

МАТЕРИАЛЫ И СООБЩЕНИЯ

А.А. Негрьшев

Прагматика новостного газетного заголовка: механизмы преобразования информации в системе заголовков ↔ текст

В исследованиях дискурса СМИ заголовков, подзаголовков и вводка газетного текста рассматриваются в различных аспектах. Так, в русле структурно-семантического и функционально-стилистического направлений подробно описана лингвистическая структура и средства экспрессии в заголовке¹. Средства образности, используемые в том числе и в заголовках, рассматриваются также в работах по стилистике и риторике современной прессы². Проблема соотношения семантики заглавия и текста всесторонне изучена на материале художественной литературы³. Общепризнанно, что в заглавии художественного текста актуализируются различные макроэлементы текстовой структуры: тема, рема, пространственно-временные, оценочные, символические, ассоциативные компоненты и пр. На материале прессы проблема соотношения семантики заглавия и текста подробно исследована в работе Э.А. Лазаревой⁴, где проанализированы связи заголовка с элементами смысловой структуры газетного текста, роль заголовка как элемента композиции, его экспрессивные средства.

Представляется, что дальнейшее изучение отношений *заголовков ↔ текст* в дискурсе СМИ требует уточнения подходов, методик и критериев отбора материала. Если в литературном произведении выбор языковых форм подчинен художественному замыслу автора, то в медиа-текстах этот выбор обусловлен коммуникативно-прагматическими факторами. Само информирование в условиях «информационного рынка» и финансово-политической ангажированности медиа-компаний выступает как средство достижения определенных целей: повышения рейтинга изданий, формирования общественного мнения вокруг тех или иных социальных действий и решений, продвижения имиджа политиков и социальных групп и т.п. Таким образом, адекватное описание механизмов текстообразования в СМИ возможно в рамках модели *информирование — воздействие*⁵. Будучи взаимообусловленными, компоненты этой модели определяют структуру газетного текста и формируют его коммуникативно-прагматический потенциал.

Общая классификация жанров СМИ, учитывающая параметры данной модели и одновременно опирающаяся на функционально-стилистическую дифференциацию языка в русле учения

В.В. Виноградова, была предложена Т.Г. Добросклонской⁶. Выделенные ею типы медиа-текстов (*новости, информационная аналитика и комментарий, «features», реклама*) позволяют проследить комбинаторику функций сообщения и воздействия в каждом из жанров.

Как представляется, наиболее показательными в плане выявления механизмов преобразования информации в текстах СМИ будут *новостные жанры*, в которых по определению информативная функция должна преобладать над воздействующей⁷. Так, событийная информационная заметка, в отличие, например, от комментария или аналитической статьи, призвана нести в первую очередь фактологическую информацию, т.е. «сведения, устанавливающие реальность существования каких-либо явлений... в настоящем или прошлом»⁸. Очевидно, что эти требования относятся и к заголовкам таких заметок: просмотрев их, читатель должен получить сжатую достоверную информацию о максимальном количестве событий. Тем не менее именно этот жанр предоставляет в распоряжение исследователя богатый материал для изучения макротекстовых механизмов коммуникативно-прагматического воздействия.

Начало исследованию новостей как дискурса было положено Т. ван Дейком⁹, в работах которого намечены среди прочего и основы коммуникативно-прагматического подхода к изучению заголовков новостных заметок. Так, рассматривая структуру новостей в прессе, автор указывает на особое место заголовка в макро- и суперструктурах новостей, а именно на его *двойственную прагматическую функцию*. С одной стороны, заголовок *репрезентирует основную информацию текста*, выступая как резюмирующее высказывание, с другой — он определенным образом *настраивает понимание* всего сообщения, формирует стратегию его прочтения¹⁰. Ван Дейк рассматривает лингвистические механизмы этих функций, обращаясь к анализу тематической структуры текста. Под *тематической структурой (темой, топиком)* он понимает ту или иную пропозицию, эксплицитно содержащуюся в тексте. Исследуя соотношение семантики текста и заголовка, Дейк выявляет различные способы извлечения из текста того содержания, которое выносится в заголовок. Так, на примере газетного сообщения «Уайнбергер против прессы» он прослеживает, как центральный топик *Уайнбергер предлагает не брать в поездку по Дальнему Востоку представителей прессы* трансформирован в заголовке таким образом, что тогдашний министр обороны США К. Уайнбергер оказывается как бы настроенным против прессы *вообще*. Такой принцип субъективного извлечения топика из текста Дейк называет *обобщением*. Кроме него он выделяет также принципы *опущения* и *(ре-)конструкции*¹¹.

Следуя данному подходу, заголовочную номинацию в новостных жанрах медиа-текстов можно рассматривать как процесс лингво-трансформационного конструирования, в котором семантика основного текста (его пропозициональная структура) трансформируется в заголовке под влиянием факторов функционально-прагматического порядка. В макротекстовой структуре новостной заметки сильная позиция заголовка максимально используется в целях **привлечения внимания** (так называемая *рекламная функция*) и формирования определенной **оценки** описываемого факта. В случае просмотрочного чтения эта оценка сохраняется в сознании читателя как окончательная, в случае же обращения к тексту заметки она оказывается предварительной (*настройка понимания*, по Ван Дейку, или, в нашем представлении, *фокусировочно-прогностическая функция заголовка*). Что же касается *функции информирования*, то она, как будет показано ниже, носит подчиненный характер: информация служит своего рода «фоном» или материалом, фокусировка которого в том или ином направлении обеспечивает функцию воздействия.

Механизмы преобразования фактологической текстовой информации в прагматически направленную формулировку заголовка можно рассмотреть в категориях *когнитивно-прагматического анализа языка* и в контексте механизмов языковой интерпретации действительности, выявленных в различных направлениях *лингвистики воздействия* (механизмы *вариативной интерпретации действительности*¹², средства *искажения истины*¹³, некоторые принципы *нейро-лингвистического программирования*¹⁴).

Прежде чем перейти к выявлению этих механизмов, необходимо определить общие **критерии адекватности содержания заголовка текстовой информации**. Ограничив исследовательскую базу материалом печатных СМИ России, мы предлагаем следующий подход к решению указанной задачи. Для информационной заметки релевантным с точки зрения адекватности отражения информации является **степень соответствия (изоморфизма) пропозиционального содержания заголовка и основного текста**. В отличие от других информационных жанров (обзор, комментарий, репортаж и пр.) краткая хроникальная заметка прототипически предполагает акцентировку таких компонентов описываемой ситуации, как *действие* и его *агенса*. Другими словами, из пяти пунктов композиционно-речевой формы «сообщение»: *Кто? Где? Когда? Что делает? Что из этого следует?*¹⁵, доминантным для содержательной структуры новостной заметки являются *Кто?* и *Что делает?* Тогда моделью *ядерной пропозициональной структуры (ЯПС)* такой заметки можно считать S-P-(O), где S — субъект, P — предикат, (O) — (факультативный) объект действия. Место и время действия не затрагивают структуру самой ситуации, поэтому их можно отнести к компонентам второго порядка.

В случае изоморфизма S-P-(O)-структуры текста и заголовка последний отражает пропозициональное содержание текста с минимальной трансформацией, например: *Гонконг отмечает годовщину присоединения к Китаю* (СР, 3.07.04), *В Великобритании сошел под откос поезд с пивом Guinness* (Перископ, 2003, № 30). Такой изоморфизм встречается довольно редко (по предварительным подсчетам, примерно в 12% заголовков). Чаще всего наблюдаются различного рода преобразования информации в плоскости *заголовков — текст*.

Такие преобразования мы предлагаем рассматривать на двух уровнях. Первый уровень — **пропозициональное выдвижение**, т.е. вынесение в заголовок той или иной текстовой пропозиции (*топика*, в терминологии Ван Дейка). Второй уровень — **когнитивно-семиотические преобразования** (трансформации) выделенной пропозиции, обеспечивающие заголовку дополнительный фокусирующе-прогностический потенциал.

Пропозициональное выдвижение. На данном уровне осуществляется вынесение в заголовок определенного участка текстовой информации. Структура релевантности (термин Ван Дейка) таких участков определяется автором заметки с учетом коммуникативно-прагматических факторов: выдвижению подвергаются те фрагменты, которые способны обеспечить рекламную функцию заголовка и сформировать у читателя определенное отношение к событию. Если в заголовке резюмируется основная информация текста, то такой заголовок можно считать информативным. Если же в заглавие выносятся частные фрагменты текстовой информации, это является признаком коммуникативно-прагматической фокусировки.

На материале современной российской прессы можно выделить три основных способа выдвижения топика в заголовке. Рассмотрим их на примере отдельных заметок:

(1) ВРУЧЕНЫ ПРЕМИИ СТАНИСЛАВСКОГО (Известия, 1.10.02)

В субботу вечером в Москве прошла седьмая церемония вручения Международной премии Станиславского. Премию за лучшую мужскую роль получил Александр Калягин (Папаша Убю в спектакле «Король Убю» театра «Et Cetera»). Лучшей актрисой названа Татьяна Шуко (Лидия в спектакле «Московский хор» питерского Малого драматического театра под руководством Льва Додина). Лучшим режиссером — Кама Гинкас («Дама с собачкой» на сцене МТЮЗа). Премию за лучшее оформление спектакля получил Сергей Бахрин за ту же гинкасовскую «Даму с собачкой». В номинации «Театроведение» победил известный критик Анатолий Смелянский. В этом году была учреждена новая номинация — «За выдающийся вклад в развитие оперного искусства», победителем в которой стал Борис Покровский. А премией «За высокое служение театру» была отмечена главный режиссер «Современника» Галина Волчек. Лауреаты премии Станиславского получили золотое факсимиле великого режиссера, грамоту и чек на 3 тысячи долларов.

В приведенном сообщении тематическая структура подчинена общему топику, сформулированному в первом предложении: *В субботу вечером в Москве прошла седьмая церемония вручения Международной премии Станиславского*. Данный топик конкретизируется в последующих предложениях, семантическую структуру которых можно представить схемой «номинация → имя победителя». Топик последнего предложения содержит информацию о самой награде и ее денежном выражении. Таким образом, все топики текста подчинены *общему топику (ОТ)*, который и вынесен в заголовок.

(2) РЕШИТЬ ВОПРОС ВОССТАНОВЛЕНИЯ СТАДИОНА ПОМОЖЕТ ВАДИМ ГУСТОВ (Перископ, 2003, № 43).

На днях владимирский губернатор Николай Виноградов встретился с депутатами Государственной Думы и Совета Федерации, представляющими наш регион на федеральном уровне. Речь шла о распределении средств федерального бюджета. По оценкам специалистов, бюджет 2004 года в первую очередь будет ориентирован на поддержку военно-промышленного комплекса и силовых структур. Соответственно финансирование других федеральных целевых программ сократится. Сенаторы Вадим Густов и Евгений Ильюшкин в интересах Владимирской области будут курировать вопросы реформирования жилищно-коммунального хозяйства и поддержки дорожного строительства. Особое внимание, по словам Вадима Густова, будет уделено развитию спорта в нашей области. Так, например, он попытается решить вопрос о восстановлении стадиона «Торпедо» на федеральном уровне. Кроме того, немаловажно создавать физическо-оздоровительные комплексы в районах. По мнению сенатора, это поможет отвлечь подростков от улицы.

Основная информация заметки (ОТ) заключена в первых двух предложениях. Остальные пропозиции выполняют по отношению к ней функцию конкретизации, т.е. являются **частными топиками (ЧТ)**. К их числу относится и топик, вынесенный в заголовок: *Он (Вадим Густов) попытается решить вопрос о восстановлении стадиона «Торпедо» на федеральном уровне ↔ Решить вопрос восстановления стадиона поможет Вадим Густов*. Выдвижение этого топика в заглавие объясняется прагматическими интенциями автора заметки: восстановление стадиона является для рядового читателя более актуальным и значимым событием, чем встреча губернатора с депутатами Федерального Собрания, следовательно, именно эта информация способна обеспечить заголовку рекламную функцию.

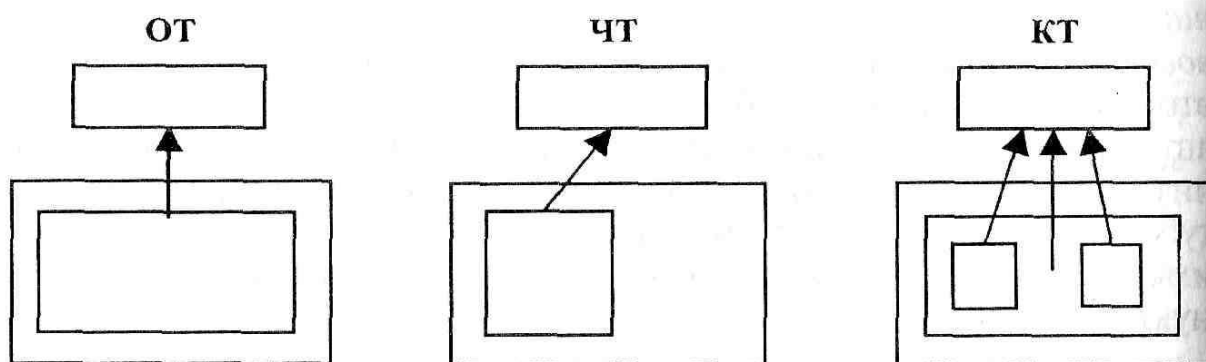
(3) СОЛДАТ ПЫТАЮТ ЗА ТОРГОВЛЮ НАРКОТИКАМИ (Известия, 16.10.02).

Более 600 солдат мексиканской армии содержатся под арестом в казармах и подвергаются пыткам, заявили местные правозащитники. По их сведениям, военнослужащих подозревают в причастности к наркоторговле. «Мексиканскому фронту за права человека» удалось выяснить, что солдаты 65-го пехотного батальона содержатся в казармах в городе Гуамучиль

в штате Синалоа. О массовом задержании сообщили жены военных, сообщает Би-би-си. Мексиканские власти отказываются комментировать выдвинутые обвинения.

Общий топик заметки можно было бы реконструировать как *Правозащитниками обнародован факт массового ареста и пыток мексиканских солдат. «Подозрение в причастности к наркоторговле»* относится к ЧТ. В заголовке объединены фрагменты общего (солдат пытают) и частного топиков (торговля наркотиками). Такой способ пропозиционального выдвигения мы обозначаем как *комбинированный топик (КТ)*. Воздействующий эффект такой комбинации основан на предикации второго порядка, или, по П. Серио, *имплицитной предикации*, свернутой в номинальную конструкцию: *торговля наркотиками < солдаты торговали наркотиками*. Как следует из текста, сам факт торговли не является доказанным, однако в номинализированной конструкции он предстает как известный и не требующий верификации. Суггестивный характер таких номинализаций выявлен и подробно исследован П. Серио¹⁶, в категориях логической грамматики его можно квалифицировать как прием *маскировки ассерции под пресуппозицию*¹⁷. Кроме того, в приведенном заголовке используется когнитивный механизм *каузации* (см. об этом ниже): намеренная логическая увязка извлеченных пропозиций осуществляется формально — путем введения предложной конструкции с семантикой причины. В совокупности выявленные трансформации способствуют усилению прагматического потенциала заголовка, снижая при этом его информационную достоверность.

Представим эти способы в обобщенной схеме, где большими прямоугольниками обозначим текст заметки, малыми — общие топик, квадратами — частные топик, прямоугольниками по верх текста — заголовки.



Следует заметить, что иерархия топиков информационной заметки не обязательно совпадает с композиционной структурой текста. Как отмечено Ван Дейком, первые строки новостной заметки содержат, как правило, изложение главного эпизода, затем следуют композиционные блоки, освещающие его предысторию, причины, следствия, контекст и т.п.¹⁸ Следовательно, ОТ оказы-

вается в большинстве случаев в начале заметки, как это видно на примере (1). Напротив, частный топик, выносимый в заголовок, располагается в середине или в конце текста (ср. пример 2). «Локализация» в тексте комбинированного топика не столь определенная: КТ может содержать в себе элементы как заглавного, так и иерархически подчиненных композиционных блоков.

Когнитивно-семиотические преобразования. Описанные типы пропозиционального выдвигания в «чистом виде» встречаются довольно редко. Как правило, выносимая в заголовок пропозиция подвергается дополнительным трансформациям, усиливающим коммуниктивно-прагматическое воздействие¹⁹ (ср. выше: пример 3).

Мы предлагаем рассматривать два аспекта таких трансформаций — **формальный** и **семантический**. **Формальные** преобразования осуществляются в материальной составляющей знаковых единиц и включают в себя различные операции над компонентами топика (пропозиции). Можно выделить четыре основных вида таких трансформаций: *субституцию* (замену компонентов пропозиции), *элиминацию* (усечение топика), *позиционирование* (перестановку компонентов пропозиции) и *компликацию* (добавление новых компонентов)²⁰. Содержание **семантических механизмов** заключается в логико-когнитивном преобразовании текстовой информации в заголовке, имеющем целью вызвать когнитивный сдвиг в сознании реципиента, т.е. сформировать у него ту или иную картину ситуации и определенное отношение к ней. Основными операциями данного типа являются *идентификация* (референциальное соотнесение описываемого предмета или явления с имеющимся у реципиента образом денотата), *категоризация* (подведение предмета или явления действительности под ту или иную категорию), *каузация* (установление причинно-следственных связей между явлениями), *эмоционально-личностная атрибуция* (актуализация личностных смыслов реципиента путем эмоционального усиления потенциально значимых для него компонентов информации).

Рамки статьи не позволяют подробно остановиться на всех разновидностях выделенных механизмов, поэтому для примера ограничимся рассмотрением *формальных трансформаций*, выявив попутно те *когнитивные преобразования*, которыми они сопровождаются.

Субституция как замещение в заголовке лексико-семантических единиц (слов и/или словосочетаний), содержащихся в тексте, имеет широкий спектр коммуниктивно-прагматического действия. Например, в тексте под заголовком *Создана полиция нравов* (АиФ, 2002, № 48) сообщается, что в Иркутске начала работу *Комиссия по защите нравственности*. Формально в заголовке производится подмена текстовой номинации путем введения оценочно-окрашенного элемента. В когнитивном плане это служит, с одной

стороны, категоризации: факт (*создание комиссии*) вписывается в категорию явлений, связанных с попытками «общественного контроля» над той или иной социальной ситуацией. С другой стороны, категоризация сопровождается эмоционально-личностной атрибуцией: словосочетание «*полиция нравов*» несет в себе пейоративно-ироническую коннотацию за счет ассоциативной актуализации понятия *ханжество* и соединения семантически разнородных лексем. В итоге заголовок способствует формированию у читателя негативного отношения к сообщаемому факту.

Характерно использование субституции в целях гиперболизации картины события, для чего вводятся **узуальные и семантические синонимы с качественной градацией понятий**. Например, информация *Уровень воды в водоеме, куда в 50-е годы сливались ядерные отходы, приближается к критической отметке* трансформирована в заголовке *Радиоактивное озеро выходит из берегов* (АИФ, 2003, № 3). Нейтральные сами по себе понятия *радиоактивный* и *выходит из берегов* в сопоставлении со своими текстовыми эквивалентами выглядят экспрессивно окрашенными, становясь таким образом средствами эмоционально-личностной атрибуции. К этому типу субституции относятся также ставшие хрестоматийными случаи использования семантико-стилистических синонимов *убийство — бойня — кровавая драма, факт — событие — происшествие — инцидент — драма — трагедия — катастрофа*. Вынесение того или иного члена синонимического ряда в заголовок задает определенную оценку события и настраивает на восприятие фактологической информации в заданной тональности.

Нередко использование субституции в заголовке приводит к **ложной идентификации** либо всего события (формирование образа *псевдособытия*), либо его участников. Примером первого типа может служить заголовок *Басаева признали в США* (АиФ, 2003, № 33). По тексту: *Басаева признали террористом*. В русском языке слово *признать* обладает несколькими значениями, актуализирующимися в разной дистрибуции. Так, в сочетании с винительным падежом (*признать что? кого?*) проявляется семантика «согласиться считать законным, существующим, действительным», ср.: *признать чьи-нибудь права, признать новое правительство, признать свои ошибки*²¹. Именно это значение актуализировано в заголовке. В сочетании же вин.п. + твор.п. выступает значение «счесть, сделать какое-нибудь заключение о ком-чем-нибудь», ср.: *признать своим вожаком, признать доводы основательными*²². Ср. также: *признать невменяемым, признать виновным*, в этом же ряду и *признать террористом*.

Ложная идентификация участника события наблюдается, в частности, при субституции по принципу **общее-частное**. Например: *Конгрессмены — за отмену санкций* (Изв. 1.10.02) — по тексту: *Группа американских конгрессменов высказалась за отмену санкций*

против Ирака. Генерализация понятия, возникающая в результате замещения, является прагматически значимой, поскольку при просмотром чтении у читателя формируется мнение, что якобы *все* или *большинство* конгрессменов выступают за отмену санкций.

Особый интерес представляют случаи **комбинирования субституции и элиминации**, когда в заголовке полная текстовая номинация заменяется на усеченную, в результате чего происходит подмена референции. Например: *Волгоград переименован* (АиФ, 2004, № 30). Речь в заметке идет о замене слова «Волгоград» словом «Сталинград» на блоке с землей Мамаева кургана у могилы *Неизвестного Солдата в Москве*. Прагматический эффект от использования усеченно-замещенной номинации *Волгоград* значительно выше, нежели блок с землей Мамаева кургана, чем и определяется ее вынесение в заголовок.

Другой компонентной трансформацией является **элиминация** — исключение из заголовка одного или более элементов текстовой пропозиции, например: *За 46 суток и 4 минуты через океан* (АиФ, 2002, № 49). В заметке сообщается о том, что именно за такой промежуток времени путешественник Федор Конюхов пересек Атлантический океан. Элиминированы имена субъекта и действия (ср. с *аннулирующим преобразованием*, по Ю.И. Левину²³). Прагматический эффект такого заголовка основан на акцентуации того компонента события, который способен оказать наибольшее экспрессивное воздействие на читателя [ср. также: *Сжег комбайн за аванс* (Труд, 4.09.04), *Чавеса хотели убить* (Изв., 22.10.02) и т.п.]. В когнитивном плане помимо эмоционально-личностной атрибуции здесь имеет место категоризация: факт возводится в ряд сенсационных, новость приобретает вид «горячей строки» с телетайпной ленты. Неопределенность референции (идентификации) снижает в данном случае информативность заголовка.

К этому типу трансформаций можно отнести также различные виды **номинализаций**, наиболее нейтральным из которых в плане воздействия является представление в назывном предложении сути описываемого происшествия. Например: *Авария в космосе* (Труд, 27.11.02). Из заголовка, заключающего в себе свернутую пропозицию, следует, что речь идет об аварии, происшедшей в космосе. По тексту: *разгонный блок ракеты-носителя «Протон» дал сбой, в результате чего самый крупный телекоммуникационный спутник в мире «Астра-1К» оказался в неуправляемом режиме*. Изоморфизм семантики заголовка и текста очевиден даже при отсутствии формального совпадения их S-P-(O)-структур.

Усиление прагматического потенциала наблюдается в случаях, когда, например, ситуация, описанная в тексте, представлена в заголовке **иносказательно-метафорически**. Например: *Смертельная трасса* (Труд, 24.10.02). Речь идет о *правительственной трассе*,

проходящей перед зданием Казанского университета культуры и искусств, перейти через которую «без риска для жизни практически невозможно». В тексте сообщается также о недавней трагедии, жертвой которой стали трое студентов университета. В когнитивном плане здесь преобладает эмоционально-личностная атрибуция, возможность же идентификации как самого события, так и его участников без обращения к тексту заметки ограничена.

Именное сочетание в заголовке может являться **коннотированным компонентом элиминированной текстовой пропозиции** (ОТ или ЧТ). Например: *Черный список русских слов* (АиФ, 2003, № 7) — именно такой список, по тексту, должно будет разработать правительство в соответствии с законом «О государственном языке Российской Федерации». Заголовок не дает четкого представления о сути описываемой ситуации, однако настраивает на восприятие информации в негативном ключе. Этот пример может служить иллюстрацией того, как посредством информационных материалов осуществляется формирование общественного мнения вокруг тех или иных социальных решений и проектов. В данном случае устойчивая отрицательная коннотация идиома *черный список* переносится на закон о государственном языке, проект которого, как известно, вызвал интенсивную дискуссию в СМИ.

Следующий вид формальных преобразований — **позиционирование**: изменение в заголовке последовательности компонентов пропозиции — S, P, O. Наиболее распространенным является такой способ позиционирования, как **пассивизация/активизация**, выступающий нередко в сочетании с элиминацией. Данный вид преобразований в определенной степени идентичен *залоговой трансформации* в порождающей грамматике и применительно к газетным заголовкам заключается в варьировании направления представления действия. Опущение/введение и/или замена местами агенса и пациенса широко используется в СМИ для акцентировки/затушевывания роли участников события, причинно-следственных связей и др. Сошлемся на примеры, приводимые А.Н. Барановым²⁴: *Дума обсуждает бюджет, предложенный правительством* (коммуникативное выделение Думы); *Правительство внесло бюджет в Думу* (коммуникативно выделено правительство); *Бюджет принят в первом чтении* (оба агенса исключены из описания).

Исходя из имеющегося в нашем распоряжении эмпирического материала можно заключить, что пассивизация чаще встречается в тех случаях, когда компоненты ситуации (например, участники конфликта) не входят в сферу активного внимания массового читателя, например: *Войска будут отведены от границы* (Изв., 18.10.02). От текста — *Индия объявила, что отведет часть своих войск от границы с Пакистаном*. Напротив, когда действующие лица конф-

ликта известны читателю и/или в коммуникативное намерение адресанта входит создание их определенного имиджа, тогда используется активная синтаксическая конструкция, например: *Минтруд хочет сделать безработных крестьян фермерами* (Изв., 23.11.02). Из текста мы узнаем о *пилотном проекте Минтруда РФ, направленном на сокращение сельской безработицы*. Формально количество пассивных конструкций в тексте превышает количество активных (например, *обсуждался пилотный проект, программа рассчитана на..., курсы будут организованы..., проект будет распространен*), тем не менее в заголовке используется действительный залог для акцентировки роли агенса — *Минтруда*.

Последний пример в равной степени может служить иллюстрацией для следующего типа формальных трансформаций — **компликации**. В данном случае вводится дополнительный компонент (*хочет*), не представленный эксплицитно в тексте. Введение таких компонентов, выраженных модальными, каузативными или перформативными глаголами²⁵, превращает заголовочную формулировку по сути в интерпретацию факта, подменяя его констатацию. Такого рода подмены нацелены, как правило, на запуск когнитивных механизмов *каузации* и *категоризации*. Например, в заголовке *Министр обороны грозит отставкой* (Изв., 22.10.02) действия министра квалифицируются как угроза, в то время как по тексту — министр всего лишь «заявил, что обдумывает вопрос о своей отставке» (ложная категоризация). Или другой пример: *Изготовить бомбу помог интернет* (Изв., 16.10.02) (каузация). Посредством глагола *помочь* увязаны между собой две текстовые пропозиции: 1. *Молодой террорист-смертник был активным посетителем интернет-чата под названием «Форум домашней химии»*; 2. *На этом сайте любой желающий мог получить информацию о способах изготовления самодельной бомбы*.

Особый интерес представляют случаи компликации, когда «дистраивается» целый фрагмент информации, например следствие из описываемого факта, при этом сам факт в заголовке умалчивается. Так, текстовая пропозиция *Согласно внесенным в Госдуму поправкам в УК ужесточается наказание за содержание наркопритонов* приобретает в заголовке следующее неожиданное (по-)следствие: *Пускать наркоманов в гости будет себе дороже* (МК, 2003, № 44). Каузация, усиленная эмоционально-личностной атрибуцией, придает заголовку значительный воздействующий эффект, актуализируя все его прагматические функции кроме информативной.

Таким образом, макротекстовые механизмы пропозиционального выдвигания и когнитивно-семиотических преобразований обеспечивают функционирование новостного газетного заголовка в качестве фокусирующе-прогностического сигнала. При этом

воздействующий потенциал заголовка обеспечивается нередко за счет снижения его собственно информативной ценности, что лишний раз свидетельствует о системообразующем характере прагматических факторов в производстве газетного текста.

Примечания

- ¹ См. напр., работы: *Сафонов А.А.* Стилистика газетных заголовков // Стилистика газетных жанров / Под ред. Д.Э. Розенталя. М., 1981. С. 205—227; *Попов А.С.* Синтаксическая структура современных газетных заглавий и ее развитие // Развитие синтаксиса современного русского языка / Под ред. Н.С. Пospelова, Е.А. Иванчиковой. М., 1966. С. 95—128; *Милых М.К.* Язык и стиль корреспонденции // Стилистика газетных жанров / Под ред. Д.Э. Розенталя. М., 1981. С. 72—74; *Калюта А.М.* Заголовок как индикатор речевого поведения // Методология исследований политического дискурса: актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. Вып. 2 / Сост. и общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. Минск, 2000. С. 157—164.
- ² См., напр.: *Сковородников А.П.* Фигуры речи в современной российской прессе // ФН. 2001. № 3. С. 74—80.
- ³ См.: *Арнольд И.В.* Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста // ИЯШ. 1978. № 4. С. 23—31; *Тураева З.Я.* Лингвистика текста. (Текст: структура и семантика): Учебное пособие. М., 1986; *Домашнев А.И., Шишкина И.П., Гончарова Е.А.* Интерпретация художественного текста. 2-е изд. М., 1989; *Папина А.Ф.* Текст: его единицы и глобальные категории. М., 2002; *Сыров И.А.* Функционально-семантическая классификация заглавий и их роль в организации текста // ФН. 2002. № 3. С. 59—68; и др.
- ⁴ *Лазарева Э.А.* Заголовок в газете: Учебное пособие для студентов-журналистов. Свердловск, 1989.
- ⁵ См., напр.: *Сметанина С.И.* Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). СПб., 2002. С. 55; ср. также более ранний аналог этой модели «стандарт — экспрессия» в работе: *Костомаров В.Г.* Русский язык на газетной полосе: некоторые особенности языка современной газетной публицистики. М., 1971. С. 67.
- ⁶ *Добросклонская Т.Г.* Что такое медиа-лингвистика? // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2004. № 2. С. 9—17.
- ⁷ Ср. там же, с. 13: «*Новости — это тексты, наиболее полно реализующие одну из главных функций языка — сообщение и одну из главных функций массовой коммуникации — информативную.*»
- ⁸ *Тертычный А.А.* Жанры периодической печати. М., 2002. С. 54, 63.
- ⁹ *Дейк ван Т.А.* Анализ новостей как дискурса // Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Сб. работ. Сост. В.В. Петрова. М., 1989. С. 111—160.
- ¹⁰ Там же. С. 145, 252—253.
- ¹¹ Там же. С. 239.
- ¹² *Баранов А.Н., Паршин П.Б.* Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание // Роль языка в средствах массовой коммуникации / Сб. статей. М., 1986. С. 100—143.
- ¹³ *Левин Ю.И.* О семиотике искажения истины // Левин Ю.И. Избранные труды. Поэтика. Семиотика. М., 1998. С. 594—605.
- ¹⁴ См. обзор в: *Баранов А.Н.* Введение в прикладную лингвистику. М., 2001. С. 230—244.
- ¹⁵ См.: *Арнольд И.В.* Указ. соч. С. 26.
- ¹⁶ *Серио П.* Русский язык и анализ советского политического дискурса: анализ номинализаций // Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса / Общ. ред. П. Серио. М., 1999 (2002). С. 337—383.

- ¹⁷ См. об этом, например: Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). М., 1997. С. 407—416, 461.
- ¹⁸ Дейк ван Т.А. Указ. соч. С. 245.
- ¹⁹ В функциональной стилистике и риторике принято говорить в этой связи о средствах экспрессии и риторических приемах. Представляется, что механизмы, лежащие в их основе, имеют когнитивно-семиотическую природу, поэтому их экспликация будет более адекватной в категориях когнитивной лингвистики и семиотики.
- ²⁰ Выделенные механизмы совпадают с четырьмя типами формальных операций над символами в трансформационной грамматике: *заменой, опущением (стиранием), перестановкой и добавлением*. См.: Кибрик А.Е. Генеративная лингвистика // ЛЭС. М., 1990, С. 98—99. Ср. также с выделенными Ю.И. Левиным четырьмя типами преобразований (*аннулирующее, фингирующее, индефинитизирующее, модальное*), снижающих адекватность описания ситуации (Левин Ю.И. Указ. соч. С. 595).
- ²¹ Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М., 1992. С. 609.
- ²² Там же.
- ²³ Левин Ю.И. Указ. соч.
- ²⁴ Баранов А.Н. Указ. соч. С. 222.
- ²⁵ Чаще всего в данной функции употребляются такие глаголы, как *призывать, требовать, хотеть, передумать, решить* и др.