

*Румянцева Елена Игоревна*

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Факультет иностранных языков и регионоведения

[elenacleo@rocketmail.com](mailto:elenacleo@rocketmail.com)

*Elena I. Rumyantseva*

Lomonosov Moscow State University

Faculty of Foreign Languages and Area Studies

[elenacleo@rocketmail.com](mailto:elenacleo@rocketmail.com)

**О современной качественной испанской киберпрессе и заглавиях в ее контексте (на материалах elpaís.com, elmundo.es, abc.es и lavanguardia.com)**

**On Modern Quality Spanish Digital Press and the Headings in its Context (analysis based on elpaís.com, elmundo.es, abc.es and lavanguardia.com)**

**Аннотация**

Первая часть статьи затрагивает правомерность употребления британского определения «quality» по отношению к испанской электронной прессе. Вторая часть посвящена различным классификациям заголовков, с точки зрения их синтаксического типа, структуры и содержания. Было сделано обобщенное заключение о том, что все современные заголовки, за небольшим исключением, соответствуют главным грамматическим правилам Королевской Академии Испанского языка.

**Abstract**

The 1<sup>st</sup> part of the article touches upon the adequacy of usage of the British term “quality” in relation to the Spanish digital press, shows its general characteristics and special features. The 2<sup>nd</sup> part is devoted to different classifications of the headings by their syntactical type, structure and semantics. The overall conclusion is made that all the modern headings comply with the main grammatical rules of the RAE.

**Key words:** mass media, Spanish press, digital press, headlines.

**Ключевые слова:** масс медиа, испанская пресса, электронная пресса, названия.

Во всем мире эпоха новой медийной эры, когда средства массовой информации стали активно осваивать web-пространство, началась сравнительно недавно – не более 15 лет назад. *Первопроходцами в этом смысле принято считать США – уже к середине 90-х гг. в сеть было запущено около десятка сайтов, в основном локального характера.* [М.М. Лукина, 2011:174-175].

Однако испанская пресса в электронном пространстве (одними из первых в этом направлении стали каталонские издания) появляется немногим позже, чем на американском континенте. Так, например, дата создания виртуальной газеты elpaís.com - 1996 год. На сегодняшний день большинство испанских исследователей склонны выделять как минимум четыре самых авторитетных в их стране онлайн-издания – elpaís.com, elmundo.es, abc.es и каталонское интернет-издание lavanguardia.com.

Вопрос об особенностях классификации и оценки качества как мировых онлайн-СМИ, так и конкретно испанских, в большой степени - дискуссионен. Если исходить из традиционного британского взгляда на понятие «quality press» (качественная пресса), то неотъемлемой чертой данной категории является – серьезный характер. Для испанской онлайн-прессы вышеупомянутых четырех крупных и профессиональных изданий доминирующим курсом все же является – развлекательный. Немецкий профессор St. Russ-Mohl проницательно замечает: *“Несмотря на то, что исследователи по коммуникации говорят и красноречиво пишут о качественной прессе и, кажется, имеют ясное представление о значении этого термина, вряд ли кто-нибудь прилагал усилия к формулировке его дефиниции* [Donsbach, Wolfgang, 2012: электронный ресурс]. В продолжение своей мысли он выделяет три определяющих параметра качественной прессы, принятых по «*unwritten consensus*», коими являются:

- обращение к общественным элитам,
- национальный характер охвата,
- широкое и глубинное освещение новостей с предоставлением всей фоновой информации.

На основании этих трех признаков мы с уверенностью можем отнести elpaís.com, elmundo.es, abc.es и lavanguardia.com к разделу качественной прессы. Не стоит забывать также о том, что, как подчеркивает Стефан Рус-Мол, термин «качественная пресса» имплицитно включает в себя оценочную коннотацию.

Принимая во внимание развлекательную направленность, о которой мы упомянули в начале данной статьи, нельзя не отметить также привлекательное оформление четырех интересующих нас испанских электронных изданий (layout), обилие фотографий хорошего качества как необходимый сопроводительный компонент статей и специальных разделов (к примеру, *Caras del día*, *Foto del día*). Также для испанской электронной прессы характерно особое внимание к жанру комиксов, достаточное присутствие интерактивного контента, мультимедийность. Все это позволяет говорить о репрезентативности и визуальной акцентуации испанских СМИ, что отвечает особенностям испанского мировоззрения и культуры. Возможно, этот фактор является располагающей причиной подробного освещения раздела моды, а также искусства и культуры на первых страницах четырех выделенных электронных изданий.

Невозможно также оставить без внимания особый графический стиль электронных заглавий и удобный для чтения крупный шрифт, что обусловлено стремлением к осуществлению главной функции СМИ – привлечения пользовательского внимания. Ведь многие интернет-читатели, заходя на сайт электронной газеты, ограничиваются просмотром заголовков, не открывая полные тексты статей. *Заголовок - самая главная часть новости. Читатели решают, какую статью прочесть именно по заголовку. Более того, в 60-80 % случаев саму новость не читают, а получают представление о происходящем по заголовкам.* [А.Амзин, 2011: 6]

Собственно испанские интернет-СМИ отличает использование так называемых «антетитулос» – предназваний, почти неиспользующихся в печатной прессе, как отмечает Inma Martín Herrera. Antetítulos – краткие фразы (некоторые умещаются в границы одного слова), которые функционируют как тематические контекстуализаторы (contextualizadores temáticos). В электронных изданиях они почти всегда сопровождают самые недавние и наиболее важные события. Некоторые примеры: *elecciones 20N* (20N – акроним «20 ноября»), *'El caso de los trajes'* («Дело костюмов»), *La crisis del euro* (Кризис евро) etc. Обилие субтитулов (subtítulos), содержащих ссылку на различные комментирующие статьи по основной теме, также можно причислить к характерным особенностям качественной прессы четырех обозначенных изданий. При этом знаменательно, что подзаголовков под одной статьей обычно более двух, что существенно расширяет читательский выбор.

Существует множество классификаций заголовков. Большинство испанских исследователей придерживаются следующей традиционной классификации:

1) **Síntesis descriptiva** (описательные заголовки), могут содержать средства художественной выразительности, часто оформлены в виде назывных субстантивных

предложений: *Los mejores momentos* (Лучшие моменты), *La otra fórmula de Mourinho* (Другая формула Мауриньо), *El halo mágico del río Yangtze* (Магический нимб реки Янцзы).

2) **Síntesis informativa** (информационные заголовки), непосредственно сообщают о событии, в большинстве случаев представлены полными развернутыми предложениями с глагольными предикатами и в активном залоге простого настоящего времени: *Fallece el exquisito capitán del 0-5* (Погибает первоклассный капитан 0-5), *El Rey impone a Sarkozy el Toisón de Oro por su ayuda contra ETA* (Король присуждает Саркози орден золотого руна за его помощь в борьбе против ETA. По мнению И. М. Эррера, именно этот тип доминирует в испанской онлайн-прессе.

3) **Síntesis genérica** (обобщающий тип), данные заголовки характеризует нередкое использование различных абстрактных понятий и художественных оборотов (в основном – метафор), хотя и нельзя сказать что средства худ. изобразительности в избыточном количестве присутствуют среди испанских заголовков, даже если речь идет о названиях из раздела “культура”. Данный типа завораживает читателя возможностью многоплановой трактовки и как бы “приглашает” к ознакомлению с информацией, намекает на нее, нежели описывает или сообщает: *Más críticos con la jerarquía* (Больше критиков с иерархией), *Debates sin resultado* (Дебаты без результата), *El futuro es negro* (Будущее – темно).

4) **De definición** (определительные заголовки), обычно они построены по следующей схеме: Т:Р (где Т-тема, Р-рема). Следует отметить, что данный тип по частоте употребления соперничает с информационным. Иногда используется формула «Т, Р». Очень продуктивная модель образования, что в немалой степени обусловлено ярко выраженным преобладанием правосторонних определений над левосторонними как одним из свойств испанского языка: *De cerca: joyas, complementos y curiosidades en los Globos de Oro* (Вблизи: драгоценности, аксессуары и любопытные вещи на Золотом Глобусе), *El libro, modelo de armar* (Книга, образец оружия).

5) **De interrogación** (вопросительные заголовки). Они представлены значительным количеством примеров. Особенно много их в специальных рубриках опросах - «encuestas», которые неизменно присутствуют в четырех изданиях и часто сразу в нескольких разделах одного конкретного издания. Есть также заголовки, в которых вопрос как таковой звучит только во второй части предложения. Например: *¿Crisis del libro? No en Nairobi* (Кризис книги? Нет, в Найроби), *Europa: ¿esperanza o desengaño?* (Европа: надежда или разочарование?).

б) **De exclamación** (восклицательные заголовки). Этот тип нельзя назвать преобладающим. Как правило, в подобных заглавиях содержится наибольшее количество экспрессивно-коллокиальной лексики: "*¡Este juicio es una farsa!*" (Это мнение – просто фарс!), *¡Y Estados Unidos qué!* (И что США!).

При всем обилии разработанных типологий заголовков, нам представляется обоснованным и удобным выделение следующих основных дихотомий и трихотомий при описании названий в испанской интернет-прессе:

1. Информационные (напрямую констатирующие информацию, главным образом, используемые в разделах новостей) и интерпретационные (субъективно преподносящие информацию, чаще всего – в разделах «культура», «искусство», «мнение» и «блоги»). Первый вид по форме обычно представляет собой полносоставное высказывание и выстраивается по формуле «S+V+C» (S – подлежащее, V – сказуемое, чаще всего глагол, C – дополнение). Ко второму типу можно условно отнести односоставные предложения образца «S+Adj/C», они составляют приблизительно 30% от заголовков на домашней странице.

2. Цитаты (полностью состоящие из прямой речи), цитатосодержащие (с элементами чужой речи) и косвенные. Примечательно, что именно в цитатах встречается наибольшее количество коллокиальных оборотов и нередко эмфатические конструкции: «Amiguito del alma, te quiero un huevo» («Дружок сердечный, очень я тебя люблю»).

«Порционная» цитатация также используется в испанской прессе. Обычно она представлена в форме одиночных кавычек. Эти знаки препинания используются чаще всего для выделения каких-либо имплицитно нагруженных, стилистически окрашенных словосочетаний, обычно с ироническим подтекстом, хотя могут применяться и для акцентуации элементов уникального авторского текста. В одиночные кавычки в испанской киберпрессе также заключают иностранную лексику, которую зачастую употребляют с сохранением оригинальной орфографии. К слову говоря, иноязычные слова встречаются в заголовках испанских электронных изданий довольно часто и не всегда в кавычках: из английского языка ('show', 'tsunami', 'low cost', 'gadgets', 'commuters'), из французского языка ('au revoir', 'mademoiselle', 'maitre'), из баскского языка (etarra, albertazine), из русского (kremlin). Иногда из заимствований конструируются весьма любопытные «гибридные» неологизмы: 'ciberokupas' (от лат. прист. "ciber" и гл. "ocupar" – «те, кто проводят много времени в интернете»), 'batcueva' (пещера известного телегероя Бэтмана). Наряду с этим, продуктивной моделью в испанском языке является схема словообразования прилагательных от имен собственных: daliniano (от фамилии S. Dalí), quijotesco (от Don Quijote) и т.д. В заголовках нам

встретился весьма любопытный пример образования герундиальной формы от имени известного английского барда – «Shakespereando», которую можно перевести на русский, как «разговаривая о Шекспире».

Показательную автономию в выборе языковых средств демонстрирует каталонская газета - lavanguardia.com. Несмотря на то, что большая часть заголовков и статей в ней представлена на кастильском языке (испанском), иногда в названиях проскальзывает каталонская лексика без кавычек (culé, Generalitat, Espanya). Она, однако, не затрудняет восприятия текста и поддается расшифровке даже для испанца, не владеющего каталонским языком. Тем не менее, демонстративное употребление каталонского языка в заглавиях в такой газете, как lavanguardia.com, не отличающейся локальной специализацией, а наоборот рассчитанной на широкую публику, может служить ярким свидетельством подчеркивания каталонцами своей языковой автономии и определенном желании посредством экспансии языка распространения своей культуры.

### 3. Гиперлинковые (содержащие в себе ссылку) и простые (без ссылки).

В отношении гиперлинковых заголовков испанских статей стоит, в первую очередь, сказать о том, что они не совсем отвечают правилу ожидаемой краткости. Большинство - содержит около 10 слов, встречаются сочетания и в два раза длиннее (особенно, применительно к новостным заголовкам).

### 4. Тематические (заголовки разделов) и статейные (названия конкретных статей).

Тематические заглавия обычно однословные, реже – двухсловные. В испанских изданиях они в своей массе – стандартны. Наиболее любопытные и причудливые тематические заголовки можно встретить в elmundo.es, акцентирующем свое внимание на новостях из региона Латинской Америки: Op-blogs (от opinión + blogs – «мнения и блоги»), Gentes! (Люди), Ocholeguas (от ocho+lenguas путем слияния и редуцирования согласной «n» - «восемь языков»), Toros (быки), Yodona (синтагматическое слияние из двух слов «yo» (я) и «dona» (дама)).

Говоря о результатах структурно-грамматического анализа статейных заголовков, нельзя не сказать еще раз о наглядном подтверждении господства постпозитивных тенденций в испанском языке. Иными словами, правосторонние определения (“la fiesta brava americana”, “‘best-seller’ digital español”) доминируют над левосторонними (“La terrible noche”, “El verdadero origen”). Последние, в своей массе, содержат яркий оценочный компонент и способствуют выделению рядом стоящего существительного.

Еще одной не менее важной чертой является факт исключительно большой концентрации служебных слов в испанских заглавиях (в основном, предлогов). Было

установлено также численное преобладание суждений с числительными, аббревиациями, асертивных суждений, предложений, начинающихся с сущ. (нарицательных и собственных), обилие словосочетаний с градационным перечислением и сочинительным союзом “у”. Частотными являются примеры инфинитивных и эллиптических конструкций и употребление двойного дательного падежа.

Инверсии имеют место быть, но не избыточны. Если они и встречаются, то, как правило, прагматически мотивированы и согласуются с принципом приоритета (Бергельсон, Кибрик 1981), согласно которому *наиболее важная информация при вербализации получает коммуникативно выделенное и «грамматически престижное» оформление.* [М.Б. Бергельсон, 2007: 39].

В заключение всего вышесказанного, хотелось бы особо подчеркнуть стремительный, флуктуационный характер изменений предмета анализа: в первую очередь, это касается пользовательского оформления сайтов и постоянно редактируемых разделов. Исследование показало, что гипертекстовые заглавия статей четырех отобранных нами для анализа авторитетных интернет-изданий, не касаясь частностей, соответствуют грамматическим нормативам Королевской академии испанского языка (La RAE) при всем разнообразии используемых моделей и сравнительно слабо выраженной клишированности.

### Литература

1. *Амзин А.* Новостная интернет-журналистика. - Аспект Пресс, 2011. –С. 6-56.
2. *Бергельсон М.Б.* Прагматическая и социокультурная мотивированность языковой формы. М.: Университетская книга, 2007. – С. 39.
3. *Лукина М.М.* (ред.) Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов. – М.:2011. – С.174-175.
4. *Donsbach, Wolfgang (ed).* The International Encyclopedia of Communication. [Электронный ресурс] / Доступно из URL: <http://www.blackwellreference.com/> [Дата обращения: 2 июня 2012].
5. *Herrera I.M.* Redacción Periodística para medios on-line: Una nueva forma de contar las noticias. [Электронный ресурс] / Доступно из URL: <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=52> [Дата обращения: 2 июня 2012].