

А.Б. АЛЕЕВА

К ВОПРОСУ О ЛЕКСИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ БРИТАНСКИХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

(на материале заголовков газет *The Times* и *The Sun*)

Определяются сходные и различные черты в заголовках «качественных» газет (на примере *The Times*) и таблоидов (на примере *The Sun*) на основании степени и характера использования разговорных элементов антропонимов, фразеологизмов, полисемии, аллюзии.

Similar and differential features of the headlines of quality papers (*The Times*) and tabloids (*The Sun*) are defined based on the degree and peculiarities of the usage of colloquial elements, antroponyms, phraseological units, polysemy, allusion.

Заголовки занимают особое место в языке газеты. Название любого текста характеризуется двояко. С одной стороны, это речевая единица, предваряющая произведение, стоящая перед текстом. В этом смысле можно говорить об относительной самостоятельности названия статьи по отношению к тексту, так как «на первом этапе восприятия текста читатель обращается к заглавию, стоящему перед газетным материалом, составляет определенный прогноз по поводу содержания материала, его основной оценочной тональности» (Лазарева, Писарева 1989, 132). Однако, с другой стороны, газетный заголовок является элементом текста, вступает в различные достаточно сложные и разнообразные отношения с ним. «На втором этапе восприятия произведения, когда адресат обращается непосредственно к газетному материалу, читает его, держа в поле зрения заголовки, и возникает взаимодействие "заголовки - текст"» (Лазарева, Писарева 1989, 132).

Двоякая сущность газетного заголовка позволяет считать его «некоторым рамочным знаком, который требует обязательного возвращения к себе после прочтения статьи» (Верткин 1987, 3).

Темп жизни постоянно увеличивается, в современных условиях просто ощущается недостаток времени, в связи с чем около 80 % читателей, по подсчетам ученых, уделяют внимание только заглавным элементам (см. Лазарева 1989, 3). Потребителю необходимо сообщить важную информацию в максимально сжатой форме и так, чтобы его заинтересовать, заставить прочитать статью полностью.

Язык заголовков британской прессы значительно отличается от общенационального английского языка. Для этого явления даже существует особое название «headlines». Остановимся на некоторых особенностях заголовков британской прессы на материале двух британских общенациональных ежедневных газет за 2005 г.: *The Times* (241 заголовок) и *The Sun* (239 заголовков). Целью этой статьи является выявить особенности употребления лексики, используемой в заголовках двух основных типов британских газет, выяснить, находят ли отражение различия в информационной и прагматической направленности этих газет в языковых особенностях газетных заголовков.

Британская пресса делится на две четкие группы: серьезные широкоформатные газеты и популярные, называемые таблоидами, получившими это название за свой размер. Формат страницы в таблоиде в два раза меньше, чем у серьезных газет. *The Times* - старейшая британская газета (выходит с 1785 г.), адресованная консервативному настроенному читателю, принадлежащему к высшим слоям общества. Тираж этой традиционной «качественной» газеты не так уж и велик - несколько сотен тысяч экземпляров. Газета стремится к серьезному, по возможности беспристрастному, обзору и анализу событий в стране и за рубежом. *The Sun* - сравнительно молодая газета, адресованная массовому читателю, поэтому значительное внимание на страницах этой самой популярной британской газеты (ее тираж более 3 млн экз.) уделяется скандальным сторонам жизни знаменитостей, различным сенсационным фактам и событиям, т. е. тематика и сти-

листика газеты такова, чтобы привлечь внимание максимального числа читателей. Интересно, что эти так не похожие друг на друга газеты принадлежат одному владельцу - английскому медиамагнату Руперту Мердоку и входят в состав корпорации «News International».

В первую очередь рассмотрим особенности заголовков этих газет с точки зрения сферы употребления используемой в них лексики. Основной ее пласт составляют стилистически нейтральные слова литературного английского языка. В то же время есть и явные различия. В *The Times*, ориентированной на объективную подачу материалов и серьезный анализ событий, количество лексических единиц разговорного стиля составляет лишь небольшую долю. Только в 4,3 % рассмотренных нами заголовков встречаются слова, имеющие пометку *informal* (*разговорный*) в словаре. Например: 1) *Efficiency target for fat-cat civil servant* (*fat-cat* 'богатый человек'); 2) *Party roopers cry 'nimby' over le discotheque* (*Party rooper* 'тот, кто не хочет принимать участия в развлечении и портит удовольствие другим'; *nimby* 'тот, кто возражает против строительства чего-то нового, если оно будет близко от его дома или как-нибудь ему помешает'; образовано от первых букв «не у меня на заднем дворе»); 3) *Stars put 'stingy' White House to shame* (*stingy* 'скупой'); 4) *No ciggies, no booze, no 2am feasts: and they call this a life?* (*ciggy* 'сигарета'; *booze* 'выпивка'); 5) *Jodi accused 'was smoking up to 600 joints a week'* (*joint* 'сигарета с марихуаной'); 6) *Oil-rich Arabs stump up (to stump up* 'выкладывать деньги, раскошелиться'); 7) *Clear off! We don't want you to help us* (*clear off* 'убираться'); 8) *Beware the e-mail scammers* (*scammer* 'мошенник, аферист'); 9) *Reprieve for young yobs* (*yob* 'грубый, шумный и агрессивный ребенок, хулиган'); 10) *Gotcha! Kelvin sinks the wannabe MPs* (*gotcha* 'нелитературное восклицание'; *wannabe* 'желающий быть кем-то'); 11) *Is your pet as podgy as you?* (*podgy* 'толстый'); 12) *Bentley or Maybach? Two posh motors for Becks to mull over* (*posh* 'шикарный').

Основной целью употребления разговорных элементов в *The Times* является усиление экспрессивности заголовка. Они также нередко используются как прямая либо чужая речь, заключаются в кавычки и создают впечатление непричастности автора статьи к этим словам - он лишь передает смысл сказанного кем-то (см. примеры (2), (3), (4), (5), (7)). Можно предположить, что в данном случае имеет место смягчение эксплицитно выраженной экспрессивности, не свойственной «качественной» газете.

Газета *The Sun* имеет совсем иную направленность, что соответственно отражается и в языке газетных заголовков. Так, в 25 % рассмотренных нами заголовков присутствовали элементы разговорного стиля. Приведем несколько примеров: *Soccer star's pad raided* (*pad* 'квартира, хата'); *Arsenal ace pleads guilty* (*ace* 'ас'); *Bookie pays out early* (*bookie* 'букмекер'); *Drunk man's wee out* (*wee* 'мочиться'); *Hen's willy-shaped egg* (*willy* 'детское слово для обозначения пениса'); *Boom for Brit car staff* (*Brit* 'британец'); *Swoops on ATM fee con* (*con* 'трюк, афера'); *Delta folks 'like Fockers'* (*folks* 'родители, предки'); *Labour's 'soft' on boozing* (*boozing* 'попойка'); *Jamie joins brekkie battle* (*brekkie* 'завтрак'); *Jamelia is top of the tots* (*tots* 'малыш'); *Footie Wives sexy as ever* (*footie* 'футбол'); *Corrie hunks are sacked* (*hunks* 'большой, сильный и сексуально привлекательный мужчина').

Таким образом, заголовки в *The Sun* характеризуются большей экспрессивностью, чем в *The Times*, во многом за счет более широкого привлечения элементов разговорного стиля. Причем такая лексика воспринимается читателем не как чья-то цитата, а как высказывание самого автора статьи. Таким образом, оценочность в заголовках *The Sun* явно эксплицитруется, в то время как *The Times* по возможности старается избегать использования стилистически окрашенных элементов в своих заголовках, предпочитая более скрытые, имплицитные оценочные средства.

Для языка вообще, а для языка газетных заголовков особенно, характерно стремление к экономии языковых средств. С точки зрения лексики выде-

лим несколько приемов. Во-первых, в газетных заголовках обеих рассматриваемых нами газет широко используются аббревиатуры.

The Times: *IRA* - Irish Republican Army (Ирландская республиканская армия); *MoD* - Ministry of Defence (Министерство обороны); *NHS* - National Health Service (Национальная служба здравоохранения); *HRT* - hormone replacement therapy (гормональная терапия); *MSP* - Member of the Scottish Parliament (член Шотландского парламента); *MEP* - Member of the European Parliament (член Европейского парламента); *A&E* - accident and emergency (отделение скорой помощи в больнице).

The Sun: *RAF* - Royal Air Force (Королевские военно-воздушные силы); *PM* - Prime Minister (премьер-министр); *ASBO* - antisocial behaviour order (решение суда Великобритании об антисоциальном поведении); *MRSA* - methicillin-resistant Staphylococcus aureus (стафилококковая бактерия, устойчивая к метициллину); *AWOL* - absent without leave (самовольное отсутствие, дезертирство - военная формулировка); *ATM* - automated teller machine (автоматический кассовый аппарат); *MCB* - Muslim Council of Britain (Совет мусульман Великобритании); *VC* - Victoria Cross (Викторианский крест - медаль); *IVF* - in vitro fertilization (искусственное («в пробирке») оплодотворение).

Одинаково широкое использование аббревиатуры в обеих газетах, возможно, объясняется экономией места на газетной полосе. Большинство аббревиатур не нуждаются в расшифровке для читателя, так как являются неотъемлемой частью культуры людей - носителей данного языка. Неясная аббревиатура может нарушить коммуникативное намерение автора, цель не будет достигнута. Во избежание этого некоторые сокращения разъясняются авторами в подзаголовке или же в первых строках статьи. Например: *MCB conference stormed*. - *Masked men invade Muslim Council of Britain's election press conference (The Sun)*; *Rose promises £4 a share to M&S investors*. - *Stuart Rose, the chief executive of Marks & Spencer (знаменитый универмар), has pledged to return the retailer's share price to more than 400p - or admit failure (The Times)*.

Еще одним средством экономии языковых средств и места является сокращение длинных многосложных слов. Наиболее распространенная словообразовательная модель здесь - первый слог + суффикс -y/ie, например: *ciggie* от *cigarette* ('сигарета') (*The Times*), *undies* - от *underwear* ('нижнее белье'), *Corrie* - от *Coronation Street* ('название телесериала'), *granny* - от *grandmother* ('бабушка'), *bookie* - от *bookmaker* ('букмекер'), *brekkie* - от *breakfast* ('завтрак'), *footie* - от *football* ('футбол'), *goody* - от *good things* ('полезные вещи') (*The Sun*). Встречается и другая модель - сокращение слова или даже словосочетания до первого слога или двух: *Jan* - от *January* ('январь'), *con* - от *confidence trick* ('уловка'), *gran* - от *grandmother*, *celeb* - от *celebrity* ('знаменитость') (*The Sun*). Однако сокращение слов по этой модели встречается в заголовках и в языке в целом значительно реже.

Проанализировав значительное число заголовков, мы заметили, что подобный прием сокращения слов в гораздо большей степени характерен для таблоида The Sun, чем для широкоформатной газеты The Times. Этот факт можно объяснить тем, что сокращение слова превращает его в элемент разговорного стиля, а, как мы уже упоминали, слова разговорной лексики в целом не характерны для заголовков качественной газеты и встречаются там скорее как исключение, придающее заголовку большую эмоциональность, чем полноправный элемент. В The Sun же сокращенные слова используются не только как прием экономии языковых средств и места на газетной полосе, но и как способ создания и усиления экспрессивности, столь характерной для таблоидов.

Для языка газетных заголовков характерно широкое использование антропонимов, но между газетами разных типов существуют некоторые различия в характере их употребления. Собственное имя героя газетного материала в заголовке может быть представлено по-разному.

Упоминание имени героя статьи **полностью (имя и фамилия)** не характерно для языка заголовков, так как это является избыточным и слабо экспрессивным. Тем не менее полное имя героя статьи (иногда сюда включается титул) можно чаще обнаружить в *The Times*: *The riotous work of Lali Chetwynd is a breath of fresh air for contemporary art*; *Hunt ban protesters corner Lord Whitty: Trust Gerry Adams? Hardly likely now*; *Dustin Hoffman to be a Londoner*, *The unkindest cut of all: Jeremy Paxman wanted to talk about men's bits, but Auntie wielded the knife*. В заголовках *The Sun* упоминание полного имени героя встречается крайне редко. Нами выделены лишь единичные случаи: *Wood: Ali G's a plank*.

Использование только лишь **фамилии** героя газетной публикации в заголовке является наиболее распространенным способом в *The Times*: около 68 % заголовков, содержащих имена собственные, включают упоминание героя по фамилии. Нам представляется, что именно такой способ именованья является наиболее нейтральным и максимально информативным: *Callaghan agreed payout for terrorist suspect*; *Porridge was 'too good' to go to prison*; *British aide heads Annan reshuffle at UN*; *Bush's law chief facing test on human rights*; *Straw pledges to match public generosity*; *Putin aide pays for Yukos attack*. В *The Sun* упоминание по фамилии встречается хотя и регулярно, но не настолько часто: лишь в 18 % заголовков с антропонимами присутствует только фамилия, например: *Ratzinger is puff daddy*; *Cowell backs our X factor*, *Zarqawi freed by cops*; *Unions to take on Blair, Howard sticks to guns*. Поскольку это, как правило, фамилии людей, играющих важную роль в общественно-политической жизни страны и мира, использование в заголовке фамилии указывает на то, что речь в статье пойдет о достаточно важных событиях. Тот факт, что подобных заголовков в газете сравнительно мало, еще раз свидетельствует об ориентированности издания не на освещение серьезных проблем.

При использовании только **имени** героя статьи в заголовке демонстрируется обратная зависимость по сравнению с названной выше. Лишь 17 % заголовков *The Times* включают имя героя (ср. 68 % - фамилию): *Why my OBE makes me better than Ringo, MBE*; *Jodi accused 'was smoking up to 600 joints a week'*; *Goodbye to all this: now Donatella is selling another Versace collection*; *Political sketch: Tony's diary: Jan 5, holiday over. Jan 6, save the world*. Необходимо заметить, что упоминание героя по имени используется, когда речь идет о людях, имеющих отношение к искусству или шоу-бизнесу, либо материал носит юмористический или сатирический характер. В *The Sun* доля таких заголовков составляет 68 % (ср. 18 % - упоминание фамилии), например: *Cherie school lunch salvo*; *Victoria's cooking is a yolk*; *Jodie: Kenzie loves sex*; *Elton is Liz's style guru*; *Jennifer's a right stir-up*; *Kylie on road to recovery*; *Osama alive but 'weaker'*; *Carmen's lapdance secrets*; *Chesney's strumbak bid*; *Dita has explosive sex*. Как правило, понимание того, о чем и о ком идет речь, требует не только языковой подготовки, но и определенной социокультурной компетенции. Доминирующее положение заголовков именно с этим типом использования собственных имен указывает на то, что главными темами газеты являются сплетни, слухи и скандалы из жизни знаменитостей. Упоминание героя по имени делает его ближе читателю, а стиль публикации становится более эмоциональным.

Использование **усеченного имени** героя либо даже его **прозвища** является исключительно чертой, характерной для популярной прессы. В 13 % заголовков с именами собственными газеты *The Sun* встречается такой

способ именованія героя, напрыклад: *Jacko defiant as his trial begins* (Michael Jackson); *I'm the one for Hew* (Lleyton Hewitt); *Kel should nose better* (Kelly Brook); *Jen fury at baby pic theft* (Jennifer Aniston); *Ed is clearly a Wynner* (Edwin Collins); *Nat feels the phwoar-ce* (Natalie Portman). Выкарыстанне явна разгаворных форм імяні прадстаўляе сабой адно з сродкаў стварэння экспрэсывнасці ў загаловках для прывалення ўвагі чытацеля. Поніманне такога заголовка таксама трэбуе досыць высокага ўзрўня сацыякультурнай кампетэнцыі.

В якасцве броскіх, абрацаючых чытацельскае ўваганне газетных загалвак шырока іспользуюцца фразеалагічныя абароты, асабена ў трансфармаваным віде. Ізменення фразеалагізмаў пазваляюць журналістам ізбегать штампав, так как в этих случаях фразеологизм получает, помимо свойств, заложенных в нем самом (а иногда и вопреки им), новые экспрэсывныя свойства (см. Шанскіі 1985).

В ролі загалвакаў актывна ўпярбаляюцца фразеалагізмы, якія с точки зрэння іх семантычнай слітнасці яўляюцца фразеалагічнымі выражэннямі, - псаловіцы, пагаворкі, крылатыя слова, афарызмы, шырока ізвестныя фрагменты літэратурных прадзведенняў, песен і т. п. Экспрэсывнасць, рады каторай іспользуюць такія загаловкі, базіруецца на іх абшчезвестнасці. Імянна па гэтай прычыне аналіз іспользавання такога рода прэцэдэнтных тэкстаў ў загаловках вызывае адредэленыя труднасці, так как для іх ідэнтыфікацыі, вычленення і паследуючага аналіза недастаточна простаго знанія языка. Неабходіма ўключеннасць ў сацыякультурную сітуацыю страны і/ілі стран ізучаемага языка, прычём как в синхроническом, так и диахроническом плане.

Языковая ігра с іспользаваннем трансфармаваных фразеалагічных выражэнняў і ўстойчывых сабетааняў ў большай степені характэрна для газеты The Sun. Чашчэ ўсретаецца спосаб трансфармацыі, пры катором адін ілі балее элементў ўстойчывага сабетааня замяняюцца на созвучныі, но совершенно отличный по смыслу. Таким образом, образуется вертикальный контекст, и все выражение приобретает новое значение, включающее в себя и аллюзию на значение исходного выражения, напрыклад: *Labour is doing swell* (вместо 'do well' 'хорошо получаться'); *Victoria's cooking is a yolk* (yolk 'желток', yoke 'ярмо, иго' произносятся одинаково); *What a messy Lotte* (messy Lotte 'грязнуля Лотта', messy lot 'беспорядок, путаница'); *Hairdresser stops dye-ing* (dying 'умирание', dyeing 'окрашивание волос' произносятся одинаково); *Get your own singer thong* (thong 'нижнее белье', song 'песня'); *House in hole lot of rubble* (in hole lot of rubble 'в яме с мусором', in whole lot of trouble - 'в беде').

Другім спосабам трансфармацыі яўляецца замена аждаемага элемента на созвучныі аказіаналізм, как правило, прадзводныі ад імяні сабствэннага: *Un-Blair-able pain for PM* (unbearable 'невыносимый' + Blair); *Blair gets Corried away* (carried 'уносить' + Coronation Street); *Beckingham Palace threat* (Buckingham Palace + Beckham); *It's Robin Wheeliams now* (Williams + wheel 'колесо'). Для The Times гэты спосаб менее характэрна: *Tourism chiefs try to lure gay visitors to 'United Queendom'* (kingdom + Queen). В рэзультате получается выражение или слово, совмещающее в себе значения обоих исходных элементов, что одновременно и вызывает интерес у читателей и экономит место на газетной полосе.

Еще одним приемом языковой игры, характерным для The Sun, можно считать игру с полисемией/омонимией, т. е. использование в заголовке слов, имеющих несколько несходных значений, напрыклад: *Will helps the young* (young - 'молодежь' и фамилия героя статьи); *Lyndal asked to bear all* (to bear 'выносить, терпеть'; a bear 'медведь').

Как для The Sun, так и для The Times характерно использование рядом двух созвучных слов для усиления экспрэсывнасці. The Times: *Mad*

about *Madison*; *Blair bares his teeth*; *Tony takes Tony flak over use of Queen's Flight for holiday*. The Sun: *Rapper Dogg in 'rape' row*; *Date site's no ugly sight*.

Широко даются в газетах и заголовки аллюзивного характера, которые Т.М. Николаева характеризует как «вид текста, когда заголовок отсылает читателя к некоему "прецедентному тексту", включая текстовые переключки самого широкого плана» (Николаева 2002, 296). Понимание таких заголовков требует от читателя обладания определенными фоновыми знаниями, владения экстралингвистической ситуацией, сложившейся в данной социокультурной среде. The Times: *Your money or their lives* ('Ваш кошелек или их жизни' перифраза разбойничьей формулы: *Кошелек или жизнь*); *Third French journalist feared kidnapped in 'too calm' Baghdad* ('Опасаются, что уже третий французский журналист похищен в «слишком спокойном» Багдаде' - эксплуатация известной фразы *В Багдаде все спокойно*). The Sun: *Delta folks 'like Fockers'* ('Родители Дельты похожи на Факеров': *Факеры* - персонажи известной американской комедии), *Nat feels the phwoar-ce* (*Натали Портман* - актриса, сыгравшая одну из главных ролей в эпизодах 1-3 киносаги «Звездные войны», *phwoar-ce* - искаженное от *force* (*сила*): именно таким образом произнесенное слово - аллюзия на фильм, где «сила» является ключевым понятием).

Таким образом, несмотря на ряд сходных черт, заголовки газет The Times и The Sun значительно отличаются, что обусловлено, прежде всего, экстралингвистическими факторами, такими как тематическая направленность газет, их ориентированность на определенный круг читателей. Среди различий выделим следующие:

1. Больше распространение разговорной и сниженной лексики в The Sun, чем в The Times, в которой доминируют слова нейтрального стиля.

2. Сокращение длинных многосложных слов более характерно для The Sun, так как такие варианты слов - элементы разговорного стиля, в то время как аббревиатуры в равной мере употребляются в обеих газетах.

3. Наиболее типичным способом использования антропонимов в заголовке в газете The Times является использование фамилии героя, а в газете The Sun - его имени или даже прозвища, что является еще одним указателем на ориентацию первой газеты на нейтральный стиль и объективную подачу информации, а второй - на разговорный стиль и эмоционально-оценочное представление фактов.

4. Обеим газетам в одинаковой мере присуща трансформация языковых клише, различающаяся по характеру: так, для The Sun типична в первую очередь лишь языковая игра по замене элемента устойчивого сочетания на созвучный, в то время как для The Times характерно использование более сложных аллюзивных трансформаций, требующих аналитического подхода и более глубокого знания социокультурной ситуации.

ЛИТЕРАТУРА

Верткин Д.М. Лексическая семантика отглагольного существительного - ядра номинативного словосочетания // Лексическая семантика и фразеология. Л., 1987. С. 3-11.

Лазарева Э. А. Заголовок в газете. Свердловск, 1989.

Лазарева Э.А., Писарева И.В. Газетный заголовок и текст: композиционные ресурсы выразительности // Эффективность прессы: вопросы методологии, теории и практики. Свердловск, 1989. С. 131-139.

Николаева Т.М. Лингвотекстологические особенности подачи информации в русскоязычных газетах // Встречи этнических культур в зеркале языка: В сопоставительном лингвокультурном аспекте. М., 2002. С. 293-311.

Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка. М., 1985.

Поступила в редакцию 05.02.06.

Александра Борисовна Алеева - аспирантка кафедры теоретического и славянского языкознания. Научный руководитель - доктор филологических наук, профессор А.А. Кожина.