This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

DOI: 10.24833/2410-2423-2021-3-27-5-15

EXPRESSIVE EXCLAMATION CONSTRUCTIONS IN THE POSITION OF AN ONLINE NEWSPAPER HEADLINE (ON THE MATERIAL OF RUSSIAN, CHUVASH AND ENGLISH LANGUAGES)

Artem D. Gavrilov

I. Ulyanov Chuvash State University,
15, Moscow Prospect, Cheboksary, 428015, Russia

Abstract. *This article is aimed at identifying and comparing the syntactic models of expressive exclamation constructions in the headlines of the online versions of high-quality printed publications: the Vedomosti and the Izvestia (in Russian), the Khypar (in Chuvash), The Times and The Guardian (in English). The research material is online newspaper headlines published in the period from 2017 to 2021. The relevance of the work is explained by the fact that in the mass consumption of information on the Internet the title has the greatest potential for speech impact on the mass audience, realized by means of expressive syntax and punctuation. The expressive exclamation structure of the online newspaper headline enhances its expressiveness, translates the author's intentions, conveys the author's emotions, forms opinions and encourages readers to act, etc. Depending on the type of speech influence, the patterns of syntactic design of heading syntactic design in Russian, Chuvash and English are analyzed on the basis of speech influence (social, volitional, informational, explanatory, or emotional-evaluative). For instance, Russian headings of requests, orders and slogans are formed as an elliptical non-verbal construction, a sentence with a verb in the imperative mood and an appeal to a certain person, as well as a construction consisting of homogeneous predicates in the imperative mood. Chuvash headlines of requests, demands and slogans, and the titles that convey various emotions are represented by an exclamation construction with a verb in the imperative mood and a direct address, with a verb in the imperative mood and a negative particle, an indefinite personal sentence, elliptical and parcelled constructions. Expressive exclamation headings in English are based on two-part and segmented syntactic structures. These strategies for the design of expressive exclamation constructions in online newspaper headlines reflect the development of syntactic systems of the languages with different structures and make a certain contribution to the development of theoretical foundations of comparative media stylistics.*

Key Words: *comparative media stylistics, expressive syntax, expressive punctuation, exclamation construction, online newspaper headline*

For citation: Gavrilov A.D. (2021). Expressive Exclamation Constructions in the Position of an Online Newspaper Headline (on the Material of Russian, Chuvash and English Languages). *Philology at MGIMO, 7(3),* pp. 5–15. https://doi.org/10.24833/2410-2423-2021-3-27-5-15

ЭКСПРЕССИВНЫЕ ВОСКЛИЦАТЕЛЬНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В ПОЗИЦИИ СЕТЕВОГО ГАЗЕТНОГО ЗАГОЛОВКА (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО, ЧУВАШСКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)

А.Д. Гаврилов

Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова,
428015, Россия, Чебоксары, Московский пр-т, 15

Аннотация. *Настоящая статья посвящена выявлению и сопоставлению синтаксических моделей экспрессивных восклицательных конструкций, лежащих в основе заголовков сетевых версий качественных печатных изданий: «Ведомости» и «Известия» (на русском языке), «Хыпар» (на чувашском языке), The Times и The Guardian (на английском языке). Материалом исследования выступила картотека собранных автором сетевых газетных заголовков за 2017-2021 гг. Актуальность работы объясняется тем, что в условиях массового потребления информации в сети Интернет заголовок имеет наибольший потенциал речевого воздействия на массовую аудиторию, который раскрывается с помощью средств экспрессивного синтаксиса и пунктуации. В позиции сетевого газетного заголовка экспрессивная восклицательная конструкция усиливает выразительность высказывания и позволяет реализовать различные авторские интенции: передавать эмоции, внушать разные мнения о событиях, побуждать к действию и т.д. В зависимости от вида речевого воздействия – социального, волеизъявительного, информационно-разъяснительного или эмоционально-оценочного – выявлены закономерности синтаксического оформления заголовков на русском, чувашском и английском языках. Так, русскоязычные заголовки-просьбы, заголовки-приказы и заголовки-лозунги сформулированы в виде эллиптической безглагольной конструкции, предложения с глаголом в повелительном наклонении и обращением к определённому лицу, а также в виде конструкции, состоящей из однородных сказуемых в повелительном наклонении. Чувашеязычные заглавия-просьбы, заглавия-требования, заглавия-лозунги и заглавия, передающие различные эмоции, представлены восклицательной конструкцией с глаголом в повелительном наклонении и обращением, с глаголом в повелительном наклонении и отрицательной частицей, неопределённо-личным предложением, эллиптической и парцеллированной конструкциями. В основе экспрессивных восклицательных заголовков на английском языке – двухчастные и сегментированные синтаксические структуры. Данные стратегии оформления экспрессивных восклицательных конструкций в сетевых газетных заголовках отражают развитие синтаксических систем разноструктурных языков и вносят определённый вклад в развитие теоретических положений сопоставительной медиастилистики.*

Ключевые слова: *сопоставительная медиастилистика, экспрессивный синтаксис, экспрессивная пунктуация, восклицательная конструкция, сетевой газетный заголовок*

Для цитирования: Гаврилов А.Д. (2021). Экспрессивные восклицательные конструкции в позиции сетевого газетного заголовка (на материале русского, чувашского и английского языков). *Филологические науки в МГИМО. 7(3),* С. 5–15. https://doi.org/10.24833/2410-2423-2021-3-27-5-15

Введение

В современных условиях приобщения общества к цифровым каналам информации вопросы изучения функционирования медиаречи в Интернете приобретают особое теоретическое и практическое значение. С одной стороны, они направлены на определение исключительно лингвистических феноменов сетевых произведений, а с другой – на уточнение текущего арсенала языковых средств журналистов, их речевых приёмов воздействия. Последнее необходимо как самим авторам для создания эффективных медиатекстов, так и массовой аудитории – для формирования критического восприятия информации в цифровой среде.

Для проведения лингвистического исследования средств массовой информации сегодня наиболее подходящим материалом является сетевой газетный заголовок. Занимая самую стилистически сильную позицию в тексте, он в контексте адаптации традиционных печатных изданий в интернет-пространстве продолжает сохранять высокую степень влияния на читателей.

В сетевой ленте новостей заголовок выступает гиперссылкой и единственным вербальным структурным элементом, способным убедить пользователя ознакомиться с озаглавливаемым материалом. Потенциал его речевого воздействия реализуется с помощью экспрессивности – специальных языковых средств, усиливающих выразительность любого высказывания. Благодаря им журналисты эксплицитно или имплицитно передают опредёленные эмоции и/или оценки своим читателям и формируют их отношение к разным событиям. Этот факт подчёркивает актуальность нашего исследования, указывает на важность комплексного анализа экспрессивных ресурсов языка сетевого газетного заголовка и объясняет широкий интерес лингвистов к этой проблеме [1]; [4]; [8]; [17].

Цель настоящей работы – выявить и сопоставить синтаксические модели экспрессивных восклицательных конструкций на русском, чувашском и английском языках, лежащие в основе заголовков сетевых версий качественных российских, чувашских и британских печатных изданий, в зависимости от вида их речевого воздействия. Предметом исследования являются особенности взаимосвязи авторских интенций и синтаксического построения экспрессивных восклицательных заголовков носителями разноструктурных языков.

Материал и методы исследования

Для сопоставительного анализа собрана картотека восклицательных заголовков статей сетевых версий качественных изданий за 2017-2021 гг.: «Известия» и «Ведомости» (на русском языке), «Хыпар» (на чувашском языке), The Guardian и The Times (на английском языке). Такой отбор материала был обусловлен тем, что качественная пресса отличается достоверностью передаваемой информации; аналитичностью, предполагающей многообразие мнений и оценок; ориентированностью на образованную аудиторию, избирательную в медиапотреблении; нормированностью и выразительностью языка, который привлекает внимание читателей и пробуждает их интерес к озаглавливаемому материалу.

В рамках господствующей в лингвистике антропологической парадигмы сегодня активно разрабатываются новые междисциплинарные методы исследования языка СМИ на стыке языкознания, медиалогии, когнитологии, социологии, теории коммуникации и т.д. Наша работа построена на основе методов сплошной выборки и классификации, контент-анализа, сопоставительного и описательно-аналитического методов. Языковой материал рассматривается в прагмастилистическом аспекте.

Экспрессивные синтаксические средства как объект медиастилистики

Определение закономерностей использования языковых средств в текстах СМИ традиционно относится к проблемному полю функциональной стилистики. Начиная с 60-70-х годов XX века В.Г. Костомаров, А.В. Швец, Д.Э. Розенталь, Г.Я. Солганик и другие представители отечественной

стилистической школы разрабатывали положения газетно-публицистического стиля. Среди его характерных черт они отмечали выразительность языка газеты, в том числе связанную с влиянием разговорной речи на литературный, нормированный язык. Профессор В.Г. Костомаров объяснял это тем, что в основе стилистики газетных жанров лежит принцип чередования стандарта и экспрессии. Он писал: «экспрессивный эффект достигается текстовым сочленением, чередованием содержательно независимых друг от друга элементов разных стилистических и иных окрасок, например, вообще книжных, в пределах которых собственно и живёт газетный язык, и вообще разговорных» [13, с. 117-118].

На рубеже XX-XXI веков под влиянием глобализации, со сменой политических и социально-культурных ориентиров, с увеличением количества источников массовой информации проблема функционирования информационно-воздействующей речи перестала быть ограничена рамками традиционных СМИ. Издания перешли в Интернет и начали перенимать особенности языковой нормы, которая сложилась в сетевом коммуникационном пространстве. Как справедливо отмечает профессор Л.Р. Дускаева: «Текстообразование чутко реагирует на технологические изменения в СМИ: в этой сфере общения тексты создаются особым образом – речевая материя "отливается" в тех "формах", которые для неё создают каналы коммуникации» [7, с. 23-24]. В связи с этим анализ стилистических приёмов журналистов потребовал многомерного, комплексного подхода, который сегодня сформировался в отдельное научное направление – медиастилистику.

Заметим, что взгляды современных лингвистов на сущность медиастилистики несколько разнятся. Группа учёных Санкт-Петербургского университета Л.Р. Дускаева, В.И. Коньков, Т.Ю. Редькина и др., опираясь на лингвопраксиологический метод, считает, что цель данной научной дисциплины – решение проблем стилистической вариативности медиаречи, анализ типов текстов, функционирующих в медиасреде. Изучение специфики отбора языковых средств как вербального инструментария воздействия журналистов здесь отводится другой области исследования – грамматике медиаречи.

В ином аспекте рассматривают медиастилистику исследователи Н.И. Клушина, С. Гайда и Б. Тошович. В своей одноимённой монографии профессор Н.И. Клушина пишет: «При попытке комплексного описания публицистического стиля в новых условиях – смены научной парадигмы (от системного подхода к антропоцентрическому) – нам пришлось отказаться от функционально-стилистического метода как метода описания упорядоченной системы языковых средств в определённой сфере коммуникации и создать новый, интенциональный метод» [12, с. 9]. Медийный поворот в лингвистике во многом обусловлен сменой медиакультур (с книжной на «экранную», информационно-медийную), при которой в центре внимания стилистов оказывается не язык как многоуровневая система, а речь как основа взаимодействия коммуникантов. Поэтому неудивительно, что интенциональный стилистический метод взял за основу классическую модель коммуникации, выделив отдельным звеном интенцию адресанта и определив ей ключевую роль в цепочке: «адресант – интенция – текст + коммуникативная ситуация – адресат – декодирование – воздействие (перлокутивный эффект / коммуникативная неудача)» [12, с. 11-12]. Он позволяет установить особенности использования определённых языковых средств в зависимости от авторской интенции, под которой исследователи понимают «когнитивно-коммуникативный феномен, включающий в себя осознание / прочтение автором внешнего мира и коммуникативное стремление (намерение) донести это прочтение (интерпретацию) другому» [12, с. 15]. Понятие «интенция» отчасти соотносится с типом медиадискурса и жанром медиатекстов. Так, новостному дискурсу и информационным жанрам присуща интенция информирования, а публицистическому дискурсу и аналитическим жанрам – интенция убеждения. Вторая, преследуя цели воздействия на адресата, реализуется на основе определённой речевой стратегии с помощью разноуровневых экспрессивных языковых средств.

Интенциональный метод тесно связан с теорией речевых актов и коммуникативно-прагматическим подходом. В нашей работе мы будем придерживаться данной интегрированной методологии, поскольку она позволяет проследить лежащую в основе сетевого газетного за-

головка закономерность между коммуникативной целью журналиста, его интенциями и определёнными речевыми действиями, направленными на достижение лингвопрагматического эффекта.

Говоря о коммуникативной ситуации в публицистическом медиадискурсе, лингвисты отмечают тот факт, что адресант зачастую «моделирует такие условия протекания коммуникации, которые способствуют сближению с адресатом» [11, с. 40]. Формулируя газетный заголовок для сетевой среды, журналист создаёт имитацию диалога с читателями. В результате сокращается дистанция между автором сообщения и его получателем. Исследователь А.В. Михалчева подчёркивает: «Субъект речи как представитель социальной группы эмоционально высказывает личностную позицию, что приводит к индивидуальному изложению ситуации, сквозь призму знаний и суждений субъекта речи. Благодаря этому речь становится "приближенной" к реципиенту, непринуждённой, тем самым усиливая воздействующую функцию публицистического стиля» [15, с. 69]. Речевая тактика, направленная на сближение с читателем, позволяет адресанту повысить лояльность аудитории и желаемым образом воздействовать на неё.

Ряд учёных сходится во мнении, что функция воздействия в газетно-публицистическом стиле реализуется и усиливается благодаря средствам экспрессивного синтаксиса. Профессор О.С. Иссерс утверждает, что «синтаксическая система языка предоставляет говорящему достаточно широкие возможности для выражения экспрессивных и семантических нюансов, актуальных для речевого воздействия» [9, с. 154]. Так, исследователь А.А. Кузнецова уточняет: «Синтаксические средства могут выделять тончайшие оттенки содержания, интенсифицировать выражение авторского отношения к излагаемому, подчёркивать те или иные стороны мысли» [14, с. 746]. В репертуар синтаксических средств создания экспрессивности входят как стилистические фигуры и тропы, так и отдельные конструкции: вопросительные, восклицательные, парцеллированные, эллиптические и др. Они помогают расставить смысловые акценты, выразить эмоции и отношение автора к сообщаемому и побудить аудиторию к определённым действиям.

Сопоставительный анализ экспрессивных восклицательных заголовков на русском, чувашском и английском языках

Ведущее положение в ряду экспрессивных синтаксических средств занимают восклицательные предложения, которые по своей природе «являются специализированными средствами выражения эмоциональной реакции и связанного с ней эмоционально-оценочного отношения говорящего как к отдельным фактам, событиям окружающей действительности и ситуации в целом» [18, с. 288]. В позиции сетевого газетного заголовка такие конструкции могут выступать риторическими восклицаниями. Особая интонация и использование восклицательного знака, являющегося эмотивным знаком препинания и указывающего в письменной речи на эмоциональные реакции пишущего [3, с. 10], как правило, обозначают собственно восклицание, призыв или обращение. По мнению исследователя синтаксических средств выразительности русских и французских газетных заголовков Т.М. Баженовой, цель восклицательных заголовков – «передать радость, раздражение, гнев или активное желание что-либо изменить, высказать рекомендацию» [2, с. 15]. Наряду с этим в современной русскоязычной сетевой прессе М.В. Калинина обнаружила обилие восклицательных заголовков, выражающих приказ, просьбу, неодобрение, предупреждение, наставление и радость [10, с. 259].

Проводя методом сплошной выборки мониторинг сетевых версий качественных изданий «Известия», «Ведомости», «Хыпар», The Guardian и The Times за 2017-2021 гг., мы обнаружили активное использование журналистами экспрессивных восклицательных конструкций в заголовках для реализации различных авторских интенций с определённой целью воздействия. Поскольку, как отмечает исследователь экспрессивного синтаксиса А.К. Гизатуллина, «специфика любого языка проявляется только в процессе сопоставительного анализа конкретных языковых фактов в пределах аналогичных категорий изучаемых языков» [5, с. 73], мы выявили и сопоставили в русском, чувашском и английском языках синтаксические модели экспрессивных восклицатель-

ных конструкций в зависимости от вида их речевого воздействия. При систематизации эмпирического материала мы опирались на классификацию речевого воздействия, предложенную Е.Г. Гришечко на основе трудов видных учёных-прагматиков Дж. Остина [16] и Т.В. Шмелевой [19]. Она выделяет социальное, волеизъявительное, информационно-разъяснительное и эмоционально-оценочное речевое воздействие [6, с. 56].

Экспрессивные восклицательные конструкции в позиции сетевого газетного заголовка усиливают речевое воздействие на аудиторию. В ходе исследования выяснилось, что для этого журналисты – носители разноструктурных языков – используют определённые синтаксические модели.

1. Социальное речевое воздействие

К данному виду воздействия относятся «неинформационные речевые акты, предполагающие виртуального адресата, клишированные высказывания: приветствия, клятвы, молитвы» [6, с. 56]. За рассматриваемый нами период восклицательные предложения в заголовках с лексемами приветствия/прощания представлены на английском языке в начале синтаксической структуры, состоящей из двух предложений (восклицательного и повествовательного):

– *Hello, York! I'm going live from my garden shed / Привет, Йорк! Я вещаю из своего садового сарая* / (The Guardian, 27 июня 2020);

– *Goodbye puffer jacket! How to dress up after a year in leggings and loungewear / Прощай, пуховик! Как одеваться после года в леггинсах и одежде для отдыха* / (The Guardian, 28 марта 2021).

Такая двусоставная структура заголовка приобретает экспрессивный характер благодаря тому, что первая часть, интонационно и пунктуационно выраженная восклицанием, выделяет лексему, о которой пойдёт речь во второй части заголовка и, как следствие, в самом материале. Это позволяет сразу сосредоточить внимание читателя на главной мысли автора.

На русском языке мы обнаружили заголовок-пожелание, выраженный эллиптической безглагольной конструкцией:

– *Попутного ветра!* (Известия, 22 июня 2018).

Как правило, такие структуры используются в поздравительных текстах. Экспрессивная побудительность подчёркивается выбранным речевым оборотом и восклицательным знаком в конце предложения. Вынося их в заголовок, журналист интригует читателей и вызывает у них желание погрузиться в озаглавливаемый текст.

Восклицательные заголовки на чувашском языке, предполагающие социальное речевое воздействие, в исследуемом издании нам не встречались.

2. Волеизъявительное речевое воздействие

Это «речевые акты выполнения воли адресанта: приказы, просьбы, отказы, советы и т.д.» [6, с. 56].

В восклицательных заголовках речевая ситуация просьбы выражена синтаксической моделью, в основе которой – восклицательное предложение с глаголом в повелительном наклонении и обращением к определённому субъекту. Причём как на чувашском, так и русском языках:

– *Чăваш, хăв чĕлхӳне упра!* / *Чуваш, сбереги свой язык!* / (Хыпар, 30 августа 2017);

– *Мужчины, подвиньтесь!* (Известия, 23 июня 2018);

– *Полиция, откройте данные!* (Ведомости, 22 января 2019).

Наличие обращения придаёт сетевому газетному заголовку адресность и усиливает повеление и призыв. Как отмечает исследователь языка чувашской прессы Ю.Ф. Ефимов, обращения «вносят характер непринуждённого разговора с близкими и родными (хотя в качестве обращений выступают не только названия лиц, но и названия неодушевлённых предметов)» [20, с. 135]. Благодаря сжатой форме и экспрессивной конструкции такие заголовки выделяются в ленте новостей и вызывают эмоциональную реакцию при прочтении. В сетевых версиях англоязычных The Guardian и The Times за установленный период восклицательные заголовки-просьбы обнаружены не были.

Особое синтаксическое построение имеют экспрессивные восклицательные заголовки со значением приказа или требования. Заглавия такого типа на чувашском языке из нашей картотеки

представлены структурой восклицательного предложения с использованием глагола в повелительном наклонении и отрицательной частицы ан:

– *Налук тӳлеме ан ман! / Не забывай платить налоги!* / (Хыпар, 16 октября 2019);

– *Мотоблокпа аслӑ çул çине ан тух! / Не выезжай на главную дорогу на мотоблоке* / (Хыпар, 10 сентября 2018);

– *«Уру-аллу ан пултӑр – киле таврӑн!» / «Хоть без рук и без ног – возвращайся домой!»* / (Хыпар, 11 сентября 2018);

– *«Эсӗ аннӳ пек ан пул!» / «Ты не будь, как мама!»* / (Хыпар, 16 января 2020).

Данные заголовки носят характер поучительного наказа, наставления. Журналисты используют их для привлечения внимания читателей как в прямом, так и переносном смыслах. Последние два примера иллюстрируют случаи вынесения в заголовок ключевой цитаты из материала и помещают её в кавычки. Таким образом журналист обозначает главную тему статьи и создаёт коммуникативный фон недосказанности, оставляет пространство для интерпретаций читателей, подтвердить или опровергнуть которые они могут перейдя по ссылке и прочитав текст. Этот речевой приём также позволяет эффективно реализовать авторскую интенцию воздействия на аудиторию.

Приказ в русскоязычном заголовке мы смогли проследить на следующем примере:

– *Иди и играй!* (Известия, 29 декабря 2018).

В статье под этим заголовком актриса Елена Руфанова рассказывает о режиссёре Игоре Владимирове и вспоминает сказанные им однажды слова, которые стали для неё символическим толчком в профессию. Приводя цитату и не используя кавычки, автор сделала заголовок менее предсказуемым для читателей. Визуальная и стилистическая выразительность создаются благодаря экспрессивной восклицательной конструкции, состоящей из однородных сказуемых в повелительном наклонении.

Заголовки с семантикой приказа на английском языке имеют двухчастную структуру: восклицательное и повествовательное предложение. Первое, выраженное глаголом в повелительном наклонении, обозначает тему журналистского материала в общем виде, а второе – в частном (уточняет детали):

– *Stone me! 17 ways with peaches and nectarines – from delicious compotes to a freekeh salad / Закидайте меня косточками! 17 рецептов с персиками и нектаринами – от вкусных компотов до салата фрике* / (The Guardian, 29 июля 2020);

– *Hold the custard! 17 ways with rhubarb – from perfect muffins to pink gin / Держи заварной крем! 17 рецептов с ревенём – от идеальных маффинов до розового джина* / (The Guardian, 07 апреля 2021).

Кроме того, потенциалом волеизъявительного речевого воздействия обладает группа восклицательных заголовков-лозунгов:

– *Победа будет за нами!* (Известия, 09 мая 2018);

– *Взять власть у вирусологов!* (Ведомости, 22 января 2019);

– *Советсене хӳтӗлеме! / На защиту советов!* / (Хыпар, 13 июля 2018).

Подчёркнутую экспрессивность данным восклицательным заголовкам придаёт лозунг, являющийся прецедентным феноменом и узнаваемый аудиторией, и использование восклицательного знака.

3. Информационно-разъяснительное речевое воздействие

Представляет собой «речевые акты, несущие информацию и её толкование: объяснение, доклад, сообщение, признание» [6, с. 56]. В ходе исследования мы определили заголовки на чувашском и английском языках, которые можно отнести к данному типу речевого воздействия:

– *Василий Чапаев миф мар – чӑнлӑх! / Василий Чапаев не миф – это реальность!* / (Хыпар, 09 февраля 2018);

– *How to think positively: it helps! / Как мыслить позитивно: это помогает!* / (The Times, 26 января 2021);

– *Home school hell! Parents confess all / Ад домашнего обучения! Родители выкладывают всё начистоту* / (The Times, 26 января 2021).

Фразы «миф мар – чăнлăх», "it helps", "confess all" убеждают читателей в правдивости заголовочных высказываний и тем самым побуждают их ознакомиться с озаглавливаемыми материалами. Восклицательный знак здесь также задаёт побудительную интонацию и выступает средством эмоциональной прерывистости или завершённости речи. Если говорить о синтаксических моделях приведённых примеров, то их экспрессивность создаётся с помощью эллиптической, сегментированной и двухчастной структур соответственно. Ввиду того, что в нашем корпусе исследовательского материала практически нет восклицательных заголовков, предполагающих информационно-разъяснительное речевое воздействие, мы не можем однозначно судить о закономерностях построения такого рода заголовков на отдельно взятых языках.

4. Эмоционально-оценочное речевое воздействие

Это «речевые акты, устанавливающие общественные морально-правовые, межличностные субъективно-эмоциональные отношения: порицание, похвала, обвинение, оскорбление, угроза» [6, с. 56]. В качестве примеров экспрессивных восклицательных заголовков, в которых журналист передаёт читателям своё эмоциональное отношение к героям и событиям материала, выделим:

– *Отлично, Михаил!* (Известия, 06 марта 2019);
– *Мы любим вас, Пьер!* (Известия, 16 августа 2019).

Исследователь Ю.Ф. Ефимов определяет их как «группа предложений с обращением, включающим в себя оценочное значение и тем самым уже влияющим определённым образом на мнение читателей» [20, с. 135]. В изданиях на чувашском и английском языках за рассматриваемый период оценочные заголовки, выраженные восклицательным предложением с обращением, не установлены.

Следующую группу экспрессивных восклицательных конструкций в позиции сетевого газетного заголовка отличает речевая ситуация выражения и передачи эмоций, заражения ими читателей: радости, восторга, разочарования, сожаления, удивления и др. Рассмотрим примеры:

– *Чемпионат закончился, да здравствует чемпионат!* (Известия, 16 июля 2018);
– *Свершилось!* (Известия, 15 мая 2018);
– *Улталаççĕ! / Обманывают!* / (Хыпар, 31 января 2020);
– *Тырра туртсах илнĕ! / Хлеб отобрали!* / (Хыпар, 28 сентября 2018);
– *Пыл вăрланă… 440 банка! / Украли мёд... 440 банок!* / (Хыпар, 11 декабря 2018).

Эмоциональное отношение журналиста к поднимаемой в статье теме передают лексемы заголовка: «закончился», «да здравствует», «обманывают», «украли», «отобрали». Эмоциональность восприятия усиливают восклицательный знак и особое построение синтаксической структуры: по кольцевому композиционному типу, неопределённо-личное предложение, парцеллированная конструкция.

Замечены стратегии синтаксического оформления экспрессивных восклицательных заголовков на чувашском языке в виде эллиптической конструкции, ёмкой и броской по структуре:

– *Чăваш Енре – яппунсен станокĕ! / В Чувашии – японский станок!* / (Хыпар, 30 марта 2018);
– *Парне – гимн! / Подарок – гимн!* / (Хыпар, 12 марта 2020).

В целях эмоционально-оценочного речевого воздействия журналисты англоязычных качественных изданий формулируют заголовки посредством экспрессивной двухчастной структуры, состоящей из восклицательного и повествовательного предложений. Первая часть заголовка эмоционально предваряет ответ на главный вопрос, заключённый во второй части. Такой прагматический эффект достигается с помощью эмоционально-оценочных междометий, лексем и словосочетаний, выделенных пунктуационно восклицательным знаком:

– *Ouch! What to do if you need urgent dental care / Ай! Что делать, если вам нужна срочная стоматологическая помощь* / (The Times, 24 августа 2020);

– *Tower dressing! How the Chrysler building inspired 2020's first big fashion trend / Башенный наряд! Как Крайслер-билдинг вдохновил первый модный тренд 2020 года /* (The Guardian, 05 февраля 2020);

– *One is a muse! How Princess Anne changed fashion / Одна муза! Как принцесса Анна изменила моду /* (The Guardian, 19 февраля 2020).

Так, первая часть заголовка выполняет эмоционально-заражающую функцию, а вторая – информационную. Такое сочетание усиливает выразительность всего высказывания и делает его экспрессивным.

Выводы

Экспрессивная восклицательная конструкция выступает эффективным средством речевого воздействия в позиции сетевого газетного заголовка. Предпринятое исследование позволило проследить закономерности его построения на русском, чувашском и английском языках в зависимости от авторских интенций речевого воздействия.

В сетевых версиях изданий на русском языке «Ведомости» и «Известия» мы обнаружили экспрессивные восклицательные заголовки-пожелания, заголовки-просьбы, заголовки-приказы и заголовки-лозунги. Они сформулированы в виде эллиптической безглагольной конструкции, предложения с глаголом в повелительном наклонении и обращением к определённому лицу, а также в виде конструкции, состоящей из однородных сказуемых в повелительном наклонении. В чувашеязычной «Хыпар» – заглавия-просьбы, заглавия-требования, заглавия-лозунги и заглавия, передающие различные эмоции. Они представлены восклицательной конструкцией с глаголом в повелительном наклонении и обращением, с глаголом в повелительном наклонении и отрицательной частицей, неопределённо-личным предложением, эллиптической и парцеллированной конструкциями. В основе экспрессивных восклицательных заголовков изданий на английском языке The Guardian и The Times – двухчастные и сегментированные синтаксические структуры. Данные стратегии оформления экспрессивных восклицательных конструкций в сетевых газетных заголовках отражают развитие синтаксических систем разноструктурных языков и уточняют актуальные приёмы речевого воздействия в журналистских произведениях.

Результаты исследования вносят определённый вклад в развитие теоретических положений сопоставительной медиастилистики как нового направления сопоставительной лингвистики и заостряют внимание на важности декодирования современных медиатекстов в целях профилактики медиаграмотности массовой аудитории.

© Гаврилов А.Д., 2021

Список литературы

1. Багманова А.Р. Газетный заголовок как средство речевого воздействия // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2013. № 1. С. 119-121.
2. Баженова Т.М. Синтаксические средства выразительности русских и французских газетных заголовков / Т.М. Баженова, Е.А. Галинова // Проблемы романо-германской филологии, педагогики и методики преподавания иностранных языков. 2009. № 7. С. 14-18.
3. Будниченко Л.А. Смысловые функции пунктуационных графем в медийных текстах / Л.А. Будниченко. Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2015. 204 с.
4. 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). С. 18-27. DOI 10.37972/chgpu.2021.110.1.003.
5. Гизатуллина А.К. Оценочность как одна из форм проявления экспрессивности: эмоционально-экспрессивные предложения в татарском и французском языках // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 9-1(63). С. 73-75.
6. Гришечко Е.Г. Определение понятия речевого воздействия и виды этого воздействия // Гуманитарные и социальные науки. 2008. № 4. С. 53-59.

7. Дускаева Л.Р. Грамматика речевых действий в медиалингвистике: монография / Л.Р. Дускаева, В.И. Коньков, Т.Ю. Редькина; под ред. Л.Р. Дускаевой. М.: ФЛИНТА, 2019. 152 с.
8. Зубова С.В. Экспрессивные синтаксические конструкции в современной газетной речи / С.В. Зубова, Т.Н. Казеко // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2014. № 6(33). С. 2.
9. Иссерс О.С. Речевое воздействие: учеб. пособие / О.С. Иссерс. 6-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2020. 240 с.
10. Калинина М.В. Пунктуационные приёмы выражения экспрессии (на материале современных сетевых заголовков) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2020. Т. 20, вып. 3. С. 257-261. DOI: https://doi.org/10.18500/1817-7115-2020-20-3-257-261.
11. Караджев Б.И. Фактор адресанта и адресата в дискурсе СМИ // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. 2014. № 3. С. 40-46.
12. Клушина Н.И. Медиастилистика: монография / Н.И. Клушина. М.: ФЛИНТА, 2018. 184 с. (Научные дискуссии).
13. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе / В.Г. Костомаров. Москва, 1971. 267 с.
14. Кузнецова А.А. Экспрессивный синтаксис // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): Словарь-справочник. Электронное издание / Сибирский федеральный университет; Под редакцией А.П. Сковородникова. 2-е издание, переработанное и дополненное. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. С. 746.
15. Михалчева А.В. О некоторых направлениях изучения медиадискурса в современной отечественной лингвистике // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2020. Т. 26. № 3. С. 67-73. DOI 10.18287/2542-0445-2020-26-3-67-73.
16. Остин Д. Избранное // пер. с англ. Л.Б. Макеевой, В.П. Руднева. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 1999. 329 с.
17. Переверзева И.В. Коммуникативно-прагматические функции экспрессивных синтаксических конструкций в текстах газетно-публицистического стиля // Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 2. С. 630-633.
18. Пешкова А.Б. Экспрессивы как один из видов речевых актов, выражающихся восклицательными предложениями (на материале русских и английских текстов) // Образование и право. 2019. № 8. С. 287-292.
19. Шмелёва Т.В. Речевой жанр: возможность описания и использования в преподавании языка // Русистика. 1990. № 2. С. 20-32.
20. Ефимов Ю.Ф. Хаçатри заголовоксен синтаксис тытăмĕ («Коммунизм ялавĕ» хаçатăн 1982-мĕш çулхи номерĕсем тăрăх) // Хаçат-журнал чĕлхи: уçăмлăх, сăнарлăх, витĕмлĕх. Шупашкар: [б. и.], 1983. С. 120-138.

References

1. Bagmanova, A.R. Gazetnyi zagolovok kak sredstvo rechevogo vozdeistviia [Newspaper headline as a means of speech influence] // *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv.* 2013. № 1. S. 119-121.
2. Bazhenova, T.M. Sintaksicheskie sredstva vyraziteľnosti russkikh i frantsuzskikh gazetnykh zagolovkov [Syntactic means of expressiveness of Russian and French newspaper headlines] / T.M. Bazhenova, E.A. Galinova // P*roblemy romano-germanskoi filologii, pedagogiki i metodiki prepodavaniia inostrannykh iazykov.* 2009. № 7. S. 14-18.
3. Budnichenko, L.A. *Smyslovye funktsii punktuatsionnykh grafem v mediinykh tekstakh* [Semantic functions of punctuation graphemes in media texts] / L.A. Budnichenko. Cheboksary: Izd-vo Chuvash. un-ta, 2015. 204 s.
4. Gavrilov, A.D. Voprositel'naia konstruktsiia kak sintaksicheskoe sredstvo vyrazheniia ekspressivnosti v setevom gazetnom zagolovke (na materiale russkogo, chuvashskogo i angliiskogo iazykov) [Interrogative construction as a syntactic means of expressiveness in an online newspaper headline (on the material of the Russian, Chuvash and English languages)] // *Vestnik Chuvashskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. I.Ia. Iakovleva.* 2021. № 1(110). S. 18-27. DOI 10.37972/chgpu.2021.110.1.003.
5. Gizatullina, A.K. Otsenochnost' kak odna iz form proiavleniia ekspressivnosti: emotsional'no-ekspressivnye predlozheniia v tatarskom i frantsuzskom iazykakh [Evaluativeness as a form of expressiveness: emotional-expressive sentences in the Tatar and French languages] // *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki.* 2016. № 9-1(63). S. 73-75.
6. Grishechko, E.G. Opredelenie poniatiia rechevogo vozdeistviia i vidy etogo vozdeistviia [Definition of the concept of speech impact and types of this impact] // *Gumanitarnye i sotsial'nye nauki.* 2008. № 4. S. 53-59.
7. Duskaeva, L.R. *Grammatika rechevykh deistvii v medialingvistike: monografiia* [Grammar of speech actions in media linguistics: monograph] / L.R. Duskaeva, V.I. Kon'kov, T.Iu. Red'kina; pod red. L.R. Duskaevoi. M.: FLINTA, 2019. 152 s.
8. Zubova, S.V. Ekspressivnye sintaksicheskie konstruktsii v sovremennoi gazetnoi rechi [Expressive syntactic constructions in modern newspaper speech] / S.V. Zubova, T.N. Kazeko // *Vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta.* 2014. № 6(33). S. 2.
9. Issers, O.S. *Rechevoe vozdeistvie: ucheb. posobie* [Speech impact: a training manual] / O.S. Issers. 6-e izd., ster. M.: FLINTA, 2020. 240 s.
10. Kalinina, M.V. Punktuatsionnye priemy vyrazheniia ekspressii (na materiale sovremennykh setevykh zagolovkov) [Punctuation techniques of conveying expressiveness (based on modern network headlines)] // *Izvestiia Saratovskogo universiteta. Novaia seriia. Seriia: Filologiia. Zhurnalistika.* 2020. T. 20, vyp. 3. S. 257-261. DOI: https://doi.org/10.18500/1817-7115-2020-20-3-257-261.
11. Karadzhev, B.I. Faktor adresanta i adresata v diskurse SMI [The addresser and addressee factor in media discourse] // *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriia: Voprosy obrazovaniia: iazyki i spetsial'nost'.* 2014. № 3. S. 40-46.
12. Klushina, N.I. *Mediastilistika: monografiia* [Media stylistics: a monograph] / N.I. Klushina. M.: FLINTA, 2018. 184 s. (Nauchnye diskussii).

13. Kostomarov, V.G. *Russkii iazyk na gazetnoi polose* [Russian language on the newspaper page] / V.G. Kostomarov. Moskva, 1971. 267 s.
14. Kuznetsova, A.A. *Ekspressivnyi sintaksis* [Expressive syntax] // Effektivnoe rechevoe obshchenie (bazovye kompetentsii): Slovar'-spravochnik. Elektronnoe izdanie / Sibirskii federal'nyi universitet; Pod redaktsiei A.P. Skovorodnikova. 2-e izdanie, pererabotannoe i dopolnennoe. Krasnoiarsk: Sibirskii federal'nyi universitet, 2014. S. 746.
15. Mikhalcheva, A.V. O nekotorykh napravleniiakh izucheniia mediadiskursa v sovremennoi otechestvennoi lingvistike [On some directions of studying media discourse in modern Russian linguistics] // *Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriia, pedagogika, filologiia.* 2020. T. 26. № 3. S. 67-73. DOI 10.18287/2542-0445-2020-26-3-67-73.
16. Austin, J. *Izbrannoe* [Selected works] // per. s angl. L.B. Makeevoi, V.P. Rudneva. M.: Ideia-Press, Dom intellektual'noi knigi, 1999. 329 s.
17. Pereverzeva, I.V. Kommunikativno-pragmaticheskie funktsii ekspressivnykh sintaksicheskikh konstruktsii v tekstakh gazetno-publitsisticheskogo stilia [Communicative and pragmatic functions of expressive syntactic constructions in texts of the newspaper-journalistic style] // *Gumanitarnye i sotsial'nye nauki.* 2014. № 2. S. 630-633.
18. Peshkova, A.B. Ekspressivy kak odin iz vidov rechevykh aktov, vyrazhaiushchikhsia vosklitsatel'nymi predlozheniiami (na materiale russkikh i angliiskikh tekstov) [Expressives as a type of speech acts expressed in exclamation sentences (based on Russian and English texts)] // *Obrazovanie i pravo.* 2019. № 8. S. 287-292.
19. Shmeleva, T.V. Rechevoi zhanr: vozmozhnost' opisaniia i ispol'zovaniia v prepodavanii iazyka [Speech genre: the ability to describe and use it in language teaching] // *Rusistika*. 1990. № 2. S. 20-32.
20. Efimov, Iu.F. Khaçatri zagolovoksen sintaksis tytămĕ («Kommunizm yalavĕ» khaçatăn 1982-mĕsh çulkhi nomerĕsem tărăkh) [Syntactic structure of newspaper headlines (based on the issues of the newspaper "Communism Yalavĕ" in 1982)] // *Khaçat-zhurnal chĕlkhi: uçămlăkh, sănarlăkh, vitĕmlĕkh.* Shupashkar: [b. i.], 1983. S. 120-138.

Сведения об авторе:

Гаврилов Артем Дмитриевич – аспирант кафедры чувашской филологии и культуры Чувашского государственного университета имени И.Н. Ульянова (Россия, Чебоксары). Сфера научных и профессиональных интересов: сопоставительная медиастилистика, грамматика медиаречи, речевое воздействие, экспрессивный синтаксис, экспрессивная пунктуация. E-mail: artmaster28@rambler.ru

About the author:

Artem D. Gavrilov – Postgraduate Student of the Department of Chuvash Philology and Culture, I. Ulyanov Chuvash State University (Cheboksary, Russia). Spheres of research and professional interest: comparative media stylistics, grammar of media speech, speech impact, expressive syntax, expressive punctuation.
E-mail: artmaster28@rambler.ru

* * *