно с Р.С. Жажиевой выделяют приемы, которые делают заголовок более привлекательным и запоминающимся.

1. Динамика.

В заголовке должен быть смысловой глагол, который и создает динамику:

«Вас дурят. А вы гуляйте» («Мир Новостей»), *«На протест не нагуляли»* («Мир Новостей»).

Выигрышно смотрится заголовок с ритмом, рифмованный: *«За що ж они боролись, за що ж они страждались?»*, *«Моя любовь, моя морковь»* («Мир Новостей»).

2. Яркость.

Яркость тексту придают метафоры, олицетворения, метонимии. Сюда можно включить и фразеологические обороты, известные цитаты из песен, фильмов. В процессе работы с газетными публикациями мы наблюдали, что авторы статей часто используют такие приемы: *«Я подарю тебе имплант»* («Мир Новостей»).

За основу была взята строчка из песни К.Орбакайте: *«Я подарю тебе любовь, я научу тебя смеяться»*; *«Молодежь с жиру бунтует»* («Мир Новостей»). Автор заменил одно слово у фразеологизма «с жиру бесится».

Ср.: Беситься с жиру - Прост. Экспрес. ? От безделья или от пресыщения чем-либо привередничать, требовать больше, чем следует? [Фразеологический словарь русского литературного языка А. И. Фёдорова, 2008.];

«Истина в еде» («Мир Новостей»). Автор взял за основу известное латинское выражение «Истина - в вине» и заменил одно слово другим. В результате такой замены фразеологический оборот превратился в высказывание в прямом смысле слова. Статья о превращении Москвы в гастрономическую столицу мира с помощью российских продуктов.

Данный прием является примером языковой игры, его цель - усилить эмоциональное воздействие на читателя. Также ему дают название «авторское обновление фразеологизма».

Таким образом, используя трансформацию известных изречений, автор может показать весь свой потенциал.

3. Информативность.

В заглавиях упоминаются жители, места, города или страны, ученые и т. д. Например: *«Фантомы Украины»* («Мир Новостей»),

«Почему провинциалкам нету счастья в городах», «Сегодня питерцы многим вернули веру в людей» («Мир Новостей»);

4. Ирония, сарказм.

«На протест не нагуляли»,

«Операция по принуждению к милосердию», «НАТО без бутылки не поймешь» («Мир Новостей»).

А.О. Курмыгина называет заголовок «главным оружием» в соперничестве газетных изданий. «Читателю лестно наблюдать, как на страницах газет разворачивается борьба за его внимание и интерес, в ней газетный заголовок можно считать главным оружием. Ведь не случайно теоретики СМИ говорят даже об искусстве газетного заголовка, классифицируя «заголовочные» приемы и методы» [39].

Безусловно, заголовок является сильной позицией текста. Он играет определяющую роль в понимании газетной статьи.

Итак, заголовок предваряет текст, входит в него и связан с ним. Газетный заголовок, безусловно, выступает самостоятельным элементом текста и играет весьма существенную роль в восприятии читателей. Большое значение имеет заголовок еще и потому, что он стоит в сильной позиции по отношению к тексту, оказывает влияние на человека и формирует первое впечатление о статье в целом. На наш взгляд, заголовок имеет центральную, сильную позицию в газетной статье, без него невозможно представить привлекательную публикацию.

В современном мире поток информации настолько велик, что привлечение внимания читателя становится поистине нелегкой задачей. Заставить купить новый номер газеты, заинтересовать удачно подобранными статьями - главная цель редакторов. На помощь им приходят заголовки, поскольку главной их функцией является привлечение внимания читателя.

Практика печатных изданий показывает, что в случае, когда заголовок подобран и оформлен неправильно, читатель не заинтересуется статьей, пройдет мимо. А эксцентричные, привлекательные газетные заголовки заинтересуют аудиторию, у адресатов появится желание прочитать следующие за ними тексты.

1.3.Классификации газетных заголовков

Существуют различные классификации газетных заголовков. Лингвисты рассматривают заголовки с точки зрения выполняемых ими функций, структуры и соотносённости с текстом. В качестве параметров для классификации можно выделить следующие:

1) соответствие заголовка содержанию последующего за ним текста

В зависимости от степени выражения идеи текста в заголовке Л.М. Майданова выделяет следующие типы заголовков: полные, расплывчатые, конкретные и бессодержательные [43, с.188].

2) количество выраженных элементов текста

В.Г. Костомаров по количеству выраженных элементов текста выделяет два типа заголовков: однонаправленные и комплексные.

Э.А. Лазарева также выделяет однонаправленные и комплексные заголовки [40]. Целью однонаправленных заглавий является сообщение о теме публикации. Такие заголовки могут быть каким-нибудь известным выражением или даже цитатой, относящейся к следующему за заглавием тексту. Заглавия соотносятся только с одним элементом смысловой структуры текста. Приведем пример таких заголовков: *«Патриарх поздравил с Пасхой космонавтов»* («Мир Новостей»). Заголовок полностью отражает тему статьи, смысл заголовка абсолютно ясен для читателей, отсутствует двусмысленность; *«Террористов вычислят по мимике и походке»* («Мир Новостей»). В статье рассказывается о новой технологии, по которой будут вычислять террористов. Такие заголовки являются простыми и понятными, в них нет двусмысленности. Заголовок и текст, следующий за ним, взаимосвязаны друг с другом.

В свою очередь, комплексные заголовки передают более усложненную информацию, вследствие чего соотносятся с несколькими элементами (актуализация темы и оценки ситуации, тезиса и иллюстрации). Часто в заглавии присутствуют две части, которые соединены союзом «или». Например: *«Что важнее для экономики: живой труд, невидимая рука рынка или «простой продукт»?»* («Мир Новостей»).

3) достаточность отражения элементов текста

По полноте выражения какого-либо смыслового элемента Э.А. Лазаревой различает полноинформативные заглавия, которые полностью

актуализируют смысловой компонент текста, и неполноинформативные, которые, в свою очередь, не полностью выполняют это правило [40].

Пример неполноинформативного заглавия: *«Ты там, а я там»* («Мир Новостей»). В статье говорится о премьерe спектакля. Название статьи можно понять только тогда, когда познакомишься с ней. Согласно сценарию, в спектакле есть города «Наш» и «Тот», поэтому такие необычные названия и использовал автор для привлечения внимания читателей издания. Но читатель, который не был на спектакле, конечно, не поймет по заголовку, о чем идет речь в статье.

Полноинформативный заголовок выглядит следующим образом: *«Европейцы предложили переселять беженцев в Грузию»* («Мир Новостей»). Таким образом, заголовок полностью раскрывает суть статьи.

4) *степень автономности семантики*

Современный ученый М.Н. Москавец выделяет лишь три группы заглавий: самодостаточные заголовки, не нуждающиеся в пояснении; заголовки, которые полностью или частично нуждаются в объяснении; заголовки, которые имеют неоднозначную трактовку и могут быть поняты без контекста [48].

В первую группу включены заголовки, которые представляют собой отдельное, полное сообщение. Информация понятна и лишних пояснений не требует. Такие заголовки очень удобны, так как по первому знакомству со статьей, при помощи одного заголовка можно определить, о чем хотел сообщить автор и какая информация ждет читателя дальше. Это удобно для так называемых «читателей-сканеров», которые не углубляются в суть проблемы, а довольствуются газетными заглавиями.

Приведем примеры:

«На юго-западе Москвы обнаружили два снаряда времен войны» («Мир новостей»). Такой заголовок является центром всей статьи. Дальнейшая

информация, представленная после заголовка, выглядит своего рода дополнением, уточнением.

Вот еще примеры таких заголовков, где главная информация отражена в заглавии: «*Власти Кубы подтвердили гибель восьми человек в катастрофе военного Ан-26*» Вторая группа заголовков нуждается в дополнительной информации. Иногда такие заголовки содержат фразеологические выражения, разные стилистические приемы, такие как антитеза, анафора, эпифора, градация и т.д. Знакомство с заглавием не дает полной картины происходящего, поэтому следует искать ответы в тексте самой статьи.

Заголовки в третьей группе имеют общие черты, как с первой группой, так и со второй. Первое впечатление о таких заголовках неоднозначное, ввиду недосказанности, но, благодаря другим компонентам статьи, они приобретают особую полноту.

«В Москве из-за конфликта на дороге произошла стрельба»

(«Мир новостей»). В заглавии указано место происшествия - Москва, но нет конкретных данных, в каком районе, на какой улице. Также возникают дополнительные вопросы по поводу стрельбы: кто стрелял, в кого, при каких обстоятельствах. Заглавие не раскрывает всех деталей происшествия, но, в то же время, информирует о месте и характере конфликта.

5) *цель высказывания*

Е.В. Власова выделяет заголовок-вопрос, заголовок-восклицание и заголовок-призыв [11].

1. Заголовок-вопрос.

Вопрос в заголовке выполняет следующие функции:

- разделительную функцию, то есть показывает конец предложения;
- смысловую функцию, указывает на знак;
- интонационную функцию, которая подсказывает интонацию. Обычно такие заголовки содержат риторический вопрос. Риторический вопрос - предложение, вопросительное по структуре, передающее, подобно

повествовательному предложению, сообщение о чем-либо. В риторическом вопросе имеется противоречие между формой (вопросительная структура) и содержанием (значение сообщения).

Такую форму заглавий используют, когда хотят получить одобрение, согласие от читателя, поддержку, ненавязчиво оказать влияние на аудиторию.

«Калифорния думает, не сбежать ли из США. Опять виноваты русские?» («Мир Новостей»).

«Калифорния может отделиться от США. Опять «рука Москвы»?» («Мир Новостей»). Оба заголовка освещают одну и ту же тему. Авторы с усмешкой и иронией реагируют на обвинение США, используя риторические вопросы, склоняют читателя на свою сторону, намекают на абсурдность ситуации.

2. Заголовок-восклицание.

Здесь заглавие является побудительным предложением. Восклицательный знак выполняет разделительную, выделительную, интонационно-экспрессивную функции.

«Город после взрыва. Жить дальше!» («Мир новостей»), *«Живи по-новому! Живи без аллергии»* («Мир Новостей»).

3. Заголовок-призыв.

Эти заглавия разделяются на 2 типа:

- адресант-пострадавшие.

Например: *«руки прочь от Мавзоля, предатели!»* («Мир Новостей»). В статье рассказывается о том, как разыгралась ожесточенная полемика по поводу похорон Ленина. В данном случае призыв несет негативную окраску, так как обращение не дружелюбное (предатели), агрессия направлена против властей.

- адресат-пострадавшие.

Например: «*В чумной барак ехать не стоит!*» («Мир Новостей»). С такими словами запретили въезд в Украину Лолите Милявской. Название заголовка звучит как речь того человека, который отказал Л. Милявской в посещении страны. В этом случае этот человек - адресат, а певица является пострадавшей.

б) *информативная составляющая*

Г.С. Мельник и А.Н. Тепляшина выделяют такие виды заголовков как: заголовок-хроника, заголовок-«бегущая строка», заголовок-резюме, заголовок-цитата [47].

1. *Заголовок-хроника*. К такому типу заголовком можно отнести следующие: «Взрыв обычной батарейки сделал незрячим четырехлетнего мальчика и несчастной его семью», «Началось строительство газопровода в обход Чечни». Фактически, заголовок-хроника дублирует новость, вопреки мнению, что дубли текста никак допускать не следует. В целом, конечно, «дубли» нежелателен, но эта давняя рекомендация корректируется особыми соображениями. Новость должна побыстрее дойти до читателя любыми способами, в том числе и методом ее сообщения «поверх текста».

2. *Заголовок-«бегущая строка»*. В качестве заголовка выступает самое начало материала, переходящее в текст. Например: «ВСЕГО СЕМЬ ПРОЦЕНТОВ занимает золото в золотовалютном запасе Японии».

3. *Заголовок-резюме*. Этот заголовок популярен в разных репортерских материалах (тогда как первые две упомянутые формы заголовков использует, преимущественно, для жестких новостей).

Такой заголовок дает возможность репортеру, скрывающему прямые оценки, косвенно прокомментировать событие. Обычно такие заголовки носят спокойно-повествовательный, «объективный», иногда чуть ироничной характер. Прямое резюме не исключает скрытой иронии. Например: Ожидали свистка, дождались поражения (О команде, которая, выигрывая, тянула время).

4. *Заголовок-цитата*. Заголовки, которые называют имена или главных действующих лиц, помогают удвоить интерес. Поэтому широко распространены заголовки-цитаты (прямые и косвенные), которые иногда выглядят вполне законченным разоблачительным материалом: «Брынцалов: «Мне не нужно поднимать народ с колен. Пусть он себе ползает — но с толстыми карманами»... (Из предвыборных высказываний кандидата в депутаты Госдумы)».

7) *степень сложности заголовков*

В этом плане существует три основных типа заголовков:

1. «*Простой*» заголовок, как правило, состоит из одного предложения, включающего в себя какую-то законченную мысль. Он может быть по характеру не только утвердительным, но и вопросительным.

Простые заголовки, как правило, открывают небольшие по объему сообщения о каких-то дискретных событиях.

2. «*Усложненный*» заголовок отличается от «простого» тем, что «формируются» из нескольких самостоятельных, логически завершенных частей, представляющих некую законченную мысль, утверждение или отдельный вопрос, важные для понимания сути данного материала.

3. «*Заголовочный комплекс*». В настоящее время при подготовке более-менее сложных материалов журналисты достаточно охотно используют так называемые «заголовочные комплексы». В их состав входят основной заголовок и подзаголовки (дополнительные заголовки) самой разной сложности и назначения. Посмотрим, как этот комплекс развернут в публикации Леси Орловой в «Новой газете».

Основной заголовок называется «Бегущий от себя». Вслед за ним идет первый (наиболее важный), состоящий из двух частей, подзаголовков: «Идет борьба за признание нашего героя сумасшедшим. Гамлет или Идиот — вот в чем вопрос». Далее автор излагает жизненную историю, суть которой заключается в том, что некий преуспевающий юрист вдруг разочаровался в

той жизни, которую он вел, в бесконечной погоне за деньгами, славой, личным преуспеванием и решил круто изменить свой путь — уехать в какую-нибудь глухую деревню и жить там наедине с природой. Такое решение было встречено его друзьями и особенно женой с полным непониманием.

8) *цель эмоционального воздействия на аудиторию*

Условно их можно обозначить так:

- 1) «интригующие»: «Зачем в ГИБДД спаивают пингвинов?»;
- 2) «страшные» — «Учитель — убийца»;
- 3) «сногсшибательные»: «Слепые от рождения будут видеть. Но только 30 минут в году»;
- 4) «скандальные»: «Композитор Ханок укусил Пугачеву»;
- 5) «интимные»: «Б. Щербаков пытался затащить в стог сена Н. Шацкую» и т.д.

Следует обратить внимание на классификацию М.А. Шостак, где автор выделяет 8 типов газетных заголовков: повествовательный заголовок; заголовок-констатация; заголовок-резюме; заголовок-парадокс; заголовок, содержащий имя известной личности; заголовок-игра, заголовок-обращение, заголовок-цитата [69]. При создании данной классификации автор учитывал несколько критериев: способ изложения материала, использование языковых приемов для привлечения внимания, компоненты, входящие в структуру заголовка. Рассмотрим подробнее каждый тип заголовка:

1) *Повествовательный заголовок.* В таких заголовках информация передается через простое изложение сути. Повествовательные предложения четко передают тему статьи, в них нет эмоционально-экспрессивной оценки.

Например: «*Эмиграция делает из человека обезьяну*».

В статье автор говорит о том, что эмиграция – это огромный шаг назад.

2) *Заголовок-констатация.*

Такой заголовок обычно состоит из 2-3 предложений и является своего рода отдельным сообщением. Его используют для интервью, репортажей с места событий. Например: *«10 лет «Мюнхенской речи» Путина: Он предсказал все! А Запад не верил и посмеивался...»*.

3) *Заголовок-резюме*, который также называют комментирующим заголовком. Это составные заголовки, в которых используется безличная и неопределенно-личная форма глаголов. Например: *«Граждан хотят освободить от «повинности» по поверке счетчиков»*; *«В Сирии взорвали автобусы с беженцами-шиитами»*. В первом примере имеется составное глагольное сказуемое в неопределенно-личной форме «хотят освободить», во втором примере используется глагол в неопределенно-личной форме «взорвали».

4) *Заголовок-парадокс*.

Такие заголовки нужны для того, чтобы шокировать читателя, вызвать любопытство и интерес у аудитории. Иногда данные заглавия чересчур гиперболизируют информацию в статье. Ср.: *«Не слаще редьки»*.

В заголовке поставлены рядом противоречивые образы: редька и сладость. Данное сочетание вызывает интерес и негодование читателя, так как все знают горьковатый вкус редьки, и она не может быть сладкой. Поэтому дальнейшее знакомство со статьей полностью обеспечено.

5) *Заголовок, содержащий имя известной личности*

Упоминание имён известных личностей всегда привлекает внимание и ведёт к росту продаж газетной продукции. Например: *«Алексей Петренко: Долгий разговор с Богом»*. Автор кратко рассказывает о жизни великого актера и о его мистической смерти.

6) *Заголовок-игра*. Используется игра слов - отличный способ привлечь внимание адресата. Например: *«Старый сквер на новый лад»*. Автор использовал антонимы старый - новый, что придало заглавию яркость и живость.

«*«Коллекция» пополняет коллекции»*. Тавтология в данном заглавии позволяет нетипично охарактеризовать обычное название выставки «Коллекция».

7) *Заголовок-обращение*. Возможное использование вопросительных и побудительных предложений. Такие заголовки напоминают призыв к действию. Например: «*Нужен ли мораторий на строительство высоток в центре Краснодара?*». Заглавие представляет собой вопросительное предложение, которое заставляет задуматься, вовлечь читателя в затрагиваемую тему.

8) *Заголовок-цитата*. Из названия становится понятным, что автор берет определенную выдержку из текста, самую яркую и значимую в статье, или материал, заимствованный из другого источника, с обязательным указанием на него. Это распространенный вид заголовка, он располагает к прочтению, так как создает ощущение правдивой информации.

«Президентские выборы во Франции-2017: «США сделали из Европы проходной двор - Ле Пен это исправит!».

«Мария Шарапова: «Этого момента я ждала 15 месяцев».

Данная классификация представляет интерес для изучения лингвокультурологического потенциала газетных заголовков, так как здесь выделены такие типы, как заголовок-цитата и заголовок, содержащий имя известной личности. Такие типы заголовков содержат в себе лингвокультурологическую информацию.

Следует подчеркнуть, что все приведенные классификации с успехом используют авторы для создания своих заглавий. Главная цель журналистов – удивить и заинтересовать публику. Нет сомнения в том, что при помощи газетных заголовков автор формирует позицию читателя, воздействует на мировосприятие и мышление аудитории.

Выводы по 1 главе

Газетная статья относится к аналитическому жанру публицистического стиля, которому свойственны такие черты как: информативный заголовок, эмоциональность, простота изложения, ориентированность на массовую аудиторию. В газетной статье соединяются стандарт и экспрессия, логичность и эмоциональность, доходчивость и лаконичность, информационная насыщенность и экономия языковых средств.

Газетный заголовок служит одним из средств привлечения читателей. Несмотря на свою внешнюю простоту, заголовок отражает различные грани действительности: личностные приоритеты автора, позиции редакции, политические и идеологические установки, культурные ценности, технические возможности печатного издания и так далее.

Проблеме изучения газетных заголовков посвящено большое количество научных работ. Исследователи рассматривают структуру, семантику, прагматику газетных заголовков (Лазарева Э.А., Мужев В.С. и др.), синтаксическую структуру газетного заголовка (Власова Е.В., Попов А.С. и др.), использование прецедентных явлений и интертекста в газетных заголовках (Чемезова И.А., Качаев Д.А., Махова А.А. и др.); газетные тексты в лингвострановедческом и социокультурном аспектах (Казарян Г.В., Ягодова А.А. и др.).

Основными функциями газетного заголовка являются:

- графически-выделительная,
- номинативная,
- информативная,
- рекламная,
- экспрессивная.

Существуют различные классификации газетных заголовков. Лингвисты рассматривают заголовки с точки зрения выполняемых ими функций, структуры и соотношенности с текстом и др.

С точки зрения лингвокультурологии интерес представляет классификация М.А. Шостак, где автор выделяет 8 типов газетных заголовков: повествовательный заголовок; заголовок-констатация; заголовок-резюме; заголовок-парадокс; заголовок, содержащий имя известной личности; заголовок-игра, заголовок-обращение, заголовок-цитата.

Глава 2. Лингвокультурологический потенциал заголовков газеты «Петербургский дневник»

2.1. Взаимосвязь языка и культуры

В настоящее время проблема взаимодействия языка и культуры является одной из актуальных проблем в современной лингвистике. Об этом свидетельствуют многочисленные работы, посвященные этому вопросу (Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюнова, В.Г. Гак, А. Вежбицкая, Е.М. Верещагин, А.А. Залевская, В.И. Карасик, Ю.Н. Караулов, В.Г. Костомаров, В.А. Маслова, В.Н. Телия, А.А. Уфимцева, Д.Н. Шмелев и др.). В данных работах рассматриваются отношения с окружающим его миром и другими людьми.

О связи языка и культуры писал еще В. Гумбольдт: «Язык есть внешнее проявление духа народов: язык народа есть его дух, и дух народа есть его язык, и трудно представить себе что-либо более тождественное» [21, с. 68].

Как отмечает Е.С. Кубрякова, при изучении научных объектов в первую очередь обращается внимание на то, какую роль играют они в жизни человека, и для чего они предназначены., т.е. человек становится точкой отсчета в анализе тех или иных явлений, что он вовлечен в этот анализ, определяя его перспективу и конечные цели» [38, с. 54].

В языке отражена культура народа, «язык – зеркало культуры, в нем отражается не только реальный мир, окружающий человека, не только реальные условия его жизни, но и общественное самосознание народа, его менталитет, национальный характер, образ жизни, традиции, обычаи, мораль, система ценностей, мироощущение, видение мира» [59, с. 13].

Лексика и синтаксис являются главными уровнями языка, на которых наглядно можно увидеть влияние человеческого фактора: «Присутствие человека дает о себе знать на всем пространстве языка, но более всего оно

сказывается в лексике и синтаксисе – семантике слов, структуре предложения и организации дискурса» - отмечает Н.Д. Арутюнова [4, с. 3].

Исследователями отмечается тесная связь между лексическим составом языка и приоритетами определенного общества: «Говорящие дают названия важным сущностям и явлениям в их физическом и социальном мире. Получив названия, эти сущности и события, в свою очередь, становятся более заметными в культурном плане» [24, с. 47].

Изучение связи языка и культуры рассматривается в рамках лингвокультурологических исследований. Существуют различные подходы к пониманию лингвокультурологии как науки. Так, В.В. Воробьев определяет лингвокультурологию как комплексную научную дисциплину, которая изучает «взаимосвязь и взаимодействие культуры и языка в его функционировании и отражающая этот процесс как целостную структуру единиц в единстве их языкового и внеязыкового (культурного) содержания при помощи системных методов и с ориентацией на современные приоритеты и культурные установления (система норм и общечеловеческих ценностей)» [14, с. 36]. Основным объектом лингвокультурологии, по мнению В.В. Воробьева, является «взаимосвязь и взаимодействие культуры и языка в процессе его функционирования и изучение интерпретации этого взаимодействия в единой системной целостности» [14, с. 32]. В.Н. Телия отмечает, что лингвокультурология исследует «прежде всего живые коммуникативные процессы и связь используемых в них языковых выражений с синхронно действующим менталитетом народа» [58, с. 218].

В.А. Маслова рассматривает лингвокультурологию как гуманитарную дисциплину, которая изучает «воплощенную в живой национальный язык и проявляющуюся в языковых процессах материальную и духовную культуру» [44, с. 30]. Отмечается, что язык не только называет то, что есть в культуре, не только выражает ее, но и сам развивается в культуре.

В.А. Маслова выделяет несколько предметов лингвокультурологии, состоящих из отдельных лингвокультурологических единиц: безэквивалентная лексика и лакуны, мифологизированные языковые единицы, фразеологизмы и поговорки.

Следует отметить, что уникальность каждой культуры проявляется в сочетании универсального и специфического в восприятии мира, которое отражено в языковой картине мира. В разных лингвокультурах по отношению к одним и тем же явлениям культуры формируются различные национальные стереотипы. Понимание национально-культурной специфики способствует адекватному восприятию чужой культуры и помогает избежать коммуникативных неудач в процессе общения людей разных национальностей. Так, например, при чтении газет представители других культур сталкиваются с проблемой адекватного понимания контекстов, в которых представлена «закодированная» информация, понятная носителю языка. В рамках нашего исследования предпринята попытка рассмотреть, какая «закодированная информация» может присутствовать в газетных заголовках.

2.2.Изучение газетных текстов в рамках лингвокультурологических исследований

Газетные заголовки характеризуются, с одной стороны, определенным набором лексико-грамматических средств, умение понимать которые позволяет не носителям русского языка правильно понимать смысл заголовка. С другой стороны, газетные заголовки отражают языковую картину мира и являются продуктом взаимодействия языка, культуры и этноса.

Изучению газетных текстов в лингвострановедческом и социокультурном аспектах посвящены работы Казарян Г.В., Щербаковой А.В.; Гузеевой А.В., Ягодовой А.А. и др.

Как отмечают исследователи, важное значение в смысловом восприятии газетного текста имеет адекватное понимание элементов газетного заголовка, который, с одной стороны, выполняет функцию репрезентации текста, с другой стороны, является рекламной частью данной статьи.

В лингвокультурологическом исследовании целью анализа смысла заголовка является выявление особого вида информации, информации культурноценностного свойства. Прежде чем перейти к рассмотрению разрядов лингвокультурных знаков, которые могут быть носителями смысла газетного заголовка, необходимо определить само понятие «смысл». Смысл – чрезвычайно объемная категория, которая занимает важное место во многих гуманитарных науках (например, в философии, языкознании, социологии, психологии и др.) Эту категорию можно рассматривать как явление, связанное с деятельностью мышления и интеллекта. Именно смысл программирует отбор и распределение языковых единиц и, тем самым, влияет на выбор формы языкового выражения.

Под смыслом, в отличие от значения, мы понимаем индивидуальное значение слова, которое имеет отношение к данному моменту и к данной ситуации. Поэтому, если значение слова является объективным отражением системы связей и отношений, то смысл – это привнесение субъективных аспектов значения соответственно данному моменту и ситуации. Таким образом, смысл выражения, в частности заголовка, представляет собой результат взаимодействия языкового содержания высказывания, контекстуальной, ситуативной и энциклопедической информации.

Слово или словосочетание в составе заголовка несет в себе особый культурный смысл, и, может быть, культурологически маркированными. Культурологическая маркированность может быть средством выражения лингвокультурного концепта, прецедентного феномена, этнокультурного стереотипа.

Кроме языковых единиц интерес в рамках лингвокультурологических исследований могут представлять прецедентные феномены. Формы и приемы включения прецедентных феноменов в заголовки газет разнообразны, поэтому в настоящее время нет терминологического аппарата для описания этих явлений.

В. В. Красных и Д. Б. Гудков предлагают разграничивать прецедентные феномены в широком понимании и собственно прецедентные феномены (в узком понимании термина), относя к последним прецедентный текст, прецедентную ситуацию, прецедентное имя и высказывание, а к первым – стереотипы, языковые клише и штампы разного уровня [19].

Ю.Н. Караулов определяет прецедентные тексты как «значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [31, с. 216].

Г. Г. Слышкин считает, что использование прецедентных феноменов должно отвечать следующим условиям:

- 1) осознанность адресантом факта отсылки к определенному феномену (явлению);
- 2) знакомство адресата с исходным феноменом и его способность распознать отсылку к этому феномену;
- 3) наличие у адресанта прагматической пресуппозиции знания адресатом данного феномена.

Некоторые исследователи считают, что можно говорить и о текстах, прецедентных для узкого круга людей (например, многие библеизмы), и о феноменах, ставших прецедентными на относительно короткий срок и выходящими из употребления раньше, чем сменится поколение носителей

языка. Тем не менее в период своей прецедентности эти феномены обладают ценностной значимостью и часто используются в дискурсе этого отрезка времени. Коммуникативная перспектива заголовков, включающих в свой состав прецедентные феномены, известные небольшому кругу читателей, несомненно, будет более узкой.

Е.В. Маслова и Т.Ю. Чигирина считают, что текстам современных российских газет в большой мере свойственна интертекстуальность, причем чаще всего данная тенденция проявляется в заголовках. Исследователи отмечают, что использование прецедентных текстов помогает журналистам делать тексты более экспрессивными и яркими. Заголовки, апеллирующие к прецедентным текстам, оказывают определенное воздействие на читателя, так как могут вызывать в его сознании воспоминания, ассоциации, создавать то или иное настроение: «использование цитатных и квазичитатных заголовков служит целям языковой игры разного рода: порождает загадку, создает поэтический намек, подтекст, способствует поэтизации текста, придает ироническое, саркастическое, трагическое или иное звучание, рождает непритязательную шутку» [45, с. 196].

Д.А. Качаев, рассматривая заголовки, содержащие интертекстуальные и социокультурные компоненты, отмечает, что такие заголовки отличаются от обычных предложений с цитатными компонентами своей функцией, которая заключается в том, чтобы не просто сделать отсылку к тому или иному источнику, но заинтересовать читателя, привлечь его внимание. Использование интертекста в заголовках является одним из способов воздействия на читателя. Исследователь классификацию заголовков, в которой выделены три основные группы: заголовки с интертекстуальным компонентом, заголовки с социокультурным компонентом и заголовки, включающие оба компонента одновременно. Автор предлагает также другую классификацию, отражающую, как именно интересующие компоненты представлены в заголовках. Например, это могут быть точные или же

измененные цитаты (*Полуостров сокровищ*). В группу заголовков с социокультурным компонентом включены либо исторические даты, либо имена известных людей, либо сочетания, называющие то или иное историческое событие или факт (*Ледовое побоище, татарское иго* и т.п.) [32, с. 5-20].

Е.П. Черногрудова в работе «Заголовки с прецедентными текстами в современной публицистике (на материале центральной, региональной и местной прессы)» выявляет 14 способов использования прецедентных текстов для создания эффективных заголовков. Данные способы исследователь объединяет в 5 групп:

- 1) Прямое цитирование прецедентного текста без изменений;
- 2) Использование прецедентного текста с какими-либо изменениями;
- 3) Использование лексико-синтаксической модели прецедентного текста;
- 4) Парономазия прецедентных текстов;
- 5) Использование прецедентных имен и наименований [66, с. 174-175].

В исследовании «Окказиональные актуализации пословиц в заголовках англоязычной газетно-журнальной публицистики» С.В. Птушко различает два основных способа трансформаций пословиц:

- 1) Структурно-семантический варианты (инверсия, вклинивание, эллипсис, субституция);
- 2) Изменение структуры (внешней формы) пословицы (аллюзия, буквализация).

В качестве наиболее частотных приемов трансформации пословиц в заголовках С.В. Птушко называет вклинивание, субституцию, аллюзию [54].

2.3. Анализ заголовков газеты «Петербургский дневник»

Для анализа заголовков газеты «Петербургский дневник» была сделана сплошная выборка заголовков за период с 22.06.2021г. по 22.09.2021 г., общим объемом материала 178 единиц (см. Приложение 1).

Следует отметить, что газета «Петербургский дневник» была выбран не случайно, так как она является городской газетой и достаточно часто в ней встречаются заголовки, связанные с теми или иными реалиями города.

Анализ газетных заголовков позволил разделить их на несколько тематических групп: «Известные люди», «Великая Отечественная война и Блокада Ленинграда», «Музыка», «Кино и театр», «Образование», «Общественные события», «Политика», «Мировые события», «География», «Спорт», «Строительство, реконструкции».

«Известные люди»

- Должен ли Станислав Черчесов уйти в отставку?
- «Артем Дзюба еще пригодится сборной»
- Умерла блокадница Валентина Леоненко
- С Вами на связи Владимир Путин
- Музею Гумилева ищут место в городе
- Для квартиры Зощенко ищут покупателей
- Станислава Черчесова отпустили в поля
- «Мамонов – настоящий герой рок-н-ролла»
- Дача Маяковского оживет после долгого забвения
- Александр Запесоцкий: «Рекордный конкурс в СПбГУП связан с качеством работы вуза»
- Век без Александра Блока
- В «Зените» ждут новичка Клаудиньо
- Про Лермонтова не забудут

- Наталья Антюх: «Каждый спортсмен рискует»
- Анна Пракатень: девушка, совершившая чудо
- Василиса Степанова: что-то разглядели в дуэте
- Мария Новолодская: секрет тренировок
- Дина и Арина Авериные: когда обидно до слез
- Дмитрий Васильев: «Российский спорт выдержит все испытания»
- Клаудиньо прилетел в Санкт-Петербург
- Чем удивит дворец Николая II
- Карлин и Дзюба: борьба за авторитет
- Башлачеву нашли место (*о памятнике*)
- Сегодня – ровно век без Николая Гумилева
- ... Памятнику Гумилеву – быть...
- ... Сквер имени Юрия Никулина
- Профессия: Довлатов
- День Довлатова: книги, прогулки, фокстерьеры
- «Саундтрек Довлатова» прозвучит над Невой. И не только
- Страсти по Сергею Довлатову
- Сергей Довлатов – простой ленинградский журналист
- Такой разный Бельмандо

На основе приведенного материала можно выделить наиболее частотные сферы деятельности известных людей, фамилии которых встретились в газетных заголовках: литература (Н.Гумилев, Зощенко, Маяковский, А.Блок, Лермонтов, Довлатов) и спорт (Станислав Черчесов, Артем Дзюба, Карлин, Клаудиньо Наталья Антюх, Анна Пракатень, Василиса Степанова, Мария Новолодская, Дина и Арина Авериные, Дмитрий Васильев). Обращение к именам писателей и поэтов чаще всего появляется в статьях, связанных с памяtnыми датами. Обращение к именам спортсменов связано с проведением Олимпиады и чемпионатом по футболу.

«Великая Отечественная война и Блокада Ленинграда»

- 80 лет назад началась война
- Как в годы войны работали редакции Ленинграда
- Первый день войны глазами ленинградцев
- Умерла блокадница Валентина Леоненко
- Как энергетики освещали, обогревали и спасали наш город (*о блокадном времени*)
- Имена жертв блокады произнесут в слух
- Блокаду прорвали жители. Надо помнить всех
- Вы знаете, что произошло 8 сентября 1941 года
- Премия за книгу о Блокаде
- В Петербург привезли вагоны блокадного трамвая
- 8 сентября – День памяти жертв блокады
- К бомбежкам привыкли и никуда не прятались
- О личном, или «Медаль моей памяти»
- Пенза помогла жителям Ленинграда
- Об истории блокадного футбола

Блокада Ленинграда является важным событием в истории Петербурга, поэтому сохранение сведений об этом событии является важной задачей. Из данных заголовков видно, что статьи о Блокаде посвящены не только жизни города в блокадное время, но и связаны с мероприятиями, которые проводятся и в настоящее время.

«Музыка»

- «Алые паруса». Помните чей это праздник?
- «Алые паруса озарили ночной Петербург»
- Мосты снова запоют над Невой

- Концерт состоялся в «Театре абсурда»
- «Мамонов – настоящий герой рок-н-ролла»
- Опера здесь, опера там
- «Опера всем»: ключевые события и главные действующие лица
- «Оперу всем» покажет «Дневник»...
- У джазменов будет своя академия
- Фестиваль «Опера всем» собрал более 300 тысяч зрителей в онлайне
- В Таврическом саду заиграет классика
- «Саундтрек Довлатова» прозвучит над Невой. И не только
- О людях – через призму их песен (*о съемках проекта «В ритме Петербурга»*)
- «Остров фортов» готовится к «Рокштадту»
- «Рокштадт» собрал полмиллиона
- Крайний Север вызывает теплые чувства (о фестивале коренных народов России)

Таким образом, можно отметить следующие значимые музыкальные и концертные события города, которые произошли в период с 22.06 по 22.08.2021 года в Петербурге: «Алые паруса», «Опера всем», «Поющие мосты», классика в Таврическом саду, фестиваль «Рокштадт».

«Кино и театр»

- Сказание о соблазне: как театр помогает в борьбе с наркотиками
- «Режиссер- это тот, кто мыслит кадром и изображением» (*о В. Бутурлине*)
- «Такого детского театра, как в Петербурге, нет нигде!»
- Билет в театр или музей оплатит «Пушкинская карта»
- Такой разный Бельмандо

- Фильм «Сестры» 20 лет спустя: что стало с актерами

Данная группа является немногочисленной. В статье с названием «Билет в театр или музей оплатит «Пушкинская карта» содержится страноведческая информация. Так, «Пушкинская карта» - это карта, которая была создана для приобщения молодежи к культурной жизни страны.

«Образование»

- Военмех – кузница инженерных, военных и гуманитарных кадров
- Выпускники хорошо сдали ЕГЭ
- В университет рекордный конкурс
- Александр Запесоцкий: «Рекордный конкурс в СПбГУП связан с качеством работы вуза»
- Молодые россияне хотят учиться в петербургских вузах
- Чем больше мест, тем выше балл
- Можно ли окончить «Сириус»
- Очное обучение в школах будет безопасным
- Как студенты Военмеха создали фотометр
- «Вас ждут новые удивительные открытия»
- У студентов появился современный дом

Из данных газетных заголовков видно, как проходили выпускные экзамены школьников и вступительные экзамены в университет, об интересе современной молодежи к получению образования.

«Общественные события», «Политика»

- В торговых центрах аншлаг на вакцинацию
- Простыми выборы не будут, но «Единая Россия» к ним готова

- К переписи в Петербурге подготовились заранее
- Страна решает, что делать с мусором
- Вакцинация набирает темп
- Центр готовят к новой парковке
- Как пройдет парад на День военном-морского флота
- Кто поведет «Единую Россию» на выборы в ЗАКС
- Голосовать будем 3 дня: какие есть плюсы
- Жители Петербурга выбрали свое будущее
- Спустя 21 года: уроки гибели «Курска»
- «Гибель «Курска» и 118 моряков – это урок всем нам»
- Версии авиакатастрофы на Камчатке
- «Трагедия в Перми – шок для всего сообщества вузов»

Из данных заголовков видно, что вакцинация и выборы были наиболее актуальными событиями, происходящими в стране. Также нужно отметить, что часть заголовков свидетельствует о катастрофах и трагедиях (гибель моряков на подлодке «Курск», авиакатастрофа на Камчатке, вооруженное нападение на студентов пермского университета).

«Мировые события»

- Как Санкт-Петербург спасает памятники в Сирии
- Ситуация в Афгане укрепит отношения России и Китая
- «Сейчас только – дипломатия» *(о ситуации в Афганистане)*
- Ситуация в Афганистане: «в воздухе висит напряжение»

Как видно, мировые события освещаются на страницах газеты «Петербургский дневник» в минимальном объеме. Особое внимание обращалось на ситуацию в Афганистане в связи с захватом власти талибами.

«География»

- Почему в Комарово сосны такие высокие
- Из Петербурга – в Арктику
- Крайний Север вызывает теплые чувства (о фестивале коренных народов России)
- Калининградская область: Земля, где обретаешь крылья
- Псковская область: «Россия начинается здесь»
- Новгородская область: По следам вечевого колокола
- Вологодская область: Земля первопроходцев
- Республика Коми: Земля, где рождаются художники
- Ненецкий автономный округ: По тундре можно ходить босиком
- С чего начинается экскурсия по «Серебряному ожерелью»?

Следует отметить, что в газете «Петербургский дневник» существует рубрика медиаэкспедиция «Серебряное ожерелье России», в рамках которой читателей знакомят с культурой исторических центров Северо-Запада России (Калининградской, Псковской, Новгородской, Вологодской областями, Республикой Коми, Ненецким автономных округом и др.). «Серебряное ожерелье России» - это межрегиональный туристический маршрут, который был создан по указу Президента РФ в 2012 году. Целью данного проекта было создание и обслуживание комплекса маршрутов, проходящих по древним российским регионам, где сохранились памятники истории и культуры северо-запада России.

«Спорт»

- «Зенит» охватил Россию футбольными школами
- Должен ли Станислав Черчесов уйти в отставку?
- Где спортивный директор «Зенита»?

- «Артем Дзюба еще пригодится сборной»
- Баскетболисты остались без олимпиады. Почему?
- Черчесова уволят на этой неделе
- Конвертация Евро-2021: что чемпионат принес городу
- Станислава Черчесова отпустили в поля
- Как «Зенит» стал сильнее «Шальке»
- Триумф на Евро-2020 после неудачи с «Зенитом»
- «Зенит» начал с победы
- Японцы бегали по раскаленному асфальту и сидели в ледяной

воде (*об Олимпиаде 1964 г.*)

- В «Зените» ждут новичка Клаудиньо
- Олимпиада преодоления
- Топ-10 событий Олимпиады в Токио
- Наталья Антюх: «Каждый спортсмен рискует»
- Анна Пракатень: девушка, совершившая чудо
- Василиса Степанова: что-то разглядели в дуэте
- Мария Новолодская: секрет тренировок
- Дина и Арина Авериные: когда обидно до слез
- Дмитрий Васильев: «Российский спорт выдержит все испытания»
- Клаудиньо прилетел в Санкт-Петербург
- Карлин и Дзюба: борьба за авторитет
- Об истории блокадного футбола
- Сильный «Зенит» и такой слабый «Челси»

Из данных газетных заголовков видно, что особое внимание уделяется проведению Олимпиады, чемпионата «Евро-2020», а также событиям, связанным с футбольным клубом «Зенит».

«Строительство, реконструкции»

- Парк Авиаторов начнет преображаться уже в этом году
- Бестужевскому саду дали больше пространства
- Ново-Александровскому рынку добавят спорта (*о строительстве спортивного комплекса на месте рынка*)
- Переправа обретает перспективы (*о проектировании нового моста*)
- 6 новых станций метро
- Второе кольцо вокруг города разгрузит дороги
- Медный всадник замер в ожидании ремонта
- Подземка увидела свет в конце тоннеля
- Биржевой мост уходит на реконструкцию
- Возвращение в Россию: как за века менялся Михайловский сад
- ... Памятнику Гумилеву – быть...

Данные газетные заголовки позволяют сделать вывод о том, что в городе проводится реконструкция объектов культуры, идет строительство новых станций метро и новых дорог.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в заголовках газеты «Петербургский дневник» достаточно часто представлена информация о культуре страны и реалиях города.

Если рассматривать заголовки согласно классификации М.А. Шостак, то можно отметить, что в газете «Петербургский дневник» за период с 22.06.2021 по 22.09.2021 чаще всего встречаются повествовательные заголовки (*Музейю Гумилева ищут место в городе; Первый день войны глазами ленинградцев; В торговых центрах аншлаг на вакцинацию и др.*), заголовки, содержание имя известной личности (*С Вами на связи Владимир Путин; Должен ли Станислав Черчесов уйти в отставку?; Век без Александра Блока и др.*), а также заголовки-цитаты «Режиссер – это тот, кто мыслит кадром и изображением»; «Такого детского театра, как в Петербурге, нет нигде!»; Александр Запесоцкий: «Рекордный конкурс в СПбГУП связан с качеством работы вуза»; «Артем Дзюба еще пригодиться сборной»; Мария

Новолодская: секрет тренировок и др.). При этом стоит отметить, что в заголовки-цитаты чаще всего выносятся цитаты из самой статьи, а не прецедентные цитаты.

2.4. Лингвокультурологический потенциал топонимов, зафиксированных в заголовках газеты «Петербургский дневник»

Как уже отмечалось ранее, язык является средством выражения и существования национальной культуры. За каждым языковым явлением стоит определенная социальная культура, за языковой картиной мира находится социокультурная картина мира.

Как отмечает С.Г. Тер-Минасова, окружающий мир может быть представлен в трех формах: реальная картина мира (объективная, внечеловеческая данность); культурная (понятийная) картина мира (отражение реальной картины мира через призму понятий, сформированных на основе представлений человека); языковая картина мира (отражает реальность через культурную картину мира) [59, с. 41].

Любая языковая картина мира представляет собой совокупность представлений о мире, которые реализуются на всех языковых уровнях. Язык фиксирует мир и человека в нем, отражая тонкости культуры народа.

Важную роль в создании языковой картины мира играют лингвокультурологические единицы, так как значение данных единиц связано с фоновыми знаниями носителей языка.

В.В. Воробьев относит к источникам лингвокультурологической информации народное поэтическое творчество, памятники истории и общественной мысли, высказывания деятелей культуры и искусства, литературные произведения, публицистику и др. [14, с. 38].

Окружающий мир предстает перед человеком как пространство различных названий. В действительности каждый существующий объект обладает своим собственным наименованием. Как отмечает А.В.

Суперанская, «наряду с именами нарицательными в любом языке имеются имена собственные, которые служат для называния отдельного единичного предмета и позволяют отличать их от множества подобных им предметов» [56, с. 9].

Имена являются важным источником культуры народа, так как хранят в себе культурно-историческую информацию. Наука, которая занимается изучением собственных имен, называется ономастикой.

По мнению А.В. Суперанской, имя собственное в совокупности своих характеристик является общей сферой взаимодействия лингвистического и экстралингвистического планов. Его значение становится сложным сочетанием, в котором информация о слове соединяется с информацией об именуемом объекте [57, с. 7].

В. П. Нерознак обоснованно считает, что ономастика, являясь разделом лингвокультурологии, исследует этнокультурную специфику имени собственного [50, с. 4].

Ономастика охватывает значительный пласт лексики, в связи с чем в рамках ономастики было выделено несколько областей в соответствии с категориями объектов, которые имеют собственные имена: антропонимия (совокупность собственных имен людей), топонимия (совокупность названий географических объектов), фитонимия (совокупность имен растений), зоонимия (совокупность имен и кличек животных) и др.

Топоним – это собственное имя природного объекта на Земле, а также объекта, созданного человеком на Земле, который четко зафиксирован в данном регионе. Примерами таких объектов могут быть город, деревня, обработанный участок земли, территория как часть государства, коммуникация и т.п.

Географические названия являются отражением специфики именуемого объекта, имени человека или его деятельности. Со временем

мотивировка наименований объекта стирается, но топонимика сохраняет географическое название.

Географические названия различаются в зависимости от типа называемого объекта (страна, город, улица, река и др.). Рассмотрим классификацию топонимов А.В. Суперанской построенную на семантическом принципе объектов номинации. Исследователь отмечает, что поверхность земли можно разделить на сухопутную и водную. Сухопутная поверхность делится на положительный (горы, холмы и др.) и отрицательный рельеф (впадины, провалы и др.), таким образом, топонимы, созданные природой делятся на две большие группы: гидронимы (названия водных объектов) и оронимы (названия форм рельефа). В рамках каждой группы есть более дробное деление. [56, с. 73]. Названия объектов, созданных человеком, включают: хоронимы (названия больших географических областей, административно-территориальных единиц, которые имеют границы, принятые в официальных документах, то есть названия стран и их единицы деления); ойконимы (названия различного рода поселений) и урбанонимы (названия внутригородских объектов). Названия зданий также входят в урбанонимию на правах мельчайшей градации топонимов [56, с. 188].

Топонимы являются одними из наиболее значимых единиц в национальном сознании, то есть словами, требующими особого изучения и семантизации. Ю.М.Лотман определял город в сознании носителей языка как «...сложный семиотический механизм, генератор культуры» [41, с.325], то есть сложное диалектическое единство лингвистического и экстралингвистического содержания, формирующее вокруг себя особое семиотическое поле. Топонимы аккумулируют большой объем национально-культурной информации и играют важную смыслообразующую роль в тексте, выполняя роль моделирования фоновых знаний.

А.С. Гальцова, говоря о функциях топонимов, помимо функции номинации отмечает и кумулятивную (накопительную) функцию,

отвечающую за хранение знаний не только материальной, но и духовной культуры народа [17].

Длительный процесс развития культуры народа отражается в семантике топонимов, которые фиксируют и передают ее особенности от поколения к поколению. Географические названия содержат в себе прошлое и настоящее. При изучении иноязычной культуры нужно помнить о том, что топонимы указывают не только на территориальные и природно-географические особенности жизни того или иного народа, но также могут рассказать о его менталитете.

По мнению исследователей топонимы являются неотъемлемой частью фоновых знаний носителей данного языка и культуры, так как в них отражаются история народа, заселения и освоение данной территории, а также они имеют отношение «к реалиям определенного этноса, большей частью, характеризуются наполненностью национально-культурными смыслами и коннотациями историко-социального аспекта» [60, с. 20-22]. В связи с чем топонимы являются объектом изучения не только филологов, но и историков, географов и этнографов. В рамках лингвокультурологических исследований задачей исследователей является описание взаимодействия топонимов с культурной семантикой и культурным кодом данного народа.

В. А. Никонов выделяет 3 уровня значения топонимов, которые рассматриваются как источник лингвокультурологической информации.

– Дотопонимическое (этимологическое) значение – это значение слова, от которого образован топоним. Отметим, что большинство названий утрачивает свое этимологическое значение, но восстановить его можно благодаря лингвистическому и этимологическому анализу. Например, в топонимах Санкт-Петербург, Петроград, Ленинград четко прослеживается дотопонимическое значение.

– Топонимическое (прямое географическое) значение, которое является главным и обязательным, относится к его связи с объектом.

– Оттопонимическое значение – это ассоциации, связывающиеся из признаков, обозначаемого места, которые возникают у человека с названием. 51, с. 57 - 61].

Городские топонимы могут рассматриваться как специфическая система, которая участвует в формировании основы городского дискурса и является составной частью культурного пространства.

При анализе выбранных заголовков газеты «Петербургский дневник» за период с 22.06.2021 по 22.09.2021 встретились следующие топонимы:

- название географических объектов: *Комарово, Кронштадт, «Остров фортов», Красный Бор, Колпино.*

- название улиц, набережных и др.: *набережная в честь Миклухо-Маклая.*

- название садов и парков: *Летний сад, Марсово поле, Бестужевский сад, Таврический сад, Михайловский сад, парк Авиаторов, Парк «Патриот», сквер имени Юрия Никулина.*

- название рек: *Нева, Охта.*

- название учебных заведений: *Военмех, Корабелка.*

- название объектов культуры: *Государственный Эрмитаж, музей Гумилева, квартира Зощенко, дача Маяковского, дворец Николая II, Медный всадник, Смольный собор, Лавра.*

- название объектов городской инфраструктуры: *Апраксин Двор, Ново-Александровский рынок, «Треугольник», «Ленэкспо», «Беговая».*

Рассмотрим, какую лингвокультурологическую информацию передают встретившиеся в газетных заголовках топонимы.

Например, в заголовке «В Таврическом саду заиграет классика» встречается топоним Таврический сад. Таврический сад – это памятник в садово-паркового искусства в центральной части Петербурга. Название сада связано с именем государственного и военного деятеля времен Екатерины II Г.А. Потемкина, который получил титул князя Таврического, а также сад и

дворец за успешное завоевание Крыма (Тавриды). В XX веке был парком культуры и отдыха. В настоящее время Таврический сад является одним из крупных городских парков, в котором проходят различные праздничные и концертные мероприятия.

В заголовке «Петербург избавят от опасностей Красного Бора» встречается топоним Красный Бор. Из данного заголовка людям, не проживающим в Петербурге, будет не понятно, от каких опасностей Красного Бора хотят избавить Петербург, но петербуржцы знают, что Красный бор являемся местом захоронения опасных производственных отходов на территории Северо-Западного федерального округа.

В заголовке «Почему стал пустеть Апраксин Двор» встречается топоним Апраксин двор. Обратимся к исторической справке. Апраксин двор – это архитектурный комплекс в центре Петербурга и один из крупнейших торговых исторических торговых центров города. Назван так по фамилии первого владельца – графа Ф.М. Апраксина. Обширные торговые ряды сформировались тут уже к концу XVIII века. Таким образом, становится понятно, что Апраксин Двор начал пустеть, потому что на территории этого рынка начали закрываться магазины.

Выводы по 2 главе

В современной лингвистике одной из актуальных проблем является проблема взаимодействия языка и культуры. В языке отражена культура народа, не только реальный мир, окружающий человека, но и менталитет народа, его образ жизни и традиции.

Влияние человеческого фактора прослеживается на всех уровнях языка, в особенности на лексическом и синтаксическом.

Уникальность каждой культуры проявляется в сочетании универсального и специфического в восприятии мира, которое отражено в языковой картине мира. Понимание национально-культурной специфики способствует адекватному восприятию чужой культуры и помогает избежать коммуникативных неудач в процессе общения людей разных национальностей.

Изучение газетных заголовков представляет также интерес для лингвокультурологов, так как они отражают языковую картину мира и являются продуктом взаимодействия языка, культуры и этноса.

Важное значение в смысловом восприятии газетного текста имеет адекватное понимание элементов газетного заголовка, который, с одной стороны, выполняет функцию репрезентации текста, с другой стороны, является рекламной частью данной статьи.

Слово или словосочетание в составе заголовка несет в себе особый культурный смысл, и, может быть, культурологически маркированными. Культурологическая маркированность может быть средством выражения лингвокультурного концепта, прецедентного феномена, этнокультурного стереотипа. Кроме языковых единиц интерес в рамках лингвокультурологических исследований могут представлять прецедентные феномены.

Для изучения лингвокультурологического потенциала газетных заголовков была проведена сплошная выборка заголовков газеты

«Петербургский дневник» за период с 22.06.2021г. по 22.09.2021 г., общим объемом материала 178 единиц.

Анализ газетных заголовков позволил разделить их на несколько тематических групп: «Известные люди», «Великая Отечественная война и Блокада Ленинграда», «Музыка», «Кино и театр», «Образование», «Общественные события», «Политика», «Мировые события», «География», «Спорт», «Строительство, реконструкции».

Так, например, в газетных заголовках часто встречались имена спортсменов (Артем Дзюба, Карлин, Мария Новолодская, Станислав и др.) и писателей (Н.Гумилев, М.Зощенко, В.Маяковский, А.Блок, М.Ю.Лермонтов, С.Довлатов). Обращение к именам писателей и поэтов чаще всего появляется в статьях, связанных с памяtnыми датами. Обращение к именам спортсменов связано с проведением Олимпиады и чемпионатом по футболу.

В ходе анализа встретилось достаточно большое количество заголовков, посвященных Блокаде Ленинграда.

Важными музыкальными событиями в период с 22.06.2021 по 22.08.2021 года в Петербурге стали «Алые паруса», «Опера всем», «Поющие мосты», классика в Таврическом саду, фестиваль «Рокштадт».

Следует отметить, что в газете «Петербургский дневник» существует рубрика медиаэкспедиция «Серебряное ожерелье России», в рамках которой читателей знакомят с культурой исторических центров Северо-Запада России (Калининградской, Псковской, Новгородской, Вологодской областями и др.).

Важными спортивными событиями данного периода стали Олимпиада, чемпионат «Евро-2020», а также событиям, связанным с футбольным клубом «Зенит».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в заголовках газеты «Петербургский дневник» достаточно часто представлена информация о культуре страны и реалиях города.

Если рассматривать заголовки согласно классификации М.А. Шостака, то можно отметить, что в газете «Петербургский дневник» за период с 22.06.2021 по 22.09.2021 чаще всего встречаются повествовательные заголовки (*Первый день войны глазами ленинградцев; В торговых центрах аншлаг на вакцинацию и др.*), заголовки, содержащие имя известной личности (*С Вами на связи Владимир Путин; Должен ли Станислав Черчесов уйти в отставку?; Век без Александра Блока и др.*), а также заголовки-цитаты Александр Запесоцкий: «Рекордный конкурс в СПбГУП связан с качеством работы вуза»; «Артем Дзюба еще пригодится сборной»; Мария Новолодская: секрет тренировок и др.). При этом стоит отметить, что в заголовки-цитаты чаще всего выносятся цитаты из самой статьи, а не прецедентные цитаты.

Особого внимания в рамках лингвокультурологических исследований заслуживают топонимы, так как являются важным источником культуры народа и хранят в себе культурно-историческую информацию.

При анализе выбранных заголовков газеты «Петербургский дневник» за период с 22.06.2021 по 22.09.2021 встретились следующие топонимы: название географических объектов (*Комарово, Кронштадт, Красный Бор и др.*); название набережных и др.: (*набережная в честь Миклухо-Маклая*); название садов и парков: (*Летний сад, Марсово поле, Бестужевский сад, Таврический сад, Михайловский сад и др.*); название рек (*Нева, Охта*); название учебных заведений (*Военмех, Корабелка*); название объектов культуры (*Государственный Эрмитаж, музей Гумилева, квартира Зощенко и др.*); название объектов городской инфраструктуры (*Апраксин Двор, «Треугольник», «Ленэкспо» и др.*).

В газетных заголовках использование топонимов чаще всего носит информативный характер, а использование антропонимов в газетных заголовках приобретает помимо информативного характера еще и идеологическую или экспрессивную окраску.

Заключение

Целью данной работы являлось изучение лингвокультурологического потенциала газетных заголовков.

Согласно данным работы можно прийти к следующим заключениям:

Газетный заголовок, являясь неотъемлемым элементом издания, служит одним из средств привлечения читателей. Несмотря на свою внешнюю простоту, заголовок отражает различные грани действительности: личностные приоритеты автора, позиции редакции, политические и идеологические установки, культурные ценности, технические возможности печатного издания и так далее.

В теоретической части работы были рассмотрены особенности публицистического стиля; виды и функции газетных заголовков; классификации газетных заголовков; а также изучение газетных текстов в рамках лингвокультурологических исследований.

При изучении газетных заголовков исследователи обращали внимание на структуру, семантику, прагматику газетных заголовков; на их синтаксическую структуру; на использование прецедентных явлений и интертекста в газетных заголовках; на лингвострановедческий и социокультурный потенциал заголовков.

Основными функциями газетного заголовка являются: графически-выделительная, номинативная, информативная, рекламная, экспрессивная.

Существуют различные классификации газетных заголовков. Лингвисты рассматривают заголовки с точки зрения выполняемых ими функций, структуры и соотнесенности с текстом и др.

Изучение газетных заголовков представляет интерес для лингвокультурологов, так как они отражают языковую картину мира и являются продуктом взаимодействия языка, культуры и этноса.

Важное значение в смысловом восприятии газетного текста имеет адекватное понимание элементов газетного заголовка, который, с одной стороны, выполняет функцию репрезентации текста, с другой стороны, является рекламной частью данной статьи.

Слово или словосочетание в составе заголовка несет в себе особый культурный смысл, и, может быть, культурологически маркированными. Культурологическая маркированность может быть средством выражения лингвокультурного концепта, прецедентного феномена, этнокультурного стереотипа. Кроме языковых единиц интерес в рамках лингвокультурологических исследований могут представлять прецедентные феномены.

Для изучения лингвокультурологического потенциала газетных заголовков была проведена сплошная выборка заголовков газеты «Петербургский дневник» за период с 22.06.2021г. по 22.09.2021 г., общим объемом материала 178 единиц.

Анализ газетных заголовков позволил разделить их на несколько тематических групп: «Известные люди», «Великая Отечественная война и Блокада Ленинграда», «Музыка», «Кино и театр», «Образование», «Общественные события», «Политика», «Мировые события», «География», «Спорт», «Строительство, реконструкции». В рамках каждой группы были проанализированы языковые единицы, представляющие лингвокультурологическую ценность. Так, например, в газетных заголовках часто встречались имена спортсменов (Артем Дзюба, Карлин, Мария Новолодская, Станислав и др.) и писателей (Н.Гумилев, М.Зощенко, В.Маяковский, А.Блок, М.Ю.Лермонтов, С.Довлатов). Обращение к именам писателей и поэтов чаще всего появляется в статьях, связанных с памятными датами. Обращение к именам спортсменов связано с проведением Олимпиады и чемпионатом по футболу.

В ходе анализа встретилось достаточно большое количество заголовков, посвященных Блокаде Ленинграда, музыкальным и спортивным событиям города, в меньшей степени событиям страны.

Особую страноведческую ценность имеют заголовки из рубрики медиаэкспедиция «Серебряное ожерелье России», в рамках которой читателей знакомят с культурой исторических центров Северо-Запада России (Калининградской, Псковской, Новгородской, Вологодской областями и др.).

Особого внимания в рамках лингвокультурологических исследований заслуживают топонимы, так как являются важным источником культуры народа и хранят в себе культурно-историческую информацию.

При анализе заголовков газеты «Петербургский дневник» встретились следующие топонимы: название географических объектов (*Комарово, Кронштадт, Красный Бор и др.*); название набережных и др.: (*набережная в честь Миклухо-Маклая*); название садов и парков: (*Летний сад, Марсово поле, Бестужевский сад, Таврический сад, Михайловский сад и др.*); название рек (*Нева, Охта*); название учебных заведений (*Военмех, Корабелка*); название объектов культуры (*Государственный Эрмитаж, музей Гумилева, квартира Зоценко и др.*); название объектов городской инфраструктуры (*Апраксин Двор, «Треугольник», «Ленэкспо» и др.*).

В газетных заголовках использование топонимов чаще всего носит информативный характер, а использование антропонимов в газетных заголовках приобретает помимо информативного характера еще и идеологическую или экспрессивную окраску.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в заголовках газеты «Петербургский дневник» достаточно часто представлена информация о культуре страны и реалиях городской жизни.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алефиренко Н.Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка: учеб.пособие. М.: Флинта: Наука, 2010. 288с.
2. Алиева Э.Х. Прагматика газетного заголовка (на материале современных русских и английских газет): автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.19. Москва, 1992. 26 с.
3. Апресян Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания // Вопросы языкознания. 1995. № 1. С. 29-34.
4. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 895 с.
5. Арутюнова Н. Д. // Логический анализ языка. Ментальные действия. М.: Наука, 1993. С. 3–8.
6. Багманова А.Р. Газетный заголовок как средство речевого воздействия // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2013. № 1. С. 119-121.
7. Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. Культура речи государственного служащего: учебно-практическое пособие. Ростов-на-Дону: Феникс, 2011. 473 с.
8. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. М.: Русские словари, 1996. 416 с.
9. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. В поисках новых путей развития лингвострановедения: концепция речеповеденческих тактик. М.: Гос. ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина, 1999. 427 с.
10. Винокур Г.О. Избранные работы по русскому языку. М.: Просвещение, 2011. 132 с.
11. Власова Е.В. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка // Искусство публицистики (проблемы теории и мастерства): тез.докл. на республикан. науч. конф.-семинаре. Алма-Ата, 1966. 82-85 с.

12. Власова Е.В. Речевая агрессия в печатных СМИ (на материале немецко - и русскоязычных газет 30-х и 90-х гг. XX века): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Саратов, 2005. 219 с.
13. Вомперский В. А. К изучению синтаксических структуры газетного заголовка: учебное пособие / В. А. Вомперский. М.: Искусство публикации, 1966.
14. Воробьев В. В. Лингвокультурология (Теория и методы). М.: изд-во Российского ун-та Дружбы народов, 1997. 332 с.
15. Гак В. Г. Языковые преобразования. М.: Языки русской культуры, 1998. 768 с.
16. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М: КомКнига, 2006. 144 с.
17. Гальцова А.С. Лингвокультурологический потенциал топонимической лексики // Записки Горного института. Т.175. с. 208-209.
18. Глаголева А.В. «Чужое слово» в заголовках газетных текстов: дискредитации имиджа: автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.01.10. М., 2014. 18 с.
19. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 288 с.
20. Гузеева А.В. Лингвокультурологические исследования студентов-филологов Томского государственного педагогического университета на материале польских и российских СМИ // Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). 2014. 2 (143). С. 71-75.
21. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию. /Под общ.ред. Г.В. Рамишвили. М.: ОАО ИГ «Прогресс», 2000. 400 с.
22. Гуревич С.М. Номер газеты. М.: Аспект Пресс, 2002. 192 с.
23. Долгирева А.Э. Газетный заголовок в прагмалингвистическом аспекте: автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / Таганрог. гос. пед. ин-т. Таганрог, 2002. 26

24. Елизарова Г.В. Культура и обучение иностранным языкам. СПб.: КАРО, 2005. 352 с.
25. Жажиева Р.С., Шишкина А.В. Газетный заголовок: рекламный аспект // Вестник Адыгейского государственного университета. 2014. Вып. 4 (149). С. 150-154.
26. Залевская А.А. Введение в психолингвистику. М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 1999. 381 с.
27. Зекиева П.М. Заголовочный комплекс в газете как макроструктура имени статьи // Вестник Адыгейского государственного университета. 2011. Вып.№1. С.99-104.
28. Зеленов А.Н. Фразеологизм в роли газетного заголовка: автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.01. Великий Новгород, 2009. 19 с.
29. Казарян Г.В., Щербакова А.В. Газетный текст в аспекте лингвострановедения // Вуз культуры и искусств в образовательной системе региона: материалы Пятой Всероссийской электронной научно-практической конференции. Самара: СГАКИ, 2008. С. 200-204.
30. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. – 390 с.
31. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. 261 с.
32. Качаев Д.А. Социокультурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках (на материале российской прессы 2000-2006 гг.). АКД. Ростов-на-Дону, 2007. С. 5-20.
33. Костомаров В. Г., Бурвикова Н. Д. Как тексты становятся прецедентными // Русский язык за рубежом. 2001. №1. С. 42–53.
34. Костомаров В.Г. Из наблюдений над языком газеты: газетные заголовки // Из опыта преподавания русского языка нерусским. М., 1965. Вып.3. С.162-185.

35. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971.
36. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. – М.: Гнозис, 2002. 284 с.
37. Кубашичева С.К., Читао Л.Р. Особенности перевода заголовков современных английских СМИ // Вестник АГУ. 2015. Вып.2 (153). С. 59-62.
38. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Актуальные проблемы современной лингвистики /Сост. Л.Н. Чурилина. М.: Флинта: Наука, 2010. С. 46- 59.
39. Курмыгина А. О. Роль заголовка в современных франкоязычных СМИ // Научные исследования и разработки молодых ученых: сб. материалов VII Международной молодежной научно-практической конференции. 2015. № 7. С. 152-158.
40. Лазарева Э.А. Заголовок в газете: учеб. пособ. для студентов журналистов. Свердловск: Урал. гос. ун-т, 1989. 96 с.
41. Лотман Ю.М. Семиосфера. СПб, 2004.
42. Лютая А.А. Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика: автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.01. Волгоград, 2008. 20 с.
43. Майданова Л.М. Средства выразительного письма [Текст]: учеб. пособие для студентов направления «Журналистика» / Л.М. Майданова. Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2017. 283 с.
44. Маслова В.А. Лингвокультурология. Учебное пособие. – М.: АCADEMIA, 2004. – 202 с.
45. Маслова Е.В., Чигирина Т.Ю. Заголовки в газетах постсоветского периода в аспекте интертекстуальности // Вестник ВГУ. Сер. «Филология. Журналистика». 2007. № 2. С. 192-196.

46. Махова А.А. Интертекстуальность как примета современного журналистского текста // Международный научно-исследовательский журнал. 2019. № 6 (84). Часть 2. С.77-79.
47. Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста. Учебное пособие / Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина, - СПб.: Изд. Михайлова В. А., 2004.
48. Москавец М.Н. Классификация газетных заголовков по степени автономности семантики (на материале французской прессы) // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. № 3. 2015. С. 77-83.
49. Мужев В.С. О функциях заголовков // Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореца. М., 1970. Вып.55. Вопросы романо-германской филологии. С.86-94.
50. Нерознак В.П. Ономастика как составная часть лингвокультурологии // Ономастика Поволжья: Материалы VII конф. Поволжских ономатологов. Волгоград, 1995. С. 4 – 6.
51. Никонов В. А. Введение в топонимику. М.: Наука, 1965. 180 с.
52. Ноздрина Л.А. Заглавие текста // Грамматика и смысловые категории текста: сб. науч. тр. им. М.Тореца. М., 1982. Вып.189. 200с.
53. Попов А.С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и ее развитие // Развитие синтаксиса современного русского языка. М.: Наука, 1966. С.95-126.
54. Птушко С.В. Окказиональные актуализации пословиц в заголовках англоязычной газетно-журнальной публицистики. АКД. Нижний Новгород, 2006. URL: <http://www.dissercat.com/content/okkazionalnye-aktualizatsii-poslovits-v-zagolovkakh-angloyazychnoi-gazetno-zhurnalnoi-publitsistiki> (дата обращения 20.06.2021).
55. Сабурова Н.В. Заголовочная игра слов как смыслоформирующий механизм текста (на примере англоязычной публицистики): автореф. дис. ... канд.фил.наук, СПб, 2007. 19 с.

56. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. М.: Либроком, 2012. 370 с.
57. Суперанская А.В. Что такое топонимика? Из истории географических названий. Отв.ред. Г.В. Степанов. М.: Либроком, 2014. 178 с.
58. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантические, прагматические и лингвокультурные аспекты. М.: Шк. "Языки рус. культуры", 1996. 284 с.
59. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: (Учеб. пособие) М.: Слово/Slovo, 2000. 624 с.
60. Томахин Г.Д. Америка через американизмы. М.: Высшая школа, 1982. 256 с.
61. Уфимцева А.А. Аспекты семантических исследований. М.: Наука, 1980. – 356 с.
62. Федоров А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы). СПб.: ИД Филология-Три, 2002. 416 с.
63. Хазагерев Т.Г. Функции стилистических фигур в газетных заголовках (по материалам "Мир Новостей"): автореф. дис. канд. филол. наук. Ростов н/Д, 1984. 24 с.
64. Цараева Л.А. Полифункциональность газетного заголовка: монография. Владикавказ: ФГБОУ ВО "Северо-Осетинский гос. ун-т им. К. Л. Хетагурова", 2018. 261 с.
65. Чемезова И.А. Прецедентная модель языковой игры в газетном заголовке: автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.01. Екатеринбург, 2008. 24 с.
66. Черногрудова Е.П. Заголовки с прецедентными текстами в современной публицистике (на материале центральной, региональной и местной прессы): Дис. ... канд. фил. наук. Воронеж, 2003. С. 174-175.
67. Ширяева О. В Лингвокультурологические аспекты освоения иноязычными студентами русской медиакультуры (на материале языка

деловой прессы) // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского Филологические науки. 2017. № 4. Том 3 (69). С. 79–100.

68. Шмелев Д.Н. Современный русский язык. Лексика. – М.: URSS: ЛИБРОКОМ, 2009. – 334 с.

69. Шостак М.А. Сочиняем заголовки, статья// Журналист. 1998. №3

70. Щерба Л.В. Избранные работы по русскому языку. М., 1957, с.117.

71. Ягодова А.А. Принципы лингвосоциокультурологического описания языковых единиц: на материале газетных заголовков: автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.01. Санкт-Петербург, 2003. 24 с.

Словари

72. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка в 4 т. / В.И. Даль; под ред. К.В. Виноградова. М.: Рус. яз., 1998. 1 т. 699 с.

73. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка: Толково-словообразовательный / Т.Ф. Ефремова. М.: Рус. яз., 2000. 1209 с.

74. Иванова Л.Ю., А.П. Сковородникова, Е.Н., Ширява и др. Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник. М.: Флинта: Наука, 2003. 840 с.

Интернет-ресурсы

<https://spbdnevnik.ru/archive> - архив газеты «Петербургский дневник»

**Заголовки из газеты «Петербургский дневник», содержащие
лингвокультурологическую информацию
(за период с 22.06.2021 по 22.09.2021)**

Выпуск № 109 от 22.06.2021

80 лет назад началась война

«Алые паруса». Помните чей это праздник?

Праздник выпускников. Только для выпускников

Набережная в честь Миклухо-Маклая

Как в годы войны работали редакции Ленинграда

Дух войны из древней гробницы (*о гробнице Тамерлана*)

«Зенит» охватил Россию футбольными школами

Выпуск № 110 от 23.06.2021

Большой интерес мира к российскому флоту

Променады у Смольного собора

Первый день войны глазами ленинградцев

Должен ли Станислав Черчесов уйти в отставку?

Где спортивный директор «Зенита»?

Выпуск № 111 от 24.06.2021

В торговых центрах аншлаг на вакцинацию

Деньги на борьбу с пандемией

Простыми выборами не будут, но «Единая Россия» к ним готова

Военмех – кузница инженерных, военных и гуманитарных кадров

«Артем Дзюба еще пригодится сборной»

Выпуск № 112 от 25.06.2021

«Паруса» расправят точно

К переписи в Петербурге подготовились заранее

Выпуск № 113-114 от 28.06.2021

«Алые паруса озарили ночной Петербург»

«Газпром» станет петербуржцем

Умерла блокадница Валентина Леоненко

Сказание о соблазне: как театр помогает в борьбе с наркотиками

«Режиссер - это тот, кто мыслит кадром и изображением» *(о В. Бутурлине)*

На Охте показали легальный стрит-арт

Выпуск № 115-116 от 30.06.2021

С Вами на связи Владимир Путин

Выпуск № 117 от 02.07.2021

Страна решает, что делать с мусором

Каменные джунгли? Нет, заповедные территории

Почему в Комарово сосны такие высокие

Петербург избавляют от опасностей Красного Бора

Уникальные растения спасли, несмотря ни на что *(о Ботаническом саде в годы войны)*

Выпуск № 118-119 от 05.07.2021

Парк Авиаторов начнет преобразовываться уже в этом году

Бестужевскому саду дали больше пространства

Музею Гумилева ищут место в городе

Баскетболисты остались без олимпиады. Почему?

Черчесова уволят на этой неделе

Выпуск № 120-121 от 07.07.2021

Вакцинация набирает темп

Конвертация Евро-2021: что чемпионат принес городу

Выпускники хорошо сдали ЕГЭ

Центр готовят к новой парковке

Для квартиры Зощенко ищут покупателей

В Петербурге появится свой «Берег Маклая»

«Его картины войдут в историю» *(о прощании с В.Меньшовым)*

Выпуск № 122 от 09.07.2021

«Озаряет журналистов, как солнышко» *(о 100-летию ленинградской журналистки Н. Пономаревой)*

Станислава Черчесова отпустили в поля

Как «Зенит» стал сильнее «Шальке»

Выпуск № 123-124 от 12.07.2021

Кто поведет «Единую Россию» на выборы в ЗАКС

Подлинники из Летнего сада поселились в замке

Выпуск № 125-126 от 14.07.2021

Корабли в нашей гавани

Голосовать будем 3 дня: какие есть плюсы

Ново-Александровскому рынку добавят спорта *(о строительстве спортивного комплекса на месте рынка)*

Триумф на Евро-2020 после неудачи с «Зенитом»

Выпуск № 127 от 07.07.2021

Мосты снова запоют над Невой

В университет рекордный конкурс

Как энергетики освещали, обогревали и спасали наш город *(о блокадном времени)*

Концерт состоялся в «Театре абсурда»

«Мамонов – настоящий герой рок-н-ролла»

Выпуск № 128-129 от 19.07.2021

Опера здесь, опера там

«Зенит» начал с победы

«Опера всем»: ключевые события и главные действующие лица

По траектории Патриарших *(сравнение судьбы улицы Рубинштейна с Патриаршими прудами)*

Японцы бегали по раскаленному асфальту и сидели в ледяной воде *(об Олимпиаде 1964 г.)*

Декабристы прошли путь до сериала

Выпуск № 130-131 от 21.07.2021

Петербургский мусор тщательно изучат

Сценарий для «Треугольника»

Дача Маяковского оживет после долгого забвения

Выпуск № 131 от 23.07.2021

Как пройдет парад на День военном-морского флота

Парку «Патриот» добавили якорь и техники морской пехоты

«Остров фортов» - проект с перспективой

Выпуск № 133-134 от 26.07.2021

С чего начинается экскурсия по «Серебряному ожерелью»?

Флот, который вызывает восхищение и гордость

Калининградская область: Земля, где обретаешь крылья

Переправа обретает перспективы (*о проектировании нового моста*)

Выпуск № 120-121 от 07.07.2021

6 новых станций метро

Второе кольцо вокруг города разгрузит дороги

«Такого детского театра, как в Петербурге, нет нигде!»

Выпуск № 137 от 30.07.2021

Медный всадник замер в ожидании ремонта

Какое будущее ждет бывшей «Самсон»

«Оперу всем» покажет «Дневник»...

Кронштадт обогатится патриотической доминантой

Выпуск № 138-139 от 02.08.2021

Кронштадт бросает якорь

Александр Запесоцкий: «Рекордный конкурс в СПбГУП связан с качеством работы вуза»

«Приоритет – развитие общественного транспорта»

Художник разрисовали скалы Северной Осетии

Выпуск № 140-141 от 04.08. 2021

Молодые россияне хотят учиться в петербургских вузах

Марсово поле получит новый свет

Чем больше мест, тем выше балл

Выпуск № 142 от 06.08.2021

Имена жертв блокады произнесут в слух

У джазменов будет своя академия

Век без Александра Блока

Псковская область: «Россия начинается здесь»
Блокаду прорвали жители. Надо помнить всех
Вы знаете, что произошло 8 сентября 1941 года
Можно ли окончить «Сириус»
Почему стал пустеть Апраксин Двор

Выпуск № 144 от 10.08.2021

В «Зените» ждут новичка Клаудиньо
Про Лермонтова не забудут
Фестиваль «Опера всем» собрал более 300 тысяч зрителей в онлайн
В Таврическом саду заиграет классика
Новгородская область: По следам вечевого колокола

Выпуск № 145 от 11.09.2021

Олимпиада преодоления
Топ-10 событий Олимпиады в Токио
Наталья Антюх: «Каждый спортсмен рискует»
Анна Пракатень: девушка, совершившая чудо
Василиса Степанова: что-то разглядели в дуэте
Мария Новолодская: секрет тренировок
Дина и Арина Авериные: когда обидно до слез
Дмитрий Васильев: «Российский спорт выдержит все испытания»

Выпуск № 146 от 12.08.2021

Спустя 21 года: уроки гибели «Курска»
... ретро-трамвай «Американка» вновь выходит на свой маршрут
«Гибель «Курска» и 118 моряков – это урок всем нам»
Дамба отмечает юбилей

Выпуск № 147 от 13.08.2021

Образовательная восьмерка
Версии авиакатастрофы на Камчатке
Город развитого туризма
Клаудиньо прилетел в Санкт-Петербург

Выпуск № 148 от 16.08.2021

Как Санкт-Петербург спасает памятники в Сирии
Вологодская область: Земля первопроходцев
Памятники оживут в виртуальной реальности
«Я леплю великих людей, потому что их время проходит» (*выставка Г. Потоцкого*)

Выпуск № 149 от 17.08.2021

Почти весь «Ленэкспо» законсервируют
Ситуация в Афгане укрепит отношения России и Китая
Историческому мощению дали второй шанс
Чем удивит дворец Николая II

Выпуск № 151 от 19.08.2021

«Сейчас только – дипломатия» (*о ситуации в Афганистане*)
Карлин и Дзюба: борьба за авторитет

Выпуск № 153 от 23.08.2021

Очное обучение в школах будет безопасным

Выпуск № 154 от 24.08.2021

Из Петербурга – в Арктику

Выпуск № 155 от 25.08.2021

Башлачеву нашли место *(о памятнике)*

Республика Коми: Земля, где рождаются художники

Выпуск № 156 от 26.08.2021

Билет в театр или музей оплатит «Пушкинская карта»

Сегодня – ровно век без Николая Гумилева

Ситуация в Афганистане: «в воздухе висит напряжение»

Выпуск № 157 от 27.08.2021

... Памятнику Гумилеву – быть...

Как студенты Военмеха создали фотометр

Выпуск № 158 от 30.08.2021

... Сквер имени Юрия Никулина

Подземка увидела свет в конце тоннеля

Ненецкий автономный округ: По тундре можно ходить босиком

Выпуск № 159 от 31.08.2021

Прощай, король, прощай *(о смерти Б.Громадского)*

Выпуск № 160 от 01.09.2021

До «Беговой» на автобусе

Инновации для Корабелки

... Лавру приводят в порядок к 800-летию со дня рождения Александра Невского

Выпуск № 161 от 02.09.2021

«Вас ждут новые удивительные открытия»

Государственный Эрмитаж смягчил ограничения и открыл экспозиции

Выпуск № 162 от 03.09.2021

Профессия: Довлатов

День Довлатова: книги, прогулки, фокстерьеры

«Саундтрек Довлатова» прозвучит над Невой. И не только

Страсти по Сергею Довлатову

Сергей Довлатов – простой ленинградский журналист

Выпуск № 163 от 06.09.2021

Колпино получило подарки ко Дню города

Премия за книгу о Блокаде

Довлатова поздравили с юбилеем

Ленинградская история советского мотоцикла

Выпуск № 164 от 07.09.2021

В Петербург привезли вагоны блокадного трамвая

Выпуск № 165 от 08.09.2021

8 сентября – День памяти жертв блокады

К бомбежкам привыкли и никуда не прятались

О личном, или «Медаль моей памяти»

Пенза помогла жителям Ленинграда

Об истории блокадного футбола

Выпуск № 166 от 09.09.2021

«Он погиб настоящим спасателем» *(о смерти главы МЧС Е. Зиничеве)*

О людях – через призму их песен *(о съемках проекта «В ритме Петербурга»)*

Выпуск № 167 от 10.09.2021

«Остров фортов» готовится к «Рокштадту»

Такой разный Бельмандо

Выпуск № 169 от 14.09.2021

Фильм «Сестры» 20 лет спустя: что стало с актерами

Выпуск № 170 от 15. 09.2021

«Литературное варенье» подкаски Андерсена *(о проекте «Литературное варенье»)*

Выпуск № 171 от 16.09.2021

«Осенний марафон» ждет петербуржцев

«Рокштадт» собрал полмиллиона

Крайний Север вызывает теплые чувства (о фестивале коренных народов России)

Сильный «Зенит» и такой слабый «Челси»

Под Петербургом покажут кино, основанное на литературных произведениях

Выпуск № 172 от 17.09.2021

У студентов появился современны дом

Биржевой мост уходит на реконструкцию

Возвращение в Россию: как за века менялся Михайловский сад

Выпуск № 173 от 20.09.2021

Жители Петербурга выбрали свое будущее
«Газпром» принесет деньги и стабильность
«Художникам в городе хорошо»

Выпуск № 174 от 21.09.2021

Петербург – город, который чтит свои традиции
Михайловский сад станет виртуальным
«Трагедия в Перми – шок для всего сообщества вузов»