

ГАЗЕТНЫЙ ЗАГОЛОВОК КАК ДИКТЕМА-ИНФОРМЕМА И ДИКТЕМА-ПРАГМЕМА (НА МАТЕРИАЛЕ АМЕРИКАНСКОЙ ГАЗЕТЫ «USA TODAY» И КИТАЙСКОЙ ГАЗЕТЫ «人民日报» ЗА ПЕРИОД С ЯНВАРЯ ПО МАРТ 2020 ГОДА)

В. С. Гайдукевич

*Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
ул. Ожешко, 22, 230023, г. Гродно, Беларусь, mail@grsu.by*

Раскрывается диктемный подход к рассмотрению газетного заголовка. На примере англоязычных и китайскоязычных газетных заголовков анализируется тематическая направленность статей в средствах массовой информации США и Китая, репрезентированная заголовками, относящимися к диктемам-информемам; проводится системное описание стилистических особенностей и прагматического потенциала заголовков, которые представляют собой диктемы-прагмемы.

Ключевые слова: газетный медиадискурс; диктемное имя текста; газетный заголовок; диктема-информема; диктема-прагмема; англоязычный медиадискурс; китайскоязычный медиадискурс.

Эффективное восприятие газетного текста в первую очередь определяется заголовком, который является одним из основных средств передачи фактов и содержания статьи и, более того, важным инструментом воздействия на адресата. Анализ теоретической литературы, касающейся функционального аспекта газетного заголовка, позволяет говорить о множественности взглядов на данный вопрос. Согласно теории диктемной организации текста, сформулированной и разработанной профессором М. Я. Блохом, «заголовок непосредственно входит в состав текста, является его именем, его вершиной, представленной диктемой особого рода» [1, с. 7]. О. Ю. Богданова определяет заглавие как «диктемное имя текста» [2, с. 5]. Диктема, по определению М. Я. Блоха, – это «тематизирующая единица, стоящая выше, чем предложение, в иерархии элементов языка, которая может состоять из одного “топикализирующего” предложения или цепочки семантически и формально связанных предложений» [3, с. 100]. Диктемное имя текста выполняет следующие четыре функции: номинация, предикация, тематизация и стилизация [4, с. 63].

Диктемный подход к рассмотрению газетных заголовков позволяет изучить их «семантические, структурные, функциональные особенности в тесной связи с реальными условиями коммуникации, так как он предполагает не только выявление тематического единства заголовка с озаглавливаемым текстом, но и нацеленности заголовка на адресата сообщения» [5, с. 46].

Н. С. Цыбикова подразделяет диктемы публицистического дискурса в соответствии с двумя основными функциями текстов на диктемы-информемы, выполняющие информативную функцию, и диктемы-прагмемы, передающие оценочную, импрессиивную, интеллективную, эмотивную информацию [5, с. 46].

В ходе исследования было проанализировано 1065 англоязычных газетных заголовков статей американской газеты «USA Today» и 1177 заголовков китайской газеты «人民日报» («Жэньминь жибао») за период с января по март 2020 года. Ниже приведено процентное соотношение газетных заголовков, представляющих собой диктемы-информемы, диктемы-прагмемы, а также заголовков, которые выполняют функции и диктем-прагмем, и диктем-информем (см. таблицу).

Таблица

Процентное соотношение типов диктем-заголовков в англоязычном и китайскоязычном медиадискурсе

	Англоязычные заголовки	Китайскоязычные заголовки
Диктемы-информемы	45,6 %	53,2 %
Диктемы-прагмемы	50,5 %	40,8 %
Диктемы-информемы и диктемы-прагмемы	3,9 %	6 %

Как видим, в китайскоязычной прессе заголовки-информемы встречаются чаще, чем в англоязычной, а заголовки-прагмемы, наоборот, встречаются чуть реже, поскольку в китайских печатных СМИ сообщается больше объективной информации политической, социальной и других направленностей. Хотя, стоит отметить, что разница в процентном соотношении заголовков, представляющих собой диктемы-прагмемы и диктемы-информемы, как в англоязычной прессе, так и в китайскоязычной, не существенна, поскольку передача информации и воздействие на адресата одинаково важны для газетных заголовков печатных СМИ двух стран.

Проанализировав темы, репрезентированные англоязычными и китайскоязычными заголовками-информемами, мы пришли к выводу, что к общим темам, которые обсуждаются в прессе двух стран в начале года, относятся следующие: внутренняя и внешняя политика, экономика, спорт, культура, изменение климата, распространение нового типа коронавируса. Помимо вышеперечисленных тем, стоит добавить, что в англоязычном медиадискурсе обсуждаются проблемы, связанные с расовой дискриминацией, антисемитизмом, темой аборт, законностью приобретения оружия. В китайских СМИ, напротив, наиболее остро

обсуждаются следующие проблемы: трудоустройство молодежи, борьба с бедностью в сельской местности, охрана и использование водных и лесных ресурсов, утилизация отходов, улучшение качества воздуха. Приведем некоторые примеры заголовков:

John Bolton says he would testify in a Senate trial – ‘Джон Болтон заявляет, что будет давать показания в суде Сената’ [USA Today, 07.01.2020]. В приведенном заголовке сообщается об объявлении импичмента Дональду Трампу по причине злоупотребления властью и препятствия работе Конгресса.

Va. governor: Ban at rally for gun rights – ‘Губернатор штата Виргиния: Запретить проведение митинга за право владения оружием’ [USA Today, 16.01.2020]. В приведенном примере отражена политика в отношении законности владения оружием.

今年省市县扶贫资金投入超两千亿元 – ‘В этом году провинции, города и уезды инвестировали более 200 млрд. юаней в фонд борьбы с бедностью’ [人民日报, 11.03.2020]. В данном примере сообщается о принятых Китаем мерах по борьбе с бедностью в районах сельской местности.

我国已援助八十九个国家和四个国际组织 – ‘Китай оказал помощь 89 странам и 4 международным организациям’ [人民日报, 27.03.2020]. В приведенном заголовке сообщается о помощи, оказанной Китаем ряду стран для борьбы с эпидемией.

На основе проведенного анализа стилистических приемов и выразительных средств в англоязычных и китайскоязычных газетных заголовка-прагмемах, мы пришли к следующему выводу: как для англоязычных, так и для китайскоязычных газетных заголовков характерно широкое употребление метафор, фразеологических единиц, игры слов, риторических вопросов, инверсии, побудительных высказываний. Для англоязычных газетных заголовков, в отличие от китайскоязычных, характерно широкое употребление жаргонизмов и разговорной лексики, а также такого коммуникативно-стилистического приема организации текста, как парцелляция. Для китайскоязычных заголовков-прагмем, напротив, характерно использование параллельных конструкций, явных и скрытых сравнений, лексики высокого стилистического тона, словосочетаний четырехморфного состава, построенных по нормам языка взънянь. Рассмотрим примеры подобных газетных заголовков:

Coronavirus cases may be ‘tip of the iceberg’ – ‘Выявленные случаи заражения коронавирусом могут быть «верхушкой айсберга»’ [USA Today, 18.02.2020]. Употреблена метафора «tip of the iceberg» – ‘верхушка айс-

берга’, которая означает, что выявление небольшого числа случаев заражения коронавирусом не может свидетельствовать о реальной степени распространения коронавирусной инфекции.

Lock down America for five weeks. Now. – ‘Введите в Америке карантин на пять недель. Немедленно.’ [USA Today, 24.03.2020]. В приведенном примере используется такой стилистический прием, как парцелляция.

‘Just Mercy’ isn’t just a movie – ‘«Просто помиловать» – это не просто фильм’ [USA Today, 10.01.2020]. В заголовке наблюдается игра слов: намеренный повтор наречия ‘just’, которое также употреблено в названии фильма.

师生同心办好 “空中课堂” – ‘Преподаватели и студенты единодушно и должным образом выполняют свою работу в «воздушной аудитории»’ [人民日报, 01.03.2020]. В приведенном заголовке метафора «空中课堂» – ‘воздушная аудитория’ указывает на проведение аудиторных занятий в режиме онлайн в связи с эпидемией коронавируса.

你帮我种树 我助你致富 (Nǐ bāng wǒ zhòngshù wǒ zhù nǐ zhìfù) – ‘Ты поможешь мне посадить деревья, а я помогу тебе разбогатеть’ [人民日报, 16.01.2020]. В данном заголовке употреблена языковая игра: наблюдается изометрия двусложной структуры, финали -и в слогах shù (树) и fù (富) созвучны. Кроме того, разделено глагольно-объектное словосочетание «帮助», 帮 ‘помогать’ находится в первой части, 助 ‘помощь’ – во второй.

武汉胜则湖北胜 湖北胜则全国胜 – ‘Ухань победит – Хубэй победит, Хубэй победит – весь мир победит’ [人民日报, 12.02.2020]. В приведенном примере используется последовательное присоединение, т. е. стилистическая фигура речи, смысл которой заключается в том, что слово или словосочетание, заканчивающее определенное словосочетание или предложение, вновь повторяется в начале следующего отрезка речи.

В ходе проведенного анализа было выявлено несколько примеров заголовков, которые являются и диктемами-информемами, и диктемами-прагмемами, т. е. с одной стороны, такие заголовки ориентированы на передачу объективной информации, но с другой стороны, обладают эффектом эмоционального воздействия на адресата:

NY nurses see ‘scary’ shortage of masks – ‘Медперсонал Нью-Йорка сталкивается с ужасной нехваткой масок’ [USA Today, 27.03.2020]. С одной стороны, приведенный заголовок сообщает информацию о нехватке масок в медицинских учреждениях Нью-Йорка, а с другой стороны, употребление прилагательного «scary» – ‘ужасный, страшный’ придает заголовку определенную эмоциональную окраску, усиливает информацию о явном недостатке защитных масок.

新一轮难民潮考验欧盟 – ‘Новая волна беженцев испытывает ЕС’ [人民日报, 05.03.2020]. Приведенный заголовок, помимо сообщения о факте увеличения числа беженцев в ЕС, также реализует воздействующую функцию благодаря употреблению в переносном смысле глагола «考验» (‘испытывать, проверять’).

Таким образом, англоязычные и китайскоязычные газетные заголовки, выполняющие роль диктем-информем и диктем-прагмем, реализуют основные функции газетного текста – информативную и воздействующую, эффективность которых определяется структурно-семантическими и стилистическими особенностями газетных заголовков.

Библиографические ссылки

1. Блох М. Я. Текст в динамике становления и его семь жизней // Язык. Культура. Речевое общение. М. : Московский гуманитарный институт им. Е. Р. Дашковой, 2013. № 3. С. 5-9. 2013. № 3. С. 5–8.
2. Богданова О. Ю. Заглавие как семантико-композиционный элемент художественного текста (на материале английского языка): автореф. дисс... канд. филол. наук : 10.02.04 / Моск. пед. гос. ун-т. Москва, 2009.
3. Блох М. Я. Теоретическая грамматика английского языка (на англ. языке). М. : Высшая школа, 1983.
4. Блох М. Я. Диктема в уровневой структуре языка // Вопросы языкознания. 2000. № 4. С. 56–67.
5. Цыбикова Н. С. Заголовок как диктемное имя текста интернет-новостей // Вестник ЧитГУ. 2011. № 2. С. 45–50.