

Преимущества данной системы выявляются в:

- 1) прогнозировании протекания образовательного процесса;
- 2) возможности получения своевременной информации о нарушении ритма работы группы в целом или отдельного студента;
- 3) активном участии студентов в контроле и оценке своих знаний;
- 4) мотивации направления студентов на успех в учебно-познавательной и исследовательской деятельности;
- 5) рейтинговая система выступает как средство самодиагностики студента (на какой балл я учусь сейчас, какую тему надо подтянуть, на какой балл я могу претендовать на аттестации и т.д.);
- 6) использование рейтинговой системы способствует значительному повышению объективности контроля знаний студентов и в конечном итоге эффективности и результативности учебного процесса в целом.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Огай Т.Ч. Рейтинговая аттестация студентов // Специалист. – 1999. – №7.
2. Костылев Ф.В. Учить по-новому: Нужны ли оценки – баллы., 2000.
3. Громова Т. Не оценивать, а мотивировать // Управление школой. – 2005.
4. Диканская Н.Н. Оценочная деятельность как основа управления качеством образования.// Стандарт и мониторинг в образовании. – 2003. №3.
5. Галевский Г.В. Современные вопросы теории и практики обучения в вузе. – Новокузнецк, 2004.

### ЗНАЧЕНИЕ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ

*Кожухова Т.Г.,*

*Костанайский государственный университет им. А. Байтурсынова, Казахстан*

В культурной жизни нашего времени газете принадлежит одна из крупнейших ролей. Общественная и государственная жизнь с ее бесчисленными разветвлениями в настоящее время без газет совершенно немыслима. Лежащий в основе культурной деятельности цивилизованных народов идейный обмен внезапно приостановился бы, если бы газета изо дня в день не приносила известий как об общем положении дел в мире, так и о мелких происшествиях, составляющих историю повседневной жизни, если бы она не ставила нас в известность о тех отношениях и обстоятельствах, с которыми связаны наши индивидуальные и общественные интересы, и если бы, наконец, она не вскрывала перед нами значения общественных язв нашего времени, с которыми необходимо бороться.

Пресса (от фр. *presse*, от лат. *presso*) – часть СМИ, совокупность массовых периодических печатных изданий, предназначенные для массового читателя: газет, журналов, сборников, альманахов. Термин имеет происхождение от названия первой массовой газеты «*La Presse*», вышедшей в Париже в 1836 году /8/.

По типологическим признакам современную периодическую печать можно разделить следующим образом:

- Качественная пресса – пресса мнений, предназначенная для интеллектуальной части общества; и массовая – обслуживающая большинство населения.
- Государственная печать – финансируется из казны; и коммерческая – самостоятельно зарабатывает себе средства.
- Официозная печать – отображает государственную точку зрения; и независимая – выражает точку зрения своего собственника или издателя.
- Правящая, ведущая пропаганду политической и экономической линии структур власти; и оппозиционная, которая критикует существующий порядок и предлагает альтернативные пути развития общества.

- Политизированная пресса – в основном сосредоточена на отражении политической борьбы, может самостоятельно вести эту борьбу на стороне той или другой партии; и деполитизированная – пресса, содержание которой не касается вопросов политики.

- Деловая, экономическая печать – обслуживает класс предпринимателей и бизнесменов; и развлекательная – рассчитанная на отдых читателей.

- Легитимная пресса – официально зарегистрированная в министерстве печати; и нелегитимная – печать, не признающая начальственных структур над собой.

- Национальная периодическая печать – издается в пределах республики; и транснациональная, которая выходит в странах ближнего и дальнего зарубежья /9/.

Заголовки относятся к важнейшим элементам оформления современной газеты, ибо они управляют вниманием читателя. Заголовки помогают читателю быстро ознакомиться с номером, получить представление о содержании его материалов, выбрать самое главное и интересное. От характера и оформления заголовков в значительной степени зависит, будет ли прочитан тот или иной материал. Газетный текст характеризуется стремлением к сжатости и лаконичности изложения, причем эта черта проявляется особенно ярко в газетных заголовках.

Французский ученый, философ и писатель Паскаль заметил: «Я пишу длинно, потому что у меня нет времени писать коротко». Экономное, точное выражение мысли – важнейшее требование. Особенно важна яркость и точность для заголовка, ведь заголовок – первое, с чем сталкивается читатель газеты, первое, на что обращает внимание, просматривая газетную полосу, по заголовкам ориентируются в содержании газеты.

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

В словаре В.И. Даля можно найти следующее определение заголовка: ЗАГЛАВИЕ ср. заголовок м. выходной лист, первый листок книги или сочинения, где означено название его; самое название это. Заголовком называют также название отдела, главы книги; а в деловых бумагах, означение в начале листа ведомства, мест, откуда и куда бумага идет и пр. [4]

Словарь С.И. Ожегова определяет заголовок следующим образом: ЗАГЛАВИЕ, -я, ср. Название какого-н. произведения (литературного, музыкального) или отдельной его части. /5/.

Произведенные определения равнозначны и для газетного заголовка, так как он является частью общего понятия “заглавие”, но газетный заголовок имеет свою специфику. Он отражает характерные особенности статьи и газеты в целом. Многие газетные заголовки в краткой спрессованной форме отражают сущность происходящих событий.

Итак, газетный заголовок можно определить как:

Заголовок – собственно название публикации, т.е. «предельно сжатое и меткое выражение главной идеи произведения» /1, 24/.

Заголовок – целостная единица речи, стоящая перед текстом, являющаяся названием текста, указывающая на содержание этого текста и отделяющая данный отрезок речи от других» /2, 1/.

Заголовок – название произведения или его внутренних частей (глав, разделов) в виде строки.

Заголовок – наиболее важный элемент выделенного текста /3/.

Заголовок – это первое, на что обращает внимание читатель, когда открывает газету, страницу журнала или страницу интернета. У каждого автора свои стандарты по составлению заголовков, но все они должны выполнять одну функцию: заголовок для текста должен заинтересовать читателя и полностью завладеть его вниманием. В противном случае текст так и останется не прочитанным.

Заголовок – это тот самый элемент текста, который должен оказывать достаточно мощное воздействие, для того чтобы выполнить возложенную на него задачу.

Газетные заглавия выполняют несколько функций.

1. Номинативно-информативная функция, функция сообщения о факте.

2. Рекламно-экспрессивная функция заголовка, тесно связанная с функцией номинативно-информативной. Основное назначение этой функции – заинтересовать читателя, заставить его прочесть материал.

3. Графически выделительная функция, позволяющая отделить один текст от другого, выделить текст от окружающего контекста и в то же время «связать» всю полосу в единое целое. Эта функция заглавия осуществляется, как правило, графическими средствами – заголовки английских газет иногда напечатаны столь крупным шрифтом, что занимают значительную часть полосы /6, 205/.

4. Textoобразующая функция, где текст – это упорядоченный набор предложений, предназначенный для того, чтобы выразить некий смысл. Тема – это смысловое ядро текста, конденсированное и обобщенное содержание текста. Оно сообщает читателю индивидуальное-авторское понимание отношений между явлениями, их значимости во всех сферах жизни.

Заголовок выполняет роль выделения, оформления, членения и обособления материала как законченного целого. Прерывая текст, заголовок заставляет читателя невольно остановиться перед чтением нового раздела. Заголовки позволяют читать издание осмысленными порциями, придают структурный ритм произведению. Главной функцией заголовка является привести читателя к основному тексту /7/.

Заголовки, как правило, написаны "телеграфным языком", т.е. с помощью максимально сжатых, предельно лаконичных фраз, в которых опущены все семантически второстепенные элементы. Вместе с тем, с целью обеспечения максимальной доходчивости заголовки строятся на базе общеупотребительной лексики и простейших грамматических средств.

Приведем для примера лексико-грамматические особенности заголовков /10/.

А. Для привлечения внимания читателя к основной мысли сообщения, в заголовках, как правило, опускаются артикли и личные формы вспомогательного глагола to be. Действие обычно выражается формами Indefinite или Continuous: On Opening Night, Stepping Back to the Old Favorites /11/.

Б. Сообщения о недавних событиях передаются с помощью формы Present indefinite. Это как бы приближает событие к читателю и усиливает его интерес: Greece Sets Date for New Vote Amid Euro Exit Fears /11/.

В. Будущее действие часто передается с помощью инфинитива: New Drug Trial Seeks to Stop Alzheimer's Before It Starts /11/.

Г. Нередко в заголовке опускается сказуемое, оно играет в предложении второстепенную роль: Good News for Six Types of Fish /11/.

Д. С целью обратить особое внимание на сказуемое и вместе с тем заинтересовать читателя, опускается подлежащее, если оно уступает по значению сказуемому: (They) Expect New Economic Depression /10/.

Е. Притяжательный падеж, вследствие своей структурной компактности, употребляется с неодушевленными существительными и вытесняет предложный оборот с of: Price Control's Effect Discussed /10/.

Ж. Употребляются популярные прозвища и сокращенные имена вместо фамилий некоторых политических деятелей, артистов, спортсменов и др., например: Ike = Eisenhower, Winnie = Winston Churchill /10/.

З. Для придания эмоциональной окраски в общеупотребительную лексику вкрапливаются неологизмы, диалектизмы, поэтизмы, сленг, например: сор вместо policeman, foe вместо enemy, to irk вместо to irritate /10/.

И. Широко употребляются сокращения и сложносокращенные слова, например: Former Commander of U.S. Nuclear Forces Calls for Large Cut in Warheads /11/.

К. Отмечается присутствие элементов образности, например: Clinton Raises His Eyebrows, Italian President Under Fire /10/.

Как мы видим, заголовки английских и американских газет обнаруживают целый ряд особенностей, требующих специального подхода при их анализе. Нередко требуется предварительное ознакомление с содержанием текста для правильного понимания заголовка.

Из всего вышесказанного можно сделать следующие выводы: заголовок в современной прессе играет важную роль. Заголовок – это неотъемлемая часть текста, которая в первую очередь привлекает внимание читателя; затем дает представление о содержании статьи, и выделяет основное в написанном тексте. Заголовки выполняют такие задачи, как: 1. Сообщить о факте. 2. Заинтересовать читателя. 3. Сообщить читателю индивидуально–авторское понимание отношений между явлениями, их значимости во всех сферах жизни. Заголовки имеют свои грамматические особенности: 1. Опущение артиклей и личной формы вспомогательного глагола to be. 2. Сообщения о недавних событиях передаются с помощью формы Present indefinite. 3. Будущее действие часто передается с помощью инфинитива. 4. Сказуемое может опускаться, если оно играет в предложении второстепенную роль. 5. Подлежащее может опускаться, если оно уступает по значению сказуемому. 6. Притяжательный падеж употребляется с неодушевленными существительными и вытесняет предложный оборот с of. 7. Употребляются популярные прозвища и сокращенные имена вместо фамилий некоторых политических деятелей, артистов, спортсменов и др. 8. Используются неологизмы, диалектизмы, поэтизмы, сленг. 9. Широко употребляются сокращения и др.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Разинкина Н.М. Функциональная стилистика английского языка. – М.: Высшая школа, 1989. – 182 с.
- 2 Мужев В.С. О функциях заголовков // Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореца. – 1970. – №55. – С. 1-8.
- 3 <http://www.e-slovar.ru/dictionary/9/8943/>
- 4 <http://slovardalja.net/>
- 5 <http://slovarozhegova.ru/>
- 6 Стилистика газетных жанров / под ред. Д. Э. Розенталя. – М.: Моск. ун–та, 1981. – 230 с.
- 7 Качаев Д.А. Социокультурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках (на материале российской прессы 2000–2006 гг.): автореф. дис. канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, 2007. – 25 с.
- 8 <http://ru.wikipedia.org/>
- 9 <http://www.masit.ru/smi/pressa.html>
- 10 <http://study-english.info/article037.php>
- 11 <http://www.nytimes.com/>

### НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ОРГАНИЗАЦИИ И АКТИВИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

*Матиева М.З., Кожаниязова Ж.З.,  
ВКГУ им. С. Аманжолова, Усть-Каменогорск,  
колледж ЖГУ им. И. Жансугурова, Талды-Курган*

В настоящее время основной задачей высшего образования ставится формирование творческой личности специалиста, способного к самообразованию, саморазвитию, инновационной деятельности. В этой связи все большее значение приобретает самостоятельная работа студентов (СРС), которая должна стать основой образовательного процесса в вузе, подготовки для послевузовского образования и дальнейшего повышения квалификации.

Как мы знаем, на внеаудиторную работу в стандартах высшего профессионального образования отводится определенное количество бюджета времени студента. Кроме того, большая часть времени, отводимого на аудиторские занятия, включает самостоятельную работу. Таким образом, времени на СР в учебном процессе вполне достаточно, вопрос в том, как эффективно использовать это время, остается до сих пор актуальным. Следует отметить,