

УДК 811.112.2' 367' 42
DOI: 10.32342/2523-4463-2020-1-19-36

Е.И. ШТАТНАЯ,
*преподаватель кафедры германской филологии
Днепропетровского национального университета имени Олеся Гончара*

СТРУКТУРНО-СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГолоВочНОГО КОМПЛЕКСА

У статті розглянуто структурно-синтаксичні особливості заголовкового комплексу онлайн-повідомлень у тижневику «Шпигель».

Вибір теми дослідження було зумовлено зростанням інтересу до мови засобів масової комунікації. Як елемент композиційної структури тексту заголовок був об'єктом низки лінгвістичних досліджень на матеріалі різних мов і стилей. Тенденцією останніх досліджень стало вивчення особливостей функціонування заголовкового комплексу, до якого входять: надзаголовок, власне заголовок, підзаголовок і внутрітекстові заголовки. Кожен елемент заголовкового комплексу має свої особливості. Для опису синтаксичної структури у статті вважається доцільним використання певних символів і скорочень.

Перший елемент – надзаголовок – являє собою переважно односкладне номінативне речення, основна функція якого визначається як загальна орієнтація читача відносно повідомлення. Надзаголовки можуть вказувати на подію, місце, організацію, партію. Як підкреслюється в статті, важливим компонентом надзаголовка є географічні назви і власні імена. Найчастіше зустрічається синтаксична структура з одного іменника у називному відмінку, який можна розглядати як основний компонент надзаголовка.

Більшість заголовків онлайн-повідомлень являють собою двосоставні дієслівні речення з прямим порядком слів, що може бути пов'язано з відображенням комунікативної структури з розмежуванням теми і реми. Типовою є синтаксична структура $S_n + V_f + S_a/S_d$. Основний акцент припадає на другу частину заголовка, яка містить основну інформацію. Спостерігається певний розподіл навантаження у синтаксичній структурі: якщо перший компонент – іменник у називному відмінку – містить одне або два слова, то другий компонент – дієслово із залежними від нього словами – може ускладнюватися за рахунок залежних від дієслова слів, що дозволяє збільшити інформативність заголовка. Інформативна насиченість таких заголовків дозволяє розглядати їх як самостійний жанр. Слід зауважити, що заголовки відрізняються різноманіттям синтаксичних структур (односоставні номінативні, підрядні речення).

Підзаголовок містить, як правило, одно-два речення: прості поширені або складні. Що стосується внутрітекстових заголовків, то вони являють собою прості поширені речення, часто питальні. Послідовність *надзаголовок – заголовок – підзаголовок – внутрітекстові заголовки* відображає структурну організацію подачі інформаційного матеріалу в онлайн-повідомленнях. Кожен елемент заголовкового комплексу несе своє функціональне навантаження. Оскільки заголовковий комплекс онлайн-повідомлень (крім внутрітекстових заголовків) просторово відокремлений від онлайн-тексту, це, а також інформативна насиченість дозволяють йому функціонувати як самостійному повідомленню.

Ключові слова: заголовок, заголовковий комплекс, синтаксична структура, преса, німецька мова.

В статье рассмотрены структурно-синтаксические особенности заголовочного комплекса онлайн-сообщений в еженедельнике «Шпигель». Выбор темы исследования был обусловлен ростом интереса к языку средств массовой коммуникации. Как элемент композиционной структуры текста заголовок был объектом ряда лингвистических исследований на материале разных языков и стилей. Тенденцией последних исследований стало изучение особенностей функционирования заголовочного комплекса, в который входят: надзаголовок, собственно заголовок, подзаголовок и внутритекстовые заголовки. Каждый элемент заголовочного комплекса имеет свои особенности. Для описания синтаксической структуры заголовочного комплекса в статье считается целесообразным использование определенных символов и сокращений.

Первый элемент – надзаголовок – представляет собой преимущественно односоставное номинативное предложение, основная функция которого определяется как общая ориентация читателя относительно сообщения. Как подчеркивается в статье, важным компонентом надзаголовков являются географические названия и имена собственные. Чаще всего встречается синтаксическая структура, состоящая из одного имени существительного в именительном падеже, которое можно рассматривать в качестве основного компонента надзаголовка.

Большинство заголовков онлайн-сообщений представляют собой двусоставные глагольные предложения с прямым порядком слов, что может быть связано с отображением коммуникативной структуры с разграничением темы и ремы. Типичной является синтаксическая структура Sn +Vf +Sa/Sd. Основной акцент переносится на вторую часть заголовка, содержащую основную информацию. Наблюдается определенное распределение нагрузки в синтаксической структуре: если первый компонент – имя существительное в именительном падеже – содержит одно или два слова, то второй компонент – глагол с зависимыми от него словами – может усложняться за счет зависимых от глагола слов, что позволяет увеличить информативность заголовка. Информативная насыщенность таких заголовков позволяет рассматривать их как самостоятельный жанр. Следует отметить, что заголовки отличаются разнообразием синтаксических структур (односоставные номинативные, придаточные предложения).

Подзаголовок содержит, как правило, одно-два предложения: простые распространённые или сложные. Что касается внутритекстовых заголовков, то они представляют собой простые распространённые предложения, часто вопросительные. Последовательность *надзаголовок – заголовок – подзаголовок – внутритекстовые заголовки* отображает структурную организацию подачи информационного материала в онлайн-сообщениях. Каждый элемент заголовочного комплекса несет свою функциональную нагрузку. Поскольку заголовочный комплекс онлайн-сообщений (кроме внутритекстовых заголовков) отделен пространственно от онлайн-текста, это, а также информативная насыщенность позволяют ему функционировать как самостоятельному сообщению.

Ключевые слова: заголовок, заголовочный комплекс, синтаксическая структура, пресса, немецкий язык.

Журнал «Шпигель» относится к информационным еженедельникам, имеющим разностороннее влияние на общество и рассчитанным на самые широкие слои читательской аудитории.

Сообщение о событии для печатного информационного еженедельника является не конечным результатом журналистской работы, а исходной точкой. У редакции печатного журнала есть 5–7 дней для того, чтобы осмыслить факт, увидеть событие в развитии, связать его с другими событиями, подготовить сопутствующие и дополняющие материалы [8; 12].

Иное дело новостной сайт журнала, а онлайн-журнал «Шпигель» позиционирует себя как «ведущий новостной сайт Германии» («Deutschlands führende Nachrichtenseite»), где требуется оперативная обработка информации, постоянное ее обновление ежечасно и даже поминутно. В этом качестве «Шпигель» занимает особое место в среде журнальной периодики, стремясь к максимальной оперативности, публикации самых важных новостей, для чего существует раздел «Aktuelle Nachrichten».

В современном мире человеку становится все труднее ориентироваться в постоянно увеличивающемся потоке информации, все сложнее разобраться и выделить главное в вопросах политики, экономики, науки, культуры и т.д. Кроме того, у современного человека просто не хватает времени для чтения больших статей.

Поэтому важную роль играет заголовок, а точнее, заголовочный комплекс, под которым понимается совокупность надзаголовка, основного заголовка, подзаголовка и (если они есть) внутритекстовых заголовков. Заголовочный комплекс позволяет читателю ориентироваться в потоке информации, выделить главное в новостях.

Каждый заголовочный комплекс в новостном сайте заканчивается ссылкой на *mehr/подробнее*, где дается развернутый текст сообщения с детальным анализом события.

Как элемент композиционной структуры текста заголовок неоднократно становился объектом лингвистических исследований на материале разных языков и стилей. Так, изучались структурно-синтаксические, лексические и прагматические особенности заголовков газетных, художественных и научных текстов, их функции, а также лингвистический статус заголовка (А.С. Попов, В.С. Мужев, Л.А. Коробова, О.С. Толомасова, М.А. Шамелашвили, О.М. Максютлова, Л.Ф. Грицюк, Л.А. Ноздрина, С.П. Суворов).

Тем не менее ряд вопросов остаются по-прежнему открытыми, в частности, лингвистический статус заголовка.

Заголовки рассматриваются либо как «структурно автономні, предикативно самодостатні іменування, тематично зорієнтовані на певний предметний чи ситуативний об'єкт чи текстовий масив» [1, с. 52] либо «незалежно від його синтаксичної структури, заголовок журнального мікротексту-повідомлення набуває статусу речення, оскільки має предикацію через його включення до вищої комунікативної одиниці – тексту й реалізує комунікативну інтенцію адресанта» [3, с. 4].

Заголовок становится объектом лингвистики текста, в рамках которой рассматривается как неотъемлемый компонент композиционной структуры текста, имеющий статус предложения. Заголовок занимает особое место среди компонентов текста, будучи призванным выразить основную цель сообщения, установить контакт с читателем, привлечь его внимание к теме публикуемого материала [9; 10; 11; 14].

Первый элемент заголовочного комплекса – надзаголовок – представляет собой в большинстве случаев односоставное номинативное предложение, состоящее из одного-пяти слов. Основная функция надзаголовка заключается в общей ориентации читателя относительно сообщения. Надзаголовки могут указывать на:

- событие – *Englands Gruppensieg (S., 20.06.19)*;
- место действия – *New York (S., 11.07.19)*;
- организацию, партию – *AfD (S., 04.09.18)*;
- действующее лицо, его статус – *Xi Jinping bei Kim Jong Un (S., 20.06.19)*;
- характеристику действия – *Radikale Abschottung (S., 11.07.19)*;
- субъекта, высказывающего свое мнение по определенному поводу – *Professor über angehende Lehrer (S., 20.08.19)*.

Важным компонентом надзаголовка являются имена собственные и географические названия, которые играют конкретизирующую роль и содержат существенную информацию. Это преимущественно имена представителей государств и организаций, названия государств и городов, прилагательные, образованные от них.

Для описания синтаксической структуры надзаголовков можно использовать следующие символы и сокращения:

Sn, Sg, Sd, Sa – имя существительное в именительном, родительном, дательном и винительном падеже;

pS – имя существительное с предлогом;

Vf – спрягаемая форма глагола;

Part 1 – причастие 1;

Part 2 – причастие 2;

Adj – имя прилагательное;

Adv – наречие [6, с. 47].

Знак + обозначает непосредственную синтаксическую связь между двумя компонентами структуры.

Наиболее часто встречается синтаксическая структура, состоящая из одного существительного в именительном падеже. Его можно рассматривать как основной или «ядерный» компонент надзаголовка [3, с. 5]: *Handelsstreit (S., 26.4.19)*, *AfD (S., 4.9.18)*. В ряде случаев надзаголовки может рассматриваться как рубрика: *Ufologie (S., 20.6.19)*, *Der Morgen live (S., 16.04.18)*.

Однако чаще всего эта структура усложняется за счет прилагательного или причастия в функции определения и/или приложений, выраженных именами собственными, географическими названиями: *Islamischer Terror (S., 4.9.18)*, *Kultserie Alf (S., 26.6.19)*, *Boeing 737 Max*; *Ex-DDR-Staatschef Egon Krenz (S., 11.7.19)*, *Tödlich verunglückter Fußballprofi Sala (S., 20.6.19)*.

В этой связи исследователи говорят о тенденции к компрессии, которая проявляется прежде всего в довольно объемной группе существительного [13, с. 45].

Следующий по частоте употребления синтаксический тип **Sn+in Sg**, где зависимое существительное с предлогом указывает на место события: *Landtagswahl in Sachsen (S., 15.7.19)*, *Autofahren in Saudi-Arabien (S., 20.6.19)*.

Довольно часто встречается структура Sn + Sg: *Chinareise des nordkoreanischen Diktators* (S., 28.3.18).

Синтаксические структуры Sn + über Sa, Sn + zu Sd, Sn + mit Sd, Sn + von Sd используются для введения прямой или косвенной речи, называя говорящего и выражая тематику его выступления: *Interview mit Kenneth Clarke zum Brexit* (S., 7.12.19), *Neues Enthüllungsbuch über Trump* (S., 11.8.19); *DDR-Dissident zu Chemnitz* (S., 11.8.18), *Professor über angehende Lehrer* (S., 26.6.19).

Большая группа примеров представлена синтаксической структурой Sn + pSd/Sa, где p – один из возможных предлогов (vor, gegen, über, für, durch, an, nach, auf, bei, aus: *Streit über Kurs der CDU* (S., 14.3.19), *Neues Bündnis gegen USA und China* (S., 26.6.19), *Madonna-Video gegen Waffengewalt* (S., 26.6.19).

Обращает на себя внимание структура Sn + am Sd, где am Sd – это указание на день, когда происходит событие: *Die Lage am Mittwoch* (S., 28.3.18).

В отдельных случаях надзаголовков представлен двусоставным глагольным предложением: *Xi Jinping besucht Nordkorea* (S., 20.6.19), *Video zeigt Schiffsversenkung* (S., 26.6.19), *Handelskrieg bremst* (S., 15.7.19).

Единичными примерами представлены надзаголовки, не содержащие в качестве основного компонента имя существительное в именительном падеже. Здесь возможны следующие синтаксические структуры:

– Part2 Ausgebüsst (S.), pSa – Für Werbung (S., 26.6.19);

– pSd – Nach Anschlägen von Christchurch (S., 20.6.19), *Im konservativen Süden der USA* (S., 21.3.19);

– Adv + Part1 – Manchmal aufregend (S.,), pSd + Part2 – Mit dem Jeep überfahren (S., 26.6.19).

Встречаются эллиптические конструкции с эллипсом вспомогательного глагола в пассиве. Пропущенный компонент легко устанавливается по смыслу и грамматической форме: Sn + Vinf/Part2 – *Silberschatz auf Rügen gefunden* (S., 16.4.18).

Возможны усеченные придаточные предложения: *Was an Bord von MH370 geschah* (S. 14.6.18).

Современный читатель чаще всего не читает все тексты, а знакомится в первую очередь с их заголовками. Внимание потенциального читателя направлено преимущественно на визуально выделенные заголовки, которые помогают читателю ориентироваться в информационном потоке. Поэтому в большинстве случаев онлайн-заголовки выделяются с помощью более крупного и жирного шрифта.

В отличие от надзаголовков и заголовков печатных сообщений, где преобладают односоставные номинативные предложения, большинство заголовков онлайн-сообщений представляют собой двусоставные распространенные глагольные предложения с прямым порядком слов, что очевидно связано с отражением коммуникативной структуры с четким разграничением темы и ремы: подлежащее с распространителями или без них (Sn) – тема, сказуемое или группа сказуемого – рема (Vf). Типичной является синтаксическая структура (Sn + Vf + Sa/Sd), причем основной акцент переносится на вторую часть заголовка, содержащую основную информацию.

Чтобы у читателя не возникало сомнений, о чем пойдет речь в сообщении, автор стремится сразу назвать предмет сообщения и, по возможности, идентифицировать его, опираясь на фонд «общих знаний», который может быть у читателя и автора. Поэтому нередко в качестве первого компонента заголовка (Sn) выступают названия государств, международных организаций, органов власти, имена глав государств, других политических и общественных деятелей, которые в силу своей повторяемости в средствах массовой информации становятся общеизвестными. Обязательным является компонент (Sa), выражающий прямое дополнение:

Abramowitsch bekommt kein Visum für Großbritannien (S., 14.6.18)

Polizei kontrolliert Schulschwänzer am Flughafen (S., 14.6.18)

Bundesregierung erwartet neue Zölle auf Stahl und Aluminium (S., 26.4.18)

Trump twittet sein Veto gegen Entscheidung des Senats (S., 14.3.19).

Наблюдается определенное распределение нагрузки в синтаксической структуре: если первый компонент Sn – имя существительное в именительном падеже – выражен од-

ним или двумя словами, то второй компонент – глагол с зависимыми словами – усложняется за счет своего рода «нанизывания» зависимых от глагола слов, что позволяет повысить информативность заголовка: *Brexit: Briten beziffern Schulden bei EU auf nur 37 Milliarden Pfund* (S., 15.3.18).

Впрочем, возможен акцент и на первом компоненте, который приобретает тогда разного рода определения, выраженные прилагательным или существительным с предлогом:

Mutmaßlicher Absender von Bombenbriefen bekennt sich schuldig (S., 21.3.19).

Встречаются заголовки с усложненными первым и вторым компонентами. Информативная насыщенность такого заголовка позволяет рассматривать его как самостоятельный жанр – хронику или телеграмму:

Pilot der 737 Max bat schon direkt nach dem Start um Notlandeurlaubnis (S., 14.3.19).

Двусоставные нераспространенные заголовки (Sn + Vf) представлены единичными примерами: *US-Regierung widerspricht sich* (S., 14.6.18)

Заголовки с обратным порядком слов также весьма немногочисленны. На первом месте оказывается обстоятельство места, выраженное либо наречием либо существительным с предлогом: *In Florida droht Neuauszählung – Trump twittert: „Wahlbetrug!“* (S., 9.11.18)

Hier gibt es Studienplätze auch ohne Super-Abi (S., 26.6.19)

Im Süden und Osten drohen Unwetter (S., 26.6.19).

Заголовки онлайн-сообщений могут представлять собой также односоставные номинативные предложения, структура которых включает обычно существительное в именительном падеже:

Merkel und die Separatisten (S., 28.3.18)

Tote und Verletzte bei Bombenanschlag auf Polizeizentrale (S., 7.6.18)

SPD offen für Ende von Hartz IV (S., 28.3.18).

Односоставные неноминативные заголовки представлены единичными примерами: *Adv + Inf + pSd – Sicher landen mit Christian Wulff* (S., 26.4.18),

in Pd + Sg – Im Bann des CO2-Monsters (S., 4.9.18)

Adv + Adv – Immer wieder zurück auf null (S., 21.3.19).

Весьма разнообразны синтаксические структуры заголовков-цитат, которые выделяются кавычками: *„Ich war ziemlich ausgebrannt, ja“* (S., 20.6.19)

„Kim wird das zu nutzen wissen“ (S., 20.6.19)

„Es hilft nichts, immer auf die Deutschen zu schimpfen“ (S., 22.3.18)

„Alles ist verrückt hier“ (S., 11.8.18)

„Sehen Sie hier einen verbitterten Mann?“ (S., 11.7.19)

„Ich liebe diesen Größenwahn“ (S., 11.7.19).

Ряд заголовков представляют собой сложные предложения или усеченные придаточные предложения:

а) придаточные дополнительные

In Indien entscheidet sich, ob die Klimakatastrophe zu verhindern ist (S., 11.7.19);

б) условные

Wenn es eng wird, ist er am besten (S., 15.7.19);

в) определительные

Ein Syrer, der zur begehrten Fachkraft wurde (S., 4.9.19).

Усеченные сложноподчиненные предложения вводятся, как правило, вопросительными словами:

Wieso so viele Menschen den größten Irrsinn glauben (S., 11.8.18)

Wie Trump an der Grenze zu Mexiko das Asylrecht abschafft (S., 11.7.10).

Таким образом, заголовки обладают определенным грамматико-стилистическим своеобразием, их функциональное назначение обуславливает экономию языковых средств при максимальной информативности [7, с. 48].

Основная цель подзаголовка заключается в детализации, объяснении, уточнении основного заголовка. Как отмечают исследователи, подзаголовок характеризуется большей информативной ёмкостью по сравнению с заголовком, большей линейной протяженностью и предназначен для развертывания структуры газетного текста [5, с. 133].

Подзаголовок содержит, как правило, одно-три предложения. Это могут быть простые распространенные предложения: *Kaufhof und Karstadt haben offiziell ihren Zusammenschluss verkündet. Laut einem Medienbericht könnten bis zu 5000 Jobs wegfallen (S., 11.8.18).*

Подзаголовок может включать два простых распространенных предложения, которые объединяются в структуре сложного предложения. Цель такого объединения – донести до адресата как можно более детальную информацию об определенном факте:

Nach der Nerven-Attacke auf den russischen Ex-Spion Skripal greift die britische Regierungschefin May hart durch: 23 russische Diplomaten werden des Landes verwiesen (S., 15.3.18).

В подзаголовке нередко встречается вопросительное предложение: *Die Anschläge vom 11.September 2001 haben einen gewaltigen Schub an Verschwörungstheorien ausgelöst; auch in Deutschland gibt es viele Anhänger kruder Gedankenkonstruktionen. Woher kommt das Phänomen? (S., 11.8.18).*

К внутритекстовым заголовкам читатель обращается лишь в том случае, если его заинтересовали первые компоненты заголовочного комплекса:

– надзаголовок *Eklat um Jim Acosta;*

– заголовок *Der CNN-Journalist, mit dem sich Trump anlegte;*

– подзаголовок *CNN-Chefreporter Jim Acosta darf nach seinem öffentlichen Schlagabtausch mit dem US-Präsidenten nicht mehr ins Weiße Haus. Wer ist dieser Journalist und warum ist er ein rotes Tuch für Donald Trump?;*

– внутритекстовые

заголовки *Wann begann die Auseinandersetzung zwischen Trump und Acosta?*

Wer ist Jim Acosta? Hat die Trump-Regierung schon zuvor Journalisten verbannt?

Wie reagieren Kollegen und andere Medien auf die neue Eskalation?

Darf das Weiße

Haus überhaupt die Presseakkreditation entziehen? (S., 9.11.18).

Внутритекстовые заголовки выражаются преимущественно простыми распространенными предложениями, нередко вопросительными. Последние представляют собой вопросы, ответы на которые интересуют читателя.

Последовательность *надзаголовок – заголовок – подзаголовок – внутритекстовые заголовки* отражает структурную организацию подачи информационного материала в прессе. Каждый элемент заголовочного комплекса несет свою функциональную нагрузку [2, с. 5]. Сочетаемость заголовочного комплекса рассматривается как особое текстовое явление [4, с. 56]. Учитывая информативную насыщенность заголовочного комплекса, он может рассматриваться как самостоятельный газетный жанр.

Целесообразным представляется дальнейшее изучение заголовочного комплекса в его связи с основным текстом и исследование влияния заголовочного комплекса на массового читателя.

Список использованной литературы

1. Баранник Д.Х. Про актуальний спосіб синтаксичної номінації / Д.Х. Баранник // Мовознавство. – 2006. – № 2–3. – С. 50–54.

2. Зекиева П.М. Заголовочный комплекс в газете как макроструктура имени статьи [Электронный ресурс] / П.М. Зекиева. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/za-golovochnyu-komplex-v-kak-makrostruktura-imeni-stati> (последнее обращение 19.02.2020).

3. Коваленко А.М. Заголовок англоязычного журнального микротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика (на матеріалі тижневика Newsweek): автореф. дис. ... канд. філол. наук / А.М. Коваленко. – К., 2002. – 14 с.

4. Лазарева Э.А. Заголовок в газете / Э.А. Лазарева. – Свердловск: Издательство Уральского университета, 1989. – 96 с.

5. Лютая А.А. Заголовок, подзаголовок, текст газетной статьи: прагматика соотношений / А.А. Лютая // Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота, 2008. – № 2. – Ч. 1. – С. 133–135.

6. Москальская О.И. Проблемы системного описания синтаксиса (на материале немецкого языка) / О.И. Москальская. – М.: Высшая школа, 1981. – 175 с.

7. Реферовская Е.А. Лингвистические исследования структуры текста / Е.А. Реферовская. – Л.: Наука, 1983. – 215 с.

8. Mylonas Y. Constructions of the opposition to `structural adjustment reforms` in the German mass-media / Y. Mylonas // *Journal of political ideologies*, 2018. – Vol 23. – Issue 2. – P. 223–240. DOI: 10.1080/13569317.2018.1449575.
9. Sharra A. “Vampires in the news”: A critical analysis of news framing in Malawi’s newspapers / A. Sharra // *African journalism studies*. – 2019. – Vol. 40. – Issue 2. – P. 67–82. DOI: 10.1080/23743670.2019.1656662.
10. Shuneyko A., Chibisova O. Specification of media representation of events in the regional information space / A. Shuneyko, O. Chibisova // *Mediaobrazovanie –Media education*. – 2018. – Vol. 3. – P. 147–158. DOI: 10.13187/me.2018.3.147.
11. Синелева А.В. Структура заголовочного комплекса в новостном дискурсе СМИ / А.В. Синелева // *Научный диалог*. – 2019. – Вып. 6. – С. 72–86. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-6-72-86.
12. Слесарев А.Г. К вопросу интерпретации статей журнала “*Der Spiegel*” / А.Г. Слесарев // *Филологические науки – научные доклады высшей школы*. –2016. – Вып. 6. – С. 93–96. DOI: 10.20339/PhS.6-16.093.
13. Sommerfeldt K.-E. Zur Syntax der Überschriften in Tageszeitungen: Verdichtungserscheinungen in der Zeitungssprache / K.-E. Sommerfeldt // *Sprachpflege*. – 1984. – No. 4. – S. 45–47.
14. Yoon S., Park K. Detecting incongruity between news headline and body text via deep hierarchical encoder / S. Yoon, K. Park, J. Shin, H. Lim, S. Won, M. Cha, K. Jung // *Thirty-third AAAI conference on artificial intelligence / Thirty-first innovative applications of artificial intelligence conference / Ninth AAAI symposium on educational advances in artificial intelligence*. – Palo Alto: AAAI Publ., 2019. – P. 791–800.

Список условных сокращений:
S. – *Der Spiegel*.