



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ЮЖНО–УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО–ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА

**Особенности функционирования заголовков в русских и китайских
газетах**

Выпускная квалификационная работа по направлению

Филологическое образование

код, направление

Направленность программы магистратуры

«Педагогическое образование»

Форма обучения заочное

Проверка на объем заимствований:

77 % авторского текста

Работа рекомендована к защите

« 15 » января 2021 г.

зав. кафедрой русского языка и МОРЯ

Глухих Наталья Владимировна

Выполнила:

Студентка группы ЗФ–215/205–2–1

Миннебаева Диана Акназаровна
Научный руководитель:

Доктор филологических наук,
профессор кафедры русского языка и
методики обучения русскому языку

Миронова Александра Анатольевна

Челябинск

2021

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ЗАГОЛОВКОВ. ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РУССКИХ И КИТАЙСКИХ ЗАГОЛОВКОВ	6
1.1 Определение понятие «газетный заголовок»	6
1.2 Классификация заголовков	7
1.3 Метафора в русских и китайских газетных заголовках	12
1.4 Перифраза в газетных заголовках	18
1.5 Метонимия в газетных заголовках	18
1.6 Разговорно окрашенная и возвышенная лексика в газетных заголовках .	19
1.7 Параллельность и симметричность в заголовках	19
1.8 Функции заголовка.....	22
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1	24
ГЛАВА 2 СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РУССКИХ И КИТАЙСКИХ ЗАГОЛОВКОВ	25
2.1 Простые предложения в русских заголовках	25
2.1.1 распространённые	25
2.1.2 нераспространённые	27
2.1.3 осложненные:	30
2.2 Сложные предложения в русских заголовках.....	31
2.2.1 сложносочинённые	31
2.2.2 сложноподчинённые	31
2.2.3 бессоюзные	32
2.3 Простые предложения в китайских заголовках	32
2.4 Сложноподчиненные предложения в китайских заголовках	37
2.5 Сложносочиненные предложения в китайских заголовках.....	40
2.6 Бессоюзные предложения	41
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	46
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	Ошибка! Закладка не определена.

ВВЕДЕНИЕ

Мир находится в третьем тысячелетии новой эры, когда происходят сложные процессы глубокого уровня. Информационный век - это социология сегодня. Информация в обществе быстро насыщается, а роль и положение информации в жизни каждого человека, каждой страны и всего человечества растут. Внедрение в жизнь великих изобретений человеческого гения может сделать информацию поистине огромной и может повлиять на социальную деятельность людей. Это происходит не напрямую, а через сознание людей, а точнее через формирование общественного мнения. П.В. Кондратов сравнивает общественное мнение с неиссякаемым «топливом» системы массмедиа, наделяющим ее механизм характеристиками «вечного двигателя» [Кондратов]. Таким образом, СМИ - это не только выразитель общественного мнения, но и мощный инструмент формирования и развития общественного мнения.

В настоящее время в СМИ очень популярно вещательное телевидение. Однако пресса не сдала своих позиций. Кроме того, социологические исследования показали, что средства массовой информации пользуются высокой репутацией в области пропаганды идей, освещения и комментирования событий в общественной и международной жизни. Хотя печатная продукция является старейшей формой журналистики, она постоянно меняется и развивается. По сравнению с радиовещанием и телевидением система печати имеет определенные преимущества в развитии. Таким образом, ученые-психологи доказали, что четыре системы символов - речь, сила, музыка и графика - обладают наибольшей информационной емкостью. Они могут более полно передать значение слов, и их зависимость от личных и других характеристик и условий восприятия гораздо менее очевидна. Поскольку читатели имеют возможность самостоятельно определять время и место знакомства с опубликованным материалом, а также тот факт, что чтение сочетается с другим видом деятельности (например, путешествием на транспорте), условия жизни, воспринимаемые новостным

материалом, также играют роль. Кроме того, печать может обеспечить долговечность информации, в то время как звук и изображения, передаваемые по радио и телевидению, являются мгновенными и мгновенными.

В последние годы возрос интерес к исследованиям газетного языка. У газеты есть уникальная возможность не только предоставлять читателям различную информацию, но и влиять на широкую читательскую аудиторию. В связи с этим журналистам интересно использовать информацию для привлечения внимания читателя, пробудить его интерес и вызвать определенные эмоции. Читателям также необходимо постоянно ощущать свежесть форм и оригинальность мысли.

Чтобы информировать читателей о текущих событиях, явлениях и фактах о политике, общественной жизни, экономике, искусстве, литературе, науке и технологиях, чтобы повлиять на читателя определенным образом и убедить его в чем-то, репортеры обращаются к газетному новостному стилю, основная функция которого - информирование и Оказать влияние. Они помогают внедрять общественно значимую информацию и влиять на массы, и в то же время формируют определенное общественное мнение, убеждают читателей в правоте, а в некоторых случаях побуждают массы к позитивным действиям.

Цель работы – проанализировать лексические и синтаксические особенности газетного заголовка.

Достижение этой цели предполагает решение следующих **задач**:

- Изучить теоретические основы исследования газетного заголовка в СМИ
- Проанализировать лексические и синтаксические особенности русских и китайских заголовков

Объектом исследования являются заголовки из русской и китайской печати.

Предметом исследования являются лексические и синтаксические особенности русских и китайских газетных заголовков.

Новизну нашего исследования обеспечивает тот факт, что в настоящей работе впервые рассматривается специфика лексической и синтаксической организации русских и китайских газетных заголовков на новейшем лингвистическом материале 2019–2020 годов.

Материалом исследования стали русские и китайские газетные заголовки, собранные из газет «Комсомольская правда» и «Жэньминь Жибао».

Теоретическая значимость: выполненная на современном языковом материале работа вносит вклад в развитие теории заголовка и уточняет его лексические и синтаксические особенности.

Практическая ценность работы заключается в том, что полученные результаты анализа могут быть использованы в лингводидактике, в теоретических курсах по грамматике и стилистике русского и китайского, в практике преподавания.

Актуальность исследования в том, что в наш современный быстротечный век у людей все меньше времени читать газеты от начала до конца, и роль заголовков многократно возрастает – именно от них во многом зависит, будет прочитана статья или нет. Поэтому сосредоточим внимание на заголовках.

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ЗАГОЛОВКОВ. ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РУССКИХ И КИТАЙСКИХ ЗАГОЛОВКОВ

1.1 Определение понятие «газетный заголовок»

Уже довольно длительное время газетный заголовок, как лингвистическое явление, привлекает внимание исследователей. Однако до сих пор ряд вопросов остается спорным. Многообразие мнений и подходов можно заметить уже на этапе анализа существующих определений заголовка.

Некоторые лингвисты при определении понятия заголовка обращаются в первую очередь к его функциям:

Заголовок – собственно название публикации, т.е. «предельное сжатое и метко выражением главная идея». [10]

Заголовок – собственно название публикации, т.е. «предельно сжатое и меткое выражение главной идеи произведения». [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]

Заголовок – целостное единица речи, стоящая перед текстом, являющаяся названием текста, указывающая на содержание этого текста и отделяющая данный отрезок речи от других» [13].

При том, как видим, ученые выдеряют разный набор функций. Более подробными этот вопрос освещенный в следующем параграфе.

Другие лингвисты в первую очередь обращают внимание на структурную заголовка. Причем и здесь наблюдается большое разнообразие мнений:

- заголовок – это слово или словосочетание [16]
- заголовок – это номинативное предложение [4]
- заголовок – это предложение [3]
- заголовки делятся на предложения и не предложения [15].

Разнообразие определений также связано с двойственной природой заголовка. С одной стороны, это языковая структура, предваряющая текст, стоящая “над” ним и перед ним [13]. Поэтому заголовок может восприниматься как речевой элемент, находящийся вне текста и имеющий определенную самостоятельность. С другой стороны заголовок – полноправный компонент текста, он составляет единую систему с текстом.

Заголовок – компонент текста, тесно связанный с другими компонентами этой системы, занимающий стилистически сильную позицию, называющий текст и дающий первоначальную информацию о нем [1].

Однако для достижения адекватного перевода, как говорилось выше, важно учитывать совокупность всех аспектов языкового явления, его функциональную направленность, жанрово–стилистические особенности. Поэтому в своем исследовании мы опирались на наиболее полное, на наш взгляд, определение газетного заголовка:

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 содержание, интерпретирует текст, сообщая ему дополнительные смыслы [2].

Таким образом, можно говорить о разносторонности и некоторой неопределенности понятия газетного заголовка. Лингвисты рассматривают заголовок с точки зрения выполняемых им функций, структуры и соотношения с текстом. Ни по одному из этих аспектов нет единого мнения.

1.2 Классификация заголовков

Изучение заголовку посвятили свои многочисленными трудами такие отечественные авторы, как Э.А. Лазарева, М.И. Шостак, Г.В. Степанов, З.Д. Блисковский, О.И. Богословская, Л.М. Мурзин и другие. Он рассматривает

в структурное и психологическое аспектах, что обусловлено его двойственной природой. Таким образом, заголовок рассматривается в связи с текстом и как средство актуализации смысла при помощи приемов привлечения внимания к статье.

Поскольку заглавия разных типов (заголовки, подзаголовки, лиды и т.д.), которые можно объединить понятием заголовочный комплекс, передают содержание всей статьи в сжатой форме и содержат авторскую оценку, к ним предъявляется ряд требований: информативность, соответствие содержанию и выразительность. Важную роль играет также графически–выделительная функция невербальных коммуникаций, как отмечает Милованова С.О., и состоит в шрифтовом, графическом и цветовом выделении заголовочного комплекса [9].

Все эти приемы и свойства заголовка связаны с психологическими особенностями восприятия. Так, существует определенный механизм восприятия, который заключается в том, что прочитанный небольшой по объему текст, предваряющий следующий за ним крупный, формирует представление о его структуре, содержании и характеристике. Это явление предугадывания поступающей информации называется интер- и интрасенсорный перенос, исследованию которому посвятил свои труд Л.М.Мурзин, в частности, в работе «О деривационных аспектах текстообразования».

Способы выражения различных смысловых элементов текста в его заголовке были положены в основу типологии газетных заглавий, вклад в исследование которой внесли отечественные авторы. Например, Э.А.Лазарева предлагает в своем труде «Заголовок в газете» несколько классификаций заголовков [6].

Первая классификация разделяет все заглавия в зависимости от того, сколько элементов смысловой схемы публикации выражены в заголовке. Так выделяются однонаправленные и комплексные заглавия.

1. Однонаправленные заголовки соотносятся с одним элементом структуры текста, основным или второстепенным. В основном это тематизирующее заглавие, сообщающее читателю о теме статьи и вводящее в состав его основной мысли. Тематизирующие заголовки являются наиболее распространенным способом называния публикации. Помимо этого они являются нейтральными.

Также заголовок может быть соотнесен с одним из тезисов, освещающих основную мысль. В таком случае он выполняет выразительную функцию, поскольку позволяет ярко сформулировать суть публикации.

Заголовок может являться содержательным итогом текста. Он представляет собой аналитическую оценку ситуации и потому усиливает выразительность заглавия.

Второстепенные элементы общего содержания статьи – иллюстрации и фон к цели сообщения – также используются в заголовке для реализации его рекламной роли.

2. Комплексные заголовки отражают одновременно несколько элементов структуры текста. Они передают усложненную информацию и считаются очень выразительным ресурсом газеты, к сожалению еще мало изученным. В этом типе заглавия усложняется его синтаксическая структура.

Вторая классификация заголовков основана на том, полностью или нет отражен в них тот или иной элемент текста. Таким образом, заглавия делятся на полноинформативные и неполноинформативные (пунктирные) по признаку полноты выражения того или иного смыслового элемента публикации.

1. Полноинформативные заглавия могут отражать тему всего текста, его основную мысль, иллюстрацию (как второстепенные элемент содержания) или тезис. Эти заглавия, в свою очередь, делятся на номинативные (слово или словосочетание, называющее общую тему текста) и предикативные (развернутый тезис, включающий предмет речи и его предикат). Заголовки этого типа часто используются в анонсах и являются очень содержательными.

2. Неполноинформативные заглавия выражают только часть освещаемого в статье тезиса – логическую тему или предикат, иногда вообще только сигнал о предмете речи. Такие заголовки часто используются в газете благодаря выразительности и способности интриговать.

На классификацию заголовков обратила внимание в своих трудах также М.И. Шостак, выделив в разделе «Подсказки заглавий» следующие виды заголовков [17]:

1. Заголовок–хроника, который дублирует главную новость. Часто выступает в качестве начала материала, переходящего в текст.

2. Заголовок–резюме, представляющий возможность скрыть прямую оценку, но все же косвенно прокомментировать тему статьи. Этот вид заголовка разделяется еще на несколько: прямое, игровое резюме, резюме с подчеркнутым комментарием, с ироничной оговоркой, а также резюмепарадокс.

3. Заголовок–цитата (прямой и косвенный), называющий имена главных действующих лиц и саму цитату, нередко «разоблачительную».

4. Заголовок–интрига.

5. Заголовок–«ужастик».

6. Игровые заголовки, использующие игру слов. Часто используется рифма, аллитерация и «цветной заголовок» (контрастные названия цветов в заголовке). Сюда же входят лозунги и призывы, в настоящее время

использующиеся как пародийная форма заглавия; смешные поправки, заключающиеся в изменении автором крылатых слов, цитат и пословиц; также используются и не измененные афоризмы для создания второго смыслового плана; восклицание, вопрос, многоточие.

В статье «Заголовок – слово главное» А.А.Тертычный разделяет заголовки по цели эмоционального воздействия на читателя (интригующие, странные, сногшибательные, скандальные, интимные и др.) и по степени их сложности: простые, усложненные и заголовочные комплексы [14].

1. Простой заголовок, состоящий из одного предложения, которое включает в себя какую-либо законченную мысль. Может быть как утвердительным, так и вопросительным.

2. Усложненный заголовок, формирующийся из нескольких самостоятельных законченных мыслей. Так же может выражаться как утвердительным, так и вопросительным предложением. Таким заголовком акцентируется внимание читателя на нескольких сторонах освещаемой проблемы.

3. Заголовочный комплекс, включающий в себя заголовки, подзаголовки, лиды, врезки и другие компоненты этой сложной структуры для наиболее полного предоставления информации.

Для поддержания читательского внимания и заинтересованности необходимо разумно сочетать заголовки разных типов. Необходимо также, чтобы заголовок соответствовал содержанию текста и не был неясным и двусмысленным даже после прочтения текста. Подобное явление говорит о том, что «автор не всегда понимает взаимодействие между заголовком и текстом», как отмечает А.А. Леонтьев в статье «Психолингвистика текста в СМИ» [Милованова].

1.3 Метафора в русских и китайских газетных заголовках

Метафора является одним из главных средств выразительности. Метафора используется не только в художественных языках, но и в разговорной речи. Переносное значение закрепилось за многими словами так прочно, что перестало ощущаться в обыденной речи.

Метафора, являющаяся мощным средством выразительности, активно используется в журналистских текстах и заголовках к ним, что позволяет заинтересовать читателя, глубже выразить свою мысль и создать гармоничное, стройное в языковом аспекте произведение.

Наполнение публицистического текста лексическими средствами языковой выразительности – важный этап творчества, поскольку тропы являются главным инструментом автора для образной передачи мыслей и их формирования в гармоничный строй. По определению литературно-энциклопедического словаря, тропы – это «преобразования единиц языка, заключающиеся в переносе традиционного наименования в иную предметную область».

Эстетический эффект выразительности публицистического текста достигается при помощи различных тропов, но наиболее часто в этой роли выступает метафора – «вид тропа, перенесение свойств одного предмета на другой, по принципу их сходства в каком-либо отношении или по контрасту».

Исторически метафора появляется как способ мышления в результате распада мифологического нерасчленённого сознания. Первые попытки обосновать её теоретические основы встречаются в работах Аристотеля. Он разработал поэтическую разновидность этого тропа. «Как только метафора была осознана, вычленена из ряда других языковых явлений и описана, сразу возник вопрос о её двоякой сущности: быть средством языка и поэтической фигурой». Тем не менее, первичной является именно языковая метафора, из которой со временем произошла её поэтическая разновидность.

Метафора имеет определённые функции в речевом пространстве. Н.Д. Арутюнова выделяет когнитивную (познавательную), номинативную, художественную и смыслообразующую роль метафор. Когнитивная функция метафоры является результатом сдвига в сочетаемости предикативных слов, т. е. переноса значения выражений. Она проявляется в создании полисемии посредством метафоры. Познавательная функция позволяет относить чувственно воспринимаемые признаки к отвлечённым и непосредственно не наблюдаемым объектам. Широко распространена номинативная роль. Метафора позволяет избежать излишних повторов в речи, создаёт новые единицы языка на основе уже существующих. Номинативная функция сродни словотворчеству. По мнению М. Блэка, она используется для того, чтобы «залатать прореху в словаре». Художественная роль метафоры проявляется в эстетическом аспекте. В основном она встречается в литературных произведениях, но уместно её использование и в публицистике. Смыслообразующая функция метафоры выражается в том, что она раскрывает сущность предмета, а в конечном счёте – его постоянный признак.

Метафора имеет чёткую структуру: сокращённое сравнение, то есть не имеющая предикаты подобия (похож, напоминает) и компаративных союзов (словно, будто, как). При создании метафоры учитываются 2 пары компонентов: категории объектов и их свойства. В процессе метафоризации производится обмен свойствами, то есть исходному объекту приписываются элементы схожего с ним по каким-либо признакам предмета.

М. Блэк предлагает рассматривать структуру метафоры как взаимодействия фокуса (слова, употреблённого в переносном значении) с его рамкой (контекст). Он считает, что в создании данного тропа участвует не только непосредственно метафоричное слово, но и его окружение, так как в другом предложении та же самая конструкция являться метафорой не будет.

Использование метафор в тексте определяется особенностями сознания, уровнем образованности и социального статуса людей той или иной эпохи. Со

временем менялось отношение к ним, менялись и расширялись области их применения.

Метафоры, как способ выражения философского смысла присутствовали на всех этапах развития человеческого общества и, поскольку современный журналист претендует на оригинальность в заголовках, без метафор не обойтись

Метафора – одна из наиболее распространённых и часто используемых разновидностей тропа, при использовании которого описание, либо характеристика одного предмета или явления переносится на другой за счёт определённого, не всегда явного сходства. Метафора, это троп, основанный на подобии, признак которого характеризует предмет мысли. Использование игры слов поможет создать новый, дополнительный смысл, что создаст оригинальный эффект и тем самым привлечёт внимание читателя.

Метафоры визуально украшают текст, но не только лишь для этого они используются. У них, как и у других тропов, существует ещё одна благородная задача – иносказательно передавать скрытый смысл в условиях какой-либо цензуры, например, политической или самоцензуры. К примеру, есть у нас претензии к местным властям, но высказаться открыто, значит – получить неприятные последствия, даже если высказанное – правда. Метафора позволит нам, с одной стороны, смело высказать крамольную мысль, а с другой – не опасаться, что за это могут привлечь к суду.

Статьи, заголовки с политической окраской, содержащие в метафоричной форме смелые намёки в адрес власть предержащих, фактически, не могут являться объектом уголовного или гражданского преследования, поскольку не содержат обвинения или свидетельства в явной форме. Конечно, всему есть свой предел и важно не перегибать палку. Слишком увлекаться не стоит ещё и по той причине, что приём использования метафор должен быть понятным и заметным не только самому автору, но и

большинству читающих. Иначе в лучшем случае есть риск остаться непонятыми, в худшем – быть истолкованными превратно.

Согласно одной поговорке, учиться можно и на чужих ошибках, вот только лучше всё-таки учиться на лучших примерах. Для этого достаточно взять некоторый объём печатных изданий, чтобы проследить, в заголовках каких статей используются метафоры и другие тропы. Если анализировать печатные издания одного издателя, можно определить, какие авторы чаще и успешнее других пользуются этим приёмом.

Сочетание газетных стандартов и экспрессии метафоричных заголовков проследим на конкретных примерах печатных изданий. Не углубляясь далеко в дебри, рассмотрим несколько удачных примеров китайских заголовков с использованием метафор.

Семантическая классификация метафоры позволяет говорить о выделении подгрупп с определённым элементом. Так, в группе с основным объектом нами выявляются:

– Экономическая подгруппа

Содержит лексемы: 经济 экономика, 企业 компания, 营销 маркетинг, 产业链 производственная цепочка, 农业 хозяйство, 银行 банк, 金融集团 финансовая группа, 债 заём, 公司 фирма, 钱 деньги. Например: «僵尸企业» 退出后 资产处 置主要靠市场 Ликвидация имущества предприятий-вампиrow в соответствии с рыночными условиями. 防水材料要切断 «黑色产业链» Положить конец незаконной производственной цепочки (досл.: Гидроизоляционные материалы должны покончить с «чёрной» производственной цепочкой).

– Явления природы и животного мира

Представлена лексемами 阴晴 погода, 羊 баран, 花 цветы, 雪 снег, 湖 озеро. Например:全球金融形势阴晴未定 Нестабильность «финансового климата» в мире. «离婚限号» 能遏制 «离婚湖»吗? Может ли ограничение на расторжение браков сдержать массовый характер разводов (досл.: озеро разводов)?

– *Антропоцентрическая*

Содержит лексемы: 骗子 лжец 活人 (реанимировать) людей, 主妇 домохозяйка, 寡妇 вдова, 妈 мама, 奶奶 бабушка, 娃娃 девочка. Например: 非洲 «爱情骗子» 横行亚洲 用性来操控女性[24] Африканский соблазнитель манипулирует азиатскими женщинами. 河北7旬«鞋奶奶»为村中孤寡老人缝制布鞋20年 Семидесятилетняя бабушка из провинции Хэбэй обувает одиноких стариков (досл.: На протяжении 20 лет семидесятилетняя «обувная бабушка» из пров. Хэбэй шьёт тряпочную обувь для одиноких стариков).

– *Медицинская*

Представлена лексемами с общим значением болезнь病, конкретным наименованием заболевания сахарный диабет糖尿病 и лексемой 医生 врач. Например: 开刀狠治 «机关病» Бескомпромиссное лечение «управленческих болезней».二月河第一本反腐文集面世 : 腐败就像«社会糖尿病»

Первый антикоррупционный альманах Эр Юэхэ: Коррупция – «диабет общества». «春雨医生» 线下诊所模式值得期待 – Офлайн клиника «Доктор весеннего дождя» оправдывает ожидания.

– *Созидательная*

Образуется лексемами 屋 дом, 大楼 здание, 城市 город, 桥 мост, 通道 дорога, 背囊 ранец. Например: 纽约男子堆 «雪屋» 网上出租 每晚200美金 Интернет – аренда «снежного дома» (досл.: Интернет – аренда «снежного дома» жителем Нью – Йорка за 200 долларов за ночь). 智慧城市到底得了哪些 «病» 又该如何治疗? «Болезни» «разумного города» и их лечение (досл: В конце концов, как «разумный город» «заболел» и как ему следует лечиться?). 搭好群众工作连心桥 Завершение строительства «моста дружбы» (досл.: моста, соединяющего сердца). 大学生研发 «植物背囊» 对抗空气污染 或取代口罩 «Растительные ранцы» в борьбе с загрязнением воздуха.

– *Предметная подгруппа*

Образуется лексемами 校车 школьный автобус, 跑道 беговая дорожка, 篇 сочинение, 宝盒 шкатулка. Например: 开学季全国严查 «黑校车» 力保学生上下学交通安全 Повсеместный контроль за «нелегальными» школьными автобусами (досл.: чёрными) с наступлением учебного года. «毒跑道» 怎能承载孩子们的起飞 [24] «Ядовитые» беговые дорожки – причина недуга у детей.

– *Временная*, в которую входят лексеммы: 时代 эпоха, 段 период, 星期一 понедельник. Например: 临沧开启咖啡时代[26] Открытие Линь Цаном «кофейной эпохи». 金融市场迎来 «黑色星期一» Встреча «чёрного понедельника» на финансовом рынке.

– *Речевая деятельность*, которая включает лексемы 空谈 пустословить и 诅咒 проклятье, проклинать. Например: «经济空谈» 之风当刹 «Пустая болтовня об экономике» – тормоз развития.

– *Культурная деятельность*, представленная лексемами 节 праздник, 共舞 совместный танец. Например: 白俄罗斯«国际火节与火共舞» Белорусский «Международный фестиваль огня и танец огня».

– *Чувства/ эмоции*, настроение, представленная лексемами 禧 счастье, 梦 мечты. Например: 足球梦 Футбольная мечта. Порядок расположения групп представлен в соответствии с количеством найденных примеров в порядке их убывания.

1.4 Перифраза в газетных заголовках

Перифраза Перифраза (от греч. περί — «вокруг», ρηγάζο — «говорю») — троп, состоящий в замене названия предмета выражением, описывающим его признаки, но не называющим его (например, «город на Неве» вместо «Санкт-Петербург», «царь зверей» вместо «лев»).

Многие перефразы придают яркую эмоционально–экспрессивную окраску речи (так, слово «осень» заменяется в строчках известного стихотворения А. С. Пушкина такими перифразами: «Унылая пора! Очей очарованье!»).

1.5 Метонимия в газетных заголовках

Метонимия (от греч. metonymia — «переименование») — это замена одного названия другим, при этом эти названия тесно связаны друг с другом в нашем сознании. Например, «я читаю Пушкина» вместо «я читаю произведения Пушкина»; «я выпил иве чашки, съел три тарелки» вместо «две чашки чая», «три тарелки супа». Ясно, что никто «не пьет чашки» и «не ест

тарелки», и эти выражения не вызывают никакого недоумения, потому что всем понятно, о чем здесь идет речь.

Метонимия — это еще один способ употребления слова в переносном значении для создания более ярких, сжатых образов. Когда Пушкин в поэме «Полтава» писал: «Все флаги в гости будут к нам», он имел в виду, что Петербург станет центром морской торговли и корабли разных стран придут сюда под своими национальными флагами.

1.6 Разговорно окрашенная и возвышенная лексика в газетных заголовках

Стилистически окрашенными считаются слова, которые несут в себе добавочное значение, то есть они не только называют предмет, но и содержат оценку (одобрение, пренебрежение, иронию и т. д.) и эмоции (чувства). Стилистические пометы обычно указываются в толковых словарях.

Так, в ряду слов «сестра» — «сестренка» — «сестричка» — «сеструха» слово «сестра» является нейтральным, два следующих слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами имеют эмоциональную окраску, в словаре стоит помета (ласк.), то есть «ласковое»; последнее слово можно отнести к сниженной лексике, в словаре дается помета (фам.), что значит «фамильярное». Оценка можно выражать не только с помощью различных суффиксов, но и при помощи использования синонимов. Например, если о человеке говорят, что он «высокий», это может быть нейтральным выражением или выражением, содержащим положительную оценку. Если же скажут: «Ну и верзила!», то понятно, что здесь присутствует неодобрительная оценка.

1.7 Параллельность и симметричность в заголовках

Китайский язык отличается двусложными словами, которые обеспечивают условия эстетики китайского языка. Стремление к параллельности, стройности и симметричности является особенностью языковой эстетики китайского языка, что проявляется в заголовках.

Количество иероглифов многих заголовков в китайской газете совпадает в схожих формах, что отражается в использовании антонимов, сопоставлении глаголов и прилагательных. Параллельная и симметричная структура прилагательных: Как из «маленьких трубочек» можно создать «большой бизнес»? 如何从“小管”创建“大企业”? («Жэньминь жибао» 24.12.2019)

Rúhé cóng “xiǎoguǎn” chuàngjiàn “dà qǐyè”?

于美国单方面要求关闭中国驻休斯敦总领事馆的谎言和真相

Guānyú měiguó dān fāngmiàn yāoqiú guānbì zhōngguó zhù xiūsīdūn zǒng lǐngshìguǎn de huǎngyán hé zhēnxiàng

Ложь и правда об одностороннем требовании США закрыть генеральное консульство КНР в Хьюстоне («Жэньминь жибао» 31.07.2020)

Параллельная и симметричная структура глаголов: 美国政客公开“抢”中国企业 (Měiguó zhèngkè gōngkāi “qiǎng” zhōngguó qǐyè) – Американские политики открыто «грабят» китайские предприятия («Жэньминь жибао» 04.02.2020)

Русские слова отличаются от китайских односложностью. Такой заголовок обычно состоит из двух частей сложного предложения одинаковой синтаксической структуры. Лексические значения слов, содержащиеся в этих двух частях, могут быть одинаковы, близки или контрастны; их значения, соответственно, также близки или контрастны. Такие параллельные структуры симметричны, в них отражается красота рифмы и музыки. Симметричные части могут быть выражены существительными, прилагательными, глаголами, наречиями, их значения тоже соотносятся.

Значения слов в китайских и русских заголовках тоже соотносятся. В случаях использования противоположных по значению слов в соседних высказываниях создают контраст.

Симметричность китайских заголовков выражается не только в значениях слов, но и в слогах. Русским заголовкам более характерна симметричность значений слов.

Стремление к стилистическому эффекту — это общая черта каждого языка. Языковой и культурный фон сопоставления китайских и российских газетных заголовков определяет причины появления различий, которые заключаются не только в самой структуре языка, но и в культуре, жизненной среде разных национальностей, образе мышления и жизни, народных обычаях, менталитете. Китайские заголовки имеют целостность, а русские заголовки имеют предпочтительность. Двумя разными образами мышления обусловлено разное использование стилистических средств и приёмов. У китайцев спиральный образ мышления, поэтому китайцам ближе эвфемизация, то есть использование стилистических фигур. Для русских, наоборот, характерен более прямолинейный образ мышления, поэтому русские предпочитают прямой стиль — говорить открыто. Носители китайского языка стремятся сделать упор на параллелизм и антитезу, поэтому в древние времена в Китае появилась наивная диалектика, то есть все существа на свете только существуют в его противоположной стороне. Такая философская идея отражается в широком применении двусложных слов четырех–иероглифических фразеологизмов. Китайцы с древних времен уделяют серьезное внимание симметричной красоте, считая, что парные вещи символизируют гармонию и счастье, поэтому (по сравнению с русским языком) китайский язык в большей степени обращает внимание на красоту формы, симметрию слогов и гармонию рифмы.

1.8 Функции заголовка

Заголовок, предваряя текст, несет определенную информацию о содержании материала и одновременно с этим выполняет эмоционально-экспрессивную функцию, возбуждая у читателя интерес. Лазарева Э.А. отмечает, что главная роль заголовка – «быть тем фактором, который отвечает за связь с реципиентом» [Лазарева].

Функционально заголовок многогранен. Основными его функциями являются графически-выделительная, номинативная, информативная и рекламная. [Дзидаханова]

1. Графически-выделительная. Эта функция позволяет отделить текст от других текстов и определить его границы. Заглавие служит «пограничным знаком», сигнализирующем о существовании текста в пространстве газеты. Функция часто реализуется при помощи различных графических средств.

2. Номинативная, т.е. называющая текст. Читатель должен, прочитав заголовок, сразу понять, о какой сфере жизни пойдет речь в публикации. Заголовок сужает главную тему до отдельного аспекта (проблемы).

3. Информативная функция, которая акцентирует внимание читателя на материале. Заголовочный комплекс является «средством обеспечения коммуникативных интересов воспринимающего информацию» [Лазарева], а также средством членения содержания отдельных материалов.

4. Рекламная. Это функция привлечения внимания. Заголовок должен побудить читателя приступить к восприятию публикации. Ее название должно быть интересным и в меру интригующим. От успеха реализации данной функции зависит также успех всего издания на рынке в условиях конкуренции.

Также заглавие участвует в формировании эмоционального воздействия, выполняя таким образом оценочно-экспрессивную функцию. Среди самых важных задач этой функции и заголовка в целом – внушение читателю определенных установок, авторской позиции, главных мыслей. В

газетах разной направленности все перечисленные функции занимают разные позиции. Так, например, в деловой прессе основная задача заголовка – информативная, т.к. необходимо точно передать суть проблемы, освещаемой в тексте. Рекламная функция в этом случае уходит на второй план, поскольку аудитория читателей, обладающая специфическими особенностями, больше заинтересована в точности заголовка, а не в его яркости. В общественно–политических газетах заголовки выполняют две функции: номинативную и рекламную. Рекламная функция здесь становится важной потому, что подобного рода издания захватывают разные группы читателей.

В «желтой прессе» привлечение внимания как можно большего количества читателей является приоритетной задачей. Однако, если «рекламное начало не будет продолжением смыслового содержания заголовков, то читатель может понять, что его дурачат» [Тертычный], и, как следствие, все издание может потерять доверие к себе.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

В первой главе рассмотрели какие определения дают учение понятию «заголовок», рассмотрели классификации газетных заголовков. Узнали, что заголовки делятся на несколько групп: заголовок-хроника, заголовок — «бегущая строка», заголовок-резюме, заголовок-цитата. Определили функции заголовков, они делятся на четыре типа: номинативная; информативная; рекламная; графически-выделительная. Затем рассмотрели метафору в русских и китайских заголовков. Узнали, что метафора в китайских заголовках очень разнообразна и насыщена, она образуется при помощи определенных лексем и делится на такие группы как: экономическая, явления природы и животного мира, антропоцентрическая, медицинская, созидательная, предметная, временная, речевая деятельность, культурная деятельность, чувства и эмоции. Рассмотрели другие лексические особенности заголовков такие как: перифраза, метонимия, разговорно окрашенная лексика, параллельность и симметричность.

ГЛАВА 2 СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РУССКИХ И КИТАЙСКИХ ЗАГОЛОВКОВ

2.1 Простые предложения в русских заголовках

2.1.1 распространённые

1. Бульдозеры докатились до пика (08.02.2019)
2. Угрожает ли России вирус-убийца из Китая?
3. Мы пришли к вам с сыром (05.01.2019)
4. Счетная палата подсчитала подходящий
5. Офицер–подводник просит рассудить его трезво
6. Российские медики ищут министра по симптомам
7. Кашмир выходит из кошмара
8. Пусть сильнее грянут буры
9. Джин вышел из бутылки
10. НСПК поможет оценить заемщиков
11. Благовещенская больница расплатится за гепатит
12. Свадьба подвела под статью
13. Вашингтон разродился беременными
14. Нефть сливается в Brunswick Rail
15. Реки фальшивой водки текут через всю Россию
16. Отельеры прячутся от звезд
17. «Газпром» заново продаст газ Европе
18. Рубль не поднялся на слабом евро
19. Друзья познаются в плече
20. Копейка уголь стережет
21. Нефтяники позавидуют второгодникам
22. Сайра не прошла таможеню

23. Александр Кокорин сдался в аренду
24. Александра Овечкина догнала молодость
25. Застройщики не справились без дольщиков
26. Голландская болезнь переносится мигрантами
27. Китайский рост выполнил план
28. Госдума изучит комиссии банков
29. Ущерб от чрезвычайных ситуаций снижается
30. Инвесторы увлеклись переменами
31. Белорусский транзит потребовал отсроченных мер
32. Шереметьево запаслось терминалами
33. Будет ласковый снег
34. Телезрители пошли по регионам
35. Пенсионные фонды обездолили резервы
36. «Газпром» перехватил ресурсы у НОВАТЭКа
37. Шопинг сбился с алгоритма
38. Избыток нефти оберегает цены от рисков
39. Российская сталь не нашла покупателей
40. Конституция идет на поправки
41. Некомфортное жилье стало доступнее
42. Генпрокуратуру возглавило следствие
43. Шопинг сбился с алгоритма
44. Московская биржа оптимизирует правление
45. Конон Макгрегор вернулся нокаутом
46. Добрый доктор Айболит клык у тигра удалит (11.05.2020)
47. Протест отказывается быть организованным (05.08.2020)
48. Куры снесли невозвратные кредиты (25.01.2019)
49. Почти все шло не по плану (17.11.2019)
50. Вирус от всех болезней (01.04.2020)
51. Гадание на отрывном календаре (04.04.2020)
52. Коронавирус меняет «Формулу-1» (11.05.2020)

53. Спекулянты испугались коронавируса (17.05.2020)
54. Пандемия вошла в моду (01.04.2020)
55. Малый бизнес выходит в минус (07.04.2020)
56. Коронавирус укачал нефть (04.04.2020)
57. Ереван не поднимет цену газа (23.11.2019)
58. Хакеры сменили фокус (30.03.2020)
59. Дешевый антивирус привлек полицию (28.03.2020)
60. У рубля повысилась самооценка (11.01.2020)
61. Ракеты ушли в «молоко» (09.01.2020)
62. От Ирана отвернулась авиация (09.01.2020)
63. Абонент временно несвободен (10.01.2020)
64. «Нападение делает нас сильнее» (10.01.2020)
65. Последний гвоздь в крышку гардероба (10.01.2020)
66. Россия адаптируется к будущей непогоде (10.01.2020)
67. Вагоны сбиваются в стаи (10.01.2020)
68. Дорожает ложка к обеду (10.01.2020)
69. В пандемию активизировались альфонсы (01.01.2020)
70. Туристы становятся громче (27.12.2019)
71. «Дружба» любит тишину (27.12.2019)
72. Береженого год бережет (28.12.2019)
73. Где наша не вылетала (01.04.2020)
74. Срочно требуются волшебники! (03.12.2019)
75. Казанцы пошли подальше (04.07.2019)
76. Звезды падают в цене (01.12.2019)

2.1.2 нераспространённые

- *двусоставные*

1. Риск — структурное дело (13.06.2020)
2. НДС отзвонился (26.11.2019)
3. Бухгалтерия — бог войны (01.12.2019)
4. Дикость убивает (26.04.2020)

5. Родина–мать не везет (04.04.2020)
 6. Бюджет — находка для шпиона (27.05.2020)
 7. Меньше демократов — меньше социализма (07.03.2019)
 8. Назвался Помпео — полезай в Киев (20.06.2019)
 9. Сбыт заел (30.01.2019)
- *односоставные:*
 - а) определенно–личные*
 1. Купи меня, если сможешь (27.12.2019)
 2. Не прикидывайтесь Азией (21.11.19)
 3. Мотайте на Усмань
 - б) неопределенно–личные*
 1. Связь отправили отдыхать (30.03.2020)
 2. Онкологии оказали первую помощь (15.03.19)
 3. Коллекторов прописали в коммуналке
 4. Демографии увеличили точность
 5. Послание Сталина зашифровали в московском метро (02.05.2019)
 6. Всемирный банк поставили на кон (14.04.2020)
 7. Убийству Япончика нашли обвиняемого (03.09.19)
 8. Замминистра поздравили взяткой (11.01.20)
 9. Коронавирус объявили пандемией (04.04.2020)
 10. Науче вернули круг общения
 11. Медицине пересчитали кадры
 12. Дальневосточную энергетику вписали в счет
 13. Во Владимира Путина пытались внести поправки
 14. «Ямал СПГ» испытали на хладноломкость
 15. За кадры решили все
 16. Три буквы послали на шесть цифр
 17. В Думе давали премьера

- 18.Под Android обновили вирус
- 19.Клиентам Сбербанка показали кино
- 20.Ирану поставили евротройку
- 21.За свет заплатили оптом

в) обобщенно–личные

1. Сидят такие загруженные (27.12.2019)
2. Валюты отправляют в виртуальный мир (13.02.2019)
3. Акционеров учтут при учреждении (12.12.2019)
4. Обрушение казармы рассмотрят в гарнизоне (16.11.2019)
5. Поправкам к Конституции предлагают добавки (10.05.2020)
6. В трамваях прокатят рекламу (17.12.2019)
7. Для российского кода откроют хранилище (02.02.2019)
8. Над Конституцией возьмут шествие (18.05.2020)
9. С абонентами сыграют в облаке (11.12.2019)
- 10.Лыжам ищут место на вулкане (14.09.2020)
- 11.В Германии ищут подземные тоннели с сокровищами нацистов (21.11.19)
- 12.От NASA ждут особого неприглашения (23.01.2020)

г) назывные

1. Мюнхенская Базария (3.03.2019)
2. Судебно-парламентская республика (05.04.2019)
3. Слуга налога (24.05.2019)
4. Год несогласных(05.01.2020)
5. Тариф непроходной (12.12.2019)
6. Игра санкций (15.04.2019)
7. Суверенная правка (05.05.2019)
8. Самоценный регион (14.04.2020)
9. Антивирусная добавка (08.07.2020)

10. Невыходное положение (30.03.2020)
11. Охотник за голами (01.01.2020)
12. Нелюбовные отношения (05.03.2019)
13. Оборотный момент (15.04.2019)
14. Ходовой эквивалент (25.09.2019)
15. Местное деньгоуправление (22.04.2019)
16. Необходимые неформальности (45.04.2019)
17. Тратный труд (09.09.2019)
18. Правочное бюро (16.02.2019)
19. Материнский обнал (23.07.2019)

д) инфинитивные

1. Где на Руси денег взять (24.05.2019)
2. Вирус бы делать из этих людей–2 (30.03.2020)
3. Наука просвещать
4. Стать умнее, здоровее и моложе
5. Как нам победить бедность (01.02.2019)

е) безличные

1. Техосмотру тоже не поздоровится (30.03.2020)
2. Ждать у моря победы (09.01.2020)

2.1.3 осложненные:

а) однородными членами

1. Дарил меха и осыпал бриллиантами (4.03.2019)
2. Остановка и запрещена, и обязательна
3. А катер и стонет, и плачет
4. Новые министры играют в хоккей, слушают хип-хоп и снимают фильмы
5. Детям и пенсионерам доплатят (10.01.2020)
6. Луку и ревеню холодно зимой (3.12.2019)

7. Сколько сохраняется коронавирус на деньгах, мобильниках и поручнях метро (09.05.2020)
8. Курить и пить стало дороже (02.08.2019)

б) обращением

1. Здравствуй, дедушка сарказм! (9.12.2019)
2. Шпион, выйди вон (4.03.2019)
3. Убирайся, вирус! (02.04.2020)
4. Народ, давайте узбагоимся! (27.03.2020)

2.2 Сложные предложения в русских заголовках

2.2.1 сложносочинённые

1. Все пробьем, **а** флот не опозорим (10.01.2020)
2. Официально снюс запрещено, **но** купить его может даже ребенок
3. Суд-то он суд, **да** кто ж его съест (29.05.2019)
4. Не родись красивой, **а** родись начальницей (3.07.2019)
5. Темницы встанут, **и** свобода проводит радостно у входа (12.08.2020)
6. **Пока** мир болеет, Идлиб воюет (15.07.2020)
7. «Я не железный, **но** буду стараться» (07.04.2020)
8. Ученик напал на физичку, **а** уволили директора школы (03.05.2020)
9. Девочка умерла, **но** вскоре родилась в другой семье? (06.07.2020)

2.2.2 сложноподчинённые

1. Сережки Бузовой стоят, **как** три квартиры в Москве (17.03.2019)
2. «Знал, **что, если** проживу один, больше в свое пространство не пущу никого» (5.07.2019)
3. Маугли из Подольска, **которого** воспитывала собака, оканчивает колледж (3.07.2019)
4. «Я боюсь порой, **что** до рукоприкладства дойдет» (5.06.2020)
5. В городе, **который** не объявлял карантин, никто не заболел (07.04.2020)

6. Как сделать ремонт, **который** не выйдет из моды через 20 лет (9.12.2019)
7. Интерпол ищет отца, **который** увез 6 лет-летнюю дочь за границу (2.05.2019)
8. Сын не замечал, **как** я стремительно худею, даже не узнал меня на улице! (07.03.2019)
9. Европа забыла, **кто** победил Гитлера! (02.04.2019)

2.2.3 бессознательные

1. Мы все умрем, надежды нет (09.04.2020)

2.3 Простые предложения в китайских заголовках

1. 点算邮寄选票耗时 选战陷僵局全美紧绷

Подсчет и отправка бюллетеней требует времени (07.11.2020)

2. 阻断期间 家长更要以身作则

В период изоляции родители должны быть пример для детей и соблюдать все меры предосторожности (28.05.2020)

3. 阻断期间 为何孩子会乱发脾气？

Почему ребенок выходит из себя во время перерыва? (26.05.2020)

4. 头颈癌有那些治疗法？

Какие методы лечения рака головы и шеи? (01.08.2020)

5. 国际刑警发橙色通报 疫苗或成罪犯“黄金”

Интерпол выпустил оранжевый бюллетень, вакцину или криминальное «золото» (29.11.2020)

6. 心力衰竭患者 能做运动吗？

Могут ли пациенты с сердечной недостаточностью заниматься спортом?
(29.11.2020)

7. 团聚变永别 陈芷尤赴港为父奔丧

Для воссоединения и прощания Чэнь Чжию отправился в Гонконг на похороны своего отца (28.11.2020)

8. 长时间居家办公 小动作助缓颈酸痛

Несколько движений помогают снять боль в шее (29.04.2020)

9. 亲子欢度学校假期

Родители и дети отмечают школьные каникулы (01.09.2020)

10. 天气忽冷忽热 如何维持身心健康?

Как сохранить физическое и психологическое здоровье при резкой смене погоды? (05.10.2020)

11. 偷猎者杀死了100只老虎

Браконьеры убили 100 тигров (09.10.2019)

12. 智能制造助推高质量发展

Интеллектуальное производство способствует развитию высокого качества (4.03.2019)

13. 8个非一般理由，带你重新探索如切和加东

8 необычных причин заново исследовать Джу Чиат и Катонг (11.11.2020)

14. 三少年楼梯口点燃丁烷气 一人“炸”伤送院

Трое подростков подожгли бутан на лестнице (28.12.2020)

15.如何正确替卧病病患洗澡？

Как правильно купать больных? (20.11.2020)

16.疑取钱不果发酒疯 莽汉砸提款机被捕

Безрассудного человека арестовали за разбивание банкомата
(21.10.2020)

17.冠病疫苗研发 为何进展如此快？

Почему разработка вакцин против коронавируса идет так быстро?

(17.05.2020)

18.“特种兵”戴向宇 搏命演出挂彩

"Спецназ" Дай Сяньюй борется за честность (20.10.2020)

19.用餐后运动 隔多久最好？

Можно ли тренироваться после еды? (20.10.2020)

20.新冠疫苗研发 新加坡扮演什么角色？

Какую роль играет Сингапур в разработке новой вакцины от ковида?

(18.05.2020)

21.网络煽动全国示威 伊朗流亡记者遭判死刑

Иранский журналист приговорен к смертной казни через Интернет за разжигание национальных демонстраций (07.02.2020)

22.心力衰竭 如何治疗？

Как лечится сердечная недостаточность? (19.10.2020)

23.荷兰发明家研制“蘑菇棺材”

Голландский изобретатель разрабатывает «грибной гроб» (20.09.2020)

24.“无胆人”怎么吃？

Как работают "кишки"? (17.09.2020)

25.过去四个月四宝宝德士出生 上车不到一分钟洋妇诞下女婴

Четыре маленьких девочек родились в такси за последние четыре месяца (16.09.2020)

26.气血不足导致 难入睡易惊醒？

Недостаток ци и крови мешает заснуть и легко просыпаться? (30.08.2020)

27.如何提升幼童免疫力？

Как повысить иммунитет маленьких детей? (24.05.2020)

28.溃疡性大肠炎如何治疗？

Как лечится язва? (20.09.2020)

29.初院生组义工团 募款出力助孤寡老人

Группа волонтеров младшего колледжа собирает средства для помощи детям-сиротам (17.05.2020)

30.选对食物 远离糖尿

Выбирайте правильную пищу и держитесь подальше от сахарного диабета (7.11.2020)

31.屠妖节 郑惠玉偕阿哥为客工送暖

Дипавали Чжэн Хуэйюй и брат отдают тепло гастарбайтерам
(16.11.2020)

32.水果减肥法 会对健康有何影响？

Как фруктовая диета влияет на здоровье? (05.11.2020)

33.新品种淡马鲁榴梿 威胁黑刺猫山王地位

Новый вид дуриана Темару угрожает статусу короля Blackthorn Musang
(21.06.2020)

34.马克龙批评中国对疫情有所隐瞒

Макрон критикует Китай за сокрытие эпидемии (18.04.2020)

35.台风海贝思降雨量破纪录 日本首都圈灾情较轻 “龙宫” 发挥抗洪作用

Тайфун Nabys побил рекордное количество осадков (19.10.2019)

36.美司法部提控两中国黑客 指窃取冠病疫苗研发机密

Министерство юстиции США преследует двух китайских хакеров за кражу секретов исследований и разработок вакцины против коронавируса
(23.07.2020)

37.阴虚体质者咖啡少喝为妙

Люди с дефицитом Инь пьют меньше кофе (04.07.2019)

38.世界卫生组织再就武汉肺炎召开紧急会议

Всемирная организация здравоохранения проводит очередное экстренное совещание по уханьской пневмонии (30.01.2020)

39.阳虚体质如何防骨折？

Как предотвратить нарушение телосложения при недостатке Ян?
(09.12.2020)

40.女佣坠楼捡一命 逾7万医药费雇主吃不消

Горничная упала в здание и разбила более 70000 медицинских расходов сотрудников (23.08.2020)

41.晒太阳补阳气 增强抗病能力

Солнечный свет восполняет янь, повышает сопротивляемость болезням
(24.08.2020)

42.白人警察朝黑人后背开七枪 美国再爆反歧视骚动

Белый полицейский произвел семь выстрелов в спину афроамериканцев во время антидискриминационного бунта в США (26.08.2020)

43.长命林火重创澳洲旅游及畜牧业

Не прекращаемые лесные пожары ударили по индустрии туризма и животноводства Австралии (17.01.2020)

2.4 Сложноподчиненные предложения в китайских заголовках

1. 阿嫂推车放走廊被邻居“没收” 报警取回后还遭臭骂

Чемодан невесты «конфисковали» соседи, когда она оставила его в коридоре (10.01.2020)

2. 罗央大道三车连环撞 骑士受伤送院

Найт был ранен и отправлен в больницу после того, как три машины разбились на проспекте Лоян (29.06.2020)

3. 目击者指乌克兰客机坠毁前已着火

Свидетели рассказали, что украинский авиалайнер перед катастрофой загорелся (01.10.2020)

4. 博尔顿新书手稿揭秘 特朗普冻结对乌军援与拜登父子有关

Рукопись новой книги Болтона показывает, что приостановление Трампом военной помощи Украине связано с Байденом и его сыном (28.01.2020)

5. 后巷倒垃圾无辜“中招” 酒吧员工遭3醉汉围殴

Трое пьяных мужчин избили невиновных сотрудников бара, которые выбрасывали мусор в переулках (10.01.2020)

6. 雇钟点工打扫现金不翼而飞 屋主钞票做标记设圈套捉贼

Хозяин нанял работников на неполный рабочий день, после начал замечать, что пропадают наличные. Домовладелец помечал банкноты в качестве метки и ловил вора.т(25.05.2020)

7. 遇示威者拦截煞车 英首相座驾车尾被撞凹

Когда протестующие нажали на тормоза, автомобиль премьер-министра Великобритании был помят (19.06.2020)

8. 首次公开为拜登助选站台 奥巴马指特朗普没认真履行职责

Обама впервые публично заявил, что Трамп не выполнял свои обязанности серьезно (23.10.2020)

9. 涉枪杀非裔女子 两白人警察没被提控再引爆示威浪潮

Двое белых полицейских, которые причастны к стрельбе и убийству афроамериканок, не были обвинены и спровоцировали волну демонстраций (25.09.2020)

10.关于100元消费券的用途·网民讨论五大重点你知道多少?

Что вы знаете о пяти ключевых моментах, которые обсуждаются пользователями сети относительно использования купона на 100 юаней? (20.04.2019)

11.女雇主忍无可忍送懒女佣回国 才知她是通缉犯

Работодательница не смогла отправить ленивую горничную обратно в Пекин только из-за того, что она находится в розыске (10.01.2020)

12.为结束叙军事行动开条件 土要库尔德武装弃械撤离“安全区”

Чтобы создать условия для прекращения сирийских военных операций, Турция просит курдские вооруженные силы бросить оружие и покинуть «безопасные районы» (17.10.2019)

13.墨尔本疫情黑点设检查站 确保民众遵守一个月居家令

Контрольно-пропускные пункты в мельбурнских черных точках очага коронавируса, чтобы гарантировать, что люди соблюдают месячный запрет на пребывание дома (07.03.2020)

14.成龙疑拍卖房祖名“北京被捕屋”

Джеки Чан подозревает, что аукционный дом называется «Пекинский арестованный дом» (29.08.2020)

15.涉持刮刀伤人续审 黄奕良称演戏有经验 当时“打假拳”

Хуан Илян сказал, что в то время у него был опыт актерского мастерства и «борьбы с поддельными ударами»

28.07.2020

16. 澳洲东部林火恶化 面对灾难性局面

Лесные пожары усиливаются на востоке Австралии, что создает катастрофическую ситуацию (11.11.2019)

17. 男子到处暗装相机 拍亲友裸照当色情小说截图

Мужчины ставили скрытые камеры повсюду, принимая обнаженные фотографии родственников и друзей, как скриншоты порнографических романов (6.07.2020)

18. 特朗普侄女胜诉 爆料新书如期出版

Племянница Трампа выиграла судебный процесс и выяснила, что новая книга выходит в свет в соответствии с графиком (15.07.2020)

19. 通俄报告揭特朗普早年致函普京：“我是你的狂迷！”

В российском отчете говорится, что Трамп писал Путину в ранние годы своей жизни: «Я ваш фанат!» (20.08.2020)

20. 巴西患上冠病孕妇 昏迷中剖腹产下女婴

Бразильская беременная женщина с коронавирусом родила девочку, которая впала в кому (28.05.2020)

2.5 Сложносочиненные предложения в китайских заголовках

1. 为什么中国“侵犯人权”而意大利“承担经济风险”？

Почему Китай «ущемляет права человека», а Италия «идет на экономический риск»? (03.05.2019)

2. 电单车失控人抛飞掉沟渠 送餐员头骨裂昏迷

Мотоциклист не смог справиться с рулем, и мотоцикл упал в канаву
(18.06.2020)

3. 妹带醉友回家 哥涉起色心性侵

«Моя сестра отвела пьяного друга домой, а мой брат участвовал в изнасиловании» (30.09.2020)

4. 墨尔本二次封城防疫失效 过去三周疫情不跌反升

Вторая блокировка Мельбурна для профилактики эпидемии не удалась, и за последние три недели эпидемия не снизилась, а усилилась (08.01.2020)
(01.08.2020)

2.6 Бессоюзные предложения

1. 市民答问大会上隔空较量 特朗普拜登聚焦疫情相互攻伐

Встреча вопросов и ответов граждан в рамках воздушного конкурса прошла успешно, Трамп Байден сосредоточился на эпидемии (17.10.2020)

2. 疑手机遭骇入 德士司机为报复夜烧咖啡店

Таксист, подозреваемый во взломе мобильного телефона, сжигает кофейню в отместку (21.07.2020)

3. 澳菲发现首起疑似病例 亚洲各国纷加强防范措施

В Австралии и на Филиппинах обнаружен первый случай заболевания, азиатские страны активизируют профилактические меры (22.01.2020)

4. 蓬佩奥否定中国对南中国海主权声索 中方责美违背不持立场承诺

Помпей отрицает привлечение Китая на суверенитет в Южно-Китайском море, Китай обвиняет США в нарушении своих обязательств (15.07.2020)

5. 杀女主管逃回马国 清洁工逃死刑

Убившая женщина-надсмотрщик сбежала обратно в Малайзию, уборщица сбежала от смерти (04.11.2020)

6. 疑甫出狱一个月 壮汉涉打死阿伯被控谋杀

Подозреваемый Фу был освобожден из тюрьмы на месяц, силач был обвинен в убийстве после избияния Арбор (15.09.2020)

7. 千禧集团受疫情重创 近半酒楼已重开 改做任点任吃自助餐

Millennium Group сильно пострадала от эпидемии, половина ресторанов открылась заново и теперь работает по принципу шведского стола (21.11.2020)

8. 追二胎高龄产妇早产 儿出生仅巴掌大

Второй ребенок у женщины в возрасте родился недоношенным, он помещился в ладошку (12.12.2020)

9. 失智女医生遗产被索回 675万元捐医学院

Врачу, страдающий деменцией, было возвращено наследство 6,75 миллиона юаней и передано в медицинскую школу (07.02.2019)

10. 占道起纠纷 德士叔杠上私召车司机双双被捕

После оккупационных споров, были арестованы хозяева службы такси (10.01.2021)

11. 摔车起身遭小巴撞 骑士卷车底送院亡

Водитель перевернулся днищем автомобиля, был отправлен в больницу и скончался (20.03.2020)

12.注册慈善机构遭驳回 哈里夫妇传下月返英

Зарегистрированная благотворительная организация отклонена, Гарри и его жена вернутся в Великобританию в следующем месяце (20.06.2020)

13.新山空置民宅遭“寄居”屋主回家男子惊慌逃

Дом в Джохор-Бару "временно пустовал", домовладелец возвращается домой, мужчина находит в своем доме спящих незнакомцев (20.09.2020)

14.英议会暂缓表决约翰逊脱欧协议 欧盟促英方尽快说明下一步

Британский парламент приостанавливает голосование по соглашению Джонсона о Брексите, ЕС призывает Великобританию как можно скорее объяснить следующий шаг (20.10.2019)

15.新天地教会教主跪地道歉 首尔以谋杀罪调查

Лидер церкви Синьяньди становится на колени и извиняется, Сеул расследует убийство (03.03.2020)

16.林火烧死千头毁八成栖林 澳洲树熊陷功能性灭绝困境

Лесной пожар сжигает тысячи голов, уничтожает 80% местообитаний, австралийские коалы сна грани вымирания (26.11.2019)

17.金正恩亲临视察 女兵激动落泪

Ким Чен Ын пришел на построение, женщина-солдат была в слезах (26.11.2019)

18.采自动化路线 人手不足日本菜农用投币储物柜卖菜

Автоматизированный маршрут не укомплектован персоналом, японские овощные фермы используют монетные шкафчики для продажи овощей (19.11.2019)

19.灾难性天气将使林火恶化 澳洲东部两州进入紧急状态

Катастрофическая погода усугубит лесные пожары, два штата на востоке Австралии вводят чрезвычайное положение (11.12.2019)

20.邻居交恶十多年 一家窗口摆臭鞋袜一家每天抽烟

Соседи травят других больше десяти лет, окно в вонючих туфлях и носках, семья каждый день курит (20.07.2020)

21.疫情期间与雇主关系紧张 女佣逃跑个案两个月增一倍

Напряженность в отношениях с работодателями во время эпидемии увеличилась, большинство уборщиц остались без работы (18.05.2020)

22.疫情冲击钻石业 全球钻石库存将达62亿

Эпидемия поразила алмазную промышленность, мировые запасы алмазов достигнут 6,2 миллиарда (06.11.2020)

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Делая выводы по 2 главе, можно заметить, что употребление «простых предложений» в русских и китайских заголовках практически одинакова. Если сравнивать русские и китайские заголовки, то меньше всего в русских заголовках используются «бессоюзные предложения», что напротив, в китайских заголовках они «пользуются спросом». Отметим, что в русских заголовках не только используются «простые предложения, но и в приоритете «назывные».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Краткое и прямое выражение мысли - главный критерий стилистики. Яркость и точность заголовка совершенно необходимы, потому что заголовок - это первое, с чем сталкивается читатель газеты. Первое, на что следует обращать внимание при листании газетной статьи, - заголовок ориентируется на содержание газеты. Цель нашего анализа - проанализировать лексические и синтаксические особенности заголовков российских и китайских газет. Для достижения этой цели было выполнено множество задач: исследование на теоретической основе исследования заголовков газет в СМИ, анализ лексических и синтаксических особенностей заголовков на русском и китайском языках. Это абсолютный начальный отдельный элемент всего текста, используемый для наименования и / или характеристики текста, предсказания содержания, интерпретации текста и придания ему других значений. Рассмотрим различные категории и функции газетных заголовков. В ходе анализа мы определили сходство и различие заголовков российских и китайских газет. Мы определили, какие предложения в русских и китайских заголовках используются больше, а какие меньше.

Сходство и различия в национальной культуре и менталитете Китая и России привели к стилизации газетных заголовков. Благодаря парным иероглифам русское название более лаконично и имеет прямое значение, в то время как китайское название более метафорично, а цель - красивой и симметричной. Сравнивая, мы обнаруживаем, что у нас есть более глубокое понимание этого, что полезно для изучения и преподавания этих языков и укрепляет межкультурные коммуникационные отношения между странами.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Арутюнова Н.Д. Языковая метафора / Н.Д. Арутюнова // Лингвистика и поэтика. – Москва. – 1979. С.147–173.
2. Дзидаханова З.С. Заголовок в газете / З.С. Дзидаханова // Коммуникация в современном мире. Под ред. профессора В.В. Тулупова. – Воронеж. – 2005. – С. 12–14.
3. Добросклонская Т.Г. «Язык средств массовой информации» : учебное пособие / Т. Г. Добросклонская, – Москва: «КДУ» 2012. – 48 с.– ISBN 978-5-98227-469-4
4. Качаев Д.А. Социо–культурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках (на материале российской прессы 2000–2006 гг.) : автореф. дис. канд. филол. наук : 10.02.01 / Качаев Денис Александрович ; Ростов–на–Дону, 2007. – 25 с.
5. Кожина Н.А. Способы выражения заглавия в заглавиях художественных текстов. Проблемы экспрессивной стилистики: учебное пособие / Н.А. Кожина, – Ростов н/Д, 1987. – с. 21–30. – ISBN 5-7507-0356-8
6. Кухаренко В.А. Интерпретация текста : учеб. пособие / В.А. Кухаренко. – Ленинград : Просвещение, – 1979. – 328 с.– ISBN 5-09-000675-X
7. Лазарева Э.А. Заголовок в газете : учеб. пособие / Э.А. Лазарева. – 2–е изд. – Свердловск, 1989. – 96 с. – ISBN 5-7525-0065-6
8. Лазарева Э.А. Заголовочный комплекс текста – средство организации и оптимизации восприятия / Э.А. Лазарева // Проблемы образования, науки и культуры. – 2006. – №40. – С. 158–166.
9. Леонтьев А.А. Психолингвистика текста в СМИ / А.А. Леонтьев // Скрытое эмоциональное содержание текстов СМИ и методы его объективной диагностики. – 2004. – С.57–72.
10. Лип Джан Исследование заголовков в СМИ / Джан Лип // Сборник статей. – 2016. – С.168–170.

11. Лу Цяоци Языково–структурные особенности китайских и российских газетных заголовков / Цяоци Лу // Язык.Коммуникация.Культура. – 2018. – С.65–67.
12. Манькова Л.А. Специфика заголовков в различных газетных текстах / Л.А. Манькова // Ученые записки ТНУ. – 2005. – №4. – С. 1–4.
13. Мао Хуан Классификация газетных заголовков и их виды / Хуан Мао // Сборник научных статей. – 2019. – №49. – С. 183–184.
14. Мельник Г.С. Функции заголовочного комплекса / Г.С. Мельник, А.Н. Тепляшина // Основы творческой деятельности журналиста. – Санкт–Петербург. – 2004. – 272 с.
15. Милованова С.О. Газетный заголовок как средство актуализации смысла / С.О. Милованова // Известия Тульского Государственного Университета : Гуманитарные Науки. – 2010. – №1. – С. 368–372.
16. Миннебаева Д.А. Особенности перевод китайских заголовков / Д.А. Миннебаева // Инновации.Наука.Образование. – 2021. – №185. – С. 215–220.
17. Мужев В.С. О функциях заголовков / В. С. Мужев // Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореза. – Вопросы романогерманской филологии. – Москва, 1970. – №55. – С. 86–94.
18. Мурзин Л.М. Основы дериватологии / Л.М. Мурзин // Конспект лекций. – Пермь: Пермский университет, – 1984. – 84с.
19. М. Блэк Метафора. Теория метафоры / М.Блэк. – Москва : [б. и.], 1990. – С. 153–172
20. Нин Вей Газетные заголовки и их структура / Вей Нин // Сборник научных статей. – 2019. – №43. – С. 368–374.
21. Пешковский А.М. Русский синтаксис в научном освещении /А.М. Пешковский. – Москва. – 2001. – 173 с.– ISBN 5-94457-019-9
22. Разинкина Н.М. Функциональная стилистика английского языка / Н.М. Разинкина. – Москва : Высшая школа. –1989. – 182 с. – ISBN 5-06-000211-

23. Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста / А.Н. Тепляшина. – Санкт–Петербург. – 2004. – 272 с. – ISBN 5-469-00182-2
24. Тертычный А.А. Заголовок – слово главное / А.А. Тертычный, Журналист. – 2004. – № 1. – С. 80–82. – ISBN 978-5-7567-0875-2
25. Тураева З.М. Лингвистика текста: структура и семантика / З.М. Тураева. – Москва : [б. и.], – 1986. – 126 с.
26. Шахматов А.А. Синтаксис русского языка / А.А. Шахматов. – Москва : ЛКИ. – 2007. – 624 с. – ISBN 5-8360-0263-0
27. Шостак М.И. Репортер: профессионализм и этика / М.И. Шостак. – Москва : [б. и.], – 2001. – 137 с.

Исследовательский материал

28. Газета «Комсомольская правда», выпуск от 20 марта 2020, №31 (27106)
29. Газета «Комсомольская правда», выпуск от 17 марта 2020, №29 (27104)
30. Газета «Комсомольская правда», выпуск от 16 января 2020, №3-4 (27078-ч)
31. Газета «Комсомольская правда», выпуск от 8-9 апреля 2020, №39-39-ч (27117-27117-ч)
32. Газета «Комсомольская правда», выпуск от 31 марта 2020, №35 (27110)
33. Газета «Комсомольская правда», выпуск от 23 февраля 2020г, №18 (27093)
34. Газета «Комсомольская правда», выпуск от 24 января 2020г, №7 (27082)
35. Газета «Комсомольская правда», выпуск от 2 апреля 2020, №36-ч (27111-ч)
36. Газета «Комсомольская правда», выпуск от 14 января 2020, №2 (27077)

52. 生活知道. 2019年 5月13日. 4 页
53. 生活知道. 2019年 5月13日. 1 页
54. 生活知道. 2019年 5月13日. 11 页
55. 生活知道. 2019年7月10日. 9页
56. 生活知道. 2019年12月12日. 35 页
57. 生活知道. 2020年10月16日. 27页
58. 生活知道. 2020年9月4日. 17 页
59. 生活知道. 2020年9月11日. 20页
60. 生活知道. 2020年3月13日. 7 页
61. 生活知道. 2020年3月15日. 8 页