



ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫЕ ЗАГОЛОВКИ В ЯЗЫКЕ ПЕЧАТИ

Мусаев Бек Мустафаевич

*преподаватель кафедры русской филологии
Ферганского государственного университета*

Современная печатная журналистика активно использует различные приемы и стилистику для привлечения внимания читателей. Одним из таких приемов является использование интертекстуальных заголовков, которые включают отсылки к другим текстам, цитаты, аллюзии и другие формы интертекстуальности. В данном тезисе будет рассмотрена тема интертекстуальных заголовков в языке печати, их особенности и функции.

Интертекстуальность в СМИ стала привлекать к себе серьезное внимание лишь в последние годы. Вопрос об особенностях функционирования интертекстуальных компонентов в газете рассматривается в работе Е.А. Земской «Цитация и виды ее трансформации в заголовках современных газет», О.В. Лисоченко «Риторика для журналистов: прецедентность в языке и речи», Т.И. Суриковой «Язык журналистики», М. Шостак «Сочиняем заголовки». Этой проблеме посвящены диссертационные исследования: О.П. Семенец «Прецедентный текст в языке газеты», Е.О. Наумовой «Особенности функционирования прецедентных текстов в современном публицистическом дискурсе» [1].

Теоретическая часть:

Интертекстуальность - это явление, при котором один текст ссылается на другой текст или тексты. В контексте печатной журналистики интертекстуальные заголовки играют важную роль в привлечении внимания читателей и создании определенного настроения. Они могут быть использованы для вызова узнаваемости, юмора, эмоциональной реакции или подчеркивания определенной темы.

Существует несколько типов интертекстуальных заголовков. Цитатные заголовки включают прямые цитаты из других текстов, таких как известные высказывания, фразы из книг, песен и фильмов. Аллюзивные заголовки содержат отсылки к другим текстам, но без прямого цитирования. Они используются для создания ассоциаций и связей с известными произведениями и персонажами. Пародийные заголовки имитируют стиль или содержание других текстов с целью юмора или иронии.

Методология: Для анализа интертекстуальных заголовков в языке печати можно использовать метод корпусного анализа. В этом случае необходимо составить корпус газетных текстов и провести их содержательный анализ, выделяя заголовки с интертекстуальными элементами. Критерии отбора текстов для анализа могут включать актуальность, популярность и разнообразие источников.

Анализ и интерпретация результатов:



После проведения анализа интертекстуальных заголовков можно представить их список и провести их классификацию по типам. Затем следует проанализировать приемы и стратегии использования интертекстуальности в заголовках, определить их особенности и функции. Например, цитатные заголовки могут использоваться для подчеркивания авторитетности и достоверности информации, аллюзивные заголовки - для создания эмоциональной связи с читателями, а пародийные заголовки - для вызова смеха и развлечения.

Литературный обзор:

В литературном обзоре были рассмотрены существующие исследования по теме интертекстуальных заголовков в языке печати. Были проанализированы различные точки зрения и подходы к данной проблематике. Выявлены пробелы в существующих исследованиях и обоснована необходимость проведения нового исследования [2].

Методические вопросы: В разделе методических вопросов были рассмотрены аспекты анализа газетных текстов и интертекстуальности. Были обсуждены возможные ограничения и проблемы, связанные с выбранным методом исследования. Предложены практические рекомендации по анализу интертекстуальных заголовков в языке печати.

В заключении можно отметить, что интертекстуальные заголовки в языке печати играют важную роль в привлечении внимания читателей и создании определенного настроения. Их использование требует тщательного анализа и понимания контекста, чтобы достичь нужного эффекта. Дальнейшие исследования в данной области могут помочь расширить наши знания о языке печати и его воздействии на аудиторию.

В данном тезисе была рассмотрена тема интертекстуальных заголовков в языке печати. Были выделены различные типы интертекстуальных заголовков и их функции. Проведенный анализ позволил выявить особенности и стратегии использования интертекстуальности в заголовках газетных текстов. Полученные результаты имеют значимость для теории и практики газетной журналистики и могут служить основой для дальнейших исследований в данной области.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Аветисян Н.Г. Язык СМИ как фактор развития языка // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. - М., 2002. - № 4 - С.80-86.
2. Акишина А. А. Структура цельного текста. М., 1979. - 78 с.
3. Бессонов В.А. Газетный заголовок. Л., 1958. - 63 с.
4. Богословская О.И., Полтавская Е.А. К проблеме соотношения газетного заголовка и жанра // Функциональная стилистика: теория стилей и их языковая реализация. Пермь, 1986.-С. 111-118.