

Секция «Журналистика»

Функции заглавий в газете как сверхтексте

Загдай Яна Викторовна

Студент

Череповецкий государственный университет, Филологический факультет,

Череповец, Россия

E-mail: zagdaika@yandex.ru

Цель работы: проанализировать газетные заглавия с точки зрения модальной установки издания. **Материалом** послужили два городских еженедельника г. Череповца: «Курьер» (К) и «Голос Череповца» (ГЧ) за 2008 – 2010 гг., коллективным адресатом которых являются жители г. Череповца с населением более трехсот тысяч человек. **Объектом** анализа являются заглавия газетных рубрик и отдельных публикаций как экспликатеры коммуникативных интенций еженедельников.

Газету мы рассматриваем как сверхтекст, т.е. как «совокупность высказываний, текстов, ограниченных темпорально и локально, объединенную содержательно и ситуативно, характеризующуюся цельной модальной установкой, достаточно определенными позициями адресанта и адресата» [2: 215]. Целостность сверхтекста обуславливается коммуникативной интенцией издания, ориентированностью на «своего адресата» - определенный слой читателей, детерминированный в социальном, культурном и языковом плане. Лишь в этом случае можно говорить о «коммуникативном соавторстве» [1: 84]. Редакционный коллектив «Курьера» в качестве адресата видит мужчину среднего возраста, которого может заинтересовать весьма выразительный слоган газеты: «Скандалы, происшествия, расследования». «Голос Череповца» ориентирован на активных семейных людей и пропагандирует семейные ценности. Различия в коммуникативных интенциях (модальных установках) изданий проявляются, в частности, в языковом и стилистическом облике заглавий рубрик и отдельных публикаций в них. Сопоставим названия рубрик в еженедельниках.

«Голос Череповца» содержит следующие рубрики: «Семейный бюджет», «Семейный ужин», «Новое поколение», «Семейный вечер у ТВ», «Моя семья», «Житейские истории», «Спорт», «Наш город» и т. д. Заглавия подчеркивают «семейную» ориентацию газеты, стилистически нейтральны и реализуют, в первую очередь, информативную функцию, выполняя роль навигатора.

Рубрики «Курьера»: «Вся неделя», «Фанатский сектор», «Скандалы», «Скандалисты», «Личное дело», «Лучший город на земле», «Здоровый интерес», «Свой карман», «Не в масть», «Личная безопасность», «Сексофон» и др. В заглавия входит стилистически отмеченная лексика – жаргонизмы (фанатский, не в масть), слова с пейоративной коннотацией (скандал, скандалисты), окказионализм, созданный на основе языковой игры (сексофон), штамп (личное дело), контаминирующий разные значения устойчивого сочетания. Отметим, что жаргонизм «фанатский» отражает субкультуру фанатов той или иной команды, поведение которых характеризуется не только любовью к спорту, но и повышенной эмоциональностью, даже агрессивностью. Очевидно, что заглавия в этой газете выполняют не только и не столько информативную функцию, сколько воздействующую и фатическую (привлечения внимания, установления контакта).

Лексический состав названий материалов в еженедельнике соответствует заглавиям рубрик: «*Какая помойка, такая и жизнь...*», «*Гастарбайтер умыкнул несовершеннолетнюю*», «*Сестра поквиталась с братом тираном*» и др.

Общим для «К» и «Ч» является использование прецедентных феноменов (ПФ) в качестве заглавий, что характерно в целом для современных СМИ и объясняется ориентацией газетного текста на стандарт, с одной стороны, а с другой – на деавтоматизацию восприятия. Источником прецедентных феноменов чаще всего являются хорошо известные литературные произведения, кинофильмы, песни: «*Богатые еще не плачут*» – трансформированное название телесериала «Богатые тоже плачут» («К»), «*Да, были люди боевые...*» – модификация строки из стихотворения М.Ю.Лермонтова «Бородино» («К»), «*Украд – очнулся – прыг*» – трансформированная цитата из кинофильма «Бриллиантовая рука» («К»), «*В хоккей играют настоящие девчонки*» – цитата отсылает к песне А.Н.Пахмутовой (ГЧ). ПФ актуализирует модель взаимодействия между автором, текстом и массовым читателем прессы.

Таким образом, газета как свертхтекст «предполагает соединение разнообразных текстов в единое целое – полоса, номер» (3: 98). Заглавия, занимая сильную позицию в тексте, выполняют несколько важнейших функций: информативную, воздействующую, оценочную, фатическую, кроме того, они реализуют интегрирующую функцию в газете как в свертхтексте, выявляя коммуникативную интенцию издания.

Литература

1. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М., 1993.
2. Купина Н.А., Битенская Г.В. Свертхтекст и его разновидности // Человек, текст, культура. Екатеринбург, 1994. С. 214 – 233.
3. Лазарева Э.А. Интеграция информации – принцип построения газеты (парадигматика газетного номера) // Читатель и газета: проблемы взаимодействия. Свердловск, 1990. С.96 – 102.