

Metaphors deriving from some archetypes require thorough investigation. For instance, the Russian word combination *temnaya lichnost'*, lit. “a dark personality”, denotes an unknown, suspicious, dangerous person (cf. Eng. *A shady character*), while *svetlaya lichnost'* lit. “a light personality”, refers to an individual who is highly respected because of his/her high qualities and moral standards. Both expressions might be the mythological contrast between light and darkness.

It is a well-known fact that cultural peculiarities depend on metaphorical conceptualization. For the Russians, a donkey can be associated with a stereotype of foolish stubbornness as *oslinoye upryamstvo* lit. “donkey obstinacy”, *oslinaya glupost'*. As for native speakers of English, they consider stubbornness to be compared with a mule: *mulish stubbornness* (cf. Eng. *As stubborn as a mule*). Such collocations form a part of lingo-cultural thesaurus[3] and usually stand out against the background of proverbs, sayings and other items of

verbal folklore E.g., *glup kak osel*, lit. “as silly as a donkey”, and *osel na oslye, durak na durake*, lit. “a donkey over a donkey”, “a fool over a fool” (i.e. “there are too many fools around”)

Thus, interpretation of metaphorical collocations often requires reference to the specific cultural patterns. These make a lingo-cultural community perceive concepts as if through the prism of culturally associated images. Since these cultural patterns formulate concepts, they are discussed not only in the terms of metaphorical, but also in those of lingo-cultural creativity.

References

1. Арутюнова Н.Д. Логический анализ языка. Культурные концепты, 1991. PDF (rar), 210-11-23
2. Longman Dictionary of Contemporary English, 1386 p.
3. Vereshchagin E.M. Kostomarov V.G. <https://docplayer.com/30630042-Yazyk-i-kultura>

УДК 81

ОСОБЕННОСТИ РУБРИКАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТЫ «РЕСПУБЛИКА БАШКОРТОСТАН»)

Полякова Е.В.

*доцент кафедры русского языка и методики его преподавания филологического факультета
Башкирский государственный университет
Россия, Республика Башкортостан, 450074 г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32.*

FEATURES OF THE RUBRICATION OF A PERIODICAL (ON THE EXAMPLE OF THE NEWSPAPER “REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN”)

Poliakova E.V.

*Associate professor of the department of the Russian language
and methods of its teaching,
Faculty of philology
Bashkir State University
Russia, Republic of Bashkortostan, 450074 Ufa, 32, Zaki Validi st.
DOI: 10.31618/ESU.2413-9335.2022.6.94.1610*

АННОТАЦИЯ

Настоящая статья посвящена изучению структурных особенностей республиканской общественно-политической газеты «Республика Башкортостан», среди которых особое внимание уделено рубрикации. Выявляются информационная и аттрактивная функции рубрики. Подчеркиваются основные принципы рубрикации материала в периодических изданиях.

ANNOTATION

This article is devoted to the study of the structural features of the republican socio-political newspaper “Republic of Bashkortostan”, among which special attention is paid to rubrication. The informational and attractive functions of the rubric are revealed. The basic principles of rubricating material in periodicals are emphasized.

Ключевые слова: периодическое издание, рубрика, информационная функция, аттрактивная функция, поликодовый текст.

Key words: periodical, heading, information function, attractive function, polycode text.

В предлагаемой статье рассматриваются структурные особенности республиканской общественно-политической газеты «Республика Башкортостан». Материалы на газетной полосе размещаются и оформляются при помощи следующих средств: обыкновенный заголовок и подзаголовок, шапка и рубрика. Данные средства

используются, чтобы читательская аудитория имела представление о теме и содержании текста.

Остановимся на следующих способах оформления текста подробнее:

– рубрика обычно носит постоянный характер и, чаще всего, размещается на одних и тех же страницах периодического издания. Например,

первую страницу номера газеты «Республика Башкортостан» открывает рубрика «Тема дня»;

– обыкновенный заголовок следует за названием рубрики, предваряет различные виды газетных статей и дает читателю первичное представление о потенциальном содержании публикации. Так, статья, озаглавленная «Коронавирус, вон из класса!», будет, очевидно, посвящена актуальной в настоящее время информации о распространении новой коронавирусной инфекции;

– подзаголовок дает уточняющую, конкретизирующую информацию, дополняя и разворачивая содержательно стоящий над ним заголовок. Так, под заголовком «Коронавирус, вон из класса!» в рассматриваемом нами выпуске следует подзаголовок «Как школы Уфы готовятся к новой четверти» [6]. Подзаголовок поясняет, что речь в статье пойдет о мерах борьбы с вирусом в образовательных учреждениях.

– изображение также, на наш взгляд, является своего рода подзаголовком, невербальным компонентом текста статьи, поскольку тематически поддерживает и раскрывает содержание вербального компонента текста. Так, под рассматриваемой нами статьей помещена фотография людей в специальной одежде, обрабатывающих помещение учебного класса с помощью спецоборудования. Данное изображение дает понять, как именно школы готовятся начать новую учебную четверть.

Здесь следует отметить особенности оформления первой полосы газеты, поскольку она значительно отличается от других, как и представленная на ней информация. На первой полосе периодического издания обычно размещается название газеты, анонсы материалов текущего тиража и, чаще всего, наиболее срочные и важные новости.

Оформление первой полосы газеты призвано выполнять такие задачи, как привлечь внимание читателя к содержанию выпуска номера и дать начальное представление о том, какую информацию можно почерпнуть в нем. Основные элементы, расположенные на первой полосе выпуска – это собственно название газеты и анонсы [3; 4]. Так, например, в газете «Республика Башкортостан» само название расположено сверху по центру, напечатано жирным шрифтом крупного размера. Ниже, горизонтальной полосой, расположены анонсы новостей с указанием страниц, на которых расположена соответствующая информация. В рассматриваемом нами выпуске анонсы «Коровы против агрохолдингов. Страница 2>>>», «Копеечных айфонов не бывает. Страница 4>>>», «Люди и кошки Никаса Сафронова. Страница 8>>>» [6] направляют читателя на указанные страницы с анонсируемыми статьями и также сопровождаются цветными фотографиями, иллюстрирующими новостное событие.

Переходя к последующим внутренним полосам выпуска, следует отметить, что их

оформление значительно отличается от оформления первой полосы. Так, например, фотографии на первой полосе газеты цветные, в то время как на последующих страницах изображения черно-белые. Этот факт еще раз говорит о том, что основная задача первой полосы – привлечение внимания читателя.

Еще одно отличие первой полосы газеты «Республика Башкортостан» от последующих – рубрикация. Основные рубрики первой полосы издания призваны, как мы уже упоминали, выполнить аттрактивную функцию, то есть привлечь внимание. Эти рубрики, в основном, носят информационный характер. Так, основными рубриками первой полосы являются рубрики «Тема дня», «Новости», «Фотофакт», «Постфактум», информирующие читателя о событиях, происходящих в республике. Отметим здесь также, что статьи, размещенные под соответствующими рубриками, небольшие по объему, содержат, в основном, лишь фактическую информацию. Например, заголовки заметок в рубрике «Новости» непосредственно и содержат саму новость: «Безработным перестанут оформлять больничные», «Башкирия нуждается в десяти дополнительных полигонах ТКО», «Люди отдыхали, овощи дорожали», «К выходным снова начнутся метели». Практически все статьи сопровождаются цветными фотографиями.

Что же касается второй и последующих полос выпуска, то рубрики на них все меньше касаются непосредственных новостей, описывающих события, происходящие здесь и сейчас. Рубрики более разнообразны по тематике, более разноплановы. Из затронутых тем можно выделить экономику, здравоохранение, историю, культуру. Так, экономические проблемы республики затронуты в статьях рубрик «Жилье», «Нацпроекты» [5]; проблемы здравоохранения затронуты в рубрике «Здоровье»; истории – в рубриках «Послевоенная история» и «Даты, события»; культуры – в рубриках «Конкурсы», «Выставки». Следует отметить, что статьи на этих полосах отличаются гораздо большим объемом. Публицистические жанры материалов также различны – здесь встречаются интервью и авторская аналитика.

Говоря об основных принципах рубрикации в периодических изданиях, необходимо учитывать тот принцип, что рубрики должны быть постоянными и встречаться в каждом номере или чередоваться в определенной последовательности из номера в номер. Если руководством издания принимается решение о ведении новой рубрики, то оно должно быть обоснованным, т.е. необходимо понимать, что рубрика должна стать постоянной, а значит, ее тематика должна быть интересной для читателя, а авторы должны иметь постоянные источники пополнения информационного материала [1].

Одной из ошибок некоторых издательств является создание новых рубрик для каждой статьи, когда рубрики используются как альтернативные

заглавия статей. Нужно также учитывать, что постоянство рубрик привлекает внимание и удерживает читателя, поскольку читательские интересы настолько же разнообразны, насколько разнообразны тематики рубрик [7]. Постоянные читатели целенаправленно приобретают периодические издания, в которых особым интересом для них пользуются определенные рубрики: так, кто-то предпочитает лишь новостные статьи, в то время как другие склонны пропускать новости о политике и экономике, но по-настоящему интересуются культурными событиями [2].

В заключение подытожим основные принципы выбора рубрики. Во-первых, тематика рубрики должна совпадать с содержанием представленной под ней статьи. Во-вторых, тематика рубрик должна быть максимально широкой для охвата материала любого содержания. В-третьих, рубрикация в рамках одного и того же периодического издания должна быть постоянной.

Литература

1. Гуревич С.М. Газета вчера, сегодня, завтра [Текст]: учеб. Для вузов / С.М. Гуревич. – М.: Аспект-пресс, 2004.
2. Картер М. Современный дизайн газет [Текст] учеб. Пособие / М. Катер. – М.: Академия, 1995
3. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста [Текст]: учеб. Для вузов / Г.В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2001.
4. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики [Текст]: учеб. Для вузов / Е.П. Прохоров. – М: РИП-холдинг, 1998.
5. Республика Башкортостан. – 11 января 2022 г. – № 2.
6. Республика Башкортостан. – 14 января 2022 г. – № 4.
7. Титлова А.С., Полякова Е.В. Особенности современного масс-медийного текста [Текст] / А.С. Титлова, Е.В. Полякова. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2021. – Т.26. – №3. – С. 828-831.