

УДК 811.161.1

ГАЗЕТНЫЕ ЗАГОЛОВКИ КАК СРЕДСТВО ДОСТИЖЕНИЯ КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ

Чернобривец С. Г.

*Таврическая академия Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского,
Симферополь
E-mail: filologtnt@mail.ru*

Заголовок в газетном дискурсе призван реализовать его основные функции: воздействующую, оценочную и информационную.

Журналисты как субъекты речи используют различные языковые средства, которые наиболее полно могут реализовать запланированные коммуникативные цели. При этом особое внимание отводится заголовку, который, будучи одновременно и компонентом текста, и самостоятельной единицей речи, должен привлечь внимание адресата к публикации, побудить его к прочтению опубликованной информации. Очень показательны в этом плане заголовки – прецедентные тексты, а также такие, в которых знаки препинания помогают невербально выразить оттенки смысла.

Ключевые слова: заголовок, коммуникация, субъект, адресат, прецедентный текст, пунктуация.

ВВЕДЕНИЕ

Коммуникативно-прагматический подход к изучению языковых явлений заключается в описании языковых средств, являющихся важными как для субъекта речи - автора текста, так и для адресата, воспринимающего этот текст.

В современном обществе СМИ, в частности газеты, играют очень важную роль – информируют, просвещают, воспитывают читателей, но, кроме этого, ещё и манипулируют их сознанием.

Цель данной статьи – показать некоторые коммуникативно значимые средства привлечения внимания читателя в заголовках крымских газетных статей.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Журналист, освещая то или иное событие, должен использовать разнообразные речевые средства, при этом особое внимание обращая на оформление заголовка – сформулировать его так, чтобы планируемая цель речевого воздействия на адресата реализовалась наиболее эффективно. Для достижения этой цели часты обращения к прецедентным текстам (далее - ПТ) как к таким феноменам, которые хорошо известны и автору, и читателю. Под ПТ, вслед за Ю. Н. Карауловым, мы будем понимать «текст, фиксированный в сознании носителей языка данной языковой общности, представляющий факт культуры в широком понимании и актуализирующий некую ситуацию» [1, с. 29]. ПТ – это цитаты из письменных и устных произведений различного характера, фразеологизмы, паремиологизмы, т.е. такие единицы, которые должны быть известны и адресату, и адресанту. Субъект речи, избирая в качестве заголовка ПТ, опирается прежде всего на прагматическую пресуппозицию - учитывает фонд знаний, мнений, взглядов на происходящее у

адресата, чтобы вызвать у него запланированный перлокутивный эффект. ПТ побуждает читателя-реципиента к узнаванию закодированного в ПТ смысла и рассмотрению его в качестве языковой игры, устанавливающей уровень компетентности и автора, и читателя. Отсюда следует, что ПТ – такая единица речи, значение которой должно быть хорошо известно большинству представителей лингвокультурного сообщества. Как показывает практика, ПТ-заголовки очень разнообразны по форме и источникам. Журналисты часто используют ПТ в качестве заголовков своих публикаций, поскольку заголовок всегда занимает сильную позицию: именно он в первую очередь привлекает внимание читателя, давая первичную информацию о содержании, презентует, рекламирует материал.

ПТ в современных газетных заголовках используются довольно активно.

С точки зрения происхождения ПТ-заголовки – это названия художественных произведений или фраз из них, названия популярных художественных фильмов, фразы из песен, устойчивые выражения – дословные или изменённые, например: *Как закаляется сталь* (Крымская правда, 15.09.12); *Уж небо осенью дышало* (Крымская правда, 29.09.12); *И пошли они, солнцем палимы?* (Крымская правда, 29.11.11); *Ты виноват уж тем, что хочется мне...* (Крымская правда, 26.10.13); *Что день грядущий нам готовит?* (Крымская правда, 12.01.13); *Покой им только снится* (Крымская правда, 17.12.11); *Дай, Джим, на счастье лапу мне...* (Крымская правда, 26.10.13); *Яйца курицу научат* (Крымская правда, 04.01.12); *Стоянки преткновения* (Крымская правда, 15.02.13); *Чем дальше в лес, тем... страшнее* (Крымская правда, 30.10.12); *Близок локоть, да не укусишь* (Крымская правда, 18.10.12); *Курочка клюёт по зёрнышку* (Крымская правда, 22.11.11); *Не рой другому яму...* (Крымская газета, 22.09.15); *Свято место пусто не бывает* (Крымская правда, 23.09.15) и под.

Как свидетельствуют факты, в заголовках крымских газет используются два способа применения ПТ: 1) дословное включение чужеродной единицы как средства экспрессии; и 2) трансформирование исходного выражения, в результате чего происходит насыщение его не только экспрессией, но ещё и дополнительными смыслами.

Приведём заголовки-прецеденты без изменений: *Всадник без головы* (Крымская правда, 29.11.11) – в статье описывается преступление, совершённое над председателем правления крымской общественной организации мотоклуба; *Дай, Джим, на счастье лапу мне...* (Крымская правда, 26.10.13) – публикация касается дрессировки собак; *Крепче за баранку держись, шофёр!* (Крымская правда, 21.07.15) – об опасности разговоров по телефону за рулём.

Как показал исследованный материал, в заголовках чаще всего применяются изменённые исходные тексты. При этом могут быть произведены следующие преобразования: замена компонентов; их усечение; добавление компонентов. Встречаются и комбинации таких преобразований в одном заголовке.

Замена компонентов – лексическая субституция – один из самых распространённых способов модификации ПТ. Например: *Крымский фронт: без перемен* (Крымская правда, 15.08.12). В основе этой конструкции лежит название романа Э.-М. Ремарка «*На Западном фронте без перемен*» с заменой компонента

«западный» на «крымский». Приведём ещё заголовки с лексической субституцией: *Мифология второй свежести* (Крымская правда, 26.10.15) - о заверениях украинского правительства, что ЛЭП в Херсонской области подорвали крымские татары; *Долг шантажом красен* (Крымская правда, 20.10.15) – о нежелании Украины возвращать долг России, если Россия не согласится на его реструктуризацию; *Семь бумажных кругов* (Крымская правда, 08.10.15) – о трудностях при оформлении земельных участков.

В заголовке *Вот в чём вопрос* (Крымская правда, 19.12.12) автор публикации произвёл усечение ПТ «Быть или не быть? – Вот в чём вопрос» - известной фразы из произведения В. Шекспира. Журналист взял для заголовка только вторую часть с акцентом на слове «вопрос», поскольку в статье идёт речь о постоянной рубрике газеты с вопросами читателей в редакцию и ответами на них.

Заголовок *Семь раз отстежни...* (Крымская правда, 29.01.13) – трансформант пословицы «Семь раз отмерь – один отрежь». Здесь намеренно отсечена вторая часть фразы и заменена «отмерь» на «отстежни», что позволило добавить заголовку яркую эмоционально-экспрессивную коннотацию, дающую смысловое наращение: не заплати, а выложи крупную сумму. В публикации под заголовком *Дёшево и смертельно* (Крымская правда, 14.10.15) представлен трансформ выражения «Дёшево и сердито». В статье речь идёт о заменителе алкоголя, употребление которого приводит к летальному исходу. Заголовок *Ловитесь замы, большие и маленькие* (Крымская правда, 10.11.15) – трансформ фразы «Ловись рыбка большая и маленькая» - предваряет публикацию о чистке крымского чиновничества.

В нашем материале встретились случаи замены всех компонентов исходной фразы «Казнить нельзя помиловать»: *Убивать нельзя стерилизовать* (Крымская правда, 06.02.13); *Приручить нельзя оставить?* (Крымская правда, 19.11.15). Отсутствие запятой заставляет читателя задуматься и над членением текста.

ПТ-заголовок призван сжато охарактеризовать ситуацию, изложенную в публикации. В том случае, когда некоторые компоненты ПТ неактуальны, маловыразительны, создатель текста заменяет их на более, по его мнению, подходящие. Такие трансформации дают возможность читателю участвовать в своеобразной языковой игре: проверить собственную компетентность и понять цель использования ПТ. Однако достижение запланированной цели будет успешным лишь в том случае, если реципиенту известна исходная фраза и он может сопоставить её с прочитанным текстом. Столкновение двух планов – эксплицитного и имплицитного – позволяет выразить авторскую позицию и создать необходимый эффект - «зацепить» взгляд читателя, задержать его на названии публикации, а тем самым и побудить адресата к прочтению. При этом происходит столкновение привычного, известного и неожиданного.

Стимулировать читателя к прочтению публикуемого материала помогают и пунктуационные знаки.

Современная русская пунктуация в процессе исторического развития преобразовалась в функционально и социально значимую систему, важную как для читающего, так и для пишущего.

Известно, что цель пунктуации – членить текст. К. Г. Паустовский по этому поводу писал, что знаки препинания «существуют, чтобы выделить мысль, привести слова в правильное соотношение и дать фразе лёгкость и правильное звучание. Знаки препинания – это как нотные знаки. Они твёрдо держат текст и не дают ему рассыпаться» [2, с. 238].

Принципы использования знаков препинания – структурный, семантический, интонационный – чаще всего «работают» одновременно. Интерпункция вносит в текст смысловые оттенки, помогает восприятию текста, придаёт ему стилистическую окраску или корректирует её. Пунктуация – одно из выразительных средств репрезентации тех сторон содержания, которые либо не могут передаваться при помощи одних только словоформ, либо передаются таким способом частично. Н. С. Валгина в связи с этим отметила: «Современная пунктуация контекстуально обусловлена. Контекстуальная вариантность сообщает пунктуации такое замечательное качество, как гибкость» [3, с. 241]. Ядро русской пунктуации образуют 10 пунктуационных знаков: точка, вопросительный знак, восклицательный знак, многоточие, запятая, точка с запятой, скобки, кавычки, тире, двоеточие.

Заголовок – это и компонент текста, и самостоятельная единица, а поэтому он должен быть точным, кратким, а также, что особенно важно, экспрессивным. Одним из способов насыщения заголовка экспрессивными возможностями является пунктуация. «Знаки препинания, – пишет Н. С. Валгина, – читаются, т. е. несут в себе определённую, известную нам информацию, следовательно, они отягощены смыслом, причём смыслом исторически накопленным в практике печати» [3, с. 241].

Наблюдения показали, что с помощью интерпункции журналист намеренно выделяет те части заголовков, на которые читатель должен обратить внимание в первую очередь. Ярким примером этому служат многочисленные парцеллированные конструкции, в которых **точка**, разрывая грамматическую структуру, способствует акцентированию внимания читателя на отчленённой части – парцелляте. Например: *Конституцию не тронули. Пока.* (Крымская правда, 05.02.14). Корреспонденту важно обратить внимание читателя на тот факт, что время пересмотра конституции ещё не пришло, но это действие произведено будет. *Всё равно запретим. Но по закону.* (Крымская правда, 08.02.14). В статье говорится о запрете деятельности ВО «Свобода» на территории Крыма, и этот запрет будет закреплён законодательно. Такие конструкции позволяют сжато, но в то же время и ёмко, эмоционально передать основную мысль публикации. Парцелляция часто применяется в современной печати как стилистический приём, создающий эффект прерывистости в передаче информации, имитирует интонации разговорной речи. Встречаясь с заголовком- парцеллированной конструкцией, читатель как бы «спотыкается» на точке, стоящей на месте разрыва, и обращает внимание на отчленённую часть – парцеллят, выделенный по смыслу и интонационно. При помощи этого приёма парцеллированный заголовок приобретает особый смысл. Вот ещё примеры таких конструкций: *Перемирие на Донбассе соблюдается. В основном* (Крымская правда, 17.02.15). Понижение интонации к концу базовой структуры выделяет в качестве логического центра компонент «соблюдается». Однако

парцеллят «в основном» даёт нам, читателям, возможность расценить всё это высказывание как «а в частности инциденты с применением вооружения есть». Без парцелляции данный заголовок не имел бы экспрессивного оттенка. Этот же приём применён и в следующих заголовках: *Музеи стали бесплатными. Раз в месяц* (Крымская правда, 21.01.15); *Связь ожила. Но не совсем* (Крымская правда, 17.02.15); *Лгут и не краснеют. Потому что боятся* (Крымская правда, 03.10.15); *Оператор получил срок. Условный* (Крымская правда, 13.10.15); *На переправе проблем нет Кроме погоды* (Крымская газета, 27.10.15); *Налогов прибавится. Но в 2017 году* (Крымская правда, 07.11.15). При помощи парцелляции создаётся динамичность, а иногда парцелляция помогает журналисту передать новый смысл, нужный автору.

В качестве заголовка нами отмечено самостоятельное употребление отчленённых предикативных единиц. Вот пример придаточного, заключающего в себе основную информацию: *Если бы не Крым...* (Крымская правда, 23.12.14; 13.01.15; 10.02.15). Публикации под таким названием раскрывают роль Крыма в мировой истории и культуре. Информация о футбольной жизни в Крыму, несмотря на санкции, названа *...А караван идёт* (Крымская правда, 05.03.15). Расчленена сложносочинённая конструкция с противительными отношениями. Основная информация здесь также не в первой части, а в отчленённой.

В заголовках крымских газет регулярно употребляется также **двоеточие**, основная функция которого – пояснительная. Например: *Судак: мал городок, да дорог.* (Крымская правда, 20.11.13); *Два митинга: кто и как защищает Крым.* (Крымская правда, 29.01.14); *Итоги переговоров: оппозиция испугалась ответственности* (Крымская правда, 06.02.14); *Книга памяти: забыть и уничтожить?* (Крымская правда, 20.11.13); *Россия и Украина: родные не могут не понять друг друга* (Крымская газета, 08.10.13); *Великое чудо: за сутки и всем миром* (Крымская правда, 20.01.15); *Опрос: народ почувствовал кризис* (Крымская правда, 25.02.15). Такие построения разделяются с помощью двоеточия на две части: в первой даётся название проблемы, вторая служит её конкретизации. Таким способом двоеточие помогает кратко, выразительно обозначить основную мысль публикации. Обращает на себя внимание довольно частое употребление двоеточия в двучленных заголовочных конструкциях такого типа: *Лавров: планы Вашингтона рухнули* (Крымская правда, 28.02.15); *Путин: пора избавляться от позорных убийств* (Крымская правда, 05.03.15); *Миллер: соседи останутся без газа* (Крымская правда, 25.02.15). По правилам пунктуации, если это прямая речь, то после двоеточия должна быть часть предложения – слова автора – в кавычках. Однако эти и подобные заголовки оформляются как несобственно-прямая речь: первая часть называет того, кто высказал во второй части, после кавычек, мысль, но приводится она не как цитация, поскольку содержит только основное содержание. Постановка двоеточия в таких двучленных конструкциях в современных правилах не оговаривается, однако журналисты часто прибегают к такого рода конструкциям. Они броски и содержательно компактны.

Функции **тире** в заголовках довольно широки, но, как правило, указывают на смысловую зависимость частей фразы, расчленённой с помощью этого знака.

Например: *К вашему столу – от нашей редакции* (Крымская правда, 28.12.13); *Лучшие – синица в руках...* (Крымская правда, 30.11.13); *Полуостров – в ледяном панцире* (Крымская правда, 31.01.14). В таких конструкциях на месте тире происходит пропуск либо второстепенного члена, либо сказуемого, либо союзов, в результате чего создаётся эмоционально-смысловая напряжённость. Заголовочные конструкции с тире часто строятся по типу призыва, лозунга. Например: *Маршрутки – под спутниковый контроль* (Крымская газета, 16.10.13); *Очередям – бой!* (Крымская правда, 29.01.15). *Покупай крымское – не прогадаешь!* (Крымская газета, 30.10.13). В последнем примере тире несёт ещё и дополнительную смысловую нагрузку - передаёт значение условия: если будешь покупать крымское, то не прогадаешь. Такой тип заголовка привлекает внимание читателя к наиболее важным сторонам события, ставшего предметом внимания журналиста.

Употребление **многоточия** в заголовках также связано с содержательной и эмоциональной их стороной. Например: *А мы пили и гуляли...* (Крымская правда, 30.11.13). Так озаглавлена статья, в которой речь идёт о том, что штрафы не действуют на пьяных водителей, а многоточие указывает на запланированный подтекст: хоть нас и штрафуют, а мы будем садиться за руль в нетрезвом виде. Вот ещё примеры заголовков, построенных на недосказанности, что даёт возможность заинтриговать читателя, побудить его к прочтению материала: *Чтобы память зазвучала...* (Крымская правда, 18.02.14); *В чужом глазу соринку видят...* (Крымская правда, 06.02.14); *Пришла весна...* (Крымская правда, 03.03.15).

Внутри предложения-заголовка многоточие выполняет примерно такую же функцию, как точка при парцелляции, т.е. указывает на особую значимость части, следующей после многоточия. Например: *Визит вежливости и... знакомства* (Крымская правда, 07.03.15) – о приезде делегации УЕФА в Крым с целью ознакомления с особой футбольной зоной в Крыму. *Обещания и... масса вопросов* (Крымская правда, 07.02.15) – о судьбе крымского футбола. Следующие два заголовка к разным статьям как бы продолжают друг друга, что также выражается пунктуацией: *Киев просит у США оружия...* (Крымская правда, 18.02.15) – о том, что Америке передан список необходимой Украине военной техники. После этой публикации сразу же подана статья с заголовком *...хотя экономика страны в упадке* (Крымская правда, 18.02.15).

ВЫВОДЫ

Как видим, точка, двоеточие, тире, многоточие – знаки эмоционально и семантически наполненные, позволяющие невербально выразить оттенки смысла, показать подтекст.

Таким образом, журналист как субъект речевого акта из имеющихся в языке ресурсов избирает для заголовка те, которые наиболее эффективно выразят его журналистскую позицию к описываемым фактам, а также привлекут внимание адресата. Поэтому представитель СМИ, учитывая знания и опыт читателя, часто обращается к различным ПТ, а также использует авторскую пунктуацию.

Список литературы

1. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке: Учеб. пособие для студентов вузов / Н. С. Валгина. – М.: Логос, 2003. – 304 с.
2. Караулов Ю. Н. Русская языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Эдиториал УРСС, 2003. – 263 с.
3. Паустовский К. Г. Избранные произведения: Повести / К. Г. Паустовский. – К.: Веселка, 1984. – 360 с.

**NEWSPAPER HEADLINES AS A MEANS OF THE ACHIEVING
OF COMMUNICATIVE AND PRAGMATIC GOALS**

Chernobrivets S. G.

Headline in the newspaper discourse aims to realize its main functions are: acting, appraisal, information.

Journalists as subjects of speech use different linguistic means, which are more fully able to implement the planned communication goals. Special attention is given to the header, which, being both a component of the text, and independent unit of speech, should attract the attention of the addressee to publish, encourage them to read published information. Headers are very indicative in this plan – precedential texts, as well as those in which punctuation marks help to nonverbal express shades of meaning.

Key words: header, communication, subject, addressee, precedent, text, punctuation.