

RU

## Контактоустанавливающие средства в заголовках медиатекстов (на материале русского, английского и чувашского языков)

Субботина М. В., Яковлева Г. Г., Гилагова Г. С., Губанов А. Р.

**Аннотация.** Цель исследования – выявить контактоустанавливающие языковые средства, употребляемые в заголовках медиатекстов, размещенных в сети Интернет, на русском, английском и чувашском языках. В статье в сопоставительном аспекте характеризуются особенности репертуара контактоустанавливающих средств, востребованных у современных журналистов – представителей разных национально-языковых сообществ. Научная новизна работы заключается во впервые проведенном контрастивном анализе контактоустанавливающих средств на материале русской, английской и чувашской медиаречи с целью определения языковой специфичности рассматриваемого лингвистического феномена. В результате установлено, что в заголовках медиатекстов на русском языке для контактоустановления используются двоеточие, контекстуально выражающее экспрессию, а также стилистически модифицированные прецедентные феномены. В англо- и чувашезычных заглавиях в этом качестве употребляются конструкции разговорного синтаксиса, в последних – еще и намеренно искаженная прецедентная лексика и прием цитации. Основу межъязыкового сходства составляет тот факт, что в целях установления контакта с читателями заголовки формулируются по принципу языковой игры.

EN

## Phatic means in media text headlines (based on the material of the Russian, English and Chuvash languages)

Subbotina M. V., Yakovleva G. G., Gilazova G. S., Gubanov A. R.

**Abstract.** The aim of the study is to identify the phatic language means used in the headlines of media texts posted on the Internet in Russian, English and Chuvash. The paper characterises in a comparative aspect the features peculiar to the repertoire of the phatic means that are in demand among modern journalists, representatives of different national-linguistic communities. The paper is novel in that it is the first to analyse phatic means using the material of Russian, English and Chuvash media speech in order to determine language specificity of the linguistic phenomenon under consideration. As a result, it has been found that colons, contextually conveying expression, as well as stylistically modified precedent phenomena are used in the phatic function in the headlines of media texts in Russian. Informal syntax constructions are employed in this capacity in the English-language and the Chuvash-language headlines, the latter also use intentionally distorted precedent vocabulary and the technique of citation. The fact that in order to establish contact with readers, the headlines are formulated according to the principle of language game represents the basis of interlanguage similarity.

### Введение

Если попробовать контурно очертить проблемное поле современных лингвистических изысканий, то можно обнаружить, что один из сегментов в нем связан с многоаспектным изучением медиатекстов. Это обусловлено тем, что с развитием цифровых технологий средства массовой информации и другие медиаресурсы стали полифункциональными и более доступными в потреблении, благодаря чему начали играть заметную роль в жизни каждого человека. Возрастающая конкуренция за интерес массовой аудитории требует от журналистов постоянного поиска более привлекательной формы подачи материала, использования языковых ресурсов, способных привлечь и удержать внимание реципиентов. Установка на контакт с читателем теперь выступает ведущей интенцией медиадискурса. Главным образом производители медиаречи реализуют это намерение при формулировании заголовка – высказывания, которое по своему назначению отвечает за управление вниманием адресата и формирование его интереса к прочтению озаглавливаемого медиатекста. В интернет-среде, как верно замечают Г. Н. Трофимова и В. В. Барабаш, «на заголовок приходится особая содержательная и структурная нагрузка в связи с гипертекстовостью сетевых СМИ и большим и постоянным потоком журналистских текстов» (2020, с. 13).

Актуальность темы работы объясняется интересом лингвистов к заголовку медиатекста как специфической грамматически организованной структуре, так и как особой коммуникативной единице, обладающей, благодаря своей стилистической позиции, контактоустанавливающим потенциалом, который реализуется с помощью определенных языковых средств. Его изучение сегодня, в условиях увеличения медиавоздействия на массовое сознание, главным образом на уровне речи, важно как для медиалингвистов – языковедов, изучающих особенности языка медиатека в разных каналах доставки массовой информации, так и для журналистов-практиков, интересующихся тактиками эффективного речевого воздействия. В контексте глобальной межкультурной коммуникации, протекающей в сети Интернет, особенно значимы сопоставительные изыскания. С одной стороны, они уточняют теоретические положения активно формирующейся в настоящее время сравнительно-сопоставительной медиалингвистики, а с другой – указывают на особенности «языковых вкусов» и актуальных речевых практик журналистов – влиятельных носителей разноструктурных языков.

В рамках задуманного исследования средств контактоустановления в заголовках медиатекстов на русском, английском и чувашском языках были сформулированы следующие задачи: 1) изучить взгляды исследователей на содержание и взаимосвязь понятий «фатика», «фатическая интенция» и «контактоустанавливающие средства»; 2) собрать корпус заглавий сетевых медиатекстов; 3) охарактеризовать особенности контактоустанавливающих средств, востребованных в заголовках медиатекстов.

Исследование строилось несколькими методами. Методом сплошной выборки был собран эмпирический материал – заголовки медиатекстов, опубликованные с января по август 2023 г. в интернет-версиях изданий на русском («Ведомости» (<https://www.vedomosti.ru/>), «Известия» (<https://iz.ru/>)), английском (“The Guardian” (<https://www.theguardian.com/international>)) и чувашском («Хыпар» (<http://www.hypar.ru/>)) языках. Критерием отбора служило наличие в заголовке стилистически маркированных разноуровневых языковых средств, повышающих выразительность высказывания и делающих его интригующим, оригинальным по структуре и содержанию, создающих эмоциональный фон и семантическую неопределенность. Сопоставительный метод использовался для определения специфичности средств, употребляемых разноязычными журналистами при заголовкотворчестве с целью установления контакта с читателями. Описательно-аналитический метод позволил проанализировать и охарактеризовать собранный языковой материал.

Теоретико-методологическая база исследования охватывает труды специалистов языковедческой науки, в которых поднимаются вопросы фатики и фатической интенциональности (Винокур, 1993; Дементьев, 1993; Jakobson, 1960; Malinowski, 1923), языковых средств контактоустановления в журналистике (Дускаева, 2012; Корнилова, Прохорова, 2012; Прокофьева, 2016; 2020), средств выразительности заголовков медиатекстов (Гаврилов, 2021; 2023а; Исаева, 2018; Куликова, 2020).

Практическая значимость работы заключается в том, что полученные результаты и материалы исследования могут быть использованы научными сотрудниками при дальнейшей разработке теоретических положений контрастивной медиалингвистики, а также найти применение в процессе учебно-методической деятельности при проектировании учебных пособий по сопоставительной стилистике русского, английского и чувашского языков.

## Обсуждение и результаты

Изучение средств контактоустановления как лингвистического феномена начинается в первой половине XX века и восходит к понятию «фатическое общение», введенному в обиход английским антропологом Б. Малиновским и понимаемому ученым как коммуникативный акт, нацеленный на установление и поддержание контакта (Malinowski, 1923). По мнению исследователя, фатическое общение носит больше не интеллектуальный, а социальный характер, совершается не для передачи информации, а без определенной цели – как праздная речь. В 1960-е гг., развивая идеи Б. Малиновского, основоположник структурного подхода в языкознании Р. Якобсон пишет о фатике как о функции языка, называя ее фатической, выступающей средством установления контакта с собеседником в рамках любого коммуникативного взаимодействия (Jakobson, 1960). В 1990-е гг. дискуссия о фатике активно продолжается. В контексте речевых жанров о ней размышляет В. В. Дементьев (1993), указывая на ее присутствие в любом речевом акте. Т. Г. Винокур относит ее к одной из двух ведущих интенций говорящего, находящейся в оппозиции к информативному намерению вступления в общение. Фатическая и информативная интенции рассматриваются ею в оппозиции «общение/сообщение» (Винокур, 1993).

Несколько позднее уже непосредственно исследователи языка СМИ заметили, что фатическая и информативная интенции лежат в основе интенциональности медиаречи (Дускаева, 2012; Прокофьева, 2016). Это явно прослеживается сегодня на примере речевой практики журналистов, их «общения» с массовой аудиторией как в традиционных СМИ, так и в сетевых изданиях: «Особенностью современного функционирования СМИ в обществе, где медиа – товар, является сосуществование информативной и фатической речи в журналистском дискурсе: фатическая речь обеспечивает “коммуникативное удобство” для потребления информации, создавая нужный эмоциональный фон восприятия последней, а также разряжает плотность информационного потока и тем самым обеспечивает не только адекватное восприятие информации адресатом, но и поддерживает долговременную коммуникацию, необходимую СМИ для сохранения устойчивости на рынке» (Прокофьева, 2020, с. 247). Таким образом, фатика в журналистике играет ведущую роль и реализуется с помощью средств контактоустановления, выражающегося: «...а) в семантике движения текста – начала, продолжения, завершения акта общения –

и акцентирования важных фрагментов информации; б) в наличии эпатажно-игровой тональности, вовлекающей адресата в коммуникативное соучастие» (Корнилова, Прохорова, 2012, с. 139).

Универсальными контактоустанавливающими средствами можно считать «лексику с оценочной коннотацией, определенно-личные предложения со сказуемым в повелительном наклонении, местоименно-глагольные формы, языковую игру, вопросительные предложения, элементы разговорного синтаксиса, особые речевые формы и др.» (Прокофьева, 2020, с. 247). Не менее эффективны в этой роли изобразительно-выразительные средства, используемые лингвокреативно.

Переходя к разговору о предмете нашего исследования – заголовках медиатекстов, важно упомянуть, что в них для привлечения внимания читателей регулярно употребляются стилистические фигуры и тропы (Исаева, 2018), новообразования (Куликова, 2020), средства экспрессивного синтаксиса, отдельные знаки препинания и экспрессивные пунктуационные приемы (Гаврилов, 2021; 2023а) и др.

На примере заголовков журналистских материалов, опубликованных с января по август 2023 г. в интернет-версиях изданий на русском («Ведомости» и «Известия»), английском (“The Guardian”) и чувашском («Хыпар») языках, проследим, какие лежащие в основе заглавий языковые средства имеют наибольший фатический потенциал и позволяют разноязычным журналистам устанавливать контакт с пользователями – потенциальными читателями озаглавливаемых текстов.

В ходе сопоставительного исследования было установлено, что отличительной особенностью заголовков на русском языке является обращение журналистов к приему языковой игры и применение в качестве контактоустанавливающих средств знаков препинания, выстраивающих выразительную синтаксическую структуру, и намеренно искаженных известных выражений – прецедентных феноменов.

В первом случае для реализации игровой функции задействуются такие языковые ресурсы, как построение заголовков с помощью знака препинания – акцентного двоеточия по типу двучленной конструкции – «бессюзного сложного предложения, обе части которой односоставны, с намерением метафорического обозначения темы высказывания (в первой части) и последующего раскрытия деталей содержания публикации (во второй части)» (Гаврилов, 2023а, с. 107):

- «Актрисы»: про актеров и людей (Ведомости. 31.03.2023);
- «Библиотекарь»: о вреде чтения (Ведомости. 30.06.2023);
- «Последний дар»: чужой среди чужих (Ведомости. 04.08.2023);
- «Реквием»: барокко на «Рассвете» (Ведомости. 15.06.2023);
- «За нас с вами»: коммунальная страна (Ведомости. 25.05.2023).

Выразительная по своей структуре двухчастная синтаксическая конструкция обретает неожиданное звучание в результате помещения журналистом в каждую из частей лексем и фраз, образующих на первый взгляд неоднозначное высказывание, смысл которого проясняется при ознакомлении с озаглавливаемым текстом. Намеком на двусмысленность также служат кавычки, оформляющие первую часть заголовка, но подсказывающие, что парным знаком препинания, скорее всего, выделено условное (собственное) наименование. Читатель обращает внимание на такую структуру и, пытаясь «считать» семантику заголовочного высказывания, начинает «созадавать», пребывая в интриге.

Во втором случае языковая игра создается с помощью лексики – в заголовках употребляются умышленно искаженные авторами широко известные в массовой культуре фразы и выражения – прецедентные феномены:

- Региональное потепление (Известия. 09.08.2023);
- Биполярное устройство (Известия. 18.07.2023);
- Нефть и раз (Известия. 14.07.2023);
- Квартирный подброс (Известия. 14.07.2023);
- Лебедь, рак и майнинг (Известия. 11.07.2023);
- Раскинули соцсети (Известия. 04.06.2023);
- Не за горами (Известия. 12.05.2023).

В результате заголовкотворчества «глобальное потепление» стало региональным, «биполярное расстройство» – устройством, «нефть и газ» – нефтью и раз, «квартирный вопрос» – подбросом, «лебедь, рак и щука» – лебедем, раком и майнингом, раскинутые сети – соцсетями, а бытующее в разговорной речи в переносном значении «не за горами» было использовано в прямом (про авиасообщение с Грузией). Устойчивые выражения привлекают реципиентов, будучи знакомыми на фоне остальных формулировок заголовочных высказываний, а творчески измененные прецеденты – вдвойне, поскольку удивляют читателей своей необычностью, устанавливая с ними контакт стилистически оправданным нарушением стандартного построения фразы.

В заголовках на английском языке фатическим потенциалом обладают часто используемые в них элементы разговорного синтаксиса, имитирующие диалог с читателем, создающие доверительную атмосферу:

- *Here's what I want: a hung parliament. Let me tell you why* (The Guardian. 17.05.2023). / *Вот чего я хочу: подвешенного парламента. Позвольте мне сказать вам, почему* (здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – Г. Я.);
- *Only 3 types of men? No! I know of at least 5* (The Guardian. 17.08.2023). / *Всего 3 типа мужчин? Нем! Я знаю по крайней мере 5;*
- *Why are young men taking cold showers and going 'monk mode'? To avoid talking about their feelings* (The Guardian. 17.08.2023). / *Почему молодые люди принимают холодный душ и переходят на «монашеский режим»? Чтобы избежать разговоров о своих чувствах;*

- *It's time for a new climate populism, to show how the super rich got us – and the planet – into this mess* (The Guardian. 11.08.2023). / *Пришло время для нового климатического популизма, чтобы показать, как сверхбогатые втянули нас – и планету – в эту неразбериху;*

- *Britain's surging deer population is causing an ecological disaster. I have a solution: wolves* (The Guardian. 11.08.2023). / *Растущая популяция оленей в Великобритании приводит к экологической катастрофе. У меня есть решение: волки.*

Повествование от 1-го лица (“*Here’s what I want...*”; “*I know...*”; “*I have a solution...*”), бессоюзная связь (“*Here’s what I want: a hung parliament*”), глаголы в повелительном наклонении (“*Let me tell you why...*”), вопросно-ответные конструкции (“*Only 3 types of men? No!*”; “*Why are young men taking cold showers and going ‘monk mode’? To avoid talking about their feelings*”) свойственны разговорной речи. Их включенность в заглавия журналистских текстов формирует дружескую тональность и создает эффект неожиданности, незаметно сужая дистанцию между автором сообщения и реципиентами.

К контактоустанавливающим средствам, характерным для заголовков чувашезычных медиатекстов, можно отнести обращение журналистов к прецедентам и их стилистически оправданному искажению, конструкциям разговорного синтаксиса и приему цитации:

- *Икĕ юпа хушинчи аташу* (Хыпар. 03.07.2023). / *Блуждание между двумя столбами* (здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – М. С.);

- «*Тупĕ*» уяв, министр кушакĕ тата ытти сиччен (Хыпар. 14.07.2023). / *О «сухом» празднике, кошке министра и другом;*

- «*Артиста артистпах пурĕнма аван*» (Хыпар. 23.03.2023). / «*С артистом же хорошо артисту жить*».

Употребление измененного известного выражения «заблудиться в трех соснах», соединение несопоставимых (вещественно неоднородных) понятий в качестве однородных членов, использование фрагмента речи героя медиатекста, имеющего эпатажно-игровую тональность, в позиции заголовка делают его стилистически маркированным, заметным читателям и активизирующим их воображение. Прагматическую эффективность цитации в сетевых газетных заголовках на чувашском языке также отмечают и другие исследователи медиаречи: «Журналист выбирает необычную, фактологически важную или вне контекста неоднозначную фразу интервьюируемого и помещает ее в заглавие, заключая в кавычки. Читатель обращает внимание на выделенные кавычками заголовки, понимает, что в их основе – цитата, но не подозревает, кому она принадлежит, что, при условии заинтересованности ее содержанием, мотивирует его перейти по ссылке и узнать подробности» (Гаврилов, 2023b, с. 236-237).

Таким образом, фатическая интенциональность в заголовках сетевых медиатекстов актуализируется главным образом с помощью средств экспрессивного синтаксиса и пунктуации, модифицированной прецедентной лексики и разговорного стиля. Заметим, что в каждом из рассматриваемых языков журналисты задействуют ресурсы выразительной русской, английской и чувашской речи, используя их творчески, по принципу языковой игры.

## Заключение

Анализ языкового материала позволил нам прийти к следующим выводам.

Во-первых, подводя итоги проведенного исследования, мы можем констатировать, что фатическая интенция, заключающаяся в намерении журналиста установить контакт с читателями, является ключевой в современной медиаречи, поскольку в интернет-среде заголовки представлены автономно от озаглавливаемых медиатекстов и на них в рамках продвижения материалов в Интернете сегодня в плане организации языковой структуры возлагается большая ответственность за коммуникативный успех – привлечение внимания массовой аудитории к заглавиям и стимулирование ее интереса к содержанию материала.

Во-вторых, в ходе сбора языкового материала за взятый хронологический период – с января по август 2023 г. – мы обратили внимание на то, что на данном этапе сложился вполне определенный репертуар языковых средств контактоустановления, востребованных у журналистов рассматриваемых нами разноязычных изданий.

В-третьих, сопоставительный метод исследования позволил нам установить и охарактеризовать специфические особенности контактоустанавливающих средств, свойственные заголовкам медиатекстов на русском, английском и чувашском языках. Так, в заглавиях на русском языке фатическую функцию выполняют двоеточие, организующее выразительную синтаксическую структуру заголовков, и намеренно искаженные прецедентные феномены. В англоязычных заголовках в этом качестве используются элементы разговорного синтаксиса. В заголовках медиатекстов на чувашском языке – намеренно искаженные прецедентные феномены, конструкции разговорного синтаксиса и прием цитации. Межъязыковым сходством является то, что установление контакта с помощью указанных языковых средств происходит на основе языковой игры журналиста с читателями, его устремленности к лингвокреативности.

Перспективы дальнейшей разработки проблемы мы видим, с одной стороны, в расширении хронологических рамок исследования и, с другой стороны, в проведении психолингвистического эксперимента для уточнения коммуникативно-прагматической эффективности каждого из выявленных в ходе данной работы языковых средств.

## Источники | References

1. Винокур Т. Г. *Говорящий и слушающий: варианты речевого поведения*. М., 1993.
2. Гаврилов А. Д. *Вопросительная конструкция как синтаксическое средство выражения экспрессивности в сетевом газетном заголовке (на материале русского, чувашского и английского языков)* // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. 2021. № 1 (110). <https://doi.org/10.37972/chgru.2021.110.1.003>
3. Гаврилов А. Д. *Пунктуация в арсенале выразительных средств журналистов (на материале русского, чувашского и английского языков): монография / Чуваш. гос. ун-т им. И. Н. Ульянова. Чебоксары, 2023а.*
4. Гаврилов А. Д. *Пунктуация в чувашской медиаречи // Полилингвистическая и транскультурные практики. 2023b. Т. 20. № 2. <https://doi.org/10.22363/2618-897X-2023-20-2-227-239>*
5. Дементьев В. В. *Жанры фатического общения // Дом бытия. Альманах по антропологической лингвистике. Саратов, 1993. Вып. 2. Язык – мир – человек.*
6. Дускаева Л. Р. *Интенциональность медиаречи: онтология и структура // Медиатекст как полиинтенциональная система: сб. статей / отв. ред. Л. Р. Дускаева, Н. С. Цветова. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2012.*
7. Исаева А. Ю. *Коммуникативно-прагматические особенности построения и перевода газетных заголовков англоязычных интернет-изданий. Тула: Тульский государственный университет, 2018.*
8. Корнилова Н. А., Прохорова К. В. *Фатические маркеры в заголовочном комплексе текстов СМИ // Вестник Пермского университета. 2012. Вып. 4 (20).*
9. Куликова В. А. *Словообразовательные средства выражения негативной оценки (на материале новообразований в заголовках электронных СМИ XXI в.): дисс. ... к. филол. н. Н. Новгород, 2020.*
10. Прокофьева Н. А. *Интенциональность фатической беседы в медиадискурсе // Вестник Пермского университета. 2016. Вып. 1 (33).*
11. Прокофьева Н. А. *Фатика в журналистике // Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой; редколл.: В. В. Васильева, Ю. М. Коняева, А. А. Малышев, Т. Ю. Редькина. Изд-е 2-е, стер. М.: Флинта, 2020.*
12. Трофимова Г. Н., Барабаш В. В. *Языковое послевкусие интернет-эпохи в России: эффект бумеранга (актуальные процессы в русскоязычной цифровой медиакommunikации): монография. М.: РУДН, 2020.*
13. Jakobson R. O. *Closing Statements: Linguistics and Poetics // Style in Language / ed. by Th. A. Sebeok. Cambridge, 1960.*
14. Malinowski B. *The Problem of Meaning in Primitive Languages // The Meaning of Meaning / ed. by C. K. Ogden, I. A. Richards. N. Y., 1923.*

## Информация об авторах | Author information



Субботина Марина Валентиновна<sup>1</sup>, д. филол. н., доц.

Яковлева Галина Григорьевна<sup>2</sup>, д. филол. н., проф.

Гилязова Гузалия Сайфулловна<sup>3</sup>, д. филол. н.

Губанов Алексей Рафаилович<sup>4</sup>, д. филол. н., проф.

<sup>1, 2, 4</sup> Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова, г. Чебоксары

<sup>3</sup> Казанский государственный институт культуры



Subbotina Marina Valentinovna<sup>1</sup>, Dr

Yakovleva Galina Grigorievna<sup>2</sup>, Dr

Gilazova Guzaliya Sayfullovna<sup>3</sup>, Dr

Gubanov Aleksey Rafailovich<sup>4</sup>, Dr

<sup>1, 2, 4</sup> Chuvash State University, Cheboksary

<sup>3</sup> Kazan State Institute of Culture

<sup>1</sup> [ocean7@yandex.ru](mailto:ocean7@yandex.ru), <sup>2</sup> [yakovlevagalina@mail.ru](mailto:yakovlevagalina@mail.ru), <sup>3</sup> [guzhaz@mail.ru](mailto:guzhaz@mail.ru), <sup>4</sup> [alexgubm@gmail.com](mailto:alexgubm@gmail.com)

## Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 01.09.2023; опубликовано online (published online): 11.10.2023.

**Ключевые слова (keywords):** фатическая интенция медиаречи; языковая игра; экспрессивная пунктуация; разговорный синтаксис; прецедентный феномен; phatic intention of media speech; language game; expressive punctuation; informal syntax; precedent phenomenon.