

Andrzej Sitarski

Наречия в русских и польских газетных заголовках

Acta Polono-Ruthenica 7, 125-131

2002

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Andrzej Sitarski
Instytut Filologii Rosyjskiej
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza

Наречия в русских и польских газетных заголовках

Проблемы, связанные с вербальным воздействием на индивидуальное и общественное сознание, могут изучаться на материале мифов и легенд, политической пропаганды и коммерческой рекламы. В этом аспекте интересными, как нам кажется, являются факты, которые можно отметить в текстах газетно-информационного жанра. Как подчеркивается во многих лингвистических исследованиях, в газетных текстах наиболее ярко отражается состояние языка на современном этапе его развития. Для журналистской информации, по мнению А. Марковского, типичным является заголовочный способ передачи изложения текста. Газетный заголовок является нередко важнейшей частью информации, поэтому многие журналисты стремятся к наиболее эффективному способу его лексико-семантического наполнения (Markowski 1992: 125). Отметим, что информация, заключенная в газетном заголовке, обладает большой силой воздействия на читателя, в результате чего он может проявить заинтересованность в проблематике, заключенной в статье. Согласно И. П. Сусову, любой акт коммуникации – это воздействие говорящего на слушающего, ради взаимовоздействия говорящего и слушающего в процессе предметно-практической и теоретико-познавательной деятельности. Текст, по словам ученого, – будь он в своей целеустановке собственно побудительным, вопросительным или повествовательным – имеет своей конечной целью обеспечить воздействие, т.е. побуждение в широком смысле (Сусов 1980: 8).

Как правило, заглавию присуща информативная функция, поскольку в нем тем или иным образом отражается содержание материала. Для газетных заголовков характерна и так называемая рекламная функция, которая состоит в том, чтобы специально, особыми средствами заинтересовать читателя, привлечь его

внимание. Рекламная функция обычно понимается в литературе как экспрессивность, поэтому её называют также экспрессивной или рекламно-экспрессивной (Манькова 2001:1).

Довольно часто в лексической структуре газетного заголовка выступают слова или выражения, содержащие в своей семантике оценивающий компонент. Такие единицы исполняют одновременно роль комментария к информации, ее оценочной характеристики. Перлокутивная цель включения таких компонентов в семантическую структуру заголовка – определение журналистом его интенции „оказать влияние на читателя”, заинтересовать содержанием статьи, создать ореол экспрессивности. Тенденция к экспрессии явно связана с оценкой излагаемого в тексте статьи факта, события, мнения. Оценочные слова в заголовке вполне могут настраивать читателя на восприятие публикации. Проведенные Э. М. Береговской исследования показали, что в половине собранных ею примеров газетных заголовков дается оценка факта или высказывается отношение к нему автора (Береговская 1991: 27). А. Марковски, анализируя язык современной польской прессы, констатирует, что способ построения газетного заголовка с оценивающими словами и выражениями, часто наделенными определенными коннотациями, является характерным для языка современных журналистов (Markowski 1992: 129). Приведем несколько примеров из современной русской и польской прессы. *Здравствуй цензура! Ее ввели по-тихому и с неожиданной стороны* (МН, 2001/9), *Министры, кто вверх, кто вниз* (МН, 2001,17/8), *Либерально мыслящее меньшинство* (МН, 2001,14/1), *Государства должно быть мало* (С, 2001/81), *Жители Курил заживут по-человечески* (С, 2001/107); *Po irlandzkim „nie” trudniej czy... łatwiej* (GW, 2001/6), *Francuzi słono zapłacą* (GW, 2000/11), *Gospodarka ma się nieźle, nastroje fatalnie* (P, 2001/2).

Как видно из приведенных примеров, в современных русских и польских газетных заголовках с целью определения оценочной характеристики описываемых журналистом событий или явлений активно применяются слова, относящиеся к классу наречий. В организации структуры и семантики газетного заголовка наречиям принадлежит, по мнению многих лингвистов, ведущая роль. Б. Норман пишет, что наречие оказывается „емким элементом поверхностно-синтаксической структуры, что за ним может скрываться целая пропозиция: в свернутом виде оно содержит в

себе целое высказывание. Например, выражение *участники ответственно понимают* объединяет две пропозиции: „участники понимают” и „участники сознают свою ответственность” (Норман 1995: 157); предложение *Dramatycznie pogarsza się jakość rządzenia państwem* (Р, 2000/12) по смыслу составляет сумму двух синтаксических конструкций: „jakość rządzenia pogarsza się” и „to jest dramatyczne”. Оценивая функцию наречия в строении газетного заголовка, следует подчеркнуть его конденсирующую роль. Это одна из причин активизации адвербов, возрастания частоты их употребления в лексической структуре газетного заголовка в русском и польском языках.

Анализируя вопрос употребления наречий с точки зрения семантической организации газетного заголовка, следует сказать, что применение многих адвербов или адвербиальных выражений, часто являющихся результатом поисков новых способов наименования оценки представляемых журналистом фактов или явлений действительности, зависит также от ряда экстралингвальных факторов. Трансформации государственного устройства, политической системы в России и в Польше, экономического уклада и, прежде всего, отмена идеологической цензуры создали возможность индивидуализации оценки происходящих в обеих странах событий. В результате все более разнообразным становится семантический круг наречий или выражений в наречной функции, используемых для этой цели. Одновременно стоит заметить, что употребляемые в заголовке адвербы, кроме своего основного оценивающего значения, наделены также разной степенью эмоциональности. Их широкое употребление в речи читателя укрепляет взаимосвязь с автором статьи. Создается, таким образом, определенный вид коммуникации, в результате которого читатель может поддерживать предлагаемую автором в заголовке оценочную характеристику факта или события, либо корректировать ее или, наконец, отвергнуть, конечно, после ознакомления с содержанием статьи. Приведем примеры: *Морские ресурсы России катастрофически истощаются* (НГ, 2001/2), *Банковать по-русски* (МН, 2000/49), *Милосердие по-депутатски* (МН, 2000/25), *Судиться бесполезно* (МН, 2000/42), *Национализация по-росийски* (МН, 2000/42), *Полет вслепую* (МН, 2000/43), *В одиночку против белой смерти* (НГ, 2001/109), *Тарифный орган рождается „в муках”* (НГ,

2001/109), *Неказисто, но практично* (МН, 2000/ 27); *Pozornie łatwe pytanie* (R 2001/ 2), *Ponuro aż strach* (GW, 2001/1), *A nam jest źle* (GW, 2000/12), *Nieświadomie też można psuć* (Gaz. Wyb., 2000/12).

С целью обратить внимание читателя на содержание статьи, ее автор в лексико-семантическую структуру заголовка нередко вводит фразеологические выражения с оценивающим значением или общеизвестные изречения. В таких устойчивых выражениях часто один из лексических компонентов заменяется другим. Созданное таким образом новое выражение отличается оригинальностью, свежестью и, употребленное в заголовке, побуждает читателя к ознакомлению с содержанием статьи. Я. Медек в связи с этим замечает, что „[...] zestawienie postaci tradycyjnej zwrotu frazeologicznego z postacią zmodyfikowaną – to apel do masowej wyobraźni. Prowadzi ono do reinterpretacji znaczeniowej, ma zainteresować, zaciekawić grą językową i zachęcić do przeczytania artykułu” (Miodek 1981: 12). Примеры таких употреблений мы отметили в польском и русском материале. Вместо выражения *o mały włos* – „minimalnie” в заголовке встречаем *O Małysz włos* (Gaz. Wyb., 2001/2). Выражение *na miękko* выступает в заголовке в сочетании со словом *Kaczor*, будущим модификацией фамилии польского министра *Kaczyńskiego* – *Kaczor na miękko* (Nie, 2000/44). Заголовок – *Z mitem u nogi* (P, 1997/10) – это модификация выражения „kula u nogi”. В свою очередь газетный заголовок *Gra na zwłokę* (Wprost, 1999/10) построен в результате изменения фразеологизма *gra na zwłokę*. В русской прессе мы отметили следующие заголовки, которые построены в результате преобразования устойчивых выражений (фразеологизмов, заглавий литературных произведений): *И с водкой или деньги на ветер* из: *бросать слова на ветер*, *Капля дегтя в бочке йода* (АиФ, 46/2001) из: *ложка дегтю в бочке с медом*. Используя в функции газетного заголовка горьковское изречение „Человек – это звучит гордо”, журналист заменяет в нем одно из слов другим, выражая таким образом ярко и экономно оценивающую характеристику субъекта: *Сахалин – это должно звучать гордо* (АиФ, 1999/12), *Собственник – это звучит гордо* (ЛГ, 2000/7).

Иногда семантика заголовка строится путем использования различной интерпретации значения наречия или предложно-именного сочетания в наречной функции, использования его семантического ареала, оплодотворенного, как замечает В.

З. Санников, „[...] жизненными ситуациями и контекстами, в которых мы с ним встречаемся” (Санников 1999: 183), напр.: *Дума снова в дыму* (МК, 2000/12) – речь идет об отмене депутатами антитабачного постановления; польск. *Więcej trzeba liczyć „na boku”* (Super Express, 20001/1) – то есть „на полях”, а не нелегально.

Наречие в лексической структуре газетного заголовка можно рассматривать как один из языковых репрезентантов оценочной картины современной действительности в России и в Польше. Анализ собранных нами примеров газетных заголовков, содержащих в своем составе адвербы или выражения с адвербиальным значением, позволяет сказать, что их семантика определяет совокупность мнений, оценочностных характеристик о фрагментах действительности, функционирующих в сознании журналистов. Называя их в заголовке, они стремятся к тому, чтобы эти оценки стали также близкими читателям данной газеты, чтобы одобрялись ими. Приведем несколько примеров употребления наречий или выражений в наречной функции, посредством которых формируется оценочная картина современной русской и польской действительности. Следует отметить, что применение тех или иных адвербов во многом зависит также от политической характеристики газеты. Примеры: *Почему кандидаты в Думу играют в молчанку* (АиФ, 1999/50), *Неказисто, но практично* (МН, 2000/34), *Горько, Виктор Васильевич* (МН, 2000/25), *Банковать по-русски* (МН, 2000/50), *Равнодушно смотрящие* (МН, 2000/45), *Все будет нехорошо* (МН, 2000/21), *Национализация по-росийски* (МН, 2000/42), *Судиться бесполезно* (МН, 2000/42), *Боевать надо аккуратнее* (С, 2001/72), *Встречайте год трезво!* (АиФ, 2000/52), *Политикам трудно правдиво говорить* (ЛГ, 1998/35), *Министр обороны ложно представляет ситуацию в Чечне* (МК, 1998/241), *Кое-где на юге столицы жить противопоказано* (МК, 1998/257). В польской прессе: *Dramatycznie pogarsza się jakość rządzenia państwem* (Р, 2000/12), *Łatwo o praktykę, trudniej o pracę* (Gaz. Wyb., 2000/10), *A nam jest źle* (GW, 2000/12), *Ponuro aż strach* (GW, 20001/1), *Gospodarka ma się nieźle, nastroje fatalnie* (Р, 2001/2).

Семантический анализ употребленных в газетных заголовках наречий как в русской, так и польской прессе позволяет заметить, что журналисты, применяя такие адвербы, как: русск. *неказисто, горько, равнодушно, нехорошо, бесполезно, ложно, противопоказано*, польск.: *dramatycznie, trudniej, ponuro, fatalnie* стремятся

внушить адресату некоторую тревожность из-за описываемых ими событий, явлений. Употребление таких наречий провоцирует создание впечатления, что в окружающей действительности нарушается гарантия стабильности, порядка. В газетных заголовках появляются также адвербы с положительной оценкой многих фактов российской действительности. Это особенно заметно в русской прессе после того, когда президентом России стал Владимир Путин, напр.: *Жить стало веселей* (ЛГ, 2000/12), *И выгодно, и законно* (АиФ, 1999/50), *Наконец у нас научились по-настоящему ценить кадры* (НГ, 2001/2), *Рост цен ударит не больно* (АиФ, 1999/39), *Давайте жить дружно* (С, 2001/76), *Дешево, но перспективно* (С, 2001/78). Также в польских газетах можно встретить примеры заголовков с более оптимистической оценочностью, которая лексически выражена наречием, напр.: *Studenci po europejsku* (Trybuna, 2000/11), *Spokojnie* na przelomie (Gaz. Wyb. 2001/1), *Na sportowo w trzecie tysiąclecie* (Gaz. Poz., 2001/1), *Solidarnie do Unii Europejskiej* (R, 2001/17), *Może nie będzie źle* (R, 2001/17), *Dzieje się kulturalnie* (Super Express, 2000/10).

Суммируя наши наблюдения над функционированием наречий в лексической структуре газетного заголовка следует сказать, что употребление адвербов может в определенной степени повлиять на создание читателем современной прессы определенной системы оценки, происходящих в окружающей действительности фактов и событий. Желая сделать газетный заголовок более ярким и привлекательным, журналисты как в польском, так и русском редактировании газеты употребляют также устойчивые выражения (фразеологизмы, заглавия литературных произведений) в трансформированном виде. Такие выражения получают, помимо свойств, заложенных в них самих (а иногда вопреки им), новые экспрессивные и оценочные функции.

Принятые в статье сокращения

АиФ	– „Аргументы и факты”
С	– „Сегодня”
GW	– „Głos Wielkopolski”
Gaz. Poz.	– „Gazeta Poznańska”
Gaz. Wyb.	– „Gazeta Wyborcza”
ЛГ	– „Литературная газета”

МН	– „Московские новости”
МК	– „Московский комсомолец”
НГ	– „Независимая газета”
Р	– „Polityka”
Р	– „Rzeczpospolita”

Литература

- Markowski A. (1992) *Polszczyzna końca XX wieku*, Warszawa.
- Miodek J. (1981) *Tytuł w tytule jako środek stylistyczny*, Rozprawy Komisji Językowej Wrocławskiego Towarzystwa Naukowego XII, Wrocław.
- Береговская Э. М. (1991) *О типологии и семантике однофразового текста. Экспрессивный синтаксис и анализ художественного текста*, Смоленск.
- Манькова Л. А. (2001) *Специфика заголовков в различных газетных текстах*, Ученые записки Свердловского государственного университета, Вып. 6.
- Норман Б. (1995) *О функционировании наречий в современных русских текстах. Русский текст в свете языковых и социокультурных новаций. Материалы научно-методической конференции*, Олыштын.
- Санников В. З. (1999) *Русский язык в зеркале языковой игры*, Москва.
- Сусов И. П. (1980) *Семантика и прагматика предложения*, Калинин.