

А. Д. Гаврилов

**ВОПРОСИТЕЛЬНАЯ КОНСТРУКЦИЯ
КАК СИНТАКСИЧЕСКОЕ СРЕДСТВО ВЫРАЖЕНИЯ ЭКСПРЕССИВНОСТИ
В СЕТЕВОМ ГАЗЕТНОМ ЗАГОЛОВКЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО, ЧУВАШСКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)**

*Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова,
г. Чебоксары, Россия*

Аннотация. Статья посвящена сопоставительному анализу экспрессивных вопросительных конструкций в позиции сетевого газетного заголовка на русском, чувашском и английском языках. На примере заголовков сетевых версий качественных изданий «Ведомости» и «Известия» (на русском языке), «Хыпар» (на чувашском языке), «The Times» и «The Guardian» (на английском языке) автор выявил лежащие в их основе шесть ключевых синтаксических моделей экспрессивных вопросительных конструкций: с вопросительным словом и без вопросительного знака; с вопросительным словом и вопросительным знаком; с двоеточием; в виде вопросно-ответной формы; с разделительным союзом «или»; с частицей «ли». Описаны особенности каждой синтаксической модели, и дана их характеристика в прагматическом аспекте. Актуальность работы обусловлена особым положением газетного заголовка в Интернете и его способностью управлять вниманием читателей, вызывать у них определенные эмоции и влиять на их отношение к различным событиям. Автор приходит к выводу, что вопросительные конструкции являются эффективным средством усиления выразительности высказывания в сетевом газетном заголовке на разных языках. Он подчеркивает, что в современных условиях активной сетевой коммуникации сопоставительные исследования экспрессивных возможностей разносистемных языков обретают не только лингвистическую, но и общесоциальную значимость.

Ключевые слова: *экспрессивный синтаксис, экспрессивная пунктуация, вопросительная конструкция, сетевой газетный заголовок.*

A. D. Gavrilov

**INTERROGATIVE CONSTRUCTION AS A SYNTACTIC MEANS
OF EXPRESSIVENESS IN AN ONLINE NEWSPAPER HEADLINE
(ON THE MATERIAL OF RUSSIAN, CHUVASH AND ENGLISH LANGUAGES)**

I. Ulyanov Chuvash State University, Cheboksary, Russia

Abstract. The article is devoted to the comparative analysis of expressive interrogative constructions in the position of the online newspaper headline in Russian, Chuvash and English. Using the examples of the headlines of the online versions of the broadsheets *Vedomosti* and *Izvestia* (in Russian), *Khy-par* (in Chuvash), *The Times* and *The Guardian* (in English), the author identified six key syntactic models of expressive interrogative constructions: with a question word and without a question mark; with a question word and a question mark; with a colon; in the form of a question-and-answer form; with the disjunctive conjunction *or*; with the conjunction *whether*. The features of each syntactic model are described and their characteristics are given in the pragmatic aspect. The relevance of the work is conditioned by the special position of the newspaper headline on the Internet and its ability to control readers' attention, make them feel certain emotions and to have an influence on their attitude to various events. The author comes to the conclusion that interrogative constructions are effective means of increasing the expressiveness of an utterance in the online newspaper headline in different languages. The author emphasizes that in the modern conditions of active network communication, the comparative studies

of the expressive potential of different-structured languages do not only acquire linguistic, but also general social significance.

Keywords: *expressive syntax, expressive punctuation, interrogative construction, online newspaper headline.*

Введение. Проблема выражения экспрессивности в языке средств массовой информации рассматривается современными лингвистами в стилистическом и прагматическом аспектах. В первом случае исследуются способы усиления выразительности высказывания, под которыми подразумеваются как стилистические фигуры и тропы, так и конкретные разноуровневые средства языка. Во втором случае – их потенциал эмоционально-оценочного воздействия на адресата – аудиторию СМИ. Учитывая данные лингвистические факты, мы провели сопоставительный анализ экспрессивных вопросительных конструкций в позиции сетевого газетного заголовка на русском, чувашском и английском языках. Предметом исследования выступили синтаксические модели экспрессивных вопросительных конструкций в заголовке сетевых версий качественных российских, чувашских и британских изданий на национальных языках. Цель работы – выявить и сопоставить основные синтаксические модели экспрессивных вопросительных конструкций в русско-, чуваше- и англоязычном сетевом газетном заголовке.

Актуальность исследуемой проблемы. В свете изменений медиаповедения общества, его приобщения к цифровым каналам коммуникации и сетевым средствам массовой информации роль заголовка как самой сильной позиции в тексте становится еще значительнее. Чем ярче и выразительнее сформулирован заголовок, тем выше показатель его кликабельности, а значит – и больше количество пользователей сайта, выше узнаваемость издания и, как результат, его спрос у рекламодателей. Вместе с тем лингвистический потенциал сетевого газетного заголовка для журналистов – это еще и возможность управлять читательским вниманием с целью передачи определенных оценок и мнений. На уровне языка она достигается с помощью экспрессивности, различных средств ее выражения: лексических, морфологических, синтаксических, пунктуационных и др.

Современная медиастилистика выделяет два доминирующих типа газетных заголовков: информативные и экспрессивные. Первые, стилистически нейтральные, чаще используются в новостной журналистике, вторые, стилистически маркированные, – в информационно-аналитических, публицистических медиатекстах. С учетом этих закономерностей исследование языковых средств выражения экспрессивности в сетевом газетном заголовке становится важным и актуальным как для академического сообщества, так и для журналистов-практиков.

Материал и методы исследования. Фактическим материалом послужила картотека примеров заголовков 2019–2021 гг., созданная на базе информационно-аналитических материалов сетевых версий качественных изданий: «Ведомости» и «Известия» (на русском языке), «Хыпар» (на чувашском языке), «The Times» и «The Guardian» (на английском языке). Работа проводилась методами сплошной выборки, систематизации и классификации исследуемого материала, сопоставительным и описательно-аналитическим методами.

Результаты исследования и их обсуждение. Господство антропоцентрического подхода в лингвистике обуславливает широкий интерес исследователей к языку СМИ. Сегодня активно развиваются и оформляются новые самостоятельные направления в языкознании, такие как медиалингвистика [5], [6], медиа- и интернет-стилистика [9]. Газетный заголовок признают как уникальный феномен, позволяющий установить взаимосвязи, важные для научных открытий на стыке языкознания, медиаведения, социологии и других социально-гуманитарных наук.

Лингвисты определяют газетный заголовок, указывая на его структурные, семантические и прагматические особенности. А. А. Лютая понимает его «как коммуникативную

единицу в позиции перед текстом, являющуюся его названием, имеющую синтаксическое оформление, прямо или косвенно указывающую на содержание текста и отграничивающую одно речевое произведение от другого» [10, с. 6]. При этом важно отметить, что «заголовок сетевого издания разительно отличается от печатного: во-первых, в Интернете он является гиперссылкой и предстает перед читателем, как правило, отдельно от озаглавливаемого медиатекста, а печатный – находится в реальной пространственной близости к материалу и позволяет реципиенту бегло просмотреть текст, приблизительно понять его суть; во-вторых, учитывая гиперссылочную природу, заголовок сетевого издания формулируют максимально информативно, конкретно, сжато и однозначно (в виде новости, представленной одним предложением). Это объясняется еще и тем, что в отличие от печатного выпуска Интернет не ограничен количеством полос, его лента новостей постоянно обновляется, поэтому с каждым годом значение заголовка лишь только увеличивается» [4, с. 226].

Среди основных функций газетного заголовка называют номинативную, информативную и рекламную. В качестве факультативной, но стилистически маркированной выделяется экспрессивная функция – передающая не нейтральную коннотацию, а оценку и / или эмоцию с помощью языковых средств. Чтобы конкретизировать данный тезис, важно определить понятие «экспрессивность». Исследователь экспрессивного синтаксиса Г. И. Шпарева обобщила взгляды на экспрессивность видных лингвистов Ш. Балли, О. С. Ахмановой, В. В. Виноградова, В. А. Звегинцева, Е. М. Галкиной-Федорук, В. И. Шаховского, И. В. Арнольда, Г. А. Копниной, А. П. Сковородникова, И. Б. Голуб и дала наиболее емкую дефиницию этого понятия: «экспрессивность в широком ее понимании – это лингвистическая категория, психофизиологической основой которой являются эмоции и чувства человека, заключающая в себе языковое выражение эмоций, чувств, отношения и эмоциональной оценки с целью сознательного и целенаправленного усиленного воздействия на реципиента» [16, с. 150]. «Экспрессивность изменяет эмоциональное состояние носителя языка, влияя таким образом на его целенаправленную деятельность» [11, с. 20]. Именно поэтому «экспрессивную функцию языка определяют и как функцию прагматическую» [3, с. 6].

Современный подход медиастилистики основывается на доминирующем положении заголовков информативных и экспрессивных. Нас интересуют последние – стилистически маркированные заголовки, поскольку в интернет-пространстве они, во-первых, «нацелены на создание стилистического эффекта, вызывающего интерес адресата и заставляющего его кликать, чтобы развернуть полный текст; апеллируют к эмоциям: чувству юмора, эстетическому чувству, любопытству; помогают бороться за аудиторию, увеличивать рейтинги и создавать свой особый, узнаваемый стиль, чтобы отстроиться от конкурентов» [9, с. 41–42], во-вторых, по своей природе присущи информационно-аналитическим материалам, публикуемым в качественных изданиях. Подчеркивая особый характер экспрессивности языка СМИ, Г. Я. Солганик утверждает, что «экспрессивно значимы все языковые средства, поскольку все они воплощают публицистическую идею» [13, с. 784–785]. Что касается понятия «экспрессивная синтаксическая конструкция», то под ним вслед за Л. А. Абукаевой мы подразумеваем «структуры, отражающие эмоциональные реакции и волевые усилия говорящего (пишущего), усиливающие оценочность и выразительность высказывания, способные подчеркивать, акцентировать мысль в силу их противопоставленности структурам нейтрального синтаксиса» [1, с. 52].

В качестве объекта сопоставительного исследования мы выбрали такое экспрессивное синтаксическое средство, как вопросительные конструкции. В позиции сетевого газетного заголовка они встречались нам в разных вариантах во всех рассматриваемых нами изданиях. По мнению М. А. Улановой, вопросительный заголовок является самым удачным способом вовлечения человека в коммуникацию: он «запускает основной механизм ума – поиск информации для ответа» [15, с. 96].

Прежде чем перейти к анализу практического материала, уточним способы выражения вопроса в русском, чувашском и английском языках.

В русском языке вопросительность достигается с помощью *вопросительных местоименных слов* (кто, что, какой, чей, сколько и т. д.), *вопросительных частиц* (ли, не ... ли, что, разве, неужели, что если, правда, не правда ли и т. п.) и *вопросительной интонации* (голосом выделяется главное слово в вопросе).

В чувашском языке к основным средствам выражения вопроса относятся *вопросительные местоименные слова* (мён, кам, а́ста, хăсан и др.), *вопросительные частицы* (-и, -ши), а также *позиционные и интонационные средства*. Вопросительные слова обычно ставятся перед сказуемым. Вопросительные частицы располагаются в постпозиции к сказуемому и пишутся через дефис.

В английском языке вопросительность выражается несколькими способами: в виде *общего вопроса* (начинается со вспомогательного или модального глагола и предполагает краткий утвердительный или отрицательный ответ), *специального вопроса* (начинается с вопросительного слова и требует развернутого ответа), *вопроса к подлежащему* (начинается со слов who или what, которые заменяют подлежащее; такая вопросительная конструкция не предполагает изменения порядка слов, как при общем или специальном видах вопроса), *альтернативного вопроса* (подразумевает выбор между двумя альтернативами) и *разделительного вопроса* (разделен запятой на две части, одна из которых представлена повествовательным предложением, а другая, следующая за ней, – кратким общим вопросом-«хвостиком»).

По мнению исследователя экспрессивной пунктуации Л. А. Будниченко, «способность экспрессивного вопроса к активному привлечению внимания слушателя и даже побуждению его к действию основана не столько на его синтаксической структуре, сколько на особенностях его интонации, что кодируется в письменной речи прежде всего вопросительным знаком» [2, с. 210]. Во всех трех разноструктурных языках вопросительная конструкция, как правило, оформляется пунктуационно: в конце предложения ставится вопросительный знак.

В современной литературе, посвященной анализу синтаксических моделей вопросительных конструкций, выдвигают несколько подходов к определению групп, видов и форм вопросительных предложений. Наиболее полную классификацию, учитывающую особенности структуры и семантики вопросительного предложения, его стилистического употребления и роли в коммуникативном акте, представил А. А. Стрельцов. Сделав обширный обзор литературы, он разделил вопросительные предложения следующим образом: *«по содержанию* (прямые и косвенные вопросы, открытые и закрытые вопросы, парафразы и суггестивные вопросы); *в зависимости от характера вопроса и типа ответа* (оценочный, он же общий, как вариант – модальный вопрос и альтернативный вопрос; определительный, он же специальный; подтвердительный, – близок к английскому разделительному и «удостоверительному» вопросам, представляет собой повествовательное предложение, произнесенное с вопросительной интонацией и оформленное знаком препинания; риторический вопрос); *относительно цели постановки вопросов* (заключительный, альтернативный, вопрос-наступление, вопрос-ответ, вопрос-приказ, встречный вопрос, начальный вопрос, контрольный вопрос, вопрос, имеющий целью выяснить мнение, денежный вопрос, вопрос, имеющий целью выяснить мотив поведения, мотивационный вопрос, вопрос о практической ценности, риторический вопрос, вопрос-масштабирование» [14, с. 39–40] и др.

В ходе исследования методом сплошной выборки мы собрали картотеку экспрессивных вопросительных заголовков информационно-аналитических материалов, размещенных на сайтах качественных изданий «Ведомости», «Известия», «Хыпар», «The Times» и «The Guardian». Затем на основе общих и отличительных особенностей разносистемных языков выделили 6 ключевых синтаксических моделей экспрессивных вопросительных

конструкций (ЭВК) в позиции сетевого газетного заголовка на русском, чувашском и английском языках. Рассмотрим каждую модель по порядку.

1. ЭВК с вопросительным словом и без вопросительного знака.

Данные вопросительные заголовки – одни из самых популярных в сетевой коммуникации за 2019–2021 гг. Их авторы придерживаются грамматических правил построения вопросительных предложений, однако не ставят на конце вопросительный знак. Такие конструкции в позиции сетевого газетного заголовка встречаются только в российских и британских изданиях. В чувашском «Хыпар» за рассматриваемый период они отсутствуют. Мы объясняем это особой традицией журналистов чувашской печати: формулировать заголовки исключительно в соответствии с нормами грамматики чувашского языка.

Верно подмечает А. С. Попов: «Даже при отсутствии вопросительного знака такие предложения легко допускают вопросительное понимание. И эта “скользящая” вопросительность придает им особую экспрессивность, которая отсутствует в предложениях с обычным указательным местоимением. Повествовательные предложения указанного типа тесным образом связаны с вопросом: они подчеркивают, что в статье дается именно ответ на возможный вопрос с тем же, но вопросительным местоимением» [12, с. 107]. Исследователь называет такие конструкции «осколочными» и считает их изолированными придаточными. На наш взгляд, их экспрессивность достигается интонационно, самой конструкцией с вопросительным словом и отсутствием вопросительного знака. Такие вопросительные сетевые заголовки выделяются в новостной ленте и / или поисковой выдаче, привлекают внимание читателей своей структурой и побуждают их ознакомиться с содержанием озаглавливаемого материала, например:

– *How Meghan sister's paparazzi plot failed.* – *Как провалился заговор папарацци сестры Меган* (The Times, 04 февраля 2021);

– *How to salvage children's wrecked education.* – *Как спасти разрушенное образование детей* (The Times, 21 января 2021);

– *Как агрохолдинги меняют сельское хозяйство* (Ведомости, 22 января 2019);

– *Какой след в истории Москвы оставил Юрий Лужков* (Ведомости, 11 декабря 2019);

– *Почему в российской аспирантуре так мало защит* (Ведомости, 14 января 2019);

– *Почему диплом юриста не стал профессиональным фильтром* (Ведомости, 24 января 2019);

– *Когда праздники убивают* (Ведомости, 09 января 2019).

Данные заголовки начинаются с вопросительных слов «как», «какой», «когда», «почему» и, как правило, содержат мнения и оценки журналистов, выраженные, как в наших примерах, лексемами «failed» (провалился), «wrecked» (разрушенное), «так мало», «убивают» и т. п. Причем вопросительные слова «как» и «какой» тоже предполагают оценочную информацию (по шкале «хороший / плохой»). Данные ЭВК могут выражать такие интенции авторов заголовков, как сомнение, пренебрежение, недовольство и т. п. Своим экспрессивным потенциалом они сосредоточивают внимание читателя на конкретной проблеме и позволяют журналисту поделиться своим взглядом на нее, обосновать свою позицию и убедить в чем-то.

2. ЭВК с вопросительным словом и вопросительным знаком.

Любопытно, что мы не обнаружили ни одной ЭВК с вопросительным словом и вопросительным знаком в заголовках российских изданий. Как правило, русскоязычные сетевые газетные заголовки представлены синтаксической моделью, рассмотренной в предыдущем пункте. Однако в чуваше- и англоязычных заголовках данные ЭВК встречаются регулярно:

– *Инстаграмри чап мёнрен килет?* – *От чего зависит известность в Инстаграме?* (Хыпар, 20 марта 2020);

– «Ясар ташиине» ташилама Каҗалсене мён хавхалантарать? – Что вдохновляет комсомольских танцевать «блудный танец»? (Хыпар, 07 февраля 2020);

– *Where are all the great thinkers of our time?* – Где все великие мыслители нашего времени? (The Times, 04 февраля 2021);

– *Why are schools across the UK reopening on different dates?* – Почему школы по всей Великобритании вновь открываются в разные даты? (The Guardian, 03 февраля 2021);

– *When will Boris Johnson stop giving Covid variants a sporting chance?* – Когда Борис Джонсон перестанет давать разновидностям ковида шанс на победу? (The Guardian, 26 января 2021).

ЭВК с вопросительным словом и вопросительным знаком используются не только в первичной функции (дать ответ на поставленный вопрос), но и во вторичной, экспрессивной. В таком случае читатель становится сомышленником автора, его воображаемым союзником или оппонентом. Данные ЭВК создают ситуацию диалогичности, сокращают дистанцию между адресантом и адресатом сообщения, передаваемым заголовком, и, конечно, эмоционально-оценочно предвзвешивают ответ на поставленный вопрос.

3. ЭВК с двоеточием.

Рассматриваемая модель представляет собой двухчастный заголовок, состоящий из усеченных конструкций: повествовательной и вопросительной, где обе дополняют друг друга, в результате чего заголовок приобретает особый экспрессивный характер. В заголовках на чувашском и английском языках конструкция оформляется вопросительным знаком, на русском – нет.

С помощью двухчастной структуры автор заголовка интригует аудиторию. В первую часть он закладывает прецедентный феномен, вызывающий эмоциональную реакцию читателя, а во второй – в изолированном придаточном – формулирует конкретный вопрос:

– *Игра на триллион: почему букмекеров так сложно вывести из тени* (Ведомости, 14 февраля 2020);

– *Детский запрос: как будет работать фонд помощи маленьким пациентам* (Известия, 05 января 2021);

– *Песок и сено: как театры ставят классику в условиях эпидемии* (Известия, 06 января 2021);

– *Квартирный спрос: какие апартаменты признают жильем* (Известия, 07 января 2021);

– *Вера и надежда: как россияне встретили Рождество* (Известия, 07 января 2021);

– *В добром здравии: как сельское хозяйство России пережило эпидемию* (Известия, 08 января 2021);

– *Срок поджимают: зачем запускают импичмент против Трампа* (Известия, 11 января 2021);

– *A year of Covid: what have we learnt?* – Год с ковидом: чему мы научились? (The Times, 01 февраля 2021).

Кроме того, данная ЭВК используется для указания в первой части названия постоянной рубрики, а во второй – затрагиваемой в ее рамках очередной проблемы. Например, на сайте издания «The Guardian» есть рубрика «Behind the numbers» (Что говорят числа), которая раскрывает смысл цифровых значений, часто фигурирующих в СМИ. Журналисты выносят название рубрики в заголовок и после двоеточия размещают актуальный вопрос. Такая структура является подчеркнута экспрессивной:

Behind the numbers: what does it mean if a Covid vaccine has 90 % efficacy? – Что говорят числа: что это значит, если вакцина от ковида имеет 90 % эффективности? (The Guardian, 01 февраля 2021).

Аналогичным образом журналисты применяют ЭВК с двоеточием для цитирования вопросительного высказывания героя публикации по образцу «Автор высказывания: Цитата вопросительного характера». Ср. один из заголовков на сайте издания «Хыпар»:

Виталий Станьял: *Ашти тусан пирён үте хуратнă?* – Виталий Станьял: *Какая пыль наше тело запачкала?* (Хыпар, 28 февраля 2020).

О вопросах, являющихся частью чужой речи, в сетевых газетных заголовках пишет исследователь Я. Е. Каневская: «В этих случаях вопросительные конструкции передают эмоции цитируемого автора, его отношение к тому, о чем говорится. Такой заголовок выполняет одновременно функции экспрессивной вопросительной конструкции и цитаты. Вопрос, заданный экспертом, интригует аудиторию и усиливает ее интерес к публикации» [8, с. 149].

4. ЭВК в виде вопросно-ответной формы.

Экспрессивные вопросно-ответные конструкции в позиции сетевого газетного заголовка характерны исключительно для британских качественных изданий. В заголовках на русском и чувашском языках 2019–2021 гг. такие структуры не обнаружены. Они заостряют внимание пользователя благодаря тому, что состоят из двух предложений: вопросительного и повествовательного. В первом из них заключен вопрос, во втором – эмоционально-оценочный ответ с уточнением некоторых деталей:

– *What can doctors do for your back pain? Not as much as you can.* – *Что могут сделать врачи от вашей боли в спине? Не так много, как можете вы* (The Guardian, 03 февраля 2020);

– *Isn't knit amazing? Green machine that spins old clothes into new.* – *Разве вязание не удивительно? Зеленая машина, которая превращает старую одежду в новую* (The Times, 03 января 2021);

– *Will robots make doctors obsolete? Nothing could be further from the truth.* – *Роботы заменят врачей? Нет утверждения, более далекого от истины* (The Guardian, 21 января 2020);

– *How to make sense of Sunak's plans? They're about politics, not the economy.* – *Как разобраться в планах Сунака? Они касаются политики, а не экономики* (The Guardian, 25 ноября 2020).

Согласимся с А. Ю. Исаевой в том, что «газетные заголовки, состоящие из двух предложений, обладают повышенным эмоциональным воздействием на адресата. Речевое построение данных заголовков свойственно разговорному стилю. Создается впечатление, что между автором статьи и читателем складывается диалог» [7, с. 104].

5. ЭВК с разделительным союзом «или».

Вопросительные сетевые газетные заголовки, содержащие разделительный союз «или», помогают журналистам выразить разные интенции и добиться нужного им прагматического эффекта. Например, дать негативную оценку одному из двух рассматриваемых явлений или заставить читателя усомниться в своих убеждениях по конкретному вопросу:

– *Ылтăн чăх сăмарти, е Ашта йӱнӱрех тавар туйанма пулать?* – *Золотые куриные яйца, или где можно купить более дешевый товар?* (Хыпар, 18 января 2019);

– *Ертӱсӱсем ӗненӗ-и е хай яваплăха туйса тӑнӑ-и?* – *Руководители верили или чувствовали ответственность?* (Хыпар, 18 февраля 2020);

– *Хамӑрӑн йӑла-йӱркене пӗлменни, е Хаваслăх шыраса юттине кӑмӑллатпӑр-и?* – *Незнание своих традиций, или в поисках радости предпочитаем чужое?* (Хыпар, 15 января 2019);

– *Is mass Covid testing a help or a hindrance?* – *Массовое тестирование на ковид – это помощь или помеха?* (The Times, 01 января 2021);

– *Stay or go? The future of UK judges in Hong Kong.* – *Остаться или уйти? Будущее британских судей в Гонконге* (The Times, 28 января 2021).

У аудитории создается ощущение противоречивости прочитанного. Автор конструирует заголовки таким образом, чтобы читатель уже в момент прочтения заголовка

согласился с его точкой зрения на проблему. Экспрессивность обеспечивается антитезой двух явлений, сочетаемых в рамках одной конструкции с помощью «или».

6. ЭВК с частицей «ли».

Такие синтаксические модели также называют «ли-вопросы». «Ли» в чувашском языке выражается вопросительными частицами «-и» или «-ши», а в английском языке – структурой разделительного вопроса. В нашей картотеке сетевых газетных заголовков, охватывающих временные рамки исследования, нет английских разделительных вопросов (видимо, пока они не востребованы среди авторов несмотря на экспрессивность структуры), однако в заглавиях на русском и чувашском языках содержится немало «ли-вопросов»:

– *Шупашкар чăваш хули пулайё-ши?* – Будут ли Чебоксары чувашским городом? (Хыпар, 29 января 2019);

– *Чăваш чĕлхи 201-мĕш пулмĕ-и?* – Не будет ли чувашский язык 201-м? (Хыпар, 10 марта 2020);

– *Тарçă тытăкан ăру çитĕнмĕ-ши?* – Не вырастет ли поколение, которое будет держать слуг? (Хыпар, 04 августа 2020);

– *Готово ли российское здравоохранение к борьбе с коронавирусом* (Ведомости, 09 апреля 2020).

Вопросительные конструкции с частицей «ли» экспрессивны благодаря структуре и заложенному в ней намерению журналиста выразить желаемый категорично утвердительный или отрицательный ответ, легко «считываемый», воспринимаемый интернет-аудиторией.

Выводы. В ходе лингвистической экспертизы практического материала за 2019–2021 гг. мы убедились, что вопросительная конструкция является эффективным средством выражения экспрессивности в сетевом газетном заголовке. В результате сбора и анализа заголовков информационно-аналитических материалов сетевых версий качественных изданий на русском, чувашском и английском языках выявлены и сопоставлены лежащие в их основе экспрессивные вопросительные конструкции. Нами определены 6 ключевых синтаксических моделей:

- 1) ЭВК с вопросительным словом и без вопросительного знака;
- 2) ЭВК с вопросительным словом и вопросительным знаком;
- 3) ЭВК с двоеточием;
- 4) ЭВК в виде вопросно-ответной формы;
- 5) ЭВК с разделительным союзом «или»;
- 6) ЭВК с частицей «ли».

Выдвинутые синтаксические модели подчеркнута экспрессивны в позиции сетевого газетного заголовка на разных языках по-своему. На сайтах русскоязычных изданий «Ведомости» и «Известия» чаще встречаются заголовки в виде ЭВК с вопросительным словом и без вопросительного знака, ЭВК с двоеточием и ЭВК с частицей «ли». Заголовки сетевой версии чувашезычной газеты «Хыпар» в основном представлены ЭВК с вопросительным словом и вопросительным знаком, ЭВК с двоеточием, ЭВК с разделительным союзом «или» и ЭВК с частицей «ли». Журналисты англоязычных изданий «The Times» и «The Guardian» в качестве сетевого газетного заголовка используют все рассмотренные синтаксические модели, кроме ЭВК с частицей «ли». Данные особенности свидетельствуют об экспрессивных ресурсах синтаксиса и пунктуации разноструктурных языков, в частности, их лингвистических традициях, которые находят отражение в современных медиатекстах.

Важно отметить, что экспрессивность сетевого газетного заголовка во всех рассматриваемых нами языках тесно связана с прагматическим эффектом медиатекстов.

Журналисты с помощью экспрессивных средств и приемов создают особый оценочный фон заголовка, закладывают в него свои интенции с целью привлечь внимание массовой аудитории к определенной проблеме, установить с ней контакт, вызвать эмоциональную реакцию, убедить в чем-то и в итоге повлиять на ее восприятие и индивидуальные позиции. Выделенные нами синтаксические модели экспрессивных вопросительных конструкций играют значительную роль в этом процессе. Таким образом, в условиях активных информационных войн и манипулирования общественным сознанием сопоставительные исследования экспрессивных возможностей разносистемных языков обретают не только лингвистическую, но общесоциальную значимость.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Абукаева Л. А.* Экспрессивные синтаксические конструкции в марийском языке : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.22. – Йошкар-Ола, 2005. – 320 с.
2. *Будниченко Л. А.* Суггестивное воздействие в публицистическом дискурсе // Вестник Чувашского университета. – 2012. – № 1. – С. 206–211.
3. *Будниченко Л. А.* Экспрессия многоточия в медиатекстах : учеб. пособие. – Чебоксары : Изд-во Чуваш. ун-та, 2014. – 60 с.
4. *Гаврилов А. Д., Иванова А. М.* Отличительные особенности заголовка сетевого издания // Ашмаринские чтения : сб. ст. XII Междунар. науч.-практ. конф. – Чебоксары, 2020. – С. 224–226.
5. *Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика: теория, методы, направления. – М. : КДУ, 2020. – 178 с.
6. *Дускаева Л. Р.* Медиалингвистика в России: становление структуры и векторы развития // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2018. – № 6. – С. 48–74.
7. *Исаева А. Ю.* Синтаксис газетного заголовка: экспрессия и прагматика // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2016. – № 4. – С. 102–108.
8. *Каневская Я. Е.* Прагматический потенциал вопросительных конструкций в заголовке публицистического текста (на материале интернет-СМИ) // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. – 2016. – № 4 (13). – С. 148–153.
9. *Клушина Н. И., Николаева А. В.* Введение в интернет-стилистику : учебник. – М. : Флинта, 2020. – 240 с.
10. *Лютая А. А.* Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. – Волгоград, 2008. – 164 с.
11. *Маслова В. А.* Лингвистический анализ текста. Экспрессивность : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / под ред. У. М. Бахтиреевой. – М. : Юрайт, 2008. – 201 с.
12. *Попов А. С.* Синтаксическая структура современных газетных заголовков и ее развитие // Развитие синтаксиса современного русского языка / под ред. Н. С. Поспелова и Е. А. Иванчиковой. – М. : Наука, 1966. – С. 95–126.
13. *Солганик Г. Я.* Язык средств массовой информации // Эффективное речевое общение (базовые компетенции) : словарь-справочник. Электронное издание / под ред. А. П. Сковородникова. – Красноярск : Изд-во Сибирского федерального университета, 2014. – С. 784–785.
14. *Стрельцов А. А.* О типах вопросительных предложений // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. – 2016. – № 3. – С. 38–51.
15. *Уланова М. А.* Интернет-журналистика: практическое руководство. – М. : Аспект Пресс, 2014. – 238 с.
16. *Шпарева Г. И.* О понятии «экспрессивный синтаксис» // Ашмаринские чтения : сб. ст. XII Междунар. науч.-практ. конф. – Чебоксары, 2020. – С. 149–151.

Статья поступила в редакцию 18.02.2021

REFERENCES

1. *Abukaeva L. A.* Ekspressivnye sintaksicheskie konstruktсии v mariiskom yazyke : dis. ... d-ra filol. nauk : 10.02.22. – Ioshkar-Ola, 2005. – 320 s.
2. *Budnichenko L. A.* Suggestivnoe vozdeistvie v publitsisticheskom diskurse // Vestnik Chuvashskogo universiteta. – 2012. – № 1. – S. 206–211.
3. *Budnichenko L. A.* Ekspressiya mnogotochiya v mediatekstakh : ucheb. posobie. – Cheboksary : Izd-vo Chuvash. un-ta, 2014. – 60 s.

4. *Gavrilov A. D., Ivanova A. M.* Otlichitel'nye osobennosti zagolovka setevogo izdaniya // Ashmarinskie chteniya : sb. st. XII Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Cheboksary, 20 noyabrya 2020 g.). – Cheboksary, 2020. – S. 224–226.
5. *Dobrosklonskaya T. G.* Medialingvistika: teoriya, metody, napravleniya. – M. : KDU, 2020. – 178 s.
6. *Duskaeva L. R.* Medialingvistika v Rossii: stanovlenie struktury i vektory razvitiya // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika. – 2018. – № 6. – S. 48–74.
7. *Isaeva A. Yu.* Sintaksis gazetnogo zagolovka: ekspressiya i pragmatika // Izvestiya Yuzhnogo federal'nogo universiteta. Filologicheskie nauki. – 2016. – № 4. – S. 102–108.
8. *Kanevskaya Ya. E.* Pragmaticheskii potentsial voprositel'nykh konstruksii v zagolovke publitsisticheskogo teksta (na materiale internet-SMI) // Vestnik RGGU. Seriya: Literaturovedenie. Yazykoznanie. Kul'turologiya. – 2016. – № 4 (13). – S. 148–153.
9. *Klushina N. I., Nikolaeva A. V.* Vvedenie v internet-stilistiku : uchebnik. – M. : FLINTA, 2020. – 240 s.
10. *Liyutaya A. A.* Sovremenniy gazetnyy zagolovok: struktura, semantika, pragmatika : dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.01. – Volgograd, 2008. – 164 s.
11. *Maslova V. A.* Lingvisticheskii analiz teksta. Ekspressivnost' : ucheb. posobie dlya bakalavriata i magistratury / pod red. U. M. Bakhtikireevoi. – M. : Izd-vo Yurait, 2008. – 201 s.
12. *Popov A. S.* Sintaksicheskaya struktura sovremennykh gazetnykh zaglavii i ee razvitie // Razvitie sintaksisa sovremennoy russkogo yazyka : pod red. N. S. Pospelova i E. A. Ivanchikovoi. – M. : Nauka, 1966. – S. 95–126.
13. *Solganik G. Ya.* Yazyk sredstv massovoi informatsii // Effektivnoe rechevoe obshchenie (bazovye kompetentsii). Slovar'-spravochnik. Elektronnoe izdanie pod red. A. P. Skovorodnikova. – Krasnoyarsk : Izd-vo Sibirskogo federal'nogo universiteta, 2014. – S. 784–785.
14. *Strel'tsov A. A.* O tipakh voprositel'nykh predlozhenii // Vestnik PNIPU. Problemy yazykoznaniya i pedagogiki. – 2016. – № 3. – S. 38–51.
15. *Ulanova M. A.* Internet-zhurnalistika: prakticheskoe rukovodstvo. – M. : Aspekt Press, 2014. – 238 s.
16. *Shpareva G. I.* O ponyatii «ekspressivnyi sintaksis» // Ashmarinskie chteniya: sb. st. XII Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Cheboksary, 20 noyabrya 2020 g.). – Cheboksary, 2020. – S. 149–151.

The article was contributed on February 18, 2021

Сведения об авторе

Гаврилов Артем Дмитриевич – аспирант кафедры чувашской филологии и культуры Чувашия государственного университета имени И. Н. Ульянова, г. Чебоксары, Россия; e-mail: artmaster28@rambler.ru

Author information

Gavrilov, Artem Dmitrievich – Post-graduate Student, Department of Chuvash Philology and Culture, I. Ulyanov Chuvash State University, Cheboksary, Russia; e-mail: artmaster28@rambler.ru