

**ЭКСПРЕССИВНОСТЬ ЗАГОЛОВКОВ СТАТЕЙ
НА ТЕМУ КОРОНАВИРУСА
(на материале англоязычных, русскоязычных
и белорусскоязычных газет)**

В современном обществе СМИ, как и ранее, играют важную роль в распространении информации среди населения. Несмотря на наблюдающуюся в последние годы смену канала передачи информации (интернет занимает всё более главенствующие позиции, особенно у людей молодого и среднего возраста), функции СМИ остаются прежними. Учитывая тот факт, что большинство традиционных газет имеют собственные сайты в интернете, на которых они представляют тот же материал, который дают в печатном варианте, можно сказать, что пресса не потеряла своей значимости, а потому, как и прежде, изучение газетных текстов в различных ракурсах продолжает привлекать внимание исследователей. Важное место в таких исследованиях занимают работы по изучению газетных заголовков, направленные на определение их характерных особенностей на материале различных языков. Причем ученые либо прибегают к рассмотрению отдельных аспектов функционирования газетных заголовков, либо проводят комплексные исследования, включая функционально-стилистический, семантико-грамматический и прагматический аспекты анализа заголовков (см., например, работы И. Р. Гальперина, В. Н. Комиссарова, А. А. Лютой, О. А. Ляпиной, Н. В. Гусяковой, А. С. Подчасова, А. З. Кубановой, А. В. Фатиной, С. В. Чертоусовой, Л. А. Маньковой и др.).

Огромное количество работ, посвященных изучению газетных заголовков, не является удивительным, ведь именно на заголовок статьи прежде всего обращает внимание читатель. Заголовок можно считать удачным, если он является выразительным, экспрессивным. Именно об экспрессивности, которая, на наш взгляд, является важнейшей функцией газетного заголовка, и пойдет речь в данной статье.

Цель предпринятого исследования – рассмотреть средства выражения экспрессивности в заголовках статей на тему коронавируса на материале англоязычных, русскоязычных и белорусскоязычных газет. Как уже указывалось выше, существует множество работ по изучению газетных заголовков, в том числе и по изучению средств выражения экспрессивности в них (работы Н. М. Шкурской, В. В. Щур, Т. С. Гусейновой, А. Н. Зеленова, Ю. С. Воротниковой, Н. А. Шелевой, Ю. А. Завьяловой, С. В. Птушко и др.).

Новизна же проводимого нами исследования связана именно с выбранным материалом: вот уже на протяжении почти года указанная тематика (распространение коронавируса в мире) не покидает страницы газет, занимая в ряде случаев даже большее место, чем важнейшие политические события в мире.

Если говорить об экспрессивности по отношению к газетному заголовку, то можно сказать, что задача экспрессивности в данном случае состоит в выражении субъективного отношения к написанному (со стороны автора) и одновременном повышении привлекательности заголовка для потенциальных читателей. Исследователи говорят о существовании системно-языковых носителей экспрессивности, которые встречаются на всех уровнях языка: фонологические и просодические средства, морфологические, лексические и синтаксические средства.

Для проведения исследования нами методом сплошной выборки были отобраны заголовки статей на тему коронавируса из русскоязычных, белорусскоязычных и англоязычных газет за период с февраля по ноябрь 2020 г. Всего было отобрано 70 русскоязычных заголовков (онлайн-версии газет «Известия», «Правда», «АиФ»), 70 белорусскоязычных заголовков (онлайн-версии газет «Рэспубліка», «Звязда»), 120 англоязычных заголовков (онлайн-версии газет «The Guardian», «The Times», «The Telegraph»). Проведенный анализ показал, что многим из отобранных заголовков присуща экспрессивность, выражаемая при помощи различных средств.

Так, если рассматривать лексические средства выражения экспрессивности в заголовках, то к ним относятся использование стилистически окрашенной лексики, различные тропы (метафора, метонимия, эпитеты и др.), использование игры слов во фразеологических единицах, в том числе в пословицах и поговорках, а также в крылатых выражениях.

Приведем примеры заголовков со *стилистически окрашенной лексикой* – разговорной, эмоционально-оценочной, которые встретились в отобранном нами материале: *Spanish authority pursues 'brainless' citizens after anti-face mask protest breaches Covid safety rules* (The Telegraph, 17 Aug. 2020); *WH Smith slashes profits forecast after slump in passengers* (The Times, 13 March 2020); *Trump's coronavirus ban on travel from the EU is backfiring already*. (The Guardian, 12 March 2020).

На основе названия нового вируса создаются *неологизмы*, которые, несомненно, усиливают экспрессивность заголовков: *What does coronavirus mean for my travel plans, savings, investments and pension? Cancelled holidays*

*and falling stock markets could prove costly. Here's how best to **coronavirus-proof** your money* (The Telegraph, 17 Aug. 2020); *So this is what a 'Covid-safe' food festival will look like in 2020* (The Telegraph, 10 Aug. 2020); *Could **anti-viral jeans** protect us from coronavirus?* (The Telegraph, 17 July 2020); *Hitting the shops tomorrow? What to expect if you refuse to follow social distancing rules? A warning to **covidiots*** (The Telegraph, 14 June 2020); *Карантин-нейджеры: почему COVID-19 крайне редко заражает детей* (Известия, 4 марта 2020 г.); *Ковид-«ждун»* (Правда, 13-16 ноября 2020 г.); *Як Еуропа аднаўляецца ад кавіднага ўдару?* (Звязда, 11 ліпеня 2020 г.).

Приведенные примеры показывают, что новые слова, связанные с вирусом, образуются различными способами, традиционно существующими в языке: при помощи блендинга, сложения, приставочным способом, суффиксальным.

Было отмечено *использование* известного слова в новом значении, которое появилось в связи с распространением данного вируса: *Шэнген насуперак «кароне»* (Звязда, 21 чэрвеня 2020).

В ходе анализа были также обнаружены примеры, где образование *неологизма сочетается с иным средством* выражения *экспрессивности*: *Ковидный день календаря: вирусологи прогнозируют пик заболеваемости 7 ноября* (Известия, 23 октября 2020). Здесь мы видим трансформацию устойчивого выражения «красный день календаря», означающего «праздник, выходной день» в сочетании с образованием нового слова «ковидный». Игра слов в сочетании с образованием новой лексической единицы наблюдается в следующем заголовке: *Ковиданное зрелище: выход на плато передвинули к середине зимы* (Известия, 13 ноября 2020). В одном из белорусскоязычных заголовков встретилось образование нового слова в сочетании с графическим выделением другой лексемы: *Каронны МАСКАрад* (Звязда, 4 чэрвеня 2020).

В отобранных заголовках встречались примеры метонимии, метафоры и олицетворения. Например, *метонимия* наблюдалась, когда для обозначения руководства компаний использовалось название компании: *Google urges all staff to stay at home* (The Times, 12 March 2020); *British Airways tells passengers stranded in Italy to travel to Switzerland* (The Times, 12 March 2020). Примеры метафоры: *Carney fires 'big bazooka' to counter coronavirus threat* (The Times, 12 March 2020); *The Vaccine: The first glimmer of hope.* (The Times, 13 Nov. 2020).

В следующих заголовках наблюдается *олицетворение*: *Протест не знает карантина* (Правда, 19 ноября 2020). В этой статье говорится о протестах предпринимателей в Киеве, выдвигающих требование не вводить карантинные меры для малого бизнеса. Олицетворение здесь проявляется в том, что неодушевленному существительному «протест» приписывается действие «знать», свойственное человеку. Также в данном заголовке наблюдается трансформация устойчивого выражения «не знать границ» с заменой компонента; *Псіхалаг Наталля Аліфіравіч: Пандэмія прымусіла нас прыцішыць сваю ганарлівасць* (Звязда, 24 чэрвеня 2020).

Использование **фразеологизмов** является достаточно частым и действенным приемом придания экспрессивности газетным заголовкам: *Cancer patients to pay heavy price for checks lost to coronavirus lockdown* (The Times, 15 Aug. 2020); *Coronavirus: Rome grits its teeth in face of four-week lockdown* (The Times, 12 March 2020); *England and Germany neck-and-neck in race to produce first vaccine* (The Telegraph, 18 Aug. 2020); **Залегчы на дно. Як разгортваецца глабальны каранцін?** (Звязда, 28 сакавіка 2020); **Без чаргі і за лічаных хвіліны** (Звязда, 4 жніўня 2020).

Что касается такого способа придания экспрессивности заголовкам, как игра слов, в англоязычном материале мы нашли только один пример, в то время как в русскоязычных заголовках этот прием используется очень часто: *Pa. Dems seek more testing, Republicans chide lone-wolf approach* (The Times, 12 Aug, 2020). В данной статье речь идет о том, что республиканцы осуждают подход губернатора штата Т. Вульфа (Tom Wolf) к решению проблемы коронавируса. Обыграв фамилию губернатора и тот факт, что он принимал решения единолично, журналист получил нарицательное существительное *lone-wolf*, означающее ‘волк-одиночка’, что, несомненно, сделало заголовок данной статьи достаточно интригующим.

Многочисленные примеры **игры слов** в русскоязычных заголовках: **Кордоновирус: страны вводят дополнительные меры против COVID-2019** (Известия, 11 марта 2020); **Пожизненное злключение: COVID-19 может стать хронической болезнью** (Известия, 11 марта 2020); **Масковые мероприятия: ограничения из-за COVID-19 становятся всё более масштабными** (Известия, 11 марта 2020); **Под штрафом смерти: испанская туриндустрия пытается выжить** (Известия, 2 августа 2020); **Вторая война: около половины россиян ожидают новой вспышки COVID-19** (Известия, 15 июля 2020); **Очная вставка: откуда в SARS-CoV-2 фрагмент человеческого гена** (Известия, 29 июля 2020); **Примеры предосторожности: закроются ли торговые центры в Москве** (Известия, 15 ноября 2020).

Анализ отобранного материала показал, что очень частым приемом придания заголовку экспрессивности является **использование прецедентных текстов**. В лингвистике уже давно определен перечень текстов, которые относятся к прецедентным: названия литературных произведений или строки из них, строки из песен, рекламы, имена героев и исторических личностей, крылатые выражения, пословицы и поговорки, названия известных кинофильмов, мультфильмов и телепередач и т. д. (см., например, работы Е. А. Земской). Как известно, прецедентные тексты могут встречаться как в неизменном, так и в трансформированном виде.

В проанализированном нами материале преобладают именно трансформированные прецедентные тексты. Как ни странно, в отобранных англоязычных заголовках статей на тему коронавируса мы нашли только один пример использования прецедентного текста в статье о том, как коронавирус изменит жизнь американцев: *Life, liberty and pursuit of happiness are put on hold* (Times, 13 March 2020). Подчеркнутое выражение является аллюзией

к известной фразе из Декларации независимости, согласно которой «жизнь, свобода и стремление к счастью являются неотъемлемыми правами граждан».

В то же время у русскоязычных журналистов, особенно у тех, кто сотрудничает с газетой «Известия», использование прецедентных текстов в трансформированном виде является, по-видимому, излюбленным приемом. В качестве основных способов трансформации прецедентных текстов в отобранном материале выявлены замена компонентов и усечение. Приведем примеры: ***В поисках вернувшихся: в Москве ищут пассажиров рейсов из Италии*** (Известия, 10 марта 2020). Трансформация названия известного мультипликационного фильма «В поисках Немо» с заменой компонента.

Кто ходит в гости в карантин: власти признали неэффективность проверок бизнеса (Известия, 7 августа 2020). Здесь видим трансформацию строчки песни Винни-Пуха из мультипликационного фильма. Используются замена компонента и усечение.

Хронікі «ковіда». Як світ змагаєцца з небяспечным вірусам? (Звезда, 14 лістапада 2020). Здесь использована трансформация названия литературного произведения «Хроники Нарнии» с заменой компонента.

Готовься к штаммам с лета: осенью к COVID-19 добавится новый грипп (Известия, 29 июля 2020). Здесь наблюдается трансформация известной поговорки «Готовь сани летом, а телегу зимой». Журналист использовал замену компонента, усечение и трансформацию на морфологическом и синтаксическом уровнях (в оригинале присутствует сочетание глагола 'готовь' с существительным в Вин. падеже, а в трансформированном варианте использовано сочетание глагола 'готовься' с существительным в Дат. падеже).

Тры жанчыны пад акном шылі маскі вечарком (Звезда, 25 красавіка 2020). Трансформация цитаты «Три девицы под окном пряли поздно вечерком» из произведения А. С. Пушкина «Сказка о царе Салтане...». Использована замена компонентов.

К экспрессивным ***синтаксическим конструкциям***, которые могут употребляться в газетных заголовках, исследователи относят конструкции, которые наблюдаются прежде всего в диалогической речи: вопросительные, побудительные, утвердительно-вопросительные, восклицательные предложения, различные виды структур с парцелляцией. Отобранный нами материал показал, что в заголовках газетных статей на тему коронавируса из всего многообразия экспрессивных синтаксических конструкций чаще всего встречаются вопросительные предложения, причем больше всего примеров было найдено в белорусскоязычных и русскоязычных заголовках: ***Якая сітуацыя з захваральнасцю на каранавірус у Магілёўскай вобласці?*** (Звезда, 19 лістапада 2020); ***Што рабіць на хатнім каранціне?*** (Звезда, 25 сакавіка 2020); ***Як каранавірус зменіць свет?*** (Звезда, 11 красавіка 2020)

Отметим, что в русскоязычных газетах подобные заголовки обычно оформлены без вопросительного знака (это допускается правилами

пунктуации). Кроме того, почти всегда этот способ придания заголовку экспрессивности сочетается с другими приемами (игрой слов, трансформацией устойчивых выражений и т. п.): **Органичный контроль: почему Британия оставляет свои границы открытыми** (Известия, 10 августа 2020) – игра слов и вопросительное предложение; **Вирус замедленного действия: станет ли Африка новым очагом эпидемии** (Известия, 8 июля 2020); **Другая сусветная хваля. Як разгортваецца пандэмія?** (Звязда, 24 кастрычніка 2020) – трансформация устойчивого выражения и вопросительное предложение.

Проведенный анализ показал, что экспрессивность заголовков статей на тему коронавируса наблюдается в различных языках, причем передается эта экспрессивность при помощи различных приемов. На наш взгляд, самым ярким и интересным способом придания заголовку экспрессивности является использование прецедентных текстов в трансформированном виде, что, несомненно, свидетельствует о мастерстве журналиста.