

АКТУАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА СЕМЬЯ/FAMILY В ЗАГОЛОВОЧНЫХ КОМПЛЕКСАХ НОВОСТНЫХ ИНТЕРНЕТ-ГАЗЕТ

Т. В. Борисенко

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Рассмотрены заголовочные комплексы популярных интернет-изданий. В качестве материала исследования использованы данные с сайтов «Российская газета», «Лента.ру», «Нью-Йорк Таймс» и «Уолл-стрит джорнэл». В результате анализа выявлены некоторые признаки концепта СЕМЬЯ/FAMILY в русской и американской лингвокультурах, определен центральный признак, указаны различия в актуализации рассматриваемого концепта. Также отмечены особенности реализации концепта в заголовочных комплексах новостных интернет-СМИ.

Ключевые слова: *концепт, категориальный концепт, лингвокультура, семья, заголовок, заголовочный комплекс, новостная статья.*

Введение

В настоящее время исследователи отмечают тот факт, что семья постепенно теряет свой статус высшей ценности в обществе [1; 4; 5]. В связи с этим возникает острая необходимость укрепления института семьи, восстановления ее статуса [8. С. 115]. Таким образом, актуальность исследования обусловлена современной обстановкой в сфере семейной жизни. Цель статьи — определение и сравнение ведущих признаков концепта СЕМЬЯ/FAMILY в русской и американской культуре, актуализированных в новостных заголовочных комплексах интернет-СМИ. Материалом исследования послужили популярные интернет-издания РФ и США. В работе использованы методы концептуального анализа и анализа дискурса, структурный метод.

Особенности и функции заголовков статей СМИ

Каждая статья обладает определенным набором элементов. Некоторые из них связаны с текстом статьи, но не являются ее частью. Это компоненты заголовочного комплекса. В заголовочный комплекс входят заголовки, подзаголовки, вставки, врезки, анонсы [6. С. 158—159]. Сюда же относятся внутренние заголовки, эпиграфы, вставки и др. [11. С. 238]. Указанные элементы необходимы для передачи основного положения текста, сжатого содержания статьи. Э. А. Лазарева отмечает, что заголовочный ансамбль (комплекс) и его отдельные элементы играют информативно-ориентирующую роль, они позволяют реципиенту получить представление о содержании материалов. На ос-

нове полученной информации читатель принимает решение о необходимости дальнейшей работы с текстом [6. С. 158—159].

Исследователи отмечают, что заголовок несет в себе смысловую нагрузку, обозначает тему материала [6; 11]. Кроме того, заголовки обладают рекламно-экспрессивной, графически-выделительной, эмоционально-оценочной функциями. Названия текста могут вызвать в сознании читателя ряд ассоциаций, связанных с фоновыми знаниями, активизировать «оценочный фон». Заголовок также играет немаловажную роль в процессе восприятия текста. Читающий держит его в поле зрения, что позволяет контролировать понимание материала, интерпретировать его в определенном ключе. После прочтения текста реципиент запоминает заголовок, что позволяет сохранить информацию статьи в сжатом виде [6. С. 160]. Таким образом, проявляется компрессионная функция заголовка как элемента заголовочного комплекса. Такая функция становится актуальной в современном мире из-за обилия информации, которую получают реципиенты [11. С. 240]. Кроме того, заголовки как часть заголовочного ансамбля играют воздействующую роль на читателя. Они представляют собой лаконичную, содержательную единицу, способную заинтересовать реципиента, стать причиной конфликта, создать интригу [Там же с. 241].

В заголовках новостей важными функциями становятся информативная и рекламная. И. В. Высоцкая и П. Н. Кочетков отмечают, что многие реципиенты не дочитывают текст новостного сообщения, поэтому в новостях в первую очередь представляются самые важные данные, а потом

описываются детали событий. Кроме того, читатели интернет-источников нередко получают информацию о событиях только через заголовки, не переходя по ссылке к тексту самой статьи, что повышает роль новостного заголовка интернет-статьи. Исследователи в связи с этим называют интернет-заголовки новостей «новой медийной формой». Еще одной особенностью новостных заголовков в сети Интернет является необходимость использования в них ключевых слов, которые позволяют находить статью через поисковые системы. В то же время заголовок должен оставаться уникальным [3. С. 89—92].

Т. А. Воронцова отмечает, что в заголовке не всегда четко отражены события, описанные в текстах. Это связано со стремлением адресанта заинтересовать читателя, привлечь его внимание «сильнодействующими» языковыми и речевыми средствами. Выделяют преднамеренные и непреднамеренные деформации. К первым относятся такие приемы, как редукция значительных событий, вынесение на первый план второстепенного фактора, выбор синонима, максимально воздействующего на читателя. Непреднамеренные деформации искажают факты событий, описанных в статье, за счет нарушения языковых и речевых норм. Такие изменения смысла особенно актуальны в интернет-пространстве в связи с «оторванностью» заголовка от текста статьи. Деформации заголовков могут привести к потере доверия к источнику информации, снижению авторитета издания [2].

Актуализация концепта в интернет-заголовках новостных СМИ

В нашей работе мы придерживаемся следующего объяснения сущности концепта: концепт — это «термин, служащий объяснению единиц ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека, оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [12. С. 90].

В содержание концепта входят отдельные концептуальные признаки объективного и субъективного мира. Они отражаются в сознании и отличаются между собой по степени абстракции [7. С. 60]. В целом концепт обладает сложной структурой. З. Д. Попова и И. А. Стернин указывают, что слои концепта перемещаются и изменяются, так как

концепт функционирует и реализуется в разных ситуациях по-разному [10. С. 17]. М. В. Никитин указывает на то, что содержание и структура концепта обусловлены строением окружающего мира, структурой и содержанием деятельности человека в этом мире [9. С. 53].

Мы считаем возможным частично реконструировать содержание концепта через исследование новостных заголовочных комплексов СМИ. Как отмечалось выше, заголовки содержат важную информацию, представленную в статье, что, соответственно, позволит исследователю обнаружить основные признаки рассматриваемого концепта. Кроме того, каждая функция заголовков и заголовочного комплекса позволяет раскрыть дополнительные смыслы, заключенные в концепте. Так, эмоционально-оценочная функция указывает на отношение к концепту, рекламная функция позволяет определить, какие признаки «навязываются» или «внедряются» в сознание реципиента в настоящий момент. Таким же эффектом обладают преднамеренные деформации заголовков. Они подталкивают читателя к необходимой интерпретации текста статьи.

СЕМЬЯ в русских новостных интернет-изданиях

Политика, проводимая государством в направлении развития/изменения семейных ценностей и семьи, в определенной мере отражена в новостных заголовочных комплексах СМИ. Анализ заголовков в таком случае позволяет выявить официально «одобренные», «пропагандируемые» признаки рассматриваемого концепта, которые должны войти в сознание граждан.

Было рассмотрено официальное издание Правительства РФ — «Российская газета» (электронный адрес: <https://rg.ru>). На сайте публикуются государственные документы, освещаются события, приводятся интервью и комментарии официальных лиц. Сайт «Российской газеты» представляет материалы следующих изданий, имеющих печатную версию: «Российская газета», «Российская газета: Неделя», журнал «Родина», региональные тематические приложения, тематические приложения, «Союз. Беларусь / Россия».

Отбор заголовочных комплексов производился путем ввода в поисковой строке лексической единицы *семья*, актуализирующей концепт СЕМЬЯ. Рассматривался период с 01.01.2021 до 01.05.2021. Поисковая система предложила 4651 статью по данному запросу. Такое большое количество статей,

посвященных семье, указывает на внимание государства и власти к институту семьи в стране. При анализе не отмечено ни одной преднамеренной или непреднамеренной деформации заголовков, что говорит о тщательном контроле со стороны редакции над содержанием опубликованных материалов.

В первую очередь обращает на себя внимание обилие заголовков с лексическими единицами, выражающими значения *помощь* и *поддержка* («Где можно получить адресную и продовольственную помощь», «Кого и зачем государство поддерживает продуктами», «Скорая помощь для мамы», «В Ульяновской области дополнительно поддержат семьи», «Какие меры поддержки полагаются семьям с детьми в 2021 году» и др.). Также обнаружены заголовки, объявляющие о материальной помощи семьям. Это заголовки, в состав которых входят следующие лексемы и их производные: *субсидии, льготы, пособия, пенсии, выплаты, капитал, страховка, бонус* и др. («Минтруд: до нового года выплаты получили 96 % семей с детьми до 7 лет», «Пенсии, пособия и другие выплаты»). Следует отметить также, что встречается несколько статей, осуждающих местные власти за ненадлежащую поддержку семей и обман («Воздушный надел», «Музыка не кормит»). Таким образом, видно, что такой признак, как «нуждающийся в поддержке/помощи», является одним из ключевых признаков рассматриваемого концепта, освещенных в официальных СМИ.

Признакам «материнство» и «забота о ребенке» также уделено большое внимание. В первую очередь они проявляются в заголовках к статьям о материальной поддержке семьи («Многодетные семьи Тюменской области смогут покупать новое жилье», «Деньги для мамы», «Ясли с бонусом»). Помощь в данном случае оказывается именно семьям с детьми, что подчеркивает приоритетность государственной политики в области защиты детства и материнства.

В структуру категориального концепта СЕМЬЯ входит подкатегориальный концепт ДОМ. В заголовках рассматриваемого интернет-издания прослеживается идея необходимости наличия жилья у каждой семьи. В связи с этим признак «свой дом» проявляется в заголовках с лексическими единицами *ипотека, дом, квартира, жилище, жилье, метр, новоселье, этажность* и др. («Метр господдержки», «Субсидии на новоселье», «Дом с видом на поле», «Льготникам хотят выдавать квартиры в новостройках вместо сертификатов»). Сюда же относятся статьи об оказании помощи сельским жителям

(«Оставить, нельзя отбирать!», «Не только на козу»). Здесь в состав концепта ДОМ добавляется признак «своя земля».

Если говорить о содержании заголовков, примечательно то, что не все из них напрямую обозначают тему или проблему, указанную в самой статье. В таком случае необходимо обращать внимание на элементы заголовочного комплекса, в частности на внутренние заголовки. Так, например, заголовок «Мама с большой буквы» требует пояснения: «Зачем семья новосибирских тройняшек с ДЦП ведет свой блог». Такие двусмысленные заголовки используются для привлечения внимания читателя к статье, побуждают его пройти по ссылке для получения более подробной информации.

Очевидно, что возможности сайта влиять на сознание читателей и восприятие ими событий обусловлено большой аудиторией и немалым количеством просмотров. Одним из самых популярных российских новостных интернет-изданий на сегодняшний день является сайт «Лента.ру» (<https://lenta.ru/>). Здесь публикуется информация о происходящем в России и во всем мире. Для анализа были отобраны заголовочные комплексы, предложенные поисковой системой сайта при вводе лексемы *семья*. Поиск был ограничен набором статей, входящих в рубрику *Россия*, и временным промежутком с 01.01.2021 до 01.05.2021. По запросу найдено всего 41 совпадение. В приведенных примерах оставлены орфография и пунктуация издания.

Заголовки журнала в основном представляют собой цитаты участников интервью. Они не всегда выражают главную мысль статьи, а представляют противоположное мнение. Таким образом, в «Лента.ру» важную роль играют подзаголовки и лиды, которые расшифровывают основной смысл.

В издании «Лента.ру» отражен признак «нуждающийся в поддержке/помощи» («Как шведский стол спасет здоровье школьника», «ЖКХ для людей»). Статьи содержат информацию о том, какую помощь предлагают осуществить разные политические партии. Кроме того, обнаружено больше статей, подчеркивающих, что существующее правительство не помогает в сложных ситуациях, а человек должен надеяться на поддержку близких либо неравнодушных людей (волонтеров, например). В основном это статьи о проблемах со здоровьем. В заголовках присутствуют местоимения *сам, себя, я* («Меня никто не спасал, главный спаситель себя — это я», «Я спросила врача: мне завещание писать надо?», «Мне казалось, что на всем свете я одна такая»). Таким образом, в рассматриваемом

издании признак «нуждающийся в поддержке/помощи» раскрывается с другой точки зрения.

Признак «забота о ребенке» выражен слабо. Он актуализируется в заголовочных комплексах статей о тяжелом заболевании детей, либо о детях-сиротах («Я помню, как мы расходимся с Димой, и он плачет», «Старая модель разрушилась»).

В «Лента.ру» отмечены признаки концепта СЕМЬЯ, не проявившиеся в «Российской газете». В частности, признак «здоровье», который также отражен в заголовках о тяжелых заболеваниях и о борьбе с вирусами, в том числе с коронавирусом («Противовирусные действия», «Надо найти источник вируса, иначе все повторится»).

Признак «насилие», по нашему мнению, тесно связан с признаком «нуждающийся в поддержке/помощи» и является его подпризнаком, так как проявляется в порицающих насилие статьях, где авторы подчеркивают необходимость помощи жертвам насилия. Такие заголовки содержат негативно окрашенные слова, лексические единицы со значениями «смерть», «нанесение вреда» («Увидел, что племянница курит, и убил», «Сказал, что найдет их и зарежет», «Все слышали, как ее убивают»).

Итак, анализ интернет-изданий показал, что центральным признаком концепта СЕМЬЯ, реализованным в современных СМИ, является признак «нуждающийся в поддержке/помощи». Многие другие обнаруженные признаки в той или иной мере связаны с центральным. Также отмечено различие подходов редакций рассматриваемых сайтов к актуализации выделенных признаков.

FAMILY в американских новостных интернет-изданиях

Особенностью СМИ в США является то, что в стране нет изданий, принадлежащих правительству. Все средства массовой информации принадлежат различным частным компаниям, которые и определяют политику журнала. Среди популярных изданий, имеющих свою интернет-платформу, — газеты «Нью-Йорк Таймс» (The New York Times с адресом: <https://www.nytimes.com>) и «Уолл-стрит джорнэл» (The Wall Street Journal с адресом: <https://www.wsj.com>). Заголовки на их сайтах играют немаловажную роль, так как доступ пользователей к полным статьям ограничен. Для получения полного доступа необходимо зарегистрироваться и оплатить подписку. Вероятно, это одна из причин, по которой в заголовках и подзаголовках четко отражена содержащаяся в статье информация.

Рассмотрим газету «Нью-Йорк Таймс». Мы отобрали заголовки путем ввода в поисковой строке в разделе US (США) лексической единицы *family*, актуализирующей концепт FAMILY в английском языке. Рассматривался период с 01.01.2021 до 01.05.2021. Поисковая система предложила 1287 статей по данному запросу. Материалы освещают политические и иные события, затрагивающие отдельные семьи или вопросы, так или иначе связанные с семейной жизнью граждан США и иностранцев.

В издании ярко отражен признак «нуждающийся в поддержке/помощи». Он актуализируется в статьях разной тематики, что позволяет отнести его к ядерному признаку концепта FAMILY. Заголовки, актуализирующие данный признак, содержат лексические единицы, указывающие на финансовую, материальную и моральную помощь со стороны государства и различных организаций: *stimulus package/bill, aid, care, save, give* и др. (New Stimulus Package Brings Big Benefits to the Middle Class; Biden Is Giving Childcare “Prime-Time Attention”. Can He Actually Transform It?). Во многих статьях этой группы реализуется также признак «забота о ребенке» (Child Care in Crisis. Can Biden Save It?; Democrats to Unveil up to \$3,600 Child Tax Credit as Part of Stimulus Bill). Признак «забота о ребенке» обнаружен в статьях издания, актуализирующих и другие признаки концепта FAMILY. Он реализуется через такие лексические единицы и их морфологические варианты, как *child, kid, teen*. Кроме того, признак «нуждающийся в поддержке/помощи» проявляется в статьях с признаками «родительство», «материнство», «женщина-мать» (Why Mothers Are Skeptical about All the Promises of Pandemic Aid; Utah Will Require Fathers to Help with Pregnancy Bills).

Внимание правительства к здоровью своих граждан отражено в признаке «здоровье», который актуализирован в заголовках о коронавирусе и абортах (Supreme Court Revives Abortion-Pill Restriction; A Family’s Search for Answers: Did their Brother Die of Covid?).

С признаками «забота о ребенке» и «нуждающийся поддержке/помощи» также тесно связан признак «детское образование». В настоящее время в связи с пандемией острым вопросом остается проблема получения образования. В связи с этим статьи о сложностях современного образования, финансирования учебных заведений, поддержке семей, в которых есть школьники, актуализируют также концепт FAMILY (Biden wants to direct billions

in education funding to community colleges; Missing in School Reopening Plans: Black Families' Trust).

Признак «насилие» выражен в американском издании более ярко, чем в российских СМИ. На сайте поднимаются проблемы, связанные с насилием внутри семьи и со страданиями/борьбой членов семьи в ситуациях, когда над их родственником было совершено насилие. В заголовках таких статей преобладают лексические единицы с отрицательной коннотацией: *violence, arrest, kill* (Louisiana Woman Arrested in Case of Teen Found Dead in a Field; Vice President Harris Expresses Sympathy for Families of Victims).

Следует особо выделить признак «единство», актуализированный в издании. Он проявляется в заголовках разной тематики, подчеркивая значимость объединения и поддержки членами семьи друг друга (Joy, Love, Grief: How It Looks When Families Reunite; Family of North Carolina Man Killed by Deputies Is Shown 20-Second Video).

Для анализа материалов из газеты «Уолл-стрит джорнэл» проведен аналогичный отбор заголовков за период с 01.01.21 по 01.05.2021. Поисковая система сайта не позволяет проводить отбор по темам статьи, поэтому с данного сайта рассмотрены все материалы, предложенные программой на запрос *family* (2506 статей). Часть статей были исключены из анализа, так как не актуализировали непосредственно рассматриваемый концепт, а лишь содержали лексему *family* в тексте.

В результате исследования выделены признаки концепта СЕМЬЯ, актуализированные и в газете «Нью-Йорк Таймс»:

1. «Нуждающийся в поддержке/помощи» — признак реализован в меньшем количестве заголовков, чем в предыдущем американском издании. Вербализован в том числе через лексические единицы *done, allow, give, asylum* и др. Признак актуализирован в нескольких смыслах: поддержка со стороны государства (What Biden Has Done on Taxes, Border, Policing and More), поддержка внутри семьи (When to Give Inheritance Money to Your Kids). Все заголовки отражают вопросы финансовой помощи.

2. «Забота о ребенке», «родительство», «материнство» — объединены общей направленностью. Все признаки актуализируются в заголовках, объявляющих о помощи семьям, указывающих на основные актуальные проблемы, с которыми столкнулись семьи, описывающих порядок действий в определенных ситуациях, рекомендующих товары для данной группы населения. Вербализованы признаки посредством лексических единиц с со-

ответствующими значениями: *mother, mom, pop, child* и т. п. (What to Do if Your Child Is Sick With Covid-19; Lockdowns Starve Mom and Pop).

3. Признак «детское образование» актуализируется через заголовки с лексическими единицами, обозначающими детские учебные заведения (*school, college*), наименования учащихся (*students*) и образовательного процесса (*education*). Например: New York City School Buildings Still Missing 582,000 Students; How Biden's Tax Plan Affects Student Debt.

4. «Здоровье» реализуется в заголовках о пандемии, решении психологических проблем, лечении различных заболеваний (Is Drug Good for Some Alzheimer's Patients?; As Vaccines Flood the U.S., Covid-19 Soars Where Shoots Are Scarce).

5. «Единство» вербализуется в материалах с лексемой *together* и в статьях о британской королевской семье («Together Together»: Parental Instincts; Prince Philip's Funeral Brings Royal Family Together). Признак также актуализируется вкупе с признаком «связь поколений» (A Dad Fights to Bring Back School Sports. His Son Moves On; The Granddaughter Revitalizing Her 94-Year-Old Grandmother's French Design Glory) и с признаком «совместное времяпровождение» (The Family-Friendly Workout to Fight Cabin Fever).

6. Признак «насилие» актуализируется так же, как и в газете «Нью-Йорк Таймс». Примерами могут быть заголовки: Violence Spurs Many Asian-Americans to Activism for First Time; Two Deputies Killed in North Carolina Standoff: Suspect and Two Family Members Also Dead. У данного признака можно выделить подпризнак «интимные отношения»: Sex-Abuse Accusations Roil French Establishment.

В газете «Уолл-стрит джорнэл» также выделены признаки концепта FAMILY, не актуализированные в анализируемом материале газеты «Нью-Йорк Таймс». К ним относятся признаки, раскрывающие разные стороны семейной жизни. Например, «свой дом», «своя земля», «наличие домашних питомцев», «ведение хозяйства». Признаки «свой дом», «своя земля» реализуются в несколько ином свете, чем аналогичный признак в русской культуре. В данном случае он актуализирован в статьях о проблемах, связанных с приобретением/арендой жилья, ростом цен на недвижимость, советами об улучшении жилищных условий (Why Black Homeownership Lags Badly in Minneapolis; These High-Tech Garden Tools Will Do Your Yard Work for You).

Особенно стоит отметить признак, который встретился только в «Уолл-стрит джорнэл», —

«потребительство». Семью рассматривают как субъект потребления. Ей активно предлагаются различные виды товаров и услуг (What to Watch: 10 Shows and Movies to Stream This Weekend; Travel and Tourism Brands Boost Marketing and Tailor Messages). Вероятно, данный признак проявился в газете в связи с тем, что поисковая система данного сайта не позволила исключить рекламные статьи. Предполагаем, что данный признак можно обнаружить и в других русских и американских изданиях.

Выводы

Итак, анализ русских и американских новостных заголовков позволил выявить следующие особенности содержания концепта СЕМЬЯ/FAMILY. В обеих культурах обнаружены аналогичные признаки, реализующие рассматриваемые концепты. Так, в центре внимания стоит признак «нужда-

ющийся в поддержке/помощи». Кроме того, к общим признакам следует отнести «здоровье», «свой дом», «родительство», «забота о ребенке», «материнство», «насилие». При этом наблюдается разное наполнение выделенных признаков в разных культурах. В американских газетах также выделены признаки «единство», «домашние питомцы», «потребительство», «интимные отношения».

В результате исследования определены некоторые особенности реализации признаков концептов в заголовочных комплексах. Один и тот же признак может быть освещен с разных позиций (например, с положительной или негативной оценкой). Заголовок и заголовочный комплекс нередко актуализирует несколько разных признаков концепта. Кроме того, некоторые признаки содержат в себе подпризнаки, которые обладают дополнительным к основному признаку, но более узким содержанием.

Список литературы

1. Булгакова С. А. Кризис семьи и традиционных устоев в современном обществе // Инновационная наука. 2016. № 5-1 (17). С. 215—217.
2. Воронцова Т. А. Новостной заголовок как репрезентант события // Политическая лингвистика. 2017. № 6 (66). С. 21—25.
3. Высоцкая И. В., Кочетков П. Н. Заголовок интернет-новости как когнитивная модель ситуации // Вестник НГУ. Сер.: История, филология. 2018. Т. 17, № 6: Журналистика. С. 89—96.
4. Гурджиян М. В. Кризис семьи в современной России и пути его преодоления // Общество: философия, история, культура. 2017. № 1. С. 59—62.
5. Карпова А. В. Кризис формирования семейных ценностей как отражение современного состояния семейно-брачных отношений // Государственное и муниципальное образование. Ученые записки СКАГС 2013. № 3. С. 206—213.
6. Лазарева Э. А. Заголовочный комплекс текста — средство организации и оптимизации восприятия // Известия Уральского государственного университета. 2006. № 40. С. 158—166.
7. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика: учеб. пособие. Минск: ТетраСистемс, 2008. 272 с.
8. Мжельская Е. В. Современные подходы к сущности понятия «семейные ценности» // Самарский научный вестник. 2013. № 4 (5). С. 113—116.
9. Никитин М. В. Развернутые тезисы о концептах // Вопросы когнитивной лингвистики. 2004. № 1. С. 53—64.
10. Язык и национальное сознание: Вопросы теории и методологии: коллектив. моногр. / З. Д. Попова, И. А. Стернин [и др.]. Воронеж, 2002. 314 с.
11. Прохорова К. В. Заголовочный комплекс в медиатексте: особенности функционирования // Вестник СПбГУ. Сер. 9. 2012. Вып. 1. С. 238—246.
12. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов. М.: МГУ, 1997. 245 с.

Сведения об авторе

Борисенко Татьяна Владимировна — кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретического и прикладного языкознания Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. tatiana-tv11@yandex.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.

2021. No. 7 (453). *Philology Sciences. Iss. 125. Pp. 15—21.*

CONCEPT ACTUALIZATION IN HEADINGS

T. V. Borisenko

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. tatiana-tv11@yandex.ru

This article deals with the means of concept actualization in the Internet news headings. The study is based on the material from popular American and Russian Internet newspapers. Headings reflect important modern features of concepts, namely categorical concept FAMILY. The research showed that Russian and American linguoculture contain similar features of the studied concept. In the center of attention of both cultures is family as an “object of support and care”. Moreover, the author found out some peculiarities of the concept actualization. In Mass Media its features can be represented differently in different cultures. For example, “owning a dwelling” feature is actualized through the idea of supporting and helping families to acquire a place to live in Russian newspapers, while American newspapers show the feature from the position of a consumer. Another point that is worth mentioning is that one heading can actualize several features of a concept. The author also notices that some features have subfeatures that contain additional narrower meaning.

Keywords: *concept, categorical concept, linguoculture, family, heading, newspaper article.*

References

1. Bulgakova S. A. (2016) *Innovacionnaja nauka*, no. 5-1 (17), pp. 215—217 [in Russ.].
2. Voroncova T. A. (2017) *Politicheskaja lingvistika*, no. 6 (66), pp. 21—25 [in Russ.].
3. Vysockaja I. V., Kochetkov P. N. (2018) *Vestnik NGU. Serija: Istorija, filologija*, vol. 17, no. 6, pp. 89—96 [in Russ.].
4. Gurdzhijan M. V. (2017) *Obshhestvo: filosofija, istorija, kul'tura*, no. 1, pp. 59—62 [in Russ.].
5. Karpova A. V. (2013) *Gosudarstvennoe i municipal'noe obrazovanie. Uchenye zapiski SKAGS*, no. 3, pp. 206—213 [in Russ.].
6. Lazareva E. A. (2006) *Izvestija Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 40, pp. 158—166 [in Russ.].
7. Maslova V. A. *Kognitivnaja lingvistika [Cognitive linguistics]*. Minsk, TetraSistems. 272 p. [in Russ.].
8. Mzhel'skaja E. V. (2013) *Samarskij nauchnyj vestnik*, no. 4 (5), pp. 113—116 [in Russ.].
9. Nikitin M. V. (2004) *Voprosy kognitivnoj lingvistiki*, no 1, pp. 53—64 [in Russ.].
10. Popova Z. D., Sternin I. A. [et al.]. (2002) *Jazyk i nacional'noe soznanie: Voprosy teorii i metodologii [Language and national consciousness: theoretical and methodological questions]*. Voronezh. 314 p. [in Russ.].
11. Prohorova K. V. (2012) *Vestnik SPbGU. Ser. 9, iss. 1*, pp. 238—246 [in Russ.].
12. Kubrjakova E. S. (1997) *Kratkij slovar' kognitivnyh terminov [Short dictionary of cognitive terms]*. Moscow. 245 p. [in Russ.].