

Секция «Журналистика»

Смысловые схемы понимания читателями заголовков с реминисценциями газеты «Комсомольская правда в Беларуси»

Дунец Наталья Геннадьевна

Студент

*Белорусский государственный технологический университет, факультет
издательского дела и полиграфии, Минск, Беларусь*

E-mail: 2013nat@list.ru

Реминисценция — это неявная цитата, цитирование без кавычек. По своей природе реминисценция всегда производна или вторична, это мысленная отсылка, сравнение с неким образцом, сознательное или неосознанное сопоставление, взгляд назад или в прошлое. Однако сам по себе способ реминисцирования всегда носит интеллектуальный и творческий характер, этим он отличается от обыкновенного копирования, компиляции или, тем более плагиата. По той же причине необходимо разграничивать реминисценцию и цитату. [1]

Согласно выводу Чигириной Т. Ю., в корпусе источников текстовых реминисценций газет может выделяться шесть групп [2]: а) художественная литература; б) фольклорный фонд; в) популярные песни; г) исторические афоризмы и лозунги; д) художественные фильмы; е) античная литература; ж) Библия; з) продукция телевидения.

Также Т. Ю. Чигириной разработаны смысловые схемы понимания адресатом заголовков с реминисценциями [2]:

- 1) прямое понимание (заголовки, не требующие прямого обращения читателя к тексту);
- 2) понимание с обращением к тексту статьи;
- 3) заголовки с ложной интерпретацией (заголовки интерпретируются сразу, но после прочтения статьи требуют повторной интерпретации).

Изучая газетные заголовки, О. П. Семенец выделила несколько типов актуализации прецедентного текста в зависимости от соотношения текста-источника (исходного текста) и содержания текста с реминисценцией (принимающего текста) [3]. Для данной работы актуальны следующие типы:

- 1) формальная актуализация, при которой смысл текста-источника остается незадействованными.
- 2) когнитивная актуализация, которая создает смысловую перспективу нового текста.

Эти теоретические сведения послужили основой анализа заголовков белорусских газет. Цель работы — выявить заголовки, содержащие реминисценцию, определить типы актуализации прецедентного текста и определить смысловые схемы понимания заголовков.

В качестве источника изучения были выбраны весьма популярная у белорусских читателей газета «Комсомольская правда в Беларуси». Изучались номера за первую половину года (с 1 января по 30 июня), в которых было обнаружено 63 заголовка, содержащих различные виды реминисценции.

Среди смысловых схем понимания адресатом заголовков самым распространенным является понимание с обращением к тексту статьи (65%), т.е. без прочтения статьи по-

нять смысл заголовка не так просто. Часто при прочтении заголовка можно ошибиться, неправильно интерпретировать понятое, предположить не то, о чем потом пойдет речь в статье. Поэтому заголовки с ложной интерпретацией также довольно распространены — 21%. Сразу понять смысл, заложенный в заголовке, не так просто, двойственность свойственна большинству высказываний. Заголовки с прямым пониманием встречаются реже предыдущих видов — 14%.

В зависимости от типа актуализации заголовки данной газеты разделились в четкой пропорции — 1 к 2. Формальная актуализация, при которой смысл текста-источника остается незадействованным, встречается в два раза чаще когнитивной — 66%. По нашему мнению, это обусловлено тем, что журналисты прибегают к прецедентному тексту чаще всего для привлечения внимания читателя, реже — для вызова ассоциаций. Заголовков, содержащий прецедентный текст или напоминающий его, намного ярче обычного заголовка. Однако значительная доля использования когнитивной актуализации не дает права говорить о том, что смысл прецедентного текста не так важен, как его внешняя форма.

Таким образом, проведенный анализ показывает, что в массовом белорусском периодическом издании при формулировании заголовков статей прецедентные тексты используются широко, однако в большинстве случаев это использование не несет большой глубины и служит для привлечения внимания.

Литература

1. Википедия: <http://ru.wikipedia.org>
2. Чигирина Т. Ю. Заголовки в советских и постсоветских газетах в аспекте интертекстуальности и лингвокультурологии. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2007.
3. Семенец О.П. Особенности газетных заголовков второй половины XX века // Слово. Семантика. Текст: сборник научных трудов. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2002.