

С.С. Хоронеко (Минск, Военная академия)

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ В АСПЕКТЕ ИЗУЧЕНИЯ РКИ

Актуальность работы заключается в том, что тема «Газетные заголовки» занимает одно из центральных мест в курсе «Язык средств массовой информации», предназначенном для подготовки студентов вузов по специальности 1-23 01 02-05 «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации» (подготовка осуществляется в БГЭУ, МГЛУ, в Институте журналистики БГУ, в Институте современных знаний). В факультативах по «Культуре речи» и «Работа со СМИ» в УО «Военная академия Республики Беларусь» также отводится место теме «Газетные заголовки».

Кроме того, для современных специалистов пресса является одним из наиболее важных орудий пропаганды идей, формирования и выражения общественного мнения, распространения научных и других профессиональных знаний, разнообразной информации о событиях внутренней и внешней жизни страны. Заголовок в газетах играет весьма важную роль; основная его задача заключается в том, чтобы привлечь внимание читателя, заинтересовать и даже поразить его, и лишь во вторую очередь заголовку поручается информационно-разъяснительная функция — сообщение читателю краткого содержания данной статьи.

Объект исследования — проблемы изучения темы «Газетные заголовки». **Предмет исследования** — лексические и грамматические особенности газетных заголовков на материале газеты «Аргументы и факты».

Материалом исследования послужили заголовки газеты «Аргументы и факты». В работе были исследованы 7 газет период: с 13 февраля 2013 г. по 20 марта 2013 г. Таким образом, материалом исследования явились 237 заголовков, выявленные способом сплошной выборки. Проанализирована электронная версия указанных газет. Кроме того, рассматривались заголовки случайной выборки весенне-летнего периода 2013 г., имеющие лингвистические особенности (прецедентные тексты, особую грамматическую структуру, графические компоненты и др.).

В результате анализа газетных заголовков получены следующие **выводы:**

1. Представляется интересным рассмотреть заголовки как сознательно формируемую реальность, которая отражает ход развития современного общества. Современные возможности СМИ поистине безграничны. Они объединяют людей в социальное и культурное целое, став в современном мире носителями культуры, формируя у масс людей стандартные вкусы и формы «культурного потребления». Слияние книжности и разговорности, размывание в текстах СМИ границ официального и неофициального, публичного и обиходно-бытового общения объясняется стремлением реализовать основную стратегию современных СМИ — стратегию близости к адресату. Русский язык необычайно богат изобразительно-выразительными

средствами, и эти средства существуют на всех уровнях языка, особенно на лексическом, что получает яркое выражение в газетных заголовках. Одной из характерных черт дискурса периодической печати является полистилизм — возможность использования языковых средств, различных по стилевой принадлежности и нормативному статусу: книжных и разговорных, относящихся к основному фонду словаря и его периферии, пафосных и сниженных, терминов и жаргонизмов. Для этого используются всевозможные выразительные средства синтаксиса, лексики, морфологии, фонетики.

2. Газетный заголовок выполняет функции условного рефлекса, намек, от которого явление социально-психологического характера или событие общественно-политического, исторического значения оживает, активизируется в сознании читателя. Прецедентные феномены выполняют не столько номинативно-информативную, сколько рекламно-экспрессивную и эмоционально-оценочную функцию. Источником прецедентных текстов прежде всего являются фразеологические единицы (последние при широком подходе могут включать в себя и афоризмы, и названия фильмов, книг, песен, и фрагменты рекламных роликов).

3. Для газетных заголовков характерны два способа применения прецедентных текстов: 1) дословное воспроизведение, при этом само включение чужеродной единицы выступает как средство экспрессии; 2) трансформация формы устойчивого выражения или слова, что служит рождению новых смыслов. Текст как бы приобретает второе измерение, «вставляется» в культуру, что и породило термин «вертикальный контекст».

4. Сравнение печатной и электронной версий дают плодотворную почву для размышлений и могут стать предметом отдельного рассмотрения. В анализе различий предложенных заголовков не только реализуется номинативная функция языка, но более очевидной становится речевая интенция, в которой можно уловить авторскую идею, наметить стадии реализации замысла, разгадать «идейный ребус» заголовка. В печатной версии хорошо обозримы так называемые «заголовочные комплексы», создающие яркий прагматический эффект.

5. Среди главных языковых особенностей заголовков «АиФ» следует назвать принципиальную неоднородность стилистических средств; использование специальной терминологии и эмоционально окрашенной лексики, сочетание стандартных и экспрессивных средств языка, использование и абстрактной, и конкретной лексики. Актуальность содержания заставляет журналиста искать актуальные формы выражения мысли, общепонятные и в то же время отличающиеся свежестью, новизной.

6. Функционирование прецедентных текстов в современных газетах определяется, с одной стороны, особенностями их семантической структуры; в зависимости от наличия / отсутствия системного смысла прецедентные тексты обладают разной степенью выразительности и неодинаковым смысловым потенциалом. С другой стороны, их функционирование определяется целями, преследуемыми авторами при создании текстов,

характером информации. Прецедентные тексты очень активно выполняют функцию языковой игры.

7. В результате анализа лексических значений заголовков можно обозначить ряд прецедентных феноменов, которые следует положить в основу классификации лексических особенностей заголовков. Таким образом, классификация лексических особенностей заголовков может быть представлена в виде 7-ми групп:

- 1) заголовки, образованные на основе фразеологических единиц;
- 2) заголовки, образованные на основе библеизмов;
- 3) заголовки, образованные на основе аллюзии кинофильмов и фраз из них;
- 4) заголовки, образованные на основе песен;
- 5) заголовки, образованные под влиянием телевидения и рекламы, картин;
- 6) заголовки, использующие графические возможности;
- 7) заголовки, использующие средства речевой выразительности.

При ближайшем рассмотрении полученной классификации устанавливаются интересные детали: как представляется, существование групп 1–5 обусловлено экстралингвистическими факторами — параметрами социальной (внеязыковой) действительности, влиянием на развитие языка извне, а существование 6–7 групп обусловлено интралингвистическими (внутренними) факторами, то есть под воздействием присущих языку внутрискруктурных закономерностей.

8. Грамматическая структура заголовков весьма разнообразна. Приоритетным следует считать синтаксический аспект заголовка. Синтаксическими единицами являются словосочетание, простое предложение и сложное предложение. Сверхфразовые единства следует рассматривать с точки зрения теории дискурса.

На основе грамматической системы русского языка можно предложить классификацию, отражающую грамматические особенности заголовков. Предлагаемая классификация состоит из 4 групп и объединяет заголовки, грамматическая структура которых представляет собой:

- 1) уровень словосочетания;
- 2) уровень простого предложения;
- 3) уровень сложного предложения;
- 4) уровень сферхфразового единства.

Грамматическая структура заголовка обеспечивает грамматические особенности соответственно уровню системы языка.

9. Анализ заголовков и заголовочных комплексов на практических занятиях по РКИ позволяет сделать следующие выводы:

— использование прецедентных текстов выступает мощным средством экспрессии, порождает оценочность, создавая конкретный образ;

— изменение формы слова — важнейший фактор приращения смысла, так что трансформация формы служит рождению нового содержания;

— прецедентные тексты формируют актуальные смыслы, расставляют смысловые акценты, чем могут определять специфику национальной картины мира;

— адекватное восприятие материалов современных СМИ возможно только в дискурсе, с учетом множества фоновых знаний из различных областей культуры, требует учитывать современные методики интерпретации текста;

— стилистика современных газет обладает чертами литературного постмодернизма такими, как интертекстуальность, экспансия комического, эстетизация безобразного и. т. д.;

— газетные заголовки и заголовочные комплексы, с одной стороны, могут представлять собой аутентичные тексты и материалы для работы по изучению РКИ, и, с другой стороны, являются изысканным лингвострановедческим материалом, дающим возможность изучения РКИ в «активном действии»;

10. Прагматический эффект газетных заголовков — особый «раздел» изучения РКИ на занятиях по работе со СМИ. Например, метод «Прогнозирование заголовков», предложенный нами на основе результатов практических занятий, представляет собой творческую деятельность иностранных учащихся по моделированию возможных заголовков на актуальные темы, услышанные из новостей или прочитанные в газетах.

На занятиях по работе со СМИ для развития устной речи целесообразно обсуждать новости. Анализируя каждую новость, студентам можно предложить подобрать собственные заголовки на злободневные темы. Например, летом 2013 г. актуальными были, например, следующие новости (по материалам «АиФ»):

1. Уничтожение поголовья свиней в АПК в связи с африканской чумой;
2. Введение чрезвычайной ситуации в Египте (военные действия на Востоке);
3. Результаты вступительной кампании (ЦТ в Беларуси, ЕГЭ в России).

На наш взгляд, в результате обсуждения предложенных тем можно смоделировать, соответственно, следующие возможные заголовки, например:

1. «Свиней по осени считают» — на основе замены компонента «цыплят» в пословице «цыплят по осени считают»;
2. «Восток — дело тонкое» — на основе аллюзии известной песни из фильма «Белое солнце пустыни», который входит в золотой фонд советского кино;
3. «Мы все учились понемногу...» — на основе аллюзии романа в стихах А.С. Пушкина «Евгений Онегин», который является энциклопедией русской жизни и высшей степени народным произведением.

Метод прогнозирования заголовков является творческим и требует от иностранных учащихся не просто высокого уровня владения РКИ, но и знаний лингвострановедческого характера, включая, в первую очередь, владение прецедентными текстами и ситуациями.