

*sie erneut schnelle praxisnahe Lösungen. (3) Für die Jugendbeschäftigung stehen sechs Milliarden Euro zur Verfügung. (4) „Auch hier muss es gelingen, praxisnahe Lösungen zu finden, mit denen sehr schnell jungen Leuten geholfen werden kann“.* (6)

Таким образом, в обозначенном тексте преобладает результативность, выступающая доминантой при описании контекстуальной когнитивности. Как показал проведенный анализ, в понимании сложных мыслительных процессов контекста категориальным аспектуальным признакам предельности-непредельности, акционсартов отводится существенная роль. Отличительной особенностью контекстуальной репрезентации аспектуальности является тесная связь различных языковых средств, частей речи. Функционирование аспектуальности в тексте взаимообусловлено языковыми категориями времени и модальности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Мурысов Р.З. Избранные труды по германскому и сопоставительному языкознанию / Р.З. Мурысов. – Уфа: Башкирск. гос.ун-т, 1998. – 312 с.
2. Русская грамматика. Т. I / Н.Ю.Шведова (гл. ред.) – М.: Наука, 1980. – 784 с.
3. Flämig W. Zur Funktion des Verbs; Tempus und Temporalität ~ Modus und Modalität – Aktionsart und Aktionalität / W. Flämig // Probleme der Sprachwissenschaft. – Leipzig, 1971.
4. Jung W. Grammatik der deutschen Sprache / W. Jung. – Leipzig : VEB Bibliographisches Institut, 1980.

#### **CONTEXTUAL-COGNITIVE CHARACTERISTIC OF ASPECTUALITY IN THE GERMAN LANGUAGE**

**E.V. Bolotova**

Sterlitamak branch of Bashkir State University, Sterlitamak

In the article we consider the categorial traits of aspectuality in the German language. This category is investigated from the contextual–cognitive point of view.

**Key words:** *aspectuality, limit-unlimit, ways of action, contextual, cognitive.*

*Об авторе:*

БОЛОТОВА Елена Валерьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры германских языков Стерлитамакского филиала Башкирского государственного университета, *e-mail:* patskova.elena@yandex.ru.

УДК 811.112.2

#### **ЗАГОЛОВКИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ**

**С.Н. Вельгушева, К.Е. Попова**

Красноярский государственный педагогический  
университет им. В.П. Астафьева, Красноярск

В статье характеризуется публицистический стиль и описываются его особенности, анализируются функции и виды заголовков текстов данного стиля

в немецкоязычной прессе. Заголовки рассматриваются как неотъемлемая часть статьи, которые раскрывают ее основную тему и формируют первоначальное восприятие.

**Ключевые слова:** публицистика, экспрессивность, газета, заголовок, номинативная функция, информативная функция.

На сегодняшний день газета является одним из сильнейших современных средств массовой коммуникации. Газета сообщает читателям разнообразную информацию, а также воздействует на огромную читательскую аудиторию. Это связано с повседневной общедоступностью, мобильностью и многоплановостью содержания. Печатная пресса освещает события общественной и политической жизни, рассматривает разнообразные области человеческой деятельности. Что касается публицистического стиля, одной из его характерных черт является экспрессивность [Васильева 1982: 197]. Это обусловлено функциями, которые выполняет публицистика: информационно-содержательная функция и функция убеждения, эмоционального воздействия. [Публицистический стиль... http]. Одной из характерных черт газетной экспрессии называют выразительность заголовков [Лазарева 1989: 39].

В настоящее время исследователи проявляют большой интерес к изучению газетных заголовков. Многие ученые (Л.А. Коробова, И.В. Фоменко, Э.А. Лазарева) изучают проблему взаимодействия заголовка с текстом. Особое внимание уделяется рассмотрению проблем выразительности газетного заголовка.

Целью статьи является анализ особенностей заголовков, а также характеристика их видов и функций в текстах публицистического стиля немецкоязычной прессы. Практическим материалом статьи являются заголовки таких немецких газет, как «Die Welt», «Die Zeit» и «Die Süddeutsche Zeitung».

Говоря о публицистическом стиле, следует отметить, что он связан общественно-политическими, экономическими и культурными отношениями, его цель заключается в том, чтобы дать информацию о последних актуальных событиях в стране и мире, воздействовать на аудиторию, формировать общественное мнение.

Характерными чертами данного стиля являются сочетание экспрессии и стандарта, простота и доступность, рекламность, достоверность и постоянное стремление к новизне, которое влечет за собой появление большого количества неологизмов [Публицистический стиль... http]. Лексика имеет ярко выраженную эмоционально-экспрессивную окраску, включает разговорные, просторечные и жаргонные элементы. Многие слова употребляются в переносном значении. Газетно-публицистическая речь активно использует иноязычные слова и элементы слов, в частности приставки.

Синтаксис данного стиля речи тоже имеет свои особенности, связанные с активным употреблением эмоционально и экспрессивно окрашенных конструкций: восклицательных предложений различного значения, вопросы-

тельных предложений, предложений с обращением, риторических вопросов, повторов, расчлененных конструкций и неполных предложений. Одной из важных особенностей публицистического стиля является сочетание в его рамках двух функций языка: функции сообщения (информативной) и функции воздействия (экспрессивной). Воздействующая функция публицистического стиля обуславливает экспрессивность этого стиля. Экспрессивность проявляется, прежде всего, в оценке событий, явлений. Оценочность выражается употреблением прилагательных, существительных, наречий со значением положительной или отрицательной оценки. Оценка может выражаться не только лексическими средствами. Это могут быть и средства словообразовательные [Васильева 1982: 38].

Далее следует отметить, что заголовки являются неотъемлемой частью публицистики, они определяют лицо газеты. Заглавие раскрывает самую важную тему статьи, организовывая тем самым внимание читателя и формируя первоначальное восприятие. Заголовок – полноправный компонент текста, он несет важнейшую коммуникативную нагрузку и выполняет следующие функции: номинативную, информативную, графически-выделительную, рекламно-прагматическую и прогностическую [Лазарева 1989: 40].

Номинативная функция заголовка является исходной и основной функцией, она присуща всем заглавиям, реализуется в том, что заголовок выступает как первый элемент текста и называет его [Богуславская 1999: 179]. Примером реализации данной функции являются следующие заголовки:

- «Weihnachten ohne Familie» (Süddeutsche Zeitung online, 25.12.2015),
- «RAUSCH UND RISIKO» (Süddeutsche Zeitung online, 25.12.2015),
- «Wunsch und Wirklichkeit» (Süddeutsche Zeitung online, 25.12.2015).

Они не указывают на конкретные факты, а лишь называют текст.

Графически-выделительная функция реализуется при помощи шрифта и визуальных компонентов организации текста [Лазарева 1989: 42]. Примеры реализации данной функции:

- «VEREITELTE ANSCHLÄGE» (Welt online, 25.12.2015),
- «WIR SIND BRÜDER» (Welt online, 25.12.2015).

Заголовок выделен крупным шрифтом, что отличает его от остального текста, а также сопровождается фотоматериалом.

Информативная функция является доминирующей, она выражается в том, что заголовок, несмотря на свою краткость и сжатость, способен передать читателю основную информацию о содержании текста [Богуславская 1999: 182]. Примерами реализации данной функции являются заглавия:

- «Israels Museen sehen bei Raubkunst nicht genau hin» (Süddeutsche Zeitung online, 25.12.2015),
- «Muslime schützen Weihnachtsmessen in Frankreich» (Süddeutsche Zeitung online, 25.12.2015).

Рекламно-прагматическая функция определяется как способность заголовка быть выразительным и привлекательным для читателя, производить определенный эффект (удивить, озадачить, разозлить, заинтересовать), обеспечив, таким образом, успешность всей публикации [Пешкова 2011: 149]:

«Provokation für die Politik-Show» (Zeit online, 25.12.2015),

«Steinmeier setzt im Kampf gegen Terrorismus auf Saudi-Arabien» (Süddeutsche Zeitung online, 25.12.2015).

Прогностическая функция заголовка рассматривается как способность выстроить в сознании читателя своеобразную проекцию текста, обеспечив тем самым «предпонимание» текста [Розенталь 1981: 97], например:

«Merkel steht vor einer historisch paradoxen Situation» (Welt online, 25.12.2015).

Указание определенного лица сужает контекст заголовка, делая его более конкретным и понятным для читателя.

Далее рассмотрим классификацию видов заголовков. В зависимости от количества элементов смысловой схемы текста заголовки делятся на однонаправленные и комплексные. Однонаправленные заголовки соотносятся с одним элементом смысловой структуры текста: с каким-нибудь событием, фактом, человеком, например:

«Papst betet für Ende des "Waffendröhnens" in Nahost» (Welt online, 25.12.2015).

Комплексные заголовки соотносятся с несколькими элементами структуры текста одновременно, например:

«Deutschland verstößt gegen Dublin-Abkommen» (Welt online, 25.12.2015). [Лазарева 1989: 21].

В зависимости от степени информативности заголовки делятся на полноинформативные и пунктирные (неполноинформативные). Полноинформативные заголовки содержат тезис текста или тему всего текста, например:

«Keine Aufweichung von Mindestlohn bei Flüchtlingen» (Süddeutsche Zeitung online, 25.12.2015),

«Bundeswehr rettet 121 Menschen im Mittelmeer» (Süddeutsche Zeitung online, 25.12.2015).

Неполноинформативные заголовки раскрывают не весь тезис текста, а только его часть. Заголовок содержит лишь намек на тему, о которой пойдет речь, например:

«Provokation für die Politik-Show» (Zeit online, 25.12.2015) [Лазарева 1989: 21].

Итак, рассмотрев особенности заголовков текстов публицистического стиля на примере немецкоязычной прессы, мы сделали выводы о том, что заголовок – это название публицистической статьи и неотъемлемая ее часть. Основная функция заголовка – привлечь внимание читателя, помочь ему вкратце ознакомиться с основной темой статьи и понять, что ему важно и интересно в данном тексте, стоит ли его читать. Мы выяснили, что среди функций заголовков выделяют номинативную, графически-выделительную,

информативную, рекламно-прагматическую, прогностическую. Заглавия имеют различные особенности, главной задачей которых является – повлиять на читателя, привлечь его внимание, удивить и заинтриговать.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Богуславская В. В. Газетный заголовок как полифункциональный речевой акт / В.В. Богуславская // Языковые единицы: логика и семантика, функции и прагматика: сб. науч. статей. – Таганрог: Таганрог. гос. пед. ин-т, 1999. – С. 178-185.
2. Васильева А.Н. Газетно-публицистический стиль речи / А.Н. Васильева. – М.: Русский язык, 1982. – 197 с.
3. Лазарева Э.А. Заглавие и начало газетного текста / Э.А. Лазарева // Слово в системных отношениях на различных уровнях языка. – Свердловск, 1989. – С. 121-132.
4. Лазарева Э. А. Заголовок в газете / Э. А. Лазарева. – Свердловск: Изд-во Уральского гос. ун-та, 1989. – 82 с.
5. Пешкова Ю.В. Взаимосвязь синтаксической структуры и функций заголовков немецких новостных текстов / Ю.В. Пешкова // Вестник Воронеж. гос. ун-та. – 2011. – № 1. – С. 147-150.
6. Публицистический стиль, его основные черты. [Электронный ресурс]. URL: <http://velikayakultura.ru/kultura-rechi-russkiy-yazyk/publitsicheskii-stil-osnovnyie-chertyi-publitsicheskogo-stilya> (дата обращения 24.12.2015)
7. Розенталь Д. Э. Стилистика газетных жанров / Д. Э. Розенталь. – М.: МГУ, 1981. – 230 с.

#### PECULIARITIES OF GERMAN NEWSPAPERS' HEADLINES

**S.N. Velgusheva, K.E. Popova**

Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V.P. Astafyev,  
Krasnoyarsk

The article provides a characteristic of publicistic style and its peculiarities, it also provides an analysis of functions and types of publicistic texts' headlines of German newspaper. Headlines are considered as an integral part of article, they open its main subject and form initial perception.

**Key words:** *publicism, expressivity, newspaper, headline, nominating function, informative function.*

*Об авторах:*

ВЕЛЬГУШЕВА Светлана Николаевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры германо-романской филологии и иноязычного образования Красноярского государственного педагогического университета им. В.П.Астафьева, *e-mail*: [welgusch@mail.ru](mailto:welgusch@mail.ru).

ПОПОВА Ксения Евгеньевна – студентка кафедры германо-романской филологии и иноязычного образования Красноярского государственного педагогического университета им. В.П.Астафьева, *e-mail*: [popova\\_ksenia@mail.ru](mailto:popova_ksenia@mail.ru).