Марина Анатольевна ДРОГА

Омар Сарриа Хакинто КОНТРЕРАС

СПЕЦИФИКА ПОДАЧИ НОВОСТЕЙ В ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ ЗАГОЛОВКОВ РОССИЙСКИХ И ИСПАНСКИХ ГАЗЕТ)

В статье рассматриваются особенности подачи информации в массовых российских и испанских электронных изданиях. В современных версиях интернет-газет пристальное внимание уделяется новостям, связанным с политическими, общественными, криминальными событиями, с жизнью известных людей. Российские заголовки более емкие, свернутые, содержат скрытый мини-текст. Новостные потоки информации на испанском языке отличаются эмоциональностью, многословностью, перенасыщенностью деталями, сочными графическими рисунками.

Ключевые слова*: экранная информация, интернет-издания, заголовок, компрессивная функция, игра слов.*

Marina A. DROGA

Omar Sarria Jacinto CONTRERAS

THE SPECIFICS OF THE NEWS PRESENTATION IN ONLINE MEDIA (BASED ON THE HEADLINES OF THE RUSSIAN AND SPANISH NEWSPAPERS)

The article discusses the features of the presentation of information in Russian and Spanish electronic mass media. A close attention is paid to news related to political, social, criminal events and lives of famous people in modern editions of Internet newspapers. The Russian headlines are more capacious, compressed and contain a hidden mini-text. The news information streams in Spanish differ with emotionality, verbosity, oversaturation of details and rich graphic drawings.

Keywords*: on-screen information, Internet editions, headline, compressive function, language game.*

Компьютерные технологии требуют от журналистов новых форм деятельности, уверенно поднимают уровень визуализации информации. С помощью компьютера мы получаем так называемую экранную информацию. К последней относят и электронные газеты. «Сейчас экранные медиа занимают самый большой сегмент в массовой коммуникации, а, следовательно, оказывают и самое большое влияние на аудиторию, которая выступает как субъектом, так и объектом интерактивных информационных процессов» (Грабельников 2019: 53).

О том, что «аудитория «перетекает» в Интернет, уже говорят и отечественные исследователи медийного рынка» (Коханова 2017: 149). В электронном формате, соответствуя требованиям времени, существуют передовые печатные СМИ: газеты «Аргументы и факты», «Известия», «Коммерсант», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец» и многие другие. Газеты освещают самые последние свежие сообщения, которые касаются всех общественных сфер жизни. Также электронные издания перечисленных газет ориентированы на современного читателя, владеющего навыками работы с интернет-средой. «Это позволяет говорить о том, что аудитория стала естественным компонентом информационно-коммуникативной системы и начала влиять на характер профессии журналиста в привычном ее понимании. Тем более, это важно, так как большая часть нового поколения журналистов, что идет в эту профессию, тоже является пользователями сети, говорит на ее языке, учитывает специфику виртуальной среды» (Коханова 2017: 150).

Онлайн-версия газеты «Аргументы и факты» (далее - АиФ) оформлена в виде круглосуточного ежедневного обновления новостей России и мира; транслирует репортажи, мнения. В эпоху «отмирания» бумажных носителей газета сохраняет полнотекстовые выпуски архив номеров, а также предлагает покупку номеров в формате pdf. Темы представлены в формате «Вопрос-ответ». Наблюдения показали, что в ееинтернет-версии преобладают заголовки, представляющие собой вопросительные предложения: «Зачем снова меняют правила расчёта пенсий?», «Можно ли пополнить казну не из кармана народа?» «Почему закрывают Пулковскую обсерваторию?» (АиФ, 22.06.2018), «Свобода или селедка под шубой?», «Станут ли шахматы спасением от компьютерных игр?» (АиФ, 07.08.2019).

Безусловно, заголовок – «универсальный компонент текстов СМИ (газетно-публицистических, электронных), научных, рекламных, Интернета. Функция заголовка одна, независимо от принадлежности текста – ориентировать реципиента в содержании, побудить его к восприятию, облегчить ориентацию в произведении» (Лазарева 2006: 160).

Подобные заголовки встречаются и в испанских интернет-изданиях. La Razón – газета, завоевавшая определенную популярность в Мадриде. Ее издательская позиция скорее либеральная в экономических вопросах и консервативная в социальных. Новостная лента состоит из рубрик, которые делятся на подрубрики. Так, в рубрике SALUD (Здоровье) частотны такие заголовки типа ¿Dieta sana en verano? ¡No te pierdas estos consejos! (Здоровое питание летом? Не пропусти эти советы!) (La Razón, 16.07.2019). Они обычно представлены в вопрос-ответной форме (как в рекламном заголовке). При этом «основная роль газетного заглавия заключается в том, чтобы привлечь

внимание читателей к тексту и позволить ему прочитать сообщение, которое содержится в газетном материале» (Дрога 2018: 93). Отличительной чертой данного издания является то, что все новости сопровождаются видеороликами, так как газета находится в электронном доступе. Как правило, в этих вопросах содержится какая-то загадка, секрет, неизвестная информация, раскрыть которые пользователь сможет, пройдя по ссылке. Отметим, что данные заголовки не всегда включают вопросительные слова (что, как, почему, где и т.п.).

El Mundo (Мир) является второй по величине печатной и крупнейшей интернет-газетой в Испании, имеющей более 24 млн. уникальных веб-посетителей в месяц. В ней также встречаются вопросительные заголовки, после которых приоткрывается тайна, которая держит в напряжении читателя, направляя его на дальнейшее прочтение. Например, в колонке TECNOLOGÍA (Технология) можно прочесть:

¿Has probado FaceApp, el viral que te hace viejo? Así has entregado tu privacidad. Leo Messi y Cristiano Ronaldo envejecidos tras pasar por el filtro de FaceApp (Вы пробовали виртуальную программу, которая делает Вас старым? Так вы открываете свою личную жизнь. Лео Месси и Криштиану Рональду постарели после прохождения фильтра FaceApp) (El Mundo, 16.07.2019).

Отметим, что заголовок населён именами собственными, называющими очень известных людей (что соответствует названию газеты), а также сопровождается получившейся красочной фотографией с изображением футбольных звезд. Такой прием новостной подачи широко применяется в испанских интернет-изданиях:

Donald Trump sobre sus tuits a congresistas demócratas: «No tengo ni un hueso racista en mi cuerpo» (Дональд Трамп о своих твитах конгрессменам-демократам: «У меня нет ни одной расистской кости в моем теле») (El Mundo, 16.07.2019).

Quentin Tarantino: «Ya no es fácil ser un provocador» Квентин Тарантино: уже нелегко быть провокатором) (El País, 11.08.2019).

El País (Страна) – самая популярная общественно-политическая и деловая ежедневная платная газета в Испании. По предлагаемой ссылке можно посетить бесплатную интернет версию, в начале которой обязательно в течение несколько секунд реклама. Практически все заголовки представляют собой предложения (порой длинные с подробным описанием событий). К примеру, в рубрике «Destacados» (Отличившиеся):

El FBI investiga el aparente suicidio del millonario Epstein en una cárcel de Manhattan (ФБР расследует неоднозначное самоубийство миллионера Эпштейна в тюрьме Манхэттена) (El País, 11.08.2019). Или

в разделе «Madrid Central» (Центральный Мадрид): Dos juzgados confirman la suspensión de la moratoria de multas en Madrid Central tras las alegaciones presentadas por el alcalde (Два суда подтверждают приостановление моратория на штрафы в Центральном Мадриде после высказываний мэра) (El Mundo, 16.07.2019).

Также немалое количество заголовочных частей, в которых сложных пунктуационный набор знаков. Например, заголовок «Ещё поработаем?! Какая польза может быть от повышения пенсионного возраста» (АиФ, 21.06.2018). Следующий пример – эмоциональный заголовок, который побуждает читателя к действию, заставляет задуматься, приглашает вступить в мысленный диалог:

¡Arriba los zumos! El verano es su época por excelencia (Да здравствуют, соки! Лето – это их лучший сезон) (La Razón, 07.07.2019).

Интересным представляется тот факт, что в электронной версии «Известий» работает бегущая строка с изображением рубрик, содержащих актуальную информацию за последний час. Обновляется страница с завидной регулярностью, читатель может «затеряться» в разнообразии форм подачи информации, так как новости оформлены в виде блоков прямоугольной формы, содержащих цветное фото, а в правом верхнем углу предлагается просмотр новостной передачи в прямом эфире.

Российское издание «Известия» отличает частое использование в заголовочной части двоеточия. Как правило, первый компонент заголовка включает «завязку», «крючок», а во второй части подробнее раскрывается вектор событийного ряда статьи:

«Деградирующий базар: как развивается оружейная торговля Украины», «Обнулились: зачем разные страны проводят деноминацию», «Из коня корм: европейцы ели мясо лошадей, принимая его за говядину», «Копия для народа: как восстанавливают взорванный при Сталине Кремль», «Фиговый лист: почему так сложно растить табак», «Не навреди: в чем суть празднования Курбан-байрама», «Мертвая схватка: в Сочи убили пса из-за драки с другой собакой», «Волчий рай: что ждет туриста на Тамбовщине» (Известия, 11.08.2019). Обращает на себя внимание то обстоятельство, что после двоеточия в заголовке содержатся вопросительные слова как, зачем, кто, что и т.п. В испанских электронных газетах такого факта отмечено не было.

Примерами кратких заголовков, выделяющих российскую прессу, могут быть следующие: «Культурный код не потерян», «Полет над Москвой-рекой», «Педсовет для молодежи» (АиФ, 07.08.2019). Встретить в испанских интернет-изданиях подобные заголовки – скорее, исключение, чем правило: CITA CON EL CIELO. Visible desde toda España. Cómo y por qué observar el eclipse lunar del 16 de Julio (СВИДАНИЕ С НЕБОМ. Видно со всей Испании. Как и зачем наблюдать

лунное затмение 16 июля) (El Mundo, 16.07.2019), CASA REAL. Letizia, de Zara pero al más puro estilo Chanel (НАСТОЯЩИЙ ДОМ. Летиция, Зара, но в самом чистом стиле Шанель) (La Razón, 23.07.2019).

«Комсомольская правда» (далее – КП) – российская информационная, общественно-политическая, развлекательная ежедневная газета, журналисты которой стараются быть интересными самому широкому кругу читателей. Скандальные репортажи, необычные истории из жизни, душераздирающие криминальные истории, светские новости, рассказы о звездах, – все это отличает это издание от других массовых изданий-конкурентов.

Страница в популярных соцсетях – обязательный компонент современных газетных лидеров. Например, на своей странице vk.com газета КП разместила статус «Любимый сайт большой страны». С точки зрения грамматики в заголовках КП преобладают двусоставные предложения, часто используются глаголы совершенного вида, указывающие на завершенность события или факты. Практически не используются именные словосочетания. «Сергей Собянин лично предупредил горожан о надвигающемся шторме», «Кейт Миддлтон в коротких шортах блеснула длинными ногами на яхте» (КП, 08.08.2019), «Новый «охотник за планетами» нашел в созвездии Гидры пригодную для жизни супер-Землю» (КП, 31.07.2019), «Япония обозначила Курилы своей территорией на сайте Олимпиады-2020» (Правда, 08.08.2019).

В следующих заголовках зафиксированы предложения, прогнозирующие события в будущем: «На модернизацию судостроительной отрасли двух регионов Дальнего Востока могут выделить 20 млрд рублей», «"Добрые километры": Пассажиры московского такси смогут помогать тяжелобольным детям и взрослым» (КП, 08.08.2019).

Анализ заголовков показал, что высок процент таких, в которых используются числительные: **Mil** vecinos desalojados por un incendio en la cumbre de Gran Canaria (Тысячу соседей выселили из-за пожара на саммите Гран-Канарии) (El País, 11.08.2019), Muere el exjugador de baloncesto Chicho Sibilio, histórico alero del Barça, a los **60** años (Умер бывший игрок баскетбола Чичо Сибилио, легендарный трехочковый стрелок Барсы, в **60** лет) (El País, 11.08.2019), El nuevo **007** es una actriz negra: Lynch, Lashana Lynch (Новый агент 007 – темнокожая актриса: Линч, Лашана Линч) (El País, 16.07.2019); **79**-летний Виторган-старший вновь стал отцом (МК, 05.08.2019).

В современных электронных газетах употребляется немало аббревиатур, подтверждающих действие закона «языковой экономии»: «Какой отдых выбирают жители **РФ**?» (АиФ, 05.06.2019), «**МФК КПРФ** – клуб патриотов своей команды» (Правда, 11.08.2019), «La escalada de tensión entre China y **EE UU** aviva el temor a un frenazo global»

(Эскалация напряженности между Китаем и США усиливает страх перед глобальным торможением) (El País, 11.08.2019).

Отличительной особенностью заголовков в российских газетах является игра слов. Неожиданные, порой казусные случаи использования необычных сочетаний, замена слогов и перестановка буквенного ряда дают комический эффект, а иногда указывают на трансформацию смысла: «**Шп**рота, подъем!!! Что будет с Прибалтикой без финансовой помощи ЕС?». «**ОБАЛЛ**деть! Кто из учащихся набрал на экзаменах 400 баллов из 400 возможных?» (АиФ, 04.07.2019), «**За**держки профессии. «Дело журналиста Голунова» – преступление или подстава?» (АиФ, 10.06.2019).

В испанских интернет изданиях словесная стратегия под названием «игра слов», в ее творческом аспекте формирования новых гласных и выражений, выполняет номинативную, конструктивную, компрессивную и эстетическую функции. «Графическая игра, широко используемая в текстах рекламного характера и в названиях статей; она основана на обновлении, которое достигается с помощью стратегии использования различных цветов, букв, пространств, пунктуации и других методов печати, чтобы выделить ту часть сформированного слова, которая отвечает функции создания нового смысла» (Ларионова 2006: 116), например: «**Phantoscopio**»: fotografía, narrativa y creatividad en la era de las redes (Фантоскоп: фотография, рассказы и творчество в эпоху Интернета) (Vanguardia, 12.08.2019). Графическая игра знаков отмечена в следующем заголовке (определенный артикль сливается со словом, которое выделено черным цветом и начинается с заглавной буквы): el**E**conomista (Экономист) (ABC, 12.08.2019). Креативность проявляется в заголовках, представляющих вновь созданное слово, объединяющее компоненты двух слов:

Llega el '**mercatáper**' (заголовок). Los supermercados entran en el mercado de platos preparados para llevar o consumir el local (Приходит магазин готовой еды. Супермаркеты выходят на рынок готовых к выносу или потреблению блюд) (La VANGUARDIA, 12.08.2019). **Merca**do – «рынок, магазин» + táper (контейнер).

Количество заголовков с рифмующимися компонентами также велико: «Оградки на грядки: какие выбрать» (Правда, 08.08.2019), «Разговоры - во́ры» (КП, 23.06.2018), «Черепаха-дом, жить уютно в нём» (АиФ, 14.05.2017). Словотворчество в среде журналистов – активный и динамичный языковой процесс: «важным достоинством использования игры слов в рекламе является экономия дорогого рекламного пространства: при помощи игрового варьирования … можно, используя небольшое количество слов, передать достаточное количество информации» (Дзюба 2017: 109).

Делая вывод, отметим, что подача информации в заголовках интернет-изданий на русском языке отличается компактностью,

немногословием, но в то же время направлена на дальнейшую виртуальную беседу. Прогрессивным считается факт наличия у массовых интернет-версий газет бегущих строк, большого количества фото- и видео-материалов. В испанских электронных газетах наблюдается большее разнообразие графических форм новостного ряда, а также нагромождение синтаксических конструкций, прямо описывающих факты и события.

Современный читатель – сканер. Он быстро «считывает» только фото и заголовки. Если что-то из «считанного» кажется важным и интересным, тогда уже внимание переходит к первым абзацам текста. Если и эти абзацы удерживают интерес, то тогда есть шансы, что будет прочитана значительная часть материала» (Сурнин). Создатели онлайн-газет делают упор на то, что доступ к свежим новостям и любимым газетам совершенно бесплатный. Этот факт бесспорный, но что делать людям, которые не могут воспользоваться таким предложением, а продолжают покупать и выписывать печатные версии газет: риторический вопрос, интересующий любителей новостей.

Список литературы:

Грабельников А.А., Гегелова Н.С. Экранная коммуникация и визуализация журналистики: Тверь: Твер. гос. ун-т, 2019.

Дзюба А.В. Игровое окказиональное варьирование устойчивых выражений в испанском рекламном дискурсе // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2017. № 6. С. 103-110.

Дрога М.А., Коробкова Д.В. Заголовок новостной ленты (на материале составных слов) // Современный дискурс-анализ. 2018. № 3-2 (20). С. 91-95.

Жамалетдинова Э. Система языковых средств в языке испанской прессы (Электронный ресурс). – Режим доступа: http://www.hispanistas.ru/index.php?f= articulo&ida=29 (12.08.2019).

Коханова Л.А. Тренды современной журналистики как фактор трансформации профессии // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2017. Т. 1. № 2. с. 147-155.

Лазарева Э.А. Заголовочный комплекс текста – средство организации и оптимизации восприятия // Известия УрГУ. 2006. №40. С. 148-166.

Ларионова М.В. Игра слов как риторический прием в языке испанской прессы // Испанский язык в информационном обществе: актуальные процессы и перспективы. 2006. С. 114-121.

Сурнин Д. Газетный заголовок: структура и содержание (Электронный ресурс). – Режим доступа: https://jrnlst.ru/head-newspaper (12.08.2019).

Периодические интернет-издания:

Аргументы и факты (АиФ) https://aif.ru/
Известия https://www.iz.ru/»
Комсомольская правда (КП) https://www.kp.ru/
Московский Комсомолец (МК) https://www.mk.ru/
Правда https://www.pravda.ru/»
ABC (Алфавит) https://www.abc.es/

El Mundo (Мир) https://www.elmundo.es/
El País (Страна) https://elpais.com/
Vanguardia (Авангард) www.lavanguardia.es/
La Razon (Причина) https://www.larazon.es/

Дрога Марина Анатольевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, профессионально-речевой и межкультурной коммуникации Белгородского государственного национального исследовательского университета (г. Белгород), droga@bsu.edu.ru

Контрерас Сарриа Хакинто Омар – ассистент кафедры второго иностранного языка Белгородского государственного национального исследовательского университета (г. Белгород), kontreras@bsu.edu.ru