Елена Степановна РУФОВА
Тамара Васильевна АРГУНОВА

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЯПОНСКИХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ЯПОНСКОЙ ГАЗЕТЫ «MAINICHI SHIMBUN»)

Данная статья посвящена проблеме газетной публицистике. На материале заголовков статей газеты "Mainichi Shimbun" выявляются функциональные особенности японских газетных заголовков. В результате исследования выделяется общая тенденция полифункциональности газетных заголовков, а в качестве особенностей заголовков японских газетных текстов их графически-выделительная функция.

Ключевые слова*: текст, заголовок, название, функция, газетный заголовок, японский язык.*

Elena S. RUFOVA
Tamara V. ARGUNOVA

FUNCTIONAL FEATURES OF JAPANESE NEWSPAPER HEADLINES (ON THE MATERIAL OF THE JAPANESE NEWSPAPER "MAINICHI SHIMBUN")

This article is devoted to the problem of newspaper discourse. The material of the headlines of the articles of the newspaper "Mainichi Shimbun" reveals the functional features of the Japanese newspaper headlines. Because of the study, the general trend of polyfunctionality of newspaper headlines is highlighted, and as features of the headings of Japanese newspaper texts, their graphically excretory function.

Keywords*: text, headline, title, function, newspaper headline, Japanese.*

Проблеме газетной публицистике посвящено немало междисциплинарных исследований. Изучением лингвистических, семантических, функциональных особенностей дискурса средств массовой информации в разные годы занимались известные ученые как В.Г. Костомаров (1971); Т.А. ван Дейк (1988); Т.Г. Добросклонская (2005) и др.

Э.И. Турчинская под заголовком понимает особый тип высказывания, обладающий определённой автономностью и внутренней структурой, характер и форма которого зависят от стилистических и жанровых характеристик [Турчинская, 1986: 97].

Основной задачей заголовка является его направленность на адресата, которая помогает выбрать интересующую информацию по заголовку, не обращаясь к самому тексту. Таким образом, заголовок предопределяет понимание последующего за ним текста, устанавливая определённую связь: читатель – заголовок – текст [Веселова, 1998].

Важнейшими функциями газетного дискурса являются информационная и воздействующая. Информационная функция

газетных заголовков в том, что основной целью таких заголовков будет информирование о содержании статьи. Когда как воздействующая функция реализуется в привлечении внимания именно к содержанию данной статьи.

Для выявления функциональных особенностей заголовков японских газет нами было проанализировано 100 единиц заголовков газеты «Mainichi Shimbun». В результате анализа были выделены следующие функции:

1. Графически-выделительная функция. Именно эта функция выделяется при первом анализе заголовков японских газет. В японских газетных заголовках часто можно встретить разные изображения, символы, иногда специально опускаются знаки препинания или используют различное написание слов, в силу особенностей фонетико-иероглифического письма:

疲れ抜けない、会社がツラい…「五月病」の正体は？ - «*Усталость не проходит, тяжело… Какова на самом деле «Болезнь мая»*? [Mainichi; 2017]. В данном примере слово ツラい «*тяжелый*» написано азбукой катаканой, на которой обычно пишут только заимствованные слова, таким образом оно больше притягивает внимания. К тому же в этом примере использованы многоточие и риторический вопрос, что сразу выделяет текст.

2. Номинативная функция. Данная функция раскрывается в использовании различных данных или имен, раскрывающих содержание статьи:

データビジネスを育てよう *«Увеличим данные бизнеса»* [Mainichi; 2017]. Так в этом заголовке использованы именно термины, относящиеся к бизнесу, что и определяет тематику статьи, делает ее понятной. Заголовок достаточно короткий без лишней информации, отражает именно суть содержания.

3. Прогнозирующая функция. Только ознакомившись с заголовком, читатель прогнозирует «ожидание-прогноз» относительно содержания текста. Существенно, что для выполнения прогнозирующей функции заголовок обязательно должен опираться на общность фоновых пресуппозиционных знаний реципиентов:

日韓防衛相が電話協議　緊密連携を確認 «*Проверка телефонной связи, сотрудничество министра обороны Южной Кореи и Японии*» [Mainichi; 2017]

「常陽」の申請やり直しを指示 «*Новое предписание банка «Joyo»* [Mainichi; 2017].

4. Информативная функция. В разной степени развернутости, дает читателю определенную информацию, о которой дальше пойдет речь в статье. В таких заголовках зачастую уже резюмировано

содержание статьи, более конкретно представлена информация о содержании:

日本人拘束 「違法認識ない」 千葉の地質調査会社 *«Ограничение японцев «Непризнание нарушения закона» ограничение геологических исследований компании Chiba»* [Mainichi; 2017].

天下りあっせん 違法、内閣府元審議官も 新たに３０件超 – *«Незаконное сотрудничество, кабинет министров и 30 новых отзывов»* [Mainichi; 2017].

5. Рекламная функция выполняет роль привлечения внимания именно к этой статье. В таких заголовках используются коммуникативные стратеги привлечения внимания и различные тактики, реализующие их:

「毎日かあさん」が完結へ 西原さん「卒母」 - *«господин Нисихара, завершение продукта «Мама на каждый день»* [Mainichi; 2017]. В данном заголовке речь идет о роботе, разработка которого была завершена. Данный робот должен стать помощником в повседневных вопросах быта.

6. Экспрессивная функция (такой заголовок эмоционально насыщен и максимально выразителен). Чаще встречаются восклицательные или вопросительные предложения, он направлен именно на эмоциональное восприятие. Суть ее заключается в том, что содержание статьи должно убедить читателя в том, о чем пишет журналист:

この大音量、自宅じゃ無理！！ ライブハウスＺｅｐｐ「絶響」企画 *«Невозможно огромный дом!! Планирование в магазине Zepp «Zehhibiki»* [Mainichi; 2017]

遊ぶだけじゃない！?サンバパフォーマンスも楽しめる、見どころ満載！- *«Не только развлекаться?! Полностью переполнены места для того чтобы насладиться просмотром представления!»* [Mainichi; 2017].

7. Апеллятивная функция побуждает читателей к действию, и эмоционально влияют на поведение, чувства читателя. В японских газетах, такие заголовки встречаются в спортивных рубриках, где для привлечения внимания используются побудительные предложения:

新型プリウス、ここが買い！- *Новый Приус, купить здесь!* [Mainichi; 2017].

Таким образом, можно утверждать, что заголовок является одним из значимых элементов во всей структуре газетной статьи. Заголовок несет в себе определенную цель, что и определяет функцию заголовка. Одной из основных функций японских газетных заголовков можно выделить графически-выделительную, в силу особенностей письменности японского языка. К тому же можно утверждать, что

заголовок в большинстве случаев несет в себе больше, чем одну функцию, являясь полифункциональным. Это характеризирует не только функции японских газетных заголовков, но и в целом заголовки в газетном дискурсе, ведь при достаточно большом объеме информации именно заголовки являются первым критерием в выборе читателя.

Список литературы:

Веселова Н.А. Заглавие литературно-художественного текста: онтология и поэтика. Автореферат диссертации на соискание ученой степени к.ф.н. Тверь, 1998. - 23с.

Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: пер. с англ./ Сост. В.В. Петрова. – М.: Прогресс, 1989. - 310 с.

Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов - Монография. — М.: УРСС Эдиториал, 2005. — 288 с.

Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971. - 268 с.

Турчинская Э.И. Соотношение заголовка и текста в газетно-публицистическом стиле. – М.: УОР, 1984. – 234 с.

Японская национальная ежедневная газета «Майнити симбун» (Mainichi Shimbun) http://mainichi.jp/ (Период обращения: с 02.04.2018 по 09.04.2018)

Руфова Елена Степановна – кандидат филологических наук, заведующая кафедрой восточных языков и страноведения Института зарубежной филологии и регионоведения Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова (г. Якутск), rufl2003@yandex.ru

Аргунова Тамара Васильевна - студент кафедры восточных языков и страноведения Института зарубежной филологии и регионоведения Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова (г. Якутск),argtamara@gmail.com

.