

УДК 82

ГУСЕЙНОВА Татьяна Султанзиевна,
кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедр
русского языка в национальной школе
Дагестанского государственного педагогического
университета,
г. Махачкала, Республика Дагестан, Россия
angara67@yandex.ru

GUSEYNOVA Tatyana Sultanziyadovna,
Candidate for Doctorate in Philology, Associate
Professor at the Chair of Teaching Russian as a
Second Language for Ethnic culture Schools, Dagestan
State Pedagogical University, Makhachkala city,
The Republic Of Dagestan, (Russia)
angara67@yandex.ru

**ПАССИОНАРНОСТЬ ЗАГОЛОВОЧНОЙ
КОНСТРУКЦИИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ
ДИСКУРСЕ**

**VEHEMENT FORMATTING OF A HEADER IN
THE PRINT JOURNALISTIC DISCOURSE**

Заголовочная конструкция отображает эмоционально-экспрессивный характер статьи в публицистическом дискурсе как специфической форме коммуникации; пассионарность детерминирована концентрацией в определенной языковой структуре спонтанной эмоционально-экспрессивной энергии, всплеск которой сопровождается наибольшим привлечением внимания читателя к представленному материалу.

The header formatting reflects an emotionally expressive nature of the article in the print journalistic discourse being a specific form of communication; vehemence is determined with concentration of a spontaneous emotionally expressed charge in a specific language format, with an outburst that shall entail the most attraction of the reader's attention to the story published.

Ключевые слова: пассионарность, заголовочная конструкция, фразеологические трансформы, публицистический дискурс.

Keywords: vehemence, header formatting, idiomatic transformants, print journalistic discourse.

Заголовочная конструкция представляется графически обособленным потенциально свернутым текстовым знаком, выраженным лингвистическими средствами. Будучи относительно самостоятельной языковой структурой, данное образование рассматривается как компонент: а) находящийся в позиции абсолютного начала; б) общий для всего произведения в целом и каждой части в отдельности; в) предвосхищающий, анонсирующий и называющий его. Заголовок в публицистическом дискурсе детерминирован как особая логико-смысловая организационно-структурно-разнообразных лингвистических единиц, выполняющих специальную функциональную задачу представления произведения в условно-сжатом формате. Таким образом, заголовочная конструкция манифестируется в качестве некой «выжимки» содержания произведения, а для публицистического дискурса еще и специфической, так как становятся очевидными их дифференциальные и интегральные свойства.

1. Дискурс является законченным сообщением, представленным лингвистическими единицами. Заголовок также со смысловых позиций может быть завершенной конструкцией, когда в формате квантования, детерминированного максимальной речевой экономией при актуализации определенных паралингвистических и вербальных средств, осуществляется трансляция некоторой информации реципиенту, который в процессе изучения последующего газетного материала имеет возможность выявить, уточнить ряд тонкостей и деталей данной информации. Например: «*Первым делом – Курилы, Фукусима – потом!*» (Семушкин С., КП, 23.05.2011, с. 5) – о внешнеполитической деятельности Японии; «*Десять тысяч мест, которые привлекут мужчин*» (ред. МС, май 2011, с. 2) – о значимости для семьи данной газеты «Моя семья»; «*В здоровом деле*» (Сидбе П., РГ, 25.05.2011, с. 2) – о заботе президента Д. Медведева о детском здравоохранении, и др.

2. Смысловое назначение заголовка определяется сочетанием универсальных семантических единиц, которые детерминируют синтез дословного и образного значений, чем и достигается компрессия заголовочной информации. В дискурсе же, в отличие от заголовка, манифестируется независимое в некоторой степени изложение материала, то есть осуществляется структурно-семантическая свобода его раскрытия, когда журналист уже не ограничивается ни в форме, ни в объеме, ни приемах реализации языковых средств: «*Все будет светло*» (Иванушкина П., АиФ, май 2011, с. 30) – о высоком уровне развития современной медицины, вернувшей зрение девушке, не видевшей уже 14 лет; «*Кого на Руси грабить хорошо*» (Беликов С., МС, май 2011, с. 8) – о росте числа квартирных краж, осуществляемых из-за беспечности самих граждан, и др.

3. Как уже было отмечено выше, заголовок представляется «выжимкой» содержания публицистического дискурса. Данное обстоятельство требует от продуцента использования таких лингвистических средств, которые бы способствовали регулированию понимания реципиента, потому что компрессия формы и содержания заголовка может вызывать в сознании последнего некоторые ассоциации, в том числе и те, которые автором не программировались. Пони-

мание дискурса обусловлено взаимодействием ряда экстратекстовых факторов: социокультурный и ситуативный коммуникативный контекст, эмоциональное состояние реципиента, его пресуппозитивных знаний и т.д.: «ПРО в Румынии ПРОтив нас» (Герматина Ю., Рудкова В., Донских Е., Осипов С., Тутина Ю., АиФ, 11–17 мая 2011, с. 5) – о существовании потенциальной угрозы Российской Федерации с юга и создании в районе Ростова-на-Дону противоракетной базы, оснащенной военной техникой нового поколения; «Вить на Волгу» (ред., РГ, 25.05.2011, с. 1) – о маловодье как проблеме реки Волги, и др.

4. На структурно-семантическую организацию заголовочной конструкции оказывают серьезное влияние точка зрения (гражданская, моральная, ментальная и пр.) журналиста по обсуждаемой проблеме, его отношение (эстетическое, эмоциональное, экспрессивное, оценочное) к передаваемому сообщению, что обусловлено полнотой представления об описываемой ситуации, детерминирующей процессы коммуникации. Следовательно, в заголовке в основном реализуется личностно-мотивационный аспект мышления, так как мысль, иногда еще не оформленная, ищет средства для своего адекватного выражения и сама формируется в процессе преодоления препятствий, создаваемых установленными ранее смысловыми и формальными характеристиками этих самых средств. Таким образом, заголовок можно рассматривать в качестве модели самого журналиста, а публицистический дискурс – как универсальное средство модели массовой коммуникации и информации. («Выбери среду своего обитания» (Понедов К., МС, май 2011, с. 27) – о выборе человеком среды обитания в соответствии со своим характером; «Маршрутка подана» (Брежницкая Е., РГ, 25.05.2011, с. 10) – о норильских чиновниках, пересевших на общественный транспорт). При этом в основе коммуникативной функции оказывается синтез предметной и практической деятельности человека, ее программирование и регулирование.

5. Публицистическому дискурсу и заголовку свойственны тема-рематические отношения, которые обусловлены особенностями восприятия газетного материала, когда возникает необходимость активизации на глубинном логико-понятийном уровне следующих факторов. С одной стороны, речь идет об извлечении из памяти (долгосрочной и краткосрочной) какого-либо уже известного индивидууму понятия или фрагмента понятия. С другой стороны, извлеченная из памяти человека информация с помощью определенных связей (образных, ассоциативных и др.) должна быть скоординирована с новой, полученной в процессе текстовой деятельности читателя; подобное непрерывное течение мысли способствует целостному восприятию всего материала. Обнаружение темы и ремы в заголовочной конструкции, представленной фразеологической трансформой, не всегда однозначно и безусловно, то есть устранение степени энтропии между смысловыми оттенками компонентов, представляющих известное и неизвестное, зависит от многих факторов. Так, например, в процессе анализа газетного материала обнаружено, что наиболее доступным для реципиента приемом стратификации известного и неизвестного считаются заголовки- трансформы, в которых осуществлено варьирование, субституция одного из компонентов узуса или включение в традиционный состав новых элементов. Например: «Очень приятно. Король» (Елков И., Курлль Г.фон (перевод), РГ, 06.11.08., с. 32) – о короле Ганы; «Скворцы прилетели» (ред., РГ, 20.03.08., с.24) – о построении скворечников; «Человек с рублем» (Гаврилов Ю., РГ, 22.05.08., с. 5) – о повышении доходов военных. Как следует из представленных иллюстраций, обнаруженное сопоставление узуса и инновации дает возможность выделить тему и рему.

Исследование фактического материала выявляет также и случаи, когда выявление приемов стратификации известного и неизвестного представляется весьма затруднительным. Речь идет о таком способе трансформации, как эллипсис, который демонстрирует лабильность в установлении тема-рематических отношений заголовочной конструкции, что связано с его конструктивными особенностями, обусловленными характером пропуска тех или иных компонентов (без указаний на закодированный смысл, когда реализуется обычная экономия речевых средств и места на газетной полосе). Данное отношение к эллипсису детерминировано изображением типичной ситуации и именованием ее узуальным устойчивым выражением, когда становится актуальным сам факт наличия начальных компонентов ФЕ, чтобы в памяти реципиента полностью воссоздать все выражение и его словарное значение («Сверху - виднее» (Елисеев И., РГ., 23.10.08., с. 2) – об ошейнике с навигатором ГЛОНАСС). В ряде случаев эллипсис предназначается для выражения имплицитного содержания трансформы, при этом сформировавшиеся в результате пропуска лакуны нуждаются в определенной семантической конкретизации (заполнении), которая осуществляется уже самим реципиентом посредством изучения общего содержания публицистического материала: «Скромность украшает» (Гришин А., КП, 21.05.2011, с. 3) – о главном предназначении армии воевать, а не красоваться.

Наиболее сложным является определение темы и ремы в примерах, когда происходит «скрытая трансформация», когда осуществляется переосмысление исходной формы в прежнем ее звучании. Например: «Вернемся к нашим баранам...» (О. Сапрыкина, КП, 08. 04. 95, с. 2) — о роспуске казахстанского парламента и возвращении экс-депутатов к своим первоначальным делам. Здесь незнание содержания и истории данного оборота [2] привело к буквальному пониманию этого крылатого выражения¹.

6. Представленные выше свойства дискурса и заголовка не были бы реализованы полностью без выражения пассионарности [1; 3] как выброса, выплеска большого потока эмоционально-экспрессивной энергии, манифестированного не столько личностным отношением журналиста к описываемому, сколько «наэлектризованностью» социума, который готов и даже требует от автора именно такой информации и такого эмоционально-экспрессивного накала содержания. Концентрация подобной энергии осуществляется в заголовочной конструкции, в следующем за ним материале — его раскрытие².

Таким образом, посредством пассионарности в газете реализуется обратная коммуникативная связь: **читатель — текст — автор**. В свете рассматриваемой в данной статье проблемы можно скорректировать: **реципиент — дискурс — продуцент**.

Итак, если газетный заголовок представляется пассионарной моделью самого продуцента, то публицистический дискурс можно трактовать как его замысел. Основной целью продуцента является донести определенную информацию до реципиента, для чего публицист, располагая конкретными сведениями, облекает их в адекватную модель (фрейм), которая редактируется с учетом ряда экстра- и интралингвистических факторов. Публицистический дискурс в процессе организации проходит ряд стадий:

- а) пассионарность авторской интенции;
- б) реализация в газете;
- в) сопоставление планов пассионарности итогового содержания с авторской интенцией.

Во взаимоотношении газетного материала и его заголовка с позиций указанных стадий вырисовывается следующая картина: журналист обладает некоторой пассионарно обусловленной информацией, сведениями, оценками и проч., а также замыслом, каким образом (посредством каких лингвистических средств) довести материал до реципиента, в результате чего возникает вербальное оформленное знание. Анализ фактического материала позволяет сделать вывод о том, что соизмерение результатов журналистской деятельности, связанной с созданием статьи и первоначальной интенции, ведет к формированию заголовка, представляющего собой не столько имя изображаемого явления, сколько резюме, заключение из статьи: «Сами с Усамой» (Мартов В., АиФ, 11–17 мая 2011, с. 7) — о главе Аль-Каиды, который и не думал скрываться в афганских подземельях, а жил в роскоши в особняке-крепости среди правительственных вилл; «Бен уже не Ладан» (Репов С., Фуфырин А., АиФ, 11–17 мая 2011, с. 2) — о различных точках зрения на смерть Бен Ладана. Таким способом обеспечивается континуальность пассионарного плана заголовочной конструкции и последующего материала.

Следовательно, заголовок в качестве пассионарного резюме, заключения из сообщения, может коррелировать с соответствующей по накалу ситуацией, сходной с особенностями решения некоторых математических задач, когда применяется обратный от ответа к решению процесс, при котором механизмы понимания текста как выявления «решения» заголовка детерминируются с глубинными мыслительными процессами, базирующимися на концептуальной системе и тезаурусе личности журналиста.

В ряде случаев заголовок воспринимается реципиентом в качестве некоторой части, а точнее начала, дискурса, в такой ситуации пассионарность становится удачным конструктивным приемом, практикуемым в живой разговорной речи, для которой характерно изменение эмоционального напряжения от реплики к реплике, то есть отмечается ступенчатость. Подобное явление можно наблюдать во взаимоотношениях заголовка и дискурса.

¹ Казахские парламентарии обратились с письмом в редакцию газеты «Комсомольская правда» с требованием извинения от корреспондента, нанесшего, по их мнению, оскорбление: если Казахстан аграрная страна, то это же вовсе не означает, что все они чабаны. Журналисту в очередном номере пришлось дать историю происхождения ФЕ и объяснение, что желания оскорблять кого-либо у него не было.

² Во внимание не берутся случаи, когда заголовки служат лишь средством привлечения читательского внимания к материалу, который имеет отдаленное отношение (подчас и не имеет его вовсе) к названию статьи.

В процессе изучения и систематизации собранного фактического материала определились способы и приемы выделения пассивного содержания заголовка: нередко именно от того, как оформлен заголовок, зависит степень его привлекательности для реципиента, при этом усиливается значимость исследования такого вопроса, как роль паралингвистических средств в процессе создания пассивного смысла заголовочных конструкций при актуализации речевой стратегии журналиста: «*Супер-стар*» (Чесноков А., РГ, 22.05.08., с. 14) – возрастная дискриминация при устройстве на работу («стар» – старый (Т.Г.)); «*Выйти из сумрака*» (Рябова Е., РГ, 22.05.08., с. 17) – об офтальмологах, возвращающих людям зрение.

Механизмы формирования заглавия газетного материала отражают деструктивное направление в коммуникативном позиционировании публицистического дискурса, когда когнитивные акты способствуют дифференциации предметов и явлений действительности, с одной стороны, и элементами сознания – с другой. В публицистическом дискурсе, ориентирующемся на пассивное психолингвистическое воздействие, обнаруживается установка фатических, (т.е. контактоустанавливающих) взаимоотношений между заголовком и последующим материалом, что в свою очередь способствует формированию плана ассоциативных связей, а следовательно, и лингвокреативному зарождению ряда значений. Поэтому восприятие заголовка и публицистического дискурса детерминировано синхронностью реализации их связности и обособленности. Рассматриваемая конструкция как лингвокреативное явление обладает рядом особенностей (художественной неординарностью, оригинальностью, имплицитностью, оценочностью, в комбинировании с объективным отражением какой-либо стороны идейно-тематического содержания высказывания, лаконичностью, структурной завершенностью, актуальностью содержания, эффектностью, определенной энигматичностью), которые детерминируются пассивным признаком.

Предназначением заголовка в дискурсе является возможность отображения в максимально лаконичной специфической форме максимально объемной информации, чему способствует и сама структура фразеологической трансформы. Иными словами, речь идет о закреплении роли за определенным лингвистическим составом единиц, а также манифестации в контексте одного из компонентов, предвосхищающих возникновение другого при актуализации в памяти реципиента соответствующей практической ситуации с точки зрения ее пассивного восприятия.

Пассивный характер заголовочных конструкций газетных материалов позиционируется как уникальное средство воздействия на массового читателя и формирования его мировоззрения (в том числе и языкового). Обозначившаяся тенденция к сокращенным заголовочным комплексам находится в определенном диссонансе со стремлением полнее и вернее сформулировать мысль. Требованиям данной тенденции в полной мере соответствуют фразеологические трансформы, следовательно, такую ситуацию можно рассматривать как манифестацию динамики языковых форм.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Большой академический словарь русского языка. Т.15.Отряд-Перевал. – М.; СПб., 2011. – С. 454.
2. Вашкевич Н.Н. Идиомы. Этимологический словарь. От А до Я. – Владимир, 2007. – С. 122.
3. Первый толковый БЭС. – СПб.; М., 2006. – С. 1303.

REFERENCES

1. Bolshoy akademicheskiy slovar russkogo yazyka. T.15.Otryad-Pereval. Moscow.; Sankt-Peterburg, 2011. P. 454.
2. Vashkevich N.N. Idiomy. Etimologicheskii slovar. Ot A do YA. Vladimir, 2007. P.122.
3. Pervyy tolkovyy BES. Sankt-Peterburg; Moscow, 2006. P. 1303.