

Меметова Эдие Шевкетовна, кандидат филологических наук, зав. кафедрой крымскотатарской филологии факультета крымскотатарской и восточной филологии Таврической академии ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь, Республика Крым, РФ

e-mail: edie70@mail.ru

ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКА

Аннотация. Данная статья посвящена лексико-стилистическим особенностям заголовка. Отмечено, что относительная стереотипность, повторяемость лексико-грамматического оформления заголовков значительно облегчает восприятие передаваемой информации читателем, но далеко не всегда раскрывает содержание самого текста. В реализации прагматической установки наиболее значимой является категория оценочности, которая может реализовываться с помощью лексических средств и стилистических приемов. Стандартизированные формы могут преобразовываться в экспрессымы, реализовывать экспрессивную и оценочную функцию, получая дополнительные коннотации.

Ключевые слова: крымскотатарский язык, заголовок, оценочность, коннотация, газетный стиль.

THE LEXICAL-STYLISTIC PECULIARITIES OF THE TITLES

Annotation. This article is dedicated to the lexical-stylistic peculiarities of the titles. It has been noted that the relative stereotypedness, the repeatability of the lexico-grammatical design of headlines greatly facilitates the perception of the transmitted information by the reader, but does not always reveal the content of the text itself. In the implementation of a pragmatic attitude, the most significant is the

category of evaluation, which can be realized with the help of lexical means and stylistic devices. Standardized forms can be converted into semes with expression, can implement expressive and evaluation function, obtaining additional connotations.

Key words: the Crimean Tatar language, title, appraisal, connotation, newspaper style

Memetova Ediyе Shevketovna, Candidate of Philology, department chair of the Crimean Tatar philology of faculty of the Crimean Tatar and east philology of the VO FGAOU Taurian academy "KFU of V. I. Vernadsky", Simferopol, Republic of Crimea, Russian Federation

e-mail: edie70@mail.ru

Введение. Говоря о лексико-стилистических особенностях заголовка, необходимо отметить, что читательская аудитория включает в себя представителей самых различных возрастов, слоев и групп крымскотатарского населения, разных политических направлений.

Целью исследования является описание лексико-стилистических особенностей заголовка. Для достижения цели, необходимо решить следующие задачи:

- описать функциональные характеристики заголовка;
- определить способы выражения оценки;
- описать лексико-стилистические особенности заголовка.

Объектом исследования является крымскотатарская периодическая печать: «Къырым» (Крым) и «Янъы дюнъя» (Новый мир).

Предметом исследования являются заголовки редакционных статей в крымскотатарских СМИ.

Методы исследования: описательный и метод семантического дифференциала.

Актуальность данного исследования связана с теоретическими и практическими проблемами стилистики и является предпосылкой для детального изучения газетного стиля крымскотатарского языка.

Лексико-стилистические особенности заголовков в крымскотатарских СМИ описываются впервые, что и подтверждает новизну исследования.

Как уже отмечалось ранее, стили являются важным показателем развития национального литературного языка. Функционально-стилистическая дифференциация в тюркских языках описана в трудах Кунгурова Р.К. [1], Курбатова Х.Р. [6], Демирчизаде А. [2], Торотоева Г.Г. [12] и др. Данная проблема частично описана и изучена и в крымскотатарском языке [7; 8; 9; 10].

Специфику печатных крымскотатарских средств массовой информации в целом определяет и накладывает отпечаток, прежде всего, на такие газетные и журнальные аналитические жанры, как редакционная статья и комментарий – читательская аудитория. Здесь необходимо учитывать разный возраст, образовательный уровень, уровень осведомленности и мышления реципиента, его разнообразные вкусы и личный жизненный опыт. Именно поэтому в этих типах текста на первый план выходят такие коммуникативно-прагматические функции, как эмоциональное воздействие, убеждение, формирование общественного мнения, наряду с информированием ставится задача воспитания, просвещения читателя. Основная прагматическая установка этих типов текста – активное воздействие на читателя, формирование общественного сознания, социальных позиций. Заголовок в этом случае призван выполнять не только номинативную и информативную, но и экспрессивную, рекламную и побудительную функции. “Представляя собой особый тип высказывания (речи), заголовок является вместе с тем неотъемлемой частью текста, одним из его конститuentов” [3, 61]. В нем наглядно проявляется один из основных конструктивных признаков газетного стиля: противоборство и сочетание стандарта и экспрессии [5, 77], что объясняется двойственностью функций, которые выполняют эти газетные жанры; информационно-содержательная функция сочетается с функцией

эмоционального воздействия, убеждения, побуждения к действию. Причем и та и другая функции имеют свою специфику: в первом случае – это обращенность не к избранному читателю, как, например, в научной прозе, а к широким массам; во-вторых, – убеждение не с помощью точных, логических, рациональных выводов, расчетов и выкладок, а прежде всего путем эмоционального воздействия на читателя, где эксплицитно или имплицитно выраженное отношение к сообщаемому не является чем-то сугубо индивидуальным, личным мнением, а отражает позицию определенной социальной группы, общественного движения, национального движения или представительного органа крымскотатарского народа (Консультационный Совет при Главе республики Крым).

Требование воздействия на массового читателя создает, таким образом, такую специфическую особенность анализируемых типов текста, как его эмоционально-экспрессивный характер, а требование быстрой и сжатой передачи информации – такую особенность его, как стандарт. Относительная стереотипность, повторяемость лексико-грамматического оформления заголовков значительно облегчает восприятие передаваемой информации читателем, но далеко не всегда раскрывает содержание самого текста. Так, данью стандартизации можно назвать следующую стилистически маркированную лексику: кемик ‘кость’, батакь ‘болото’, акьсыз ‘бесправный’, къатиллик ‘убийство’, нефрет ‘презрение’, козьбояв ‘для отвода глаз’, азлыкь ‘меньшинство’, тамыр ‘коренной’. Здесь же следует отметить и лексику, используемую метафорически: джанавар ‘скотина’, къара ‘черный’, эшек ‘осел’, акь ‘белый’. Представленная лексика сама по себе, как правило, малоинформативна, она лишь выделяет именной центр сообщаемого, называет общую тему, выполняя номинативную функцию. Однако результатом тенденции к емкому обобщенному абстрактному мышлению является использование номинативных структур. Ядром таких номинативных конструкций является имя существительное, эти конструкции отличаются высокой содержательностью, емкостью, компрессией.

По своим функциональным характеристикам к вышеупомянутой группе относятся заголовки, представляющие собой семантические единства, например:

Кемик ялап тоймадыкмы? (“Я.д.”, 24апреля, 1999). – ‘Разве мы не досыта лизали кости?’; Шура ичинде “Шурачык”. (“Къ.”, 1 мая, 1999). – “Советик” внутри Совета; Сувсыз къалгъан сарысув (“Къ.”, 31 августа, 2001) – ‘Оставшийся без воды Сарысув’; Халкъ уфюрсе, боран олур (“Къ.”, 13 декабря, 2002). – ‘Если дунет народ, будет боран’ и др.

Все эти универсальные стандартизированные формы могут преобразовываться в экспрессемы, реализовывать экспрессивную и оценочную функцию, получая дополнительные коннотации. См. например, следующие заголовки:

Рухий факъырлыкъ батагъына батсанъ – “къайтармагъа” башынъ устюнде ойнасанъ да, файдасы ёкъ, буны аюв да анълай биле... (“Къ.”, 22 июня, 2001). – ‘Если увязнешь в болоте душевной нищеты, то даже если будешь танцевать “кайтарму” на голове, никакой пользы не будет, это и медведь понимает’; Джинает эткенлер джезаланмалы (“Къ.”, 21 сентября, 2001). – ‘Совершившие преступление должны быть наказаны’; Бизге козьбояма дегиль де, акъикъий реабилитация керек (“Къ.”, 31 мая, 2002). – ‘Нам нужна истинная реабилитация, а не для отвода глаз’; Эм окъудым, эм шубелендим... (“Къ.”, 16 августа, 2002). – ‘И прочел, и засомневался...’; Ольме, эшегим... (“Къ.”, 5 октября, 2002). – ‘Не умирай, мой осел’.

Причем вследствие многократной повторяемости такие экспрессемы быстро переходят опять в разряд клише, как это произошло, например, с часто используемым оценочным определением:

Догъгъан еринъде яшамагъа бермейлер (“Къ.”, 31 августа, 2001). – ‘Не дают жить там, где родился’; Эм агъладым, эм ачувландым (“Къ.”, 12 октября, 2002). – ‘И расплакался, и разозлился’;

В реализации прагматической установки анализируемых типов текста наиболее значимой является категория оценочности, которая может

реализовываться с помощью лексических средств и стилистических приемов. В составе оценочной лексики принято выделять следующие разновидности [13]:

1. Слова, оценочная значимость которых создается при помощи словообразовательных и формообразующих средств. К таким средствам можно отнести, например, продуктивные в анализируемых типах текста аффиксы – лыкъ и –чыкъ, часто используемые для создания экспресsem. Например:

“Къырымджылыкъ” хасталыгъы умумхалкъ хасталыгъы олмалы! (“Къ.”, 1 мая, 1999). – ‘Болезнь “крымством” должна стать общенародной болезнью!’; Рухий факъырлыкъ батагъына батсанъ... (“Къ.”, 22 июня, 2001); Шура ичинде “Шурачыкъ” (“Къ.”, 1 мая, 1999).

2. Слова, лексическое значение которых уже несет в себе определенную оценку обозначаемых ими явлений. К таким заголовкам относятся, например:

Борджкъа пара. – ‘Деньги в долг’, Я укюм этиджилер ким? – ‘А судьи кто?’, Ольме, эшегим... – ‘Не умирай, мой осел...’; Ким акъ да, ким къара? – ‘Кто белый, а кто черный?’, Озь ватанынъа къайтмакъ джинаетми? (“Къ.”, 19 октября, 2001). – ‘Разве возвращение на свою родину является преступлением?’; Адынъ чыкъкъандже, джанынъ чыкъсынъ (“Къ.”, 29 марта, 2002) – ‘Лучше умереть, чем ослабить свое имя’ и т.д.

Создаваемая в результате употребления стилистически маркированных лексем экспрессивность полностью соответствует реализации прагматической установки заголовка, предполагающей активное воздействие на читателя, не затрудняя при этом восприятия информации. Все содержание текста комментария под названием Афганистан, Палестина... (“Къ.”, 15 марта, 2002), например, сжимается до одного слова, подразумевая война. Заголовок частично указывает на содержание комментария и, безусловно, пробуждает к нему интерес. Такой заголовок воздействует на читателя еще до того, как он начинает читать текст комментария. Заголовок Буюк ве къуветлилер къанун ве демократия деген шейлерге къулакъ асмалылар (“Къ.”, 19 октября, 2001). – ‘Великие и сильные должны обращать внимание на такие вещи как закон и демократия’ детерминируется текстом как несправедливая война.

Наиболее часто для выражения оценки в проанализированных типах текста используются лексические средства, составляющие примерно 55–60% от всех способов выражения оценки. Часто используются средства усиления оценочной лексики, например, в заголовках:

Сувсыз кьалгъан Сарысув. – ‘Оставшийся без воды Сарысув’ (здесь примечательно то, что Сарысув, название поселка, дословно переводится как Желтая вода); Джинает эткенлер джезаланмалы. – ‘Совершившие преступление должны быть наказаны’; Озь ватанынъа къайтмакъ джинаетми? – ‘Разве возвращение на собственную родину является преступлением?’; Оларгъа ватан етишмей эди... – ‘Им не хватало родины...’ и др.

Ограниченное пространство газетного заголовка приводит к высокой компрессии его элементов.

Хотя стилистические приемы, используемые для выражения оценки, и уступают по своим количественным показателям лексическим средствам, по яркости, силе воздействия они, безусловно, занимают ведущее место среди всех языковых средств выражения оценки. Экспрессивность заголовка возрастает с употреблением в них разнообразных стилистических приемов, что обогащает их различными коннотациями [11]. Декодирование смысла заголовка базируется на пресуппозиции, которой располагает постоянный читатель газеты. Именно она и определяет семантическое наполнение эксплицитных элементов газетного заголовка [4]. Слова бордж ‘долг’ и пара ‘деньги’ воспринимаются читателем с примесью отрицательной оценки, поскольку брать в долг у крымских татар считается “последним делом”. Однако в определенном контексте, за счет изменения кода и самой семантики слова бордж ‘долг’, которое уже ассоциируется как кредит, статья приобретает несколько иной, отличный от его первоначального смысла оттенок, и если при прочтении заголовка у читателя возникает отрицательная оценка, то уже по прочтении он получает совершенно иной оттенок – положительный, так как получает информацию о том, что деньги можно “получить” на время, без процентов и без всяких проволочек.

Как уже было указано выше, необходимость броскости, необычности, привлекательности заголовка диктуется его коммуникативно-прагматической установкой, которая в полной мере реализуется в данном случае. К стилистическим приемам могут быть отнесены и необычные сочетания типа Ольше, эшегим или Биз отургъан араба къайда кете? – ‘Куда едет арба, на которой мы сидим?’.

Одним из очень широко распространенных средств оценочности заголовка статьи является имитация устной речи, привнесение в газетно-публицистический жанр элементов разговорной речи, которая, как известно, богата фразеологическими единицами. Например: Севги – явлукъ дегильдир, кирлетсень, ич ювулмаз (“Къ.”, 16 августа, 2002). – ‘Любовь – не платок, если запачкаешь, никогда не отмоется’; Тен тартмаса, джан тартар. Джан тартмаса, къан тартар (“Я.д.”, 12 октября, 2002). – ‘Если не потянет плоть, потянет душа. Если и душа не потянет, потянет кровь’; Къолларыньыз дерт корьмесин (“Къ.”, 1 февраля, 2002). – ‘Чтобы ваши руки не знали болезни’; Адынъ чыкъкъандже, джанынь чыкъсын – ‘Лучше пусть из тебя выйдет душа, чем ослабить свое имя’ и др. Интересно, что среди элементов разговорной речи зачастую используются фразеологизмы, большее количество которых широко представлено в разговорной речи, так как именно этот функциональный стиль отличается наибольшей экспрессией.

Эмоциональную окраску и имплицитно отрицательное значение заголовков получает еще и благодаря вопросительной форме. Ярко выраженную отрицательную оценочность имеют такие сформулированные в форме риторического вопроса заголовки, как:

Ель эсмесе, япракъ тепренеми? (“Къ.”, 6 сентября, 2002). – ‘Разве без дуновения ветра листья шелестят?..’; Кузь кельди, я чипчелер къайда? (“Къ.”, 2 ноября, 2002). – ‘Осень пришла, а где же цыплята?’; Биз бегениледжек миллетмизми? (“Й”, №2, 2001). – ‘Мы – народ, который может понравиться?’ и др.

Закавычивание используется в газетной статье или комментарии, как правило, не в основной своей функции нейтрального цитирования, а служит в подавляющем большинстве случаев выражением негативной оценки, описываемого и комментируемого явления, и широко употребляется для выражения иронии. Например:

Акъмесджитте “пиширильген” иш боткъасы Керичте экип ята – ‘В Симферополе “приготовленная” рабочая каша, прокисая, лежит в Керчи’.

Кавычки, знак вопроса, многоточие – все эти графические средства призваны заинтриговать читателя, побудить его прочесть текст. Заголовок при этом получает специфическое семантическое наполнение, экспрессивно-эмоциональную окрашенность и нередко отрицательное значение.

Во многих заголовках одним из основных средств для выражения оценки служит повтор в различных его вариантах. Например:

Кучюк ватанына садыкъ олгъанлар буюк ватан хаини сыфатында къабаатландылар (“Къ.”, 12 октября, 2001). – ‘Бывшие верными маленькой родине были обвинены в качестве предателей большой родины’; “Къырым”джылыкъ хасталыгъы умумхалкъ хасталыгъы олмалы! (“Къ.”, 1 мая, 1999). – ‘Болезнь “крым”ством должна быть общенародной болезнью’ и др.

Для реализации оценочности заголовка используются ритм и рифма. Например:

Шейтлеримизни хатырладыкъ, татарларымызны беян эттик (“Къ.”, 25 мая, 2001). – ‘Вспомнили своих святых, известили своих татар’.

Заголовок статьи или комментария всегда направлен, ориентирован на читателя и апеллирует к его фоновым знаниям, национально–культурной специфике, где действуют правила соответствующей пресуппозиции. В качестве оценочных используются, например, реминисцентные интерполяции, когда в заголовок включается заголовок или начало другого известного текста.

Оценочность свойственна и аллюзиям, которые содержат намек на литературное произведение, пословицы, поговорки. Например:

Кучюк джульталарнынъ буюк проблемлери (“Я.д.”, 27 апреля, 2002). – ‘Большие проблемы маленьких джульет’ или Къызыкъ намусы кене мот ола (“Я.д.”, 5 октября, 2002). – ‘Девичья честь снова в моде’ и др.

Средства воздействия, экспрессии постоянно должны обновляться. Именно этим объясняются столь часто встречающиеся в заголовках преобразования фразеологических единиц, где иногда лишь заменяются только отдельные слова, или употребляются лишь отдельные части фразеологических единиц. Например, вместо известного в крымскотатарском языке фразеологизма Чокъ сайлагъан я азгъа, я тазгъа – ‘Тому, кто много выбирает или мало достается, или лысый’ встречаем в качестве заголовка следующее выражение: Чокъ сайлагъан я назгъа, я тазгъа (“Къ.”, 13 декабря, 2002). – ‘Тому, кто много выбирает либо капризный попадаетеся, либо лысый’.

Таким образом, можно сделать следующие выводы: для реализации оценочности заголовка используются ритм и рифма; заголовок статьи или комментария всегда направлен, ориентирован на читателя и апеллирует к его фоновым знаниям, национально–культурной специфике, где действуют правила соответствующей пресуппозиции; заголовок призван выполнять не только номинативную и информативную, но и экспрессивную, рекламную и побудительную функции.

Список источников:

1. Вопросы стилистики и культуры речи узбекского языка : (Сб. науч. ст.) / Самарк. гос. ун-т им. Алишера Навои; [Редкол.: Кунгуров Р. К. (отв. ред.) и др.]. – Самарканд : СамГУ, 1983. – 115 с.
2. Демирчизаде, А. Стилистика азербайджанского языка (на азерб. языке). – Баку: Азернешр, 1962. – 272 с.
3. Ижакевич Г.П., Кононенко В.И., Пилинский Н.Н., Сиротина В.А. Сопоставительная стилистика русского и украинского языков. – Киев: Вища школа, 1980. – 208 с.
4. Колшанский Г.В. Контекстная семантика. – М.: Наука, 1980. – 148 с.

5. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. – М.: Изд. МГУ, 1971. – 267 с.
6. Курбатов Х.Р. Лексика и стилистика татарского языка. – Иали им. Г. Ибрагимова КФАН СССР, 1982. – 100 с.
7. Меметова Э.Ш. К вопросу функционально-стилистической дифференциации крымскотатарского языка // Тезисы докладов Международной научной конференции «VIII востоковедческие чтения А.Крымского», Киев – 4-5 июня – 2004. – С 80-85.
8. Меметова Э.Ш. Къырымтатар тили системасында публицистика услубининъ туткъан ери ве хусусиетлери // Йылдыз. – 2005. – № 1. – С. 108–114.
9. Меметова Э.Ш. Основы стилистики и культуры речи / учебное пособие для студентов филологических факультетов (рекомендовано МОН Украины). – Симферополь: Тезис, 2014. – 224 с.
10. Меметова Э.Ш. Развитие стилей крымскотатарского языка // Научный вестник Крыма. – 2017. – № 5 (10). [Электронный ресурс] <http://nvk-journal.ru/index.php/NVK/article/view/207>
11. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / Отв. ред. А.А. Уфимцева – АН СССР, Ин-т яз-ия. – М.: Наука, 1986. – 143 с.
12. Торотоев Г.Г. Функционально-стилистическая дифференциация определений в современном якутском языке: Дис. ... канд. филол. наук : 10.02.02. – 2006. – <http://cheloveknauka.com/funktsionalno-stilisticheskaya-differentsiatsiya-opredeleniy-v-sovremennom-yakutskom-yazyke>
<http://cheloveknauka.com/v/179872/d?#?page=1>
13. Шмелев Д.Н. Современный русский язык. Лексика. – М.: Просвещение, 1977. – 334 с.