

Секция «Иностранные языки и регионоведение»

Анализируя классификационно-грамматический потенциал заголовков в качественной испанской интернет-прессе

Румянцева Елена Игоревна

Аспирант

*МГУ имени М.В. Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения,
Москва, Россия*

E-mail: elenacleo@rocketmail.com

Заголовок как единица «медiateкста», термина, появившегося впервые в англоязычном научном обиходе в 90-х гг. XX столетия [Т.Г. Добросклонская 2008: 29], пристально рассматривается в докладе на примере материала от конца 2011 до начала 2012 года, собранного на главных страницах четырех наиболее популярных и крупных испанских интернет-газет – elpais.com, elmundo.es, abc.es и lavanguardia.com.

Ставится вопрос о правомерности применения определения quality press (качественная пресса) в отношении обозначенных испанских изданий, находящихся в бесплатном доступе и известными своей entertainment-направленностью. За образец принимается не традиционный британский взгляд на качественную прессу как исключительно serious, а наблюдения немецкого профессора Stephan Russ-Mohl по поводу определяющих параметров качественной прессы (апелляция к элитам; национальный охват; глубинное освещение). [Электронный ресурс – 1]

Выделены общие характерные черты в рамках электронного дискурса - репрезентативность и визуальная акцентуация испанских СМИ, отвечающих особенностям испанской культуры, а также специфика испанских интернет-заголовков, вписанных в 3-слойную систему представления на странице (antetítulos, títulos и subtítulos).

В примерах, сопровождаемых комментариями, разбирается традиционная среди испанских ученых классификация заголовков (описательные, информационные, обобщающие, определительные и вопросительные) и предлагается возможность дополнительного выделения следующих дихотомий и трихотомий: информационные/интерпретационные; цитаты/цитатосодержащие/косвенные; гипертекстовые/обычные; тематические/статейные.

Затрагивается роль иноязычных вкраплений в испанских заголовках как английских (webs, low cost, gadgets, commuters), так и из других языков (kremlin, maitre, etarra) и продуктивные модели словообразования на их основе (batcueva, Shakespereando, ciberokupas).

Было выяснено, что гипертекстовые заголовки статей не совсем отвечают правилу ожидаемой краткости – большинство содержит более 10 слов. Кроме того, четыре вышперечисленных издания нередко копируют заголовки актуальных новостей друг у друга, незначительно меняя структуру.

Касаемо грамматического разбора, на примере заголовков наглядно подтверждается доминирование правосторонних синтаксических конструкций и определений («la fiesta brava americana», «‘best-seller’ digital español», “el sistema bancario francés”) над левосторонними («La terrible noche», «El verdadero origen», «Un vulgar chantaje»), в своей массе содержащими яркий оценочный компонент и имплицитно выделяющими существительное. В этой связи также подчеркивается факт исключительно большой концентрации служебных слов в испанских заголовках.

Установлено численное преобладание суждений с числительными, прямого порядка слов, асертивных суждений, предложений, начинающихся с сущ. (нарицательных и собственных), обилие вопросительных предложений, словосочетаний с перечислением и сочинительным союзом “у”. Комментируются примеры частотных инфинитивных, эллиптических конструкций и употребление двойного дательного падежа.

Кроме того, выведена формула–образец среднего заголовка новостной статьи, в большинстве случаев являющимся утвердительным полносоставным высказыванием, - S+V+C (S –подлежащее, V – предикат, чаще всего глагол, C – дополнение). Она противопоставляется приближенной модели односоставного предложения - S+Adj/C - характерной для интерпретационных заголовков всех остальных разделов и, в особенности, блогов и заметок-комментариев.

Исследование показало, что гипертекстовые заголовки статей четырех указанных интернет-изданий, не касаясь частных случаев, соответствуют грамматическим нормативам Королевской академии испанского языка (La RAE) [Электронный ресурс - 2] при всем разнообразии используемых моделей и слабо выраженной клишированности.

Литература

1. Т.Г. Добросклонская. Язык средств массовой информации. М., 2008.
2. Международная энциклопедия коммуникации (International Encyclopedia of communication [Электронный ресурс -1]: база данных содержит сведения о наиболее авторитетных научных работах в разных областях. – Электрон. дан. - гл. редактор Wolfgang Donsbach, ICA и Blackwell Publishing Inc.: 2011 (посл. обновл.) – Режим доступа: <http://www.communicationencyclopedia.com>, полусвободный. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
3. Королевская Академия Испанского языка (Real Academia Española) [Электронный ресурс - 2]: на официальном сайте академии собраны последние новости и документы по изменениям в правилах современного нормативного испанского языка и различные словари – Электрон. дан. – Madrid: 2012 (посл. обновл.) – Режим доступа: <http://www.rae.es/RAE/Noticias.nsf/Home?ReadForm>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. исп.