

3. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М. : Языки русской культуры, 1999. 896 с.

4. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. М. : Наука, 1985. 228 с.

5. Гуленко П. В., Долгова Ю. И. Проблемы классификации современных телепередач: сущностные характеристики формата «ток-шоу» // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер. Литературоведение, журналистика. 2016. № 3. С. 102–110.

6. Звезда в шоке! Сергей Зверев женился // Прямой эфир : [сайт]. URL: <https://pryamoj-efir.ru/pryamoj-efir-12-01-2018-zvezda-v-shoke-sergej-zverev-zhenilsya> (дата обращения: 20.12.2019).

7. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000. 224 с.

8. Ершова В. Е. Стилистические особенности конфликтных текстов ток-шоу // Вестн. Том. гос. ун-та. 2012. № 365. С. 15–18.

9. Акинфеев С. Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация, жанры // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2008. № 6. С. 110–124.

10. Сибиданов Б. Б. Две формы отрицания в телевизионном трэш-дискурсе // Учен. зап. Новгород. гос. ун-та. 2019. № 1 (19). С. 1–7.

© Васильева Д. С., 2020

УДК 811

Науч. спец.: 10.02.01

DOI: 10.36809/2309-9380-2020-26-67-71

## РУССКОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ В УСЛОВИЯХ ВИРТУАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

В статье на примере анализа виртуальной коммуникации в жанре комментария рассматриваются особенности проявления русского коммуникативного сознания личности в условиях виртуального общения. В качестве материала используются комментарии пользователей социальной сети «Инстаграм». Как наиболее релевантные для общения в виртуальной среде выделены такие категории (концепты), как вежливость, эмоциональность, юмор, оценочность, давление, конфликт, «сохранение лица». В ходе исследования выявлены некоторые отличительные особенности коммуникативного поведения и коммуникации в целом в условиях виртуальной среды.

*Ключевые слова:* виртуальная коммуникация, коммуникативное сознание, коммуникативная категория, комментарий, конфликт.

## RUSSIAN COMMUNICATIVE BEHAVIOUR IN CONDITIONS OF VIRTUAL COMMUNICATION

This article uses the example of virtual communication analysis in the commentary genre to examine the features of the Russian communicative consciousness in virtual and real communication. Comments from users of Instagram are used as a material. Communicative consciousness can be described in terms of different communicative categories. In this paper, such categories (concepts) as politeness, emotionality, humour, evaluation, pressure, conflict, “face-saving” are identified as the most relevant for communication in a virtual environment. The study revealed some distinctive features of communicative behavior and communication in general in a virtual communication environment.

*Keywords:* virtual communication, communicative consciousness, communicative category, commentary, conflict.

В настоящее время межличностное общение находится в центре исследований разных дисциплин. Природу речевой коммуникации на протяжении долгих лет исследуют с точки зрения психологии, лингвистики, нейролингвистики, социологии, естественных наук. Для языкознания, помимо прочего, актуальны понятия коммуникативного поведения и коммуникативного сознания.

Коммуниканты выбирают то или иное коммуникативное поведение, обусловленное особенностями воспитания человека, местом его рождения и обучения, его принадлежностью к той или иной социальной группе, национальности, личными особенностями (см. об этом: [1]). Коммуникативное поведение стереотипно и в то же время индивидуально, так как стандартные ситуации общения вызывают типичное речевое поведение, с одной стороны, и индивидуальные речевые проявления конкретной личности — с другой. Таким образом, каждой языковой личности свойственно личностное коммуникативное поведение, понимаемое как комплекс норм и традиций общения отдельной личнос-

ти, которая принадлежит определенному времени, стране, социальной группе, семье и обладает коммуникативным сознанием. Последнее являет собой «устойчивую совокупность мыслительных категорий, отражающих нормы, правила и традиции, обеспечивающие коммуникативное поведение (нации, группы, личности)» [2, с. 51].

С развитием высоких технологий модифицируются способы и формы межличностного взаимодействия. Коммуникация стала возможной не только в реальной среде, но и в виртуальной. Данный факт не может не повлиять на характеристики как коммуникации в целом, так и ее отдельных компонентов. Как самостоятельная сфера вербального взаимодействия, особое коммуникативное пространство, которое одновременно и определяет цели, способ и среду общения, и определяется ими [3, с. 7], рассматривается виртуальное общение. В связи с тем что одним из свойств виртуального события является измененность (статуса личности, статуса свободы, статуса воли) [4, с. 153], при взаимодействии с виртуальными личностями сознание переходит на качественно новую

степень абстракции, создается иная реальность, компонентами которой являются текст и мультимедиа. Данная реальность, созданная самими пользователями, влияет на речевой образ виртуальных коммуникантов [3, с. 8].

Собственно коммуникативное взаимодействие в интернет-пространстве имеет достаточно много форм, таких как электронная почта, чат, форум (или виртуальная конференция), электронные доски, домашняя страница, различные игры и развлекательные проекты, различных жанров текста: электронные письма, посты, комментарии к публикациям в социальных сетях (Инстаграм, Фейсбук, ВКонтакте и др.).

Русское коммуникативное сознание может быть описано в аспекте различных коммуникативных категорий (концептов) (см. об этом: [2]); в данной статье как наиболее релевантные для общения в виртуальной среде выделены категории давления, конфликта, эмоциональности, оценочности, юмора, вежливости, сохранения лица. Каждая из категорий находит свое выражение в коммуникативных тактиках собеседников, при этом, взаимодействуя в ситуации диалога и полилога, категории столь тесно пересекаются, что практически образуют неразрывное единство. Эта особенность будет видна в последующем анализе эмпирического материала. Кроме названных, значимыми для виртуального общения являются категории грубости (одновременно связанной с категориями оценочности, эмоциональности, конфликта и противопоставленной своему антиподу — вежливости), молчания (представляющего своеобразный вариант коммуникативной реакции) и грамотности (актуальной в связи с графической формой коммуникации). Эти категории в статье будут упомянуты эпизодически. Материалом для анализа послужили тексты жанра «комментарий пользователей» социальной сети «Инстаграм».

Категория **давления** реализуется в стремлении регулировать и модифицировать поведение собеседника. Так, допускается давать советы, о которых не спрашивали, указывать другим, как следует поступить в той или иной ситуации, делать замечания незнакомым, если они нарушают правила речевого этикета, предъявлять претензии, предупреждать о неправильном поведении, требовать соблюдения определенных правил и т. п.; допустимо подключение к разговору или спору незнакомых людей [2, с. 135].

Рассмотрим пример общения в условиях виртуальной среды. Реплики незнакомых друг с другом коммуникантов содержат интенции регулятивного характера, целью которых является модификация поведения. Стимулом к дискуссии послужил видеоролик фрагмента концертного выступления известной музыкальной исполнительницы:

*vasilkovaannette Дааа, внешний вид оставляет желать лучшего\**

*guz.voice @vasilkovaannette ваш внешний вид? я согласна, исправьте это*

*iranogti11 @vasilkovaannette уберите эту аву. Не травмируйте психику людей своим внешним видом 🙄 лучше вообще удалитесь из всех соц сетей, вместе с вашими фотографиями*

\* Орфография и пунктуация первоисточника здесь и далее сохранены.

Заметим, что вслед за первым коммуникантом, нарушившим общепринятые нормы общения и позволившим себе обсуждать внешний вид человека, другие коммуниканты, стремясь модифицировать его поведение, допускают аналогичные отступления от норм. Регулятивность речевого взаимодействия проявляется в использовании глаголов в повелительном наклонении: *исправьте, уберите, не травмируйте, удалитесь*.

Категория **конфликт** проявляет себя в принципиальной дискуссионности общения. Споры в русском коммуникативном взаимодействии занимают особое место и ведутся по разным вопросам, как частным, так и общим. Согласно национальным стереотипам общения, русского человека легко втянуть в спор, что связано с названной выше категорией давления, готовностью высказать свое мнение по любому вопросу и вступить в дискуссию с незнакомыми людьми. В некоторых случаях, наоборот, вмешательство в дела посторонних людей вообще «предписывается» [2, с. 134].

Рассмотрим пример конфликта в виртуальной среде. Стимулом к дискуссии послужило высказывание, содержащее интенцию неодобрения/оскорбления. Предметом обсуждения является внешний вид:

*egrizaeva Не узнаваемая здесь. Какая то неопрятная женщина, в непонятном наряде и грязными волосами...*

*guz.gang @egrizaeva из грязного и неопрятного здесь только рты злобных и абсолютно невоспитанных комментаторов*

*umida1612 @guz.gang согласна 🙄🙄🙄🙄🙄🙄🙄🙄*

*egrizaeva @guz.gang будем честными господа, выглядит она действительно ужасно, как бы вы ей там не поклонялись*

*guz.gang @egrizaeva выглядит она отлично. Если у вас какие-то комплексы, не переносите их на нее. Только человек с травмами будет доказывать, что кто-то выглядит ужасно. Нормальный же просто пройдет мимо, если ему не понравится чья-то внешность. Никто не давал вам право оскорблять артиста.*

*sh.anu4169 @egrizaeva завидуй молча 🙄🙄🙄🙄🙄🙄🙄🙄 грязная это ты 🙄🙄🙄🙄🙄🙄🙄🙄*

Следует заметить, что с помощью одной реплики критического характера первому коммуниканту без труда удалось втянуть в спор трех незнакомых людей, что свидетельствует о том, что в виртуальном общении, как и в коммуникации в реальной среде, вмешательство в дела посторонних, споры, стремление доказать свою точку зрения являются распространённым явлением. Первая реплика-реакция (*guz.gang @egrizaeva*), помимо интенции опровержения реплики-стимула (*из грязного и неопрятного здесь только рты...*), содержит интенцию скрытого оскорбления (*рты злобных и абсолютно невоспитанных комментаторов*) и находит поддержку со стороны третьего участника дискуссии (*umida1612 @guz.gang: согласна*). Однако первый участник настаивает на своей точке зрения (*выглядит она действительно ужасно...*), но в его высказывании содержится лишь тезис и отсутствует какая-либо аргументация. В то же время несогласие других участников дискуссии с данной позицией аргументируется необъективностью взглядов ввиду эмоциональной привязанности к объекту обсуждения

(...как бы вы ей там не поклонялись). Следующая реплика-реакция (*guz.gang @egrizaeva*) содержит в себе мнение коммуниканта (*выглядит она отлично*), интенцию возражения (*Если у вас какие-то комплексы...*), аргументацию своей позиции и выводы (*Только человек с травмами...*). Экстралингвистическая цель общения участника *@guz.gang* — защита объекта обсуждения.

Еще один коммуникант (*sh.anu4169 @egrizaeva*) в качестве доказательства субъективности точки зрения *@egrizaeva* использует повелительное наклонение *завидуй молча*, что еще раз доказывает высокую степень стремления модифицировать поведение собеседника. Далее следует оценочное высказывание, вербализующее интенцию оскорбления.

В русском коммуникативном поведении особое место занимают наблюдение и оценка споров, составляющие вариант реализации категории **оценочности**. Обсуждение и комментирование результатов дискуссии, оценка поведения ее участников являются распространенной практикой в различных социальных ситуациях. Это связано в первую очередь с таким распространенным речевым жанром в русском общении, как выяснение отношений, который не принят в других культурах или представлен в иных формах, так как эмоциональный спор с предъявлением претензий просто недопустим [2, с. 116].

Рассмотрим пример оценки поведения одного из участников спора в условиях виртуального общения:

*umida1612 @egrizaeva* Я не устаю поражаться людям... сами из себя ничего не представляют!!! А считают, что имеют права комментировать или оценивать 🤔👎👎

Следует заметить, что высказывание содержит две интенции: 1) неодобрения поведения одного из коммуникантов; 2) оценки личности коммуниканта, его достижений (*сами из себя ничего не представляют*). Таким образом, автор данной реплики необоснованно дает оценку абсолютному незнакомому человеку.

Оценочность проявляет себя и в любви к критике, причем критике подвергается всё — от действий родных и знакомых до поведения и работы незнакомых и публичных людей.

Рассмотрим пример высказывания в условиях виртуальной среды, целью которого является критика публичного человека:

*i\_fleg79* Вроде все есть, деньги, молодость, фигура... но нет главного Харизмы и женственности, поэтому ооочень редкое фото нравится мне у нее. Как то дешево всё смотрится 😊

В качестве реплики-стимула выступает невербальное средство — фотография. Высказывание содержит интенцию отрицательной оценки образа публичного человека, а также указывает на отсутствие у этого человека определенных качеств. Следует заметить, что данный комментарий находится на личной странице артиста, что говорит о том, что, скорее всего, он его прочитает. Очевидно, что в условиях реальной среды не принято подходить к артистам и критиковать их физические, моральные и профессиональные качества — в виртуальной же среде такие комментарии являются распространенными.

Все приведенные выше примеры демонстрируют актуальность категории **сохранения лица**. Заметно, что стремления к сохранению лица собеседника в русской коммуникативной практике нет, поэтому многое, что в других культурах считается запретным, в русской коммуникации допустимо.

Рассмотрим следующий пример:

*feoktistovvv* АТВИЧАЙ

*sma221601 @feoktistovvv* научись грамотно писать. 😊

*позорник*

Реплика коммуниканта *@feoktistovvv* содержит интенцию раздражения, вербализуется при помощи глагола в повелительном наклонении, которое служит для выражения интенции приказа. Для усиления воздействия на собеседника используются графические средства (прописные буквы).

Реплика-реакция вербализует интенцию насмешки, цель — попытка пристыдить собеседника, здесь мы видим также повелительное наклонение (*научись*). Общение носит фамильярный характер, используется окказионализм *позорник*, что в ситуации общения в реальной среде считалось бы отступлением от норм.

Для эмоционального фона коммуникации важна **юмористичность**. Юмор считается желательным компонентом не только неформального общения.

Рассмотрим примеры использования юмора в виртуальной среде общения:

1) *anshery1* Да уж, фото в целом огонь, но там где обувь, размер ноги кажется 65 размера

*gagara1987* так такой и есть 😊

*vikakalashnikova @gagara1987* 67, если без шуток

2) *tatyana\_lizunova* Катя, что со лбом?!?! И с линией роста волос???

*kativarnava @tatyana\_lizunova* у меня большой... нет, просто ОГРОМНЫЙ ЛОБ... а в чем проблема??

*garifullina396 @tatyana\_lizunova* у Лизюновых, видимо, лобов нет, потому пугаются, когда видят их

*y.kashkovskaya @tatyana\_lizunova* и снова интриги, скандалы, расследования. Катя Варнава скрывала, что у нее есть лоб. Случайные фото лба слили папарацци и все узнали страшную правду, которую Варнава тщательно скрывала от всех

В данных примерах заметна высокая степень самоиронии, присущая русскому юмору. Реакция на нарушение конвенции вежливости (нетактичные замечания по поводу внешности) проявляется в использовании гиперболы (65 размер ноги, просто огромный лоб), а также находит свое проявление в использовании прецедентного текста (...интриги, скандалы, расследования) и абсурда (...скрывала, что у нее есть лоб).

Для категории **эмоциональности** существенна контролируемость реакции. Коммуникативная реакция русского собеседника на содержание разговора и коммуникативное поведение собеседника отличается низкой контролируемостью. Это выражается в моментальной реакции и смене настроения от доброжелательного и позитивного до негативного. Причины перехода от одного настроения к другому представителям других культур обычно непонятны. «Попытки скрыть эмоциональную реакцию на слова собеседника если и предпринимаются русским собеседником, то обычно

формально — для этого есть даже специальное выражение “сказал с плохо скрываемым раздражением (злостью, ненавистью и т. д.)» [2, с. 133].

Рассмотрим пример эмоциональной реакции на реплику, вербализующую интенцию совета:

*chernysheva206 Ох, Катюша, родить Вам нужно...*

*soys\_iz\_tvoih\_slez\_@chernysheva206 ох, а вам не нужно навязывать свое мнение*

*rishafirs @chernysheva206 а еще что ей нужно?)*

*rodyakovanails @chernysheva206 Вам нужно, Вы и рожайте (хоть до посинения). Зачем лезть со своими "нужно" к чужим людям, которые и без Вас счастливы? Не у всех людей смысл жизни это рожать, уж поверьте!)*

*sg\_sierra\_golf @chernysheva206 не надо своими советами портить человеку жизнь) сами влюхались в это материнство, еще и других тянете пусть человек живет спокойно*

*chernysheva206 @soys\_iz\_tvoih\_slez\_ сколько злобы*

*chernysheva206 @sg\_sierra\_golf злая вы*

*orbitalcat @chernysheva206 идите вы рожайте!*

*chernysheva206 @orbitalcat вот вы овчарки, Катя уймите эту свору!!! Катерина, Вы мне очень симпатичны, но Ваша охрана или свита — это стая хамок!!!*

Чтобы заметить скорость смены настроения коммуникантов, следует обратить внимание на первую и последнюю реплики в данной дискуссии. Если первая представляет собой совет, то последняя содержит в себе две интенции: защиты и оскорбления. Все реплики-реакции на первую реплику-совет носят характер открытой неприязни, несмотря на то что совет адресован третьему лицу, не участвующему в дискуссии. Собеседники не только не пытаются скрыть своей эмоциональной реакции, но и, напротив, подчеркивают ее: *...рожайте (хоть до посинения); ...сами влюхались в это материнство...; зачем лезть...; идите вы рожайте!*

В системе русского коммуникативного поведения ситуация спора в реальной среде общения допускает неконтролируемость вербальных и невербальных реакций на протяжении длительного времени; допустимость несдержанности даже вербализуется при помощи стандартных лексических средств и фразеологизмов: «довели», «вывели из себя».

Рассмотрим пример несдержанных вербальных реакций:

*esenia\_03\_02 Кривая*

*sma221601 @esenia\_03\_02 это ты про свою извилину в башке 😊 зачем всем знать?*

*elena.sivtsova.by @sma221601 у меня тоже кривая извилина в башке 😊 А у вас прямая???*

*sma221601 @elena.sivtsova.by видимо наоборот 😊*

*elena.sivtsova.by @sma221601 включите мозг, прочитайте, что сами написали, ОСМЫСЛИТЕ, и больше никогда не допускайте таких компрометирующих вас же промахов 👍*

*sma221601 @elena.sivtsova.by умный человек никогда бы не написал подобную херню ваш комментарий. Вот и вывод. Так что сиди и осмысливай кто идиот*

*elena.sivtsova.by @sma221601 назвать разумный и обоснованный довод "херней" может только человек с крайне ограниченными умственными способностями 😊 Медальку тебе за хронический идиотизм 😊*

Реплика-стимул представляет собой комментарий к фотографии девушки. Реплика-реакция содержит интенцию

оскорбления и неудачную попытку высмеять собеседника, которая свидетельствует о низком уровне интеллекта пишущего. Третий коммуникант, заметив абсурдность высказывания, обратил на это внимание, пошутив, что у него *тоже кривая извилина в башке*, и поинтересовался, какая она у собеседника: *А у вас прямая???* Ответ собеседника, который так и не понял, что извилина не может быть ровной (*видимо наоборот*), вызвал сильную эмоциональную реакцию, о чем свидетельствует использование повелительного наклонения и написание целого слова заглавными буквами. Следующая реплика содержит интенцию оскорбления умственных способностей собеседника, а далее уже эта реплика подвергается критике.

Анонимность и неперсонифицированность общения в виртуальной реальности приводят к тому, что собеседниками становятся представители разных социальных страт. В реальной среде их коммуникативное взаимодействие маловероятно.

Конвенция **вежливости** в русской коммуникации предполагает, что на похвалу или комплимент в свой адрес в русском коммуникативном пространстве принято реагировать скромно или слабо-негативно, умаляя свои достижения и положительные качества, а во многих случаях даже оправдываясь или отрицая их: *Мне просто повезло; Вы преувеличиваете; Это Ваша заслуга, а не моя*. Отрицание объективной основы комплимента считается этикетной нормой русского общения при ответе на похвалу.

Рассмотрим пример реакции на комплимент в условиях виртуального общения:

*karyutina @grishabeng Ого 🤩 Отлично поешь 😊*

*grishabeng @karyutina мы ведь все понимаем, что это самые удачные куски?)*

Реплика-стимул — реакция на публикацию в сети «Инстаграм», представляющую собой несколько видеофрагментов выступления артиста. Она содержит интенцию похвалы. Реплика-реакция свидетельствует о том, что собеседник придерживается конвенции вежливости. Это проявляется в принижении своих профессиональных навыков (утверждение автора, что представленные видеофрагменты содержат *самые удачные куски* выступления).

Резюмируем. Виртуальная коммуникация отражает основные когнитивные и поведенческие модели, присущие человеку определенной эпохи и национальности. Отличительными особенностями виртуальной коммуникации являются: неограниченное количество участников, их статусное равноправие, особые цели общения (самовыражение), снятие временных и пространственных ограничений, неограниченность в выборе языковых средств. Рассмотренный нами жанр комментария по типу взаимодействия и получателя сообщения может быть обозначен как индивидуально-коллективный, так как пользователи чаще всего либо не обозначают прямого получателя их сообщения, либо, обращаясь к конкретному лицу, получают ответные реакции от других пользователей. Данную модель поведения в комментариях к публикациям в социальных сетях можно считать типичной и рассматривать как один из жанров виртуальной коммуникации.

1. Васильева Т. В., Ускова О. А. Особенности виртуального профессионального общения: стилевое пространство профессиональных социолектов // Филологические науки. 2016. № 5. С. 13–21.

2. Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение. 5-е изд., стер. М.: Флинта, 2016, 166 с.

3. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2005. 23 с.

4. Носов Н. А. Виртуальная реальность // Вопр. философии. 1999. № 10. С. 152–164.

© Гриценко А., 2020

УДК 81'42

Науч. спец.: 10.02.01

DOI: 10.36809/2309-9380-2020-26-71-74

## ПРАГМАТИКА ЗАГОЛОВКОВ В НОВОСТНЫХ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММАХ (на примере каналов НТВ и ТВЦ)

В статье рассматриваются прагматические особенности заголовков, используемых в сюжетах программ новостей каналов НТВ и ТВЦ. Описано лексико-семантическое наполнение заголовка, функционирование в структуре заголовка прецедентных единиц, в том числе афоризмов, паремий, трансформированных фразеологических единиц, образительно-выразительных средств, указаны функциональные особенности ТВ-заголовков.

*Ключевые слова:* язык СМИ, заголовок, ТВ-заголовок, телевизионный сюжет, прагматика, прецедентный текст, новости, новостные программы.

Как известно, значительное воздействие на человека, его поведение, мировоззрение, способ мышления оказывают средства массовой информации (СМИ), и особая роль в этом процессе отводится новостным программам телевидения.

В настоящее время, несмотря на уже сформировавшуюся специализированную область исследования языка СМИ — медиалингвистику, язык телевидения остается недостаточно изученным, особенно это касается заголовка как относительно нового явления в структуре телевизионного дискурса, а также в ряде случаев и заголовочного комплекса, применяемого в новостных программах. Если языку газеты посвящено значительное количество исследований (упомянем работы Е. А. Земской, В. Г. Костомарова, Г. Я. Солганика, Э. А. Лазаревой, Ю. Н. Караулова, Г. Е. Слышкина и др.), то языковые особенности заголовка на телевидении практически не изучены. В настоящее время отсутствует единый подход к определению понятия «заголовок», исследованию заголовочного комплекса на телевидении, описанию специфики заголовков в новостных программах, фиксируется различная терминология для номинации одних и тех же явлений, что свидетельствует о необходимости специального исследования заголовка на телевидении. Иными словами, можно утверждать, что специфика заголовка, заголовочного комплекса, его структуры и функциональных особенностей в телевизионных программах остаются для отечественной лингвистики и журналистики практически неизученными.

## PRAGMATICS OF HEADLINES ON TELEVISION NEWS PROGRAMS (Based on NTV and TVC Channels)

The article considers the pragmatic aspects of the headlines used in the news programs on NTV and TVC channels. It describes lexical and semantic content of the headlines, the functioning of different precedent units in the structure of the headline, such as aphorisms, paremias, transformed phraseological units, visual means. It also identifies functional features of TV headlines.

*Keywords:* media language, headline, TV headline, TV spot, pragmatics, precedent text, news, news programs.

Цель настоящей публикации — представить средства реализации прагматики телевизионных новостных заголовков на материале программ каналов НТВ и ТВЦ. Эти федеральные каналы занимают лидирующие позиции по объему общественно-политического вещания в России, освещая ее духовную, интеллектуальную, социальную, научную, политическую и финансово-экономическую жизнь.

В 70-е гг. прошлого века, когда еще не было видеозаписи и программы шли, как говорят телевизионщики, «живьем» в прямом эфире, на каждый сюжет был подготовлен так называемый титр-заголовок. Кроме того, каждая программа, как и сейчас, обязательно анонсировалась, заглавием обозначались наиболее важные темы. В телевизионной журналистике такая репрезентация сюжетов называется «шпигель». В 90-е гг. заголовок в новостях практически прекратили использовать по ряду причин: перешли на видеозапись, титры перестали выполнять свою роль перебивок между сюжетами, новости монтировались одна за другой «встык», без заголовков и отбивок. В XXI в. заголовок вернулся в программы новостей: вначале на ТВЦ, затем на НТВ. Сегодня заголовок вновь «король эфира»; вслед за московскими коллегами заголовок активно начали использовать и в региональных новостях.

Современное телевидение охватывает огромную аудиторию. Сегодня оно, перейдя на «цифру», получило новые технические средства воздействия на зрителя. Именно телевидение — самый оперативный и чуткий ретранслятор