

УДК 81'42

ФУНКЦИИ ЗАГОЛОВКОВ ТЕКСТОВ ИНТЕРНЕТ-НОВОСТЕЙ

Н.С. Цыбикова

Бурятский государственный университет, Улан-Удэ

Статья посвящена изучению функциональных особенностей заголовков текстов интернет-новостей с позиции диктемной теории текста М.Я. Блоха. Заголовки текстов интернет-новостей представляют собой диктемы особого рода, направленные на выполнение информативной и воздействующей функций.

Ключевые слова: *текст интернет-новостей, заголовок, диктема, информативная и воздействующая функции интернет-СМИ.*

Изучению заголовков информационных жанров массово-информационного дискурса в современной лингвистике уделяется особое внимание. Различные аспекты заголовка находят подробное освещение на материале стиля газеты, где его рассматривают в тесной связи с озаглавливаемым текстом и выполняемой им основной задачей: сообщить читателю о теме публикации и сформировать установку на восприятие информации [5; 6; 8]. Исследований заголовков текстов интернет-СМИ сравнительно немного [3].

В рамках настоящей статьи предпринимается попытка рассмотреть особенности функционирования заголовков текстов интернет-новостей с целью воздействия на реципиента с позиций диктемной теории текста, разработанной М.Я. Блохом. В статье частично используются положения теории трансформаций темы новостного сообщения в заголовке, обобщенных и подробно проанализированных А.А. Негрышевым на материале российской печатной прессы [7].

Материалом для анализа послужили новостные сообщения с интернет-сайтов британского информационного агентства Reuters и российского информационного агентства РИА Новости, посвященные военной операции в Ливии и размещенные в сети Интернет во второй половине марта 2011 г. Для сравнительного анализа воздействующего аспекта заголовков интернет-новостей необходимо было бы также использовать новостные материалы ливийского национального информационного агентства JANA, но с начала вооруженных столкновений доступ к сайту агентства заблокирован.

Как правило, новостные сайты содержат огромное количество статей различной тематической и жанровой направленности. Домашняя страница новостного интернет-ресурса традиционно представляет собой только перечень заголовков всех статей и их вступок при наведении курсора.

сора на заголовок той или иной статьи. Можно сказать, заголовок технически обособлен от текста сообщения, так как заголовок и текст новостей в Интернете не находятся в линейной последовательности в отличие от текстов новостей в печатной прессе. Следовательно, заголовок новостного интернет-сообщения должен быть максимально информативным и «завершённым» в семантическом плане для того, чтобы дать адресанту представление об озаглавливаемом тексте. Другими словами, в сравнении с заголовками текстов новостей в печатной прессе, где существует возможность беглого просмотрового чтения самого текста наряду с заголовком и затем чтением самого текста в случае заинтересованности реципиента, заголовки интернет-новостей обладают значительной коммуникативной нагрузкой, что обусловлено гипертекстуальным способом представления информации. Поэтому заголовки текстов интернет-новостей призваны не столько информировать, сколько заинтриговать читателя и пробудить его интерес.

Вслед за О.Ю. Богдановой, мы определяем *заголовок как диктемное имя текста*. По мнению ученой, заголовок является именем текста и его неотъемлемой частью, представленной диктемой особого рода. Заголовок рассматривается с позиции целостного текста, в котором он выступает как один из составляющих его компонентов, как элемент, связанный с содержанием текста сложными полифункциональными отношениями [2].

В соответствии с диктемной теорией построения текста и выполняемыми ими функциями заголовки интернет-новостей представляют собой диктемы, направленные на информирование адресата о содержании последующего сообщения, и на привлечение внимания читателей. Таким образом, можно условно выделить две основные функции заголовков – *информативную* и *воздействующую* или *прагматическую*. В реальной коммуникации эти функции неотделимы друг от друга, поэтому скорее следует говорить о доминировании той или иной функции.

Известно, что результатом любого общения является формирование конкретной информации, которая имеет целый ряд рубрик. В соответствии с задачей настоящей статьи актуально рассмотрение фактуальной, интеллективной (оценочной) и импрессивной (экспрессивной) рубрик информации. Фактуальная информация отражает диктемную ситуацию в рамках фактов и их отношений. Интеллективно-импрессивная информация реализует коннотацию целевого воздействия на слушающего [1]. Можно видеть, что реализация фактуальной рубрики информации заголовочных диктем тесно связана с реализацией ими информативной функции, а реализация интеллективной и импрессивной рубрик – с воздействующей функцией.

Традиционно выделяемые функции диктемы, такие как номинация, предикация, тематизация, стилизация, рассматриваются нами в от-

ношении и в связи с текстом, к которому собственно и относится тот или иной заголовок. Следовательно, в соответствии с диктемным подходом к анализу заголовков интернет-новостей нужно отметить, что *номинация* эксплицирует предмет сообщения, *предикация* – предикат сообщения, *тематизация* – тему сообщения, *стилизация* подразумевает адресата сообщения. Так, номинация, предикация и тематизация соотносятся с традиционно выделяемыми функциями заголовков по отношению к тексту, а стилизация есть не что иное, как воздействие на адресанта, т.е. прагматическая функция заголовков. На наш взгляд, именно диктемный подход к рассмотрению заголовков интернет-новостей позволяет изучить их структурные, семантические и функциональные особенности в тесной связи с реальными условиями коммуникации, так как он предполагает выявление не только тематического единства заголовка с озаглавливаемым текстом, но и нацеленности заголовка прежде всего на адресата сообщения. Так, из проведённого анализа следует, что номинация, предикация, тематизация могут реализовывать не только фактуальную информацию, но и прочие рубрики информации, нацеленные на воздействие на реципиента.

В рамках настоящей статьи с целью изучения воздействующего или прагматического эффекта заголовков интернет-новостей наиболее интересным представляется рассмотрение реализации *тематизирующей* функции, т.е. степени соответствия заголовка озаглавливаемому тексту, по терминологии А.А. Негрышева, степени изоморфизма пропозиционального содержания заголовка и основного текста [7, с. 32].

В случае изоморфизма пропозициональной структуры текста (включающей субъект (S), предикат (P) и факультативный объект действия (O)) и заголовка, последний отражает пропозициональное содержание текста с минимальной трансформацией, например:

- *Explosions heard in Libyan capital before dawn (Reuters, 21.03.11).*
- *Спецпредставитель США по диалогу с оппозицией скоро отправится в Ливию (РИА Новости, 26.03.11).*

Как показывает проведённый анализ заголовков, такой изоморфизм встречается довольно редко. Чаще всего наблюдаются различные преобразования текстовой информации в заголовке, а именно: *компонентные либо модальные трансформации* темы (топика) новостного сообщения [7, с. 33].

Компонентные трансформации предполагают логико-семантические преобразования пропозициональной структуры текста путем операций над её компонентами: *заменой, усечением их количества, линейной перестановкой*. Данный тип трансформаций чаще встречается в заголовках новостных сообщений российского информагентства.

Например, *субституция*, а именно: один из его подтипов, как замещение по принципу общее-частное, наблюдается в следующем случае:

- *Судан не предоставлял свое воздушное пространство для ударов по Ливии (РИА Новости, 26.03.11)* – в тексте: МИД Судана.

Одним из частотных приёмов позиционирования в заголовках новостных интернет-сообщений как российского, так и британского информагентств является *активизация / пассивизация*, при котором в заголовке меняется последовательность компонентов пропозиции – S, P, O. Очевидно, что замена активных форм предикации на пассивные и наоборот – пассивного залога на активный – позволяет по-иному составлять политические и идеологические акценты сообщения. Исследователи также отмечают, что наиболее ярко интерпретирующие свойства пассива проявляются в определённых тематических контекстах, а именно: в сообщениях о конфликтных ситуациях, ситуациях противостояния властям, а также ситуациях, связанных с применением силы [4]. Интересно отметить, что активизация характерна для русскоязычных заголовков, как например, в следующей диктете:

- *Коалиция НАТО нанесла удар по городу Себха, поддерживающему Каддафи (РИА Новости, 27.03.11).*
- *Войска антиливийской коалиции нанесли удары по Триполи (РИА Новости, 26.03.11)* – в тексте: Ливия уже несколько дней *подвергается* массированным ракетным ударам и авианалетам сил западной коалиции.

В приведённых заголовках посредством активизации акцентируется ответственность субъекта действия, тем самым передавая имплицитное негативное отношение автора к описываемой проблеме.

Манипулятивный аспект указанного типа трансформации заголовков наиболее ярко проявляется при сравнении русскоязычных и англоязычных заголовков сообщений, описывающих одно и то же событие реальной действительности, например:

- *Libya says almost 100 civilians died in air strikes (Reuters, 24.03.11).*
- *Жертвами авиаударов коалиции в Ливии за четыре дня стали 114 человек (РИА Новости, 26.03.11).*

В первом примере за счёт активизации и употребления полной цитации нивелируется субъект, ответственный за авиаудары. Во втором примере усиливается роль объекта предикации – невинных жертв среди мирного населения в результате авианалетов. Таким образом, посредством употребления различных глагольных залоговых форм кардинально меняется полюс оценки (от нейтральной до имплицитно-отрицательной журналистской оценки).

Модальные трансформации наиболее характерны для заголовков иностранных интернет-сообщений. В случае *модальных трансформа-*

ций происходит подмена пропозиционального содержания новостной статьи модальным. Приведём примеры следующих типов модальных трансформаций:

- аксиологическая оценка: *Analysis: Libya campaign enters riskiest phase for allies (Reuters, 22.03.11).*
- интенционализация: *More Republicans doubt Obama's Libya action (Reuters, 21.03.11).*
- варьирование коммуникативного модуля: *Q+A: How does Libya oil disruption compare with Iraq's? (Reuters, 23.03.11).*
- эвфимизация: *UAE to send 12 planes to Libya mission: Sarkozy (Reuters, 24.03.11). Ср.: Рогозин: наземная операция в Ливии будет расценена как оккупация (РИА Новости, 26.03.11).*

Можно заметить, что указанные способы модальных трансформаций заголовков выполняют не только информативную, но и рекламную и оценочную функции в соответствии с прагматической установкой того или иного текста. Модально-трансформированные заголовки не только привлекают внимание адресата, но и определённым образом настраивают реципиента на восприятие дальнейшей информации.

В целом, анализ материала свидетельствует о преобладании заголовков, реализующих интеллективно-импрессивную рубрику диктемной информации, над заголовками фактуального типа, что обусловлено основной задачей заголовков новостных интернет-сообщений, заключающейся в привлечении внимания адресата в связи с гипертекстуальным способом представления информации.

Список литературы

1. Блох М.Я. Диктема в уровневой структуре языка [Текст] / М.Я. Блох // Вопросы языкознания. – 2000. – № 4. – С. 56–67.
2. Богданова О.Ю. Заглавие с позиции теории диктемной структуры текста (на материале английского языка) [Текст] / О.Ю. Богданова // Ярославский педагогический вестник. – Сер. Педагогические науки. – 2009. – № 2. – С. 172–175.
3. Воротникова Ю.С. Реализация новостного дискурса в электронных англоязычных СМИ [Текст] : дис. ...канд. филол. наук : 10.02.04 / Ю.С. Воротникова ; РГПУ им. А.И.Герцена. – СПб., 2005. – 212 с.
4. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной медиаречи) [Текст] / Т.Г. Добросклонская. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
5. Долгирева А.Э. Газетный заголовок в прагмалингвистическом аспекте [Текст] : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / А.Э. Долгирева; Таганрог. гос. пед. ин-т. – Таганрог, 2002. – 298 с.

6. Лазарева Э.А. Заголовок в газете [Текст] / Э.А. Лазарева. – Екатеринбург : Изд-во Урал.ун-та, 2004. – 84 с.
7. Негрышев А.А. Механизмы медиации в новостийном дискурсе [Текст] / А.А. Негрышев. – Владимир : ВФ НГЛУ им.Н. А. Добролюбова, 2004. – 116 с.
8. Подчасов А.С. Функционально-стилистические особенности газетных заголовков: на материале российских и британских газет втор. пол. 1980–1990 гг., синтаксический аспект [Текст] : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / А.С. Подчасов; – М., 2001. – 187 с.
9. www.reuters.com. – Дата обращения: 28.03.2011.
10. www.ruan.ru. – Дата обращения: 28.03.2011.

THE FUNCTIONS OF INTERNET NEWS HEADLINES

N.S. Tsybikova

Buryat State University, Ulan-Ude

The article dwells upon the functional peculiarities of headlines of internet news stories using the dictemic approach to the text introduced by M.Y. Block. The dictemic nature of the headlines allows them to perform two basic functions: those of informing and manipulating the recipient.

Keywords: *internet news story, headline, dicteme, informative and manipulative functions of internet media.*

Об авторе:

ЦЫБИКОВА Наталья Сергеевна – ассистент кафедры перевода и межкультурной коммуникации Бурятского государственного университета, e-mail: nata.tsibikova@mail.ru