

Научная статья

УДК 81.42

DOI: 10.18384/2949-5075-2024-3-54-68

ОСОБЕННОСТИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ЗАГоловков передовых статей КИТАЕЯЗЫЧНЫХ СЕТЕВЫХ ИЗДАНИЙ

Садовникова О. Н.

Иркутский государственный университет, 664025, г. Иркутск, ул. Карла Маркса, д. 1,
Российская Федерация

Поступила в редакцию 25.09.2023

После доработки 23.02.2024

Принята к публикации 27.02.2024

Аннотация

Цель. Проанализировать особенности организации и эффективного конструирования заголовков передовых статей интернет-версий печатных СМИ КНР с точки зрения реализации в них воздействующей и аттрактивной функций.

Процедура и методы. Методология анализа главным образом опирается на положения лингвоаксиологического анализа, основанного на использовании метода интерпретации, контекстуального анализа и метода когнитивного моделирования. Для достижения задач применялись также базовые методы научного познания: наблюдение, сравнение, классификация, обобщение, метод сплошной выборки, инференция, количественный анализ.

Результаты. Автор определяет тип заголовков на основе использования механизмов аттракции, устанавливает процентное соотношение использования способов конструирования заголовков. Делается вывод о преобладании на страницах китайских газет передовых заголовков с фокализацией традиционных ценностей (успех, счастье, мир, безопасность, единство, патриотизм) и ценностных смыслов нового времени (инновации, прогресс, развитие, модернизация).

Теоретическая и практическая значимость. Результаты проведённого исследования вносят определённый вклад в проблему эффективного конструирования заголовков передовых статей. Результаты исследования могут быть использованы при разработке курсов по общему языкознанию, семиотике коммуникации, лингвистике дискурса, медиалогии и журналистике.

Ключевые слова: аттрактивность, заголовок, интернет-СМИ, медийное коммуникативное пространство, передовая статья, ценности

Для цитирования:

Садовникова О. Н. Особенности конструирования заголовков передовых статей китайских сетевых изданий // Вопросы современной лингвистики. 2024. № 3. С. 54–68. <https://doi.org/10.18384/2949-5075-2024-3-54-68>

Original research article

THE HEADLINE DESIGN FEATURES OF CHINESE-LANGUAGE ONLINE PUBLICATIONS

O. Sadovnikova

Irkutsk State University, ulitsa Karla Marksa 1, Irkutsk 66402, Russian Federation

Received by the editorial office 25.09.2023

Revised by the author 23.02.2024

Accepted for publication 27.02.2024

Abstract

Aim. To analyse the features of the organisation and effective design of the headlines of leading articles in the Internet versions of the largest print media in China in terms of their implementation of influential and attractive functions.

Methodology. The methodology of the analysis is based in particular on the concepts of linguistic-axiological analysis based on the use of the method of interpretation, contextual analysis and the method of cognitive modelling. The basic methods of scientific cognition are also used to implement the research intentions: observation, comparison, classification, generalisation, continuous sampling method, inference, quantitative analysis.

Results. The author determines the type of headlines based on the use of attraction mechanisms, sets the percentage ratio of the use of headline construction methods. The conclusion is made about the prevalence of advanced headlines on the pages of Chinese newspapers, with a focus on the traditional (success, happiness, peace, security, unity, patriotism) and value meanings of new time (innovation, progress, development and modernisation).

Research implications. The results of the study make a certain contribution to the problem of effective construction of headlines of advanced articles. The results of the study can be used in the development of courses on semiotics of communication, linguistics of discourse, media studies and journalism.

Keywords: attractiveness, headline, Internet media, leading article, media communication space, values

For citation:

Sadovnikova, O. N. (2024). The headline design features of Chinese-language online publications. In: *Key Issues of Contemporary Linguistics*, 3, pp. 54–68. <https://doi.org/10.18384/2949-5075-2024-3-54-68>

Введение

В медийном аксиологически параметризованном открытом коммуникативном пространстве продвигается точка зрения, позиция, мнение говорящего посредством аргументации / контраргументации наиболее значимых ценностных смыслов в целостной траектории дискурсивизации. В современную цифровую

эпоху информационных войн пересечение различных точек зрения, позиций относительно того или иного объекта референциального мира происходит в условиях борьбы за публичного адресата с целью оказания максимального воздействия на слушателя, результатом которого являет некий «отпечаток, след, в сознании человека в виде оценок, мнений,

субъективного восприятия» [1, с. 20]. Такого рода конкурентность, агональность в медийном коммуникативном пространстве подразумевает креативность при конструировании новостных заголовков в СМИ с целью наделения профилируемой информации качеством событийности [2, с. 3520].

Заголовок в сетевых медиасервисах является полифункциональным, стержневым элементом статьи, так как наряду с номинацией, информированием, графическим выделением материала, одной из главных его функций является продвижение статьи в медиапространстве и привлечение внимания аудитории для дальнейшего перехода по ссылке и более детального изучения новостного материала. В связи с этим заголовки публикаций должны обладать свойствами аттрактивности для оказания максимального первичного воздействия на потенциального массового адресата, активизации его воображения и повышения мотивации к прочтению статьи. Высокая кликабельность заголовков и последующий репост повышает рейтинг новости в открытом медийном сетевом пространстве и тем самым способствует продвижению актуальной новостной повестки, позиции, мнения, ценностных ориентиров, играет важную роль в обеспечении конкурентоспособности новостного интернет-издания в условиях мультиплицированности информации.

Конструирование новостных заголовков в цифровом пространстве СМИ изучалось с точки зрения реализации в заголовках прагматической функции [3], использования лексических и стилистических средств для привлечения внимания читателя [4] и стратегий привлечения внимания при конструировании заголовка [5]. Вместе с тем открытым и дискуссионным остаётся проблема эффективности конструирования новостных заголовков, решение которой видится в разработке «умной технологии настройки» медийного дискурса [6], из-

учении наиболее аттрактивных способов структурирования новостных заголовков, а также учёте некоторых лингвокультурных особенностей конструирования заголовков, способствующих продвижению той или иной новости. Актуальным представляется изучение особенностей конструирования заголовков передовых статей китайских СМИ, которые напрямую контролируются государством и отражают аксиосферу представителей китайской лингвокультуры. Статья ставит целью выявить и раскрыть некоторые характеристики и базовые инструменты конструирования заголовков китайских СМИ, обладающих способностью активизировать и ориентировать когнитивную систему потенциального потребителя информации, а также произвести классификацию заголовков передовых статей с точки зрения использования механизмов аттракции в заголовке.

Под аттракцией понимается лингвокогнитивный механизм прерывания семантической когерентности (инерционности сознания), приводящий к активизации дискурсивного мышления адресата [7]. В качестве аттрактора выступают структуры дискурса, способствующие данному процессу активизации дискурсивного мышления: привлечению внимания, логическому осмыслению и переосмыслению, эмоциональной вовлечённости. Механизм аттракции и тип аттракции основан на выделении (профилировании) особо значимого смысла в аттракторе, обладающего новизной, прямой апелляцией к ценности, неожиданностью. Аттрактор служит для упорядочивания понимания сущности референциальной ситуации, возводит понимание к сущностным, значимым смыслам. Тип аттрактора «продвигающих текстов» [8, с. 72], к которым относится и заголовок, связан со способом его структурирования. Это может быть структура дискурса, содержащая аксиологему – профилирование и прямую апелляцию к ценности; это может

быть структура, конструирующая диалогичность или квазидиалогичность (перформансность); это может быть людическая структура, основанная на языковой игре и т. д. Возможны и комбинирования типов аттракторов на общей основе выделения особо значимого смысла.

Характеристика сетевых СМИ континентального Китая

Исследование проведено по материалам передовых заголовков китайязычных новостей, отобранных из интернет-изданий наиболее популярных СМИ континентального Китая разного характера в период с 15 марта по 3 мая 2023 года в количестве 150 примеров. В анализ вошли заголовки передовых статей партийного агентства новостей «*人民网*»¹, государственной службы новостей «*中国新闻网*»², государственного агентства новостей «*新华网*»³. Данные газеты являются крупнейшими сетевыми изданиями в Китае и освещают новости по всему миру на нескольких языках. «*人民网*» – интернет-версия официального печатного издания Центрального комитета Коммунистической партии Китая «*Жэньминь жибао*» выходит ежедневно на 14 языках, входит в топ-10 самых влиятельных газет в мире, статьи затрагивают широкий спектр вопросов политики, экономики и культурной жизни Китая и всего мира. Данное издание способствует формированию общественного мнения в КНР и доносит до массового слушателя курс, ценностные и идеологические установки китайского правительства и Коммунистической партии Китая. Служба новостей Китая «*中国*

新闻社» находится под контролем Рабочего отдела Объединённого фронта Коммунистической партии Китая, освещает новости по всему миру и ориентируется по большей части на целевую аудиторию китайцев, проживающих на Тайване, в Макао и Гонконге, а также зарубежом. Информационное агентство «*Синьхуа*» (*新华网*) является одним из главных СМИ КНР и выступает источником всех новостей КНР и мировых новостей о КНР, его главной задачей является пропаганда КПК и распространение её точки зрения. Выбор данных изданий в качестве источников материала исследования обусловлен тем, что они являются наиболее крупными государственными изданиями единой идеологической направленности, в которых конструируются образы событий, геополитических субъектов, а также опосредованно «конструируется» нужная правящей партии оценка [9, с. 52], и часто при публикации наиболее важных и значимых новостей эти издания дублируют заголовки и новостные сообщения друг друга. Практически полный государственный контроль китайских средств массовой информации обусловлен наличием угрозы, по мнению Китайских властей, для стабильности со стороны глобализации мирового информационного пространства. Переход медиаресурсов в частые руки рассматривается «как прямая угроза культурно-цивилизационной идентичности китайского народа» [10, с. 73]. Анализируемые государственные СМИ с одной стороны конструируют единое видение референциальной проблемной ситуации, транслируют одну и ту же точку зрения, мнение и оценку событий, с другой стороны в этих условиях сложнее конкурировать с друг другом, поэтому в качестве передовых статей в данных изданиях часто публикуются идеологическо-аналитические статьи идеологического характера.

¹ 人民网 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.people.com.cn/> (дата обращения: 20.08.2023). Далее – 人民网.

² 中国新闻网 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.chinanews.com.cn/> (дата обращения: 20.08.2023). Далее – 中国新闻网.

³ 新华网 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.xinhuanet.com/> (дата обращения: 20.08.2023). Далее – 新华网.

Текстовая организация заголовков передовых статей

Новостные заголовки передовых статей китайязычных новостных изданий располагаются в верхней части экрана и выделяются самым крупным на странице полужирным шрифтом. Для анализа ежедневно отбирался один заголовок ведущей передовой статьи из каждого

онлайн-издания. Таким образом, общее количество заголовков составило 150, то есть 50 заголовков от каждого из трёх государственных онлайн-медиа. Заголовки передовых статей в рассматриваемых сетевых изданиях часто дублируются, частотность совпадения новостных заголовков представлена на рис. 1.

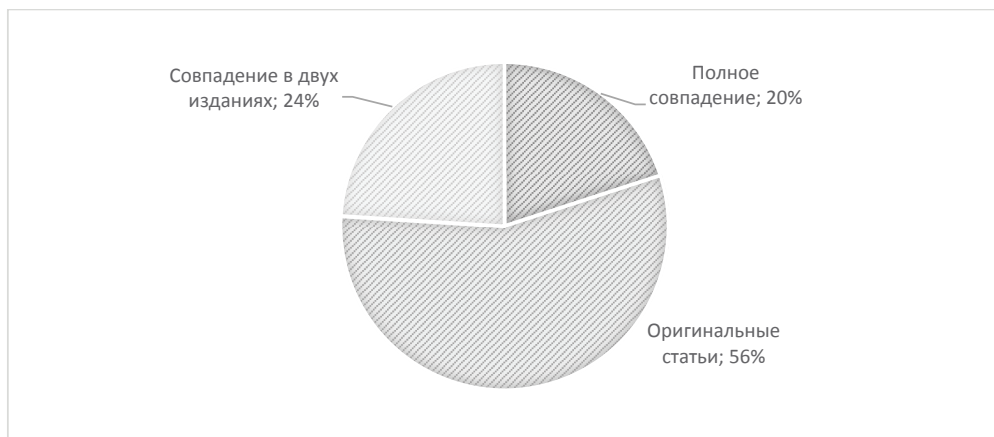


Рис. 1 / Fig. 1. Процентное соотношение совпадений заголовков передовых статей за период с 15.03.2023 по 03.05.2023 / Percentage of headline matches of leading articles for the period from 15.03.2023 to 03.05.2023

Источник: данные автора

На рис. 1. видно, что 30 из 150 заголовков являются идентичными во всех трёх изданиях, что составило 20% от выборки. 36 заголовков дублируются изданием сетевого партийного агентства новостей «Пэньминь» и составляют 24% от выборки. 84 заголовка (56%) являются уникальными.

Примечательно, что первоисточником в случае повторяющихся заголовков выступает информационное государственное агентство новостей «Синьхуа» (新华网), два других издания в тексте статьи ссылаются на него и полностью без изменений публикуют текст статьи и заголовок. Все повторяющиеся новости связаны с политической деятельностью Си Цзиньпина, во всех заголовках присутствует имя Председателя КНР (习近平

同法国总统马克龙举行会谈¹ Си Цзиньпин проводит переговоры с президентом Франции Эммануэлем Макроном²; 习近平在广东考察调研³ Си Цзиньпин проводит проверки в Гуандуне и др.). При этом в уникальных заголовках не всегда присутствует имя Председателя КПК. Представленные сетевые издания, как правило, в качестве передовых публикуют информационно-аналитические статьи идеологического характера.

Текстовая организация заголовков китайских интернет-версий печатных СМИ

¹ 习近平同法国总统马克龙举行会谈 // 人民网. URL: <http://cpc.people.com.cn/n1/2023/0407/c435113-32659126.html> (дата обращения: 20.08.2023).

² Здесь и далее перевод автора статьи – О. С.

³ 习近平在广东考察调研 // 人民网. URL: <http://politics.people.com.cn/n1/2023/0411/c1024-32661661.html> (дата обращения: 18.05.2023).

как правило не является ёмкой и представляет собой заголовочный комплекс. Количество печатных знаков в анализируемых заголовках варьируется от 9 до 71 без пробелов (рис. 2).

На рис. 2 средняя длина заголовков китайских передовых статей варьируется от 11 до 20 печатных знаков. Длина самой короткой статьи составляет 9 печатных знаков, по структуре она представляет собой словосочетание с атрибутивным типом связи (习近平总书记广东行¹ Поездка генерального секретаря Си Цзиньпина в провинцию Гуандун). Аттрактором в коротком заголовке выступает имя генерального секретаря и его должность, которые занимают 56 процентов от общего количества знаков и стимулируют потенциального адреса-

та обратиться к полной версии текста и узнать подробности визита. Самый длинный заголовок за анализируемый период находим в издании «Жэньминь жибао» (习近平给中国农业大学科技小院的学生回信强调厚植爱农情怀练就兴农本领 在乡村振兴的大舞台上建功立业 在五四青年节到来之际向全国广大青年致以节日的祝贺² В письме Си Цзиньпина к студентам научно-технического института при Китайском сельскохозяйственном университете подчёркивается важность воспитания любви к сельскому хозяйству и обучения навыкам поднимать сельское хозяйство и совершать подвиги на этапе возрождения деревни. Поздравление молодёжи Китая по случаю Дня молодёжи

² 习近平给中国农业大学科技小院的学生回信强调厚植爱农情怀练就兴农本领 在乡村振兴的大舞台上建功立业 在五四青年节到来之际向全国广大青年致以节日的祝贺 // 人民网. URL: <http://politics.people.com.cn/n1/2023/0503/c1024-32677587.html> (дата обращения: 12.05.2023).

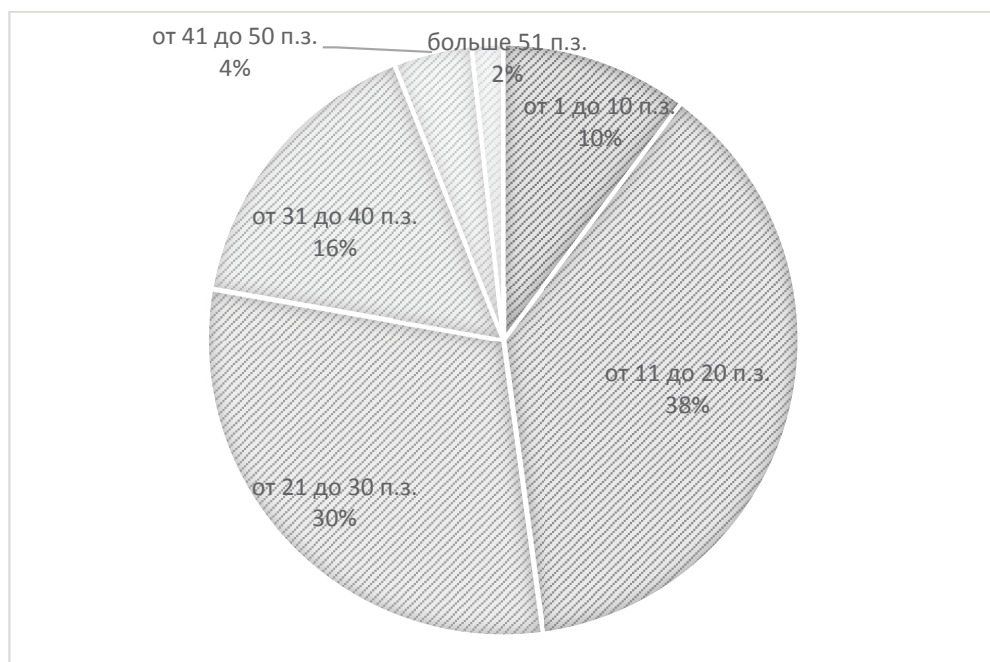


Рис. 2 / Fig. 2. Распределение заголовков китайских передовых статей по количеству знаков / Distribution of headlines of Chinese leading articles by number of characters

Источник: данные автора

четвёртого мая). Особенность представленного заголовка в том, что в нём отсутствуют формальные пунктуационные маркеры, заголовок разделён на три части пробелами и представляет собой распространённое предложение со сложными квалификативными конструкциями и оборотами. В заголовке профилируются перформативные высказывания (厚植爱农情怀练就兴农本领 在乡村振兴的大舞台上建功立业¹ важность воспитания любви к сельскому хозяйству и обучения навыкам поднимать сельское хозяйство и совершать подвиги на этапе возрождения деревни) с целью высвечивания программы действий КПК. Такого рода заголовков не является кликабельным сам по себе из-за большого количества знаков, он скорее направлен на привлечение внимания адресата к стратегии коммунистической партии и трансляцию ценностных ориентиров власти, а не к тексту самой статьи.

По структуре заголовки китайских статей также могут включать название первоисточника, который отделяется пайпом (вертикальной чертой) (瞭望 | 依靠学习牢牢掌握历史前进的主动权² Outlook | Полагаясь на обучение, твёрдо ухватить инициативу движения вперёд в истории). Вертикальной чертой также часто выделяются отдельные микрорубрики, жанры в китайском заголовке (微视频 | 劳动铸就中国梦³ Короткое видео | Труд куёт «Китайскую мечту»,时政微观察 | “我们的根扎在劳动人民之中”⁴ Обзор текущей политики | «Наши

корни уходят в рабочий народ» и др.). Кроме того, тема-рематическое членение заголовка может осуществляться при помощи двоеточия, которое фокусирует внимание читателя на персоналии, провинции или городе, в котором произошло то или иное событие (习近平: 中国式现代化有目标、有规划、有战略⁵ Си Цзиньпин: модернизация в китайском стиле имеет цели, планы и стратегии; 安徽: 推动“四链”深度融合 加快打造“科技创新策源地”⁶. Аньхой: содействовать глубокой интеграции «четырёх цепочек» и ускорить создание «источника технологических инноваций»). Такую же функцию в заголовке, а именно, выделение топика и комментария выполняет пунктуационный маркер – китайское длинное тире (——) [11, с. 80] (以学铸魂, 坚定理想信念——推动主题教育取得实实在在的成效⁷ Закалите душу обучением и укрепите идеалы и убеждения – продвижение тематического образования для достижения ощутимых результатов). В данном примере заголовка в качестве топика взята формально необозначенная цитата из речи Си Цзиньпина во время визита в провинцию Гуандун 11 апреля 2023 года. В тексте статьи даётся отсылка к речи генерального секретаря, взятая в кавычки. Вышеописанные варианты пунктуации в равной степени типичны для заголовков анализируемых в настоящей статье китайских сетевых изданий.

Фокус внимания передовых статей Китая практически всегда направлен на вопросы внутренней политики страны, а также «политизацию общества и полити-

¹ 厚植爱农情怀练就兴农本领 在乡村振兴的大舞台上建功立业 // 人民网. URL: <http://politics.people.com.cn/n1/2023/0504/c1024-32677640.html> (дата обращения: 18.06.2023).

² 瞭望 | 依靠学习牢牢掌握历史前进的主动权 // 人民网. URL: <http://cpc.people.com.cn/n1/2023/0418/c451232-32667465.html> (дата обращения: 18.08.2023).

³ 微视频 | 劳动铸就中国梦 // 人民网. URL: <http://politics.people.com.cn/n1/2023/0429/c1001-32676295.html> (дата обращения: 24.08.2023).

⁴ 时政微观察 | “我们的根扎在劳动人民之中” // 新华网. URL: http://www.news.cn/politics/leaders/2023-04/27/c_1129570899.htm (дата обращения: 16.07.2023).

⁵ 习近平: 中国式现代化有目标、有规划、有战略 // 新华网. URL: http://www.news.cn/politics/leaders/2023-04/13/c_1129518792.htm (дата обращения: 18.06.2023).

⁶ 安徽: 推动“四链”深度融合 加快打造“科技创新策源地” // 人民网. URL: <http://ah.people.com.cn/n2/2023/0427/c227131-40394711.html> (дата обращения: 18.08.2023).

⁷ 以学铸魂, 坚定理想信念——推动主题教育取得实实在在的成效 // 中国新闻网. URL: <https://www.chinanews.com.cn/gn/2023/04-17/9991410.shtml> (дата обращения: 10.07.2023).

ческое просвещение широких слоев населения» [12, с. 247]. В период с 15.03.2023 по 03.05.2023 лишь единожды во всех трёх источниках в качестве передовой статьи была опубликована новость о встрече Эммануэля Макрона и Си Цзиньпина с заголовком: 习近平同法国总统马克龙举行会谈¹ *Си Цзиньпин провёл переговоры с президентом Франции Эммануэлем Макроном.*

Типология китайских заголовков с точки зрения информационной наполненности

Обратимся к типологии заголовков китайских передовых статей. Первое, что хочется отметить, это разноплановость и пропагандистский характер заголовков. Их информационная функция не является профилирующей, что в свою очередь иногда затрудняет определение типов заголовков с точки зрения их информационной наполненности [13, с. 142–146]. Тем не менее такое основание для классификации заголовков позволяет выделить следующие типы заголовков: заголовок-хроника, заголовок-цитата, заголовок – бегущая строка, заголовок-резюме. Из анализируемых 150 заголовков 33% представляют собой цитаты Си Цзиньпина, такой тип передовых заголовков чаще всего встречается на страницах партийного агентства новостей «Ренминь» и государственной службы новостей «中国新闻社», причём цитата может быть маркированной и немаркированной: 中国特色社会主义是实现中华民族伟大复兴的必由之路² *Социализм с китайской спецификой – единственный способ осуществить великое омоложение китайской нации;习近平:坚定不移全面深化改革扩大高水平对外开放 在推进中国式现代化*

建设中走在前列³ *Си Цзиньпин: неуклонно углублять реформы и расширять на высоком уровне открытость внешнему миру. Взять на себя ведущую роль в продвижении модернизации в китайском стиле.*

30% заголовков передовых статей относим к типу заголовок-хроника, такой тип статей чаще встречается на страницах государственного агентства новостей «新华网»: 今年一季度我国GDP同比增长4.5%⁴ *ВВП Китая в первом квартале этого года вырос на 4,5% в годовом исчислении;习近平会见越共中央政治局委员、中央书记处常务书记、中组部部长张氏梅⁵ Си Цзиньпин встретился с Чьюнг Тхи Май, членом Политбюро ЦК КПВ, постоянным секретарём секретариата ЦК и начальником управления ЦК КПВ.*

7% анализируемых заголовков статей соответствуют типу заголовок-резюме: 新华述评: 形成推动高质量发展的强大动力——落实中央政治局会议精神做好当前经济工作系列述评之一⁶ *Комментарий Синьхуа: формирование мощного импульса для содействия качественному развитию – один из оплотов реализации духа Политбюро ЦК для успеха в текущей экономической деятельности. Заголовков-бегущая строка не представлен в анализируемых примерах, из чего можно сделать вывод о том, что данный тип заголовков не типичен для интернет-изданий. Хочется отметить, что 30% заголовков трудно вписать в рамки данной классификации, так как профилирующей*

¹ 习近平同法国总统马克龙举行会谈 // 人民网. URL: <http://politics.people.com.cn/n1/2024/0507/c1024-40230058.html> (дата обращения: 18.08.2023).

² 中国特色社会主义是实现中华民族伟大复兴的必由之路 // 人民网. URL: <http://cpc.people.com.cn/n1/2023/0329/c64387-32653375.html> (дата обращения: 10.07.2023).

³ 习近平:坚定不移全面深化改革扩大高水平对外开放 在推进中国式现代化建设中走在前列 // 人民网. URL: <http://cpc.people.com.cn/n1/2023/0414/c64094-32664187.html> (дата обращения: 18.08.2023).

⁴ 今年一季度我国GDP同比增长4.5% // 新华网. URL: http://www.news.cn/fortune/2023-04/18/c_1129533589.htm (дата обращения: 10.07.2023).

⁵ 习近平会见越共中央政治局委员、中央书记处常务书记、中组部部长张氏梅 // 新华网. URL: http://www.news.cn/politics/leaders/2023-04/26/c_1129567576.htm (дата обращения: 10.07.2023).

⁶ 新华述评: 形成推动高质量发展的强大动力——落实中央政治局会议精神做好当前经济工作系列述评之一 // 新华网. URL: http://www.news.cn/2023-04/29/c_1129581382.htm (дата обращения: 10.07.2023).

функцией данных заголовков является не информативная, а воздействующая и аттрактивная функции. Такого рода заголовки передовых статей транслируют ценности и идеологию партии, раскрывают сущность идей и мировоззрения генерального секретаря Си Цзиньпина: *«Тот, кто в сердце народа, тот и в сердце партии»*¹ *Достойная молодёжь новой эпохи в сердцах генсека.*

Способы конструирования аттрактивности в заголовках передовых статей

Функциональная особенность заголовков сетевых китайязычных СМИ Китая позволяет произвести их классификацию с точки зрения выявления способов репрезентации аттрактора в заголовке. Классификация произведена с опорой на исследование А. А. Орсовой, которая выделила 4 базовых типа аттракторов дискурса коммуникативного события: 1) аттракторы, основанные на конструировании перформативности; 2) аттракторы, основанные на конструировании людического аспекта сообщения; 3) аттракторы, основанные на конструировании контраста; 4) аттракторы, основанные на фокализации ценностных установок события [7, с. 16–23]. Считаем, что данную классификацию можно дополнить, выделив в отдельную группу заголовки с имманентно присущей им аттрактивностью. Это заголовки, при конструировании которых фокус внимания направлен на значимые государственные фигуры, места, которые на слуху в текущем моменте из-за происходящих там событий (например, город проведения Олимпиады или место, где произошла катастрофа и т. д.).

Описанный выше подход к классификации позволит чётче разграничить типы газетных заголовков передовых китайских статей и выявить особенности

их конструирования. Результаты анализа представлены на рис. 3.

Рис. 3 иллюстрирует количество в процентном соотношении заголовков выявленных типов. Хочется отметить, что для китайских заголовков нетипичным является использование когнитивного механизма контраста, не было обнаружено ни одного заголовка такого вида. При этом отличительной чертой китайских СМИ является фокализация ценностных установок в заголовках с целью конструирования вектора направленности внимания для большего воздействия на аксиосферу потенциального адресата. Главная ценность, которая профилируется в заголовках передовых статей – это относительно новая аксиологема современного общества – инновации, а также смежные с ней ценностные смыслы модернизации и развития [14, с. 196–210]: *«Анхой: содействовать глубокой интеграции «четырёх цепочек» и ускорить создание «источника технологических инноваций»»*, *«Продвижения модернизации в китайском стиле необходимо всесторонне содействовать возрождению сельских районов»*. Вдобавок заголовки часто апеллируют к системе базовых традиционных ценностей современного китайского общества, а также к ценностям социализма, которые закреплены уставными положениями КПК и авторитетом национального лидера – Председателя КНР Си Цзиньпина [15, с. 79]. Например, ряд заголовков апеллируют к ценности единства, патриотизма для активизации желания объединиться, сплотиться вокруг генсека и правящей партии, чтобы совместно строить социализм

² 安徽：推动“四链”深度融合 加快打造“科技创新策源地” // 人民网. URL: <http://ah.people.com.cn/n2/2023/0427/c227131-40394711.html> (дата обращения: 18.08.2023).

³ 推进中国式现代化，必须全面推进乡村振兴 // 人民网. URL: <http://politics.people.com.cn/n1/2023/0416/c1001-32665332.html> (дата обращения: 18.08.2023).

¹ 总书记心中的新时代好青年 // 中国新闻网. URL: <https://www.chinanews.com.cn/gn/2023/05-04/10001301.shtml> (дата обращения: 18.08.2023).

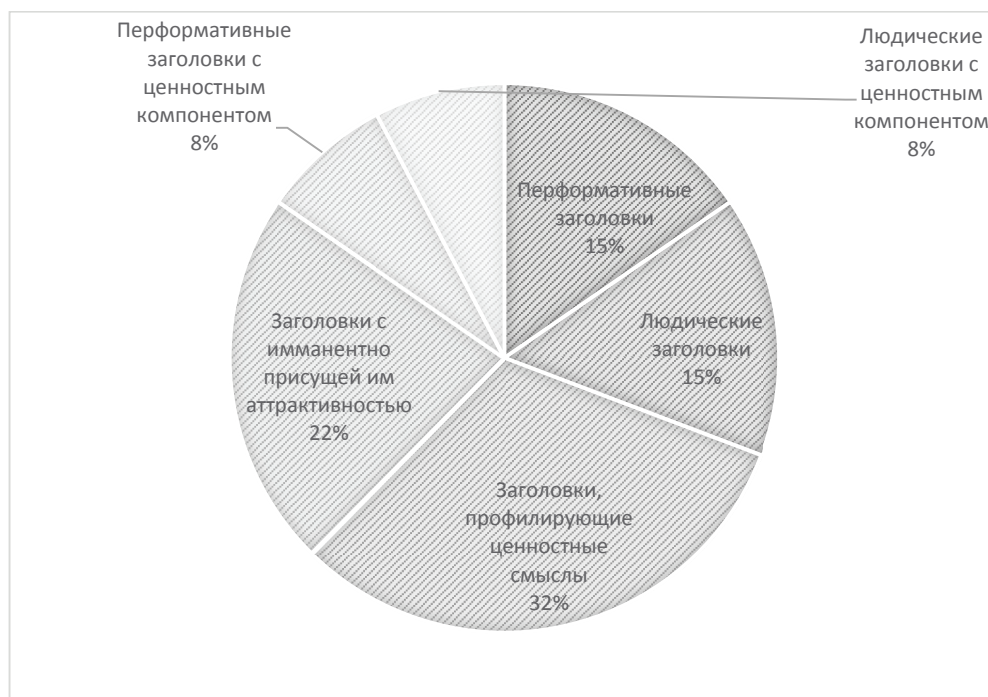


Рис. 3 / Fig. 3. Типы заголовков с точки зрения механизмов аттрактивности / Headline types in terms of attraction mechanisms

Источник: данные автора

с китайской спецификой: **必须坚持党的群众路线** 习近平这样强调¹ Си Цзиньпин подчеркивает необходимость придерживаться **массовой линии партии**; 习近平总书记关切事 | **奋力耕耘正当时——农业强国建设一线的四个故事**² Си Цзиньпин о том, что вызывает озабоченность: **«Пришло время упорно трудиться»** – четыре истории с передовой линии строительства сильной сельскохозяйственной страны. Реже профилируются ценности успеха, счастья, мира, безопасности: **以新安全格局保障新发展格局**³ *Гарантия*

новой модели развития с помощью новой модели безопасности (мир, безопасность); **学习进行时 | 习近平总书记这样谈“劳模精神”**⁴ В продолжение исследования: Си Цзиньпин говорит о **«духе отличников труда»** (успех, мечта).

В анализируемых примерах встречаются как заголовки, профилирующие ценностные смыслы, так и смешанные типы заголовков, например, перформативные заголовки с профилированием ценностных установок, и людический тип заголовков с фокализацией ценностных смыслов. Обязательным критерием для отграничения смешанных заголовков является использование определённого механизма аттракции, а также наличие в структуре заголовка языкового репрезентанта аксиологического смысла – ак-

¹ 必须坚持党的群众路线 习近平这样强调 // 新华网. URL: http://www.news.cn/politics/2023-04/16/c_1129528829.htm (дата обращения: 10.07.2023).

² 习近平总书记关切事 | 奋力耕耘正当时——农业强国建设一线的四个故事 习近平这样强调 // 新华网. URL: http://www.news.cn/politics/leaders/2023-04/16/c_1129527870.htm (дата обращения: 10.07.2023).

³ 以新安全格局保障新发展格局 // 人民网. URL: <http://qh.people.com.cn/n2/2023/0415/c182775-40377716.html> (дата обращения: 10.07.2023).

⁴ 学习进行时 | 习近平总书记这样谈“劳模精神” // 新华网. URL: http://www.news.cn/politics/xhxs/2023-05/01/c_1129583640.htm (дата обращения: 18.08.2023).

сиологемы [16, с. 134]. Отметим, что мы не исключаем, что в китаеязычных онлайн изданиях могут встречаться и другие типы смешанных заголовков, однако в анализируемой выборке они не представлены. Таким образом продвижение ценностей встречается в 48% заголовков.

Рассмотрим более подробно на примерах заголовки каждого типа.

Перформативные заголовки (8% от общего количества) конструируются с целью воздействия на адресата и убеждения в необходимости совершения тех или иных действий для создания новой реальности, улучшения качества жизни и достижения желаемого результата. Структурирование перформативности происходит с помощью механизмов, упорядочивающих «Мы – дискурсивное пространство», часто в императивной форме [7, с. 16]: 习近平：调查研究千万不能搞形式主义 | 跟总书记学调研¹ Си Цзиньпин: обследование и изучение не должны быть излишне формалистичными / Учитесь проводить исследования у Генерального секретаря. В заголовке эксплицитно содержится призыв перенять опыт проведения исследований у значимой фигуры – Си Цзиньпина. Такого рода перформативного типа аттракция побуждает потенциального адресата к действию, а именно пройти по ссылке и глубже ознакомиться со статьёй, изучить материал статьи детальнее.

Перформативность часто сопровождается высвечиванием отдельных аксиологем, такого типа перформативные заголовки с ценностным компонентом встречаются в 15% от общего количества примеров: 接力援疆：把祖国大家庭的温暖播洒在新疆各族人民心田² Передача помощи Синьцзяну: *распространите*

семейное тепло родины в сердцах людей народов всех национальностей в Синьцзяне. Императивная конструкция с предлогом 把 и апелляция к базовым ценностям 祖国 *родина* и 家庭 *семья* способствует активизации чувства единства и солидарности, вовлекает адресата в проблему жителей Синьцзяна, инициирует их прочитать статью и внести свой вклад в решение проблем города.

На страницах китайских газет также используется людический тип заголовка, который подразумевает конструирование заголовка при помощи приёмов языковой игры для реализации воздействующей аттрактивной функции: 贵州：万桥飞架起 天堑变通途³ Гуйчжоу: возведено десять тысяч мостов, чтобы превратить естественный ров в проезжую часть. В данном заголовке достижение аттрактивности достигается за счёт аллюзии – отсылке к фразе из знаменитой поэмы Мао Цзэдуна “水调歌头”(Песня на Водный мотив), написанной в 1956 г.: 一桥飞架南北，天堑变通途⁴ Возведён мост, соединяющий Юг и Север, чтобы превратить естественный ров в проезжую часть. Речь идёт о строительстве моста в Ухане через реку Янцзы, на тот исторический момент это было очень значимым и прорывным событием для Китая. Отсылка к строительству шестидесятых годов прошлого столетия валоризует текущую новость, придаёт ей масштаб и событийность, такого плана заголовки передовой статьи продвигает новость в медийном коммуникативном пространстве.

Языковая игра также способствует продвижению ценностных смыслов в заголовке и привлечению читателей к прочтению статьи. Такого типа людические

¹ 习近平：调查研究千万不能搞形式主义 | 跟总书记学调研 // 新华网. URL: http://www.news.cn/politics/leaders/2023-04/17/c_1129532113.htm (дата обращения: 18.08.2023).

² 接力援疆：把祖国大家庭的温暖播洒在新疆各族人民心田 // 人民网. URL: <http://xj.people.com.cn/n2/2023/0501/c186332-40399870.html> (дата обращения: 18.08.2023).

³ 贵州：万桥飞架起 天堑变通途 // 人民网. URL: <http://gz.people.com.cn/n2/2023/0418/c222152-40380461.html> (дата обращения: 18.08.2023).

⁴ 毛泽东 “水调歌头” [Электронный ресурс] // 古诗文网: [сайт]. URL: https://so.gushiwen.cn/min-gju/juv_44222992ba7c.aspx (дата обращения: 18.08.2023).

заголовки с ценностным компонентом в их структуре составляют 15% от общего числа анализируемых заголовков: 习近平：中国式现代化有目标、有规划、有战略¹ *Си Цзиньпин: модернизация в китайском стиле имеет цели, планы и стратегии*. В данном заголовке используются средства лексического повтора, которые придают заголовку экспрессию. Так, повторение глагола 有 способствует ритмическому усилению эффекта и ориентирует процесс восприятия потенциального адресата по заданному направлению. Аппелляция к ценностям развития и модернизации влияет на эмоциональную сферу адресата, вызывает у него интерес к более детальному прочтению статьи и убеждению в правильности политического и экономического курса китайского правительства.

Заголовки, профилирующие ценностные смыслы, как было отмечено выше, наиболее частотно встречаются в китайской прессе. Ценности лежат в основе картины мира человека и способствуют продвижению новостной повестки, так как соотносятся с интересами, желаниями потенциального адресата. Фокализация ценностных смыслов в заголовках способствует намеренному конструированию вектора направленности внимания адресата, тем самым придавая значимость той или иной новости: 八闽灵秀因“数”而美——新时代数字中国建设迈向更广阔的星辰大海² *Прекрасная провинция Фуцзянь: Красота в цифрах: строительство цифрового Китая в новую эпоху движется в сторону более широкого моря звёзд*. Фокализация высшей ценности духовного мира человека – красоты – создаёт чувство притяжения и выступает как проекция на желаемое и должное

будущее в связи с развитием цифровых технологий в Китае. Тем самым заголовки новости вызывает интерес у потенциального адресата, продвигает идею цифровизации и развития в медийном аксиологически параметризованном пространстве [17, с. 158–162].

Заголовки с имманентно присущей им аттрактивностью типичны для заголовков передовых статей, как правило, аттрактивность данных заголовков связана с деятельностью Генерального секретаря Си Цзиньпина, но иногда в фокусе внимания оказываются лидеры других стран: 习近平同乌克兰总统泽连斯基通电话³ *Си Цзиньпин провёл телефонный разговор с президентом Украины Владимиром Зеленским*. В заголовке к новости от 26 апреля 2023 г. кроме Си Цзиньпина фигурирует президент Украины, весь мир наблюдает за военными событиями, происходящими в Украине, это и придаёт значимость данной новости, интерес вызывает позиция Генсека по решению украинского вопроса, тем самым такого рода заголовки привлекает внимание адресата и мотивирует к прочтению полного текста статьи.

Заключение

Проведённое исследование позволяет сделать вывод о том, что в условиях непрекращающегося развития информационных технологий, переизбытка информации важным для СМИ Китая становится поиск наиболее эффективных способов привлечения внимания социального адресата, которые бы способствовали продвижению идей и ценностей Коммунистической партии на страницах интернет-изданий государственных агентств новостей.

Заголовки передовых статей – первое, что видит адресат, заходя на страницу интернет-издания, их главная функция –

¹ 习近平：中国式现代化有目标、有规划、有战略 // 新华网. URL: http://www.news.cn/politics/leaders/2023-04/13/c_1129518792.htm (дата обращения: 10.07.2023).

² 八闽灵秀 因“数”而美——新时代数字中国建设迈向更广阔的星辰大海 // 人民网. URL: <http://finance.people.com.cn/n1/2023/0429/c1004-32676408.html> (дата обращения: 18.08.2023).

³ 习近平同乌克兰总统泽连斯基通电话 // 新华网. URL: http://www.news.cn/politics/leaders/2023-04/26/c_1129568359.htm (дата обращения: 10.07.2023).

воздействие на читателя, привлечение его внимания, поэтому при конструировании таких заголовков используются различного рода крючки – аттракторы, выполняющие роль «айстоппера». Большое количество СМИ в Китае создаёт эффект плюрализма мнений с одной стороны, но с другой – анализ показал, что издания часто публикуют один и тот же материал с целью охвата максимального количества аудитории для популяризации КПК и трансляции её идеологии и ценностей. Такого рода заголовки статей непременно связаны с деятельностью Си Цзиньпина и содержат в своём заголовке прямую отсылку к нему. В большинстве своём заголовки передовых статей раскрывают вопросы внутренней политики страны.

Китайские заголовки являются гибридными и представляют маркированный или немаркированный заголовочный комплекс. Маркирование осуществляется при помощи пайпа, двоеточия или длинного китайского тире.

С точки зрения информационной наполненности наиболее частотно на страницах интернет-изданий встречаются заголовки-цитаты (33%) и заголовки-хроники (30%). Профилирующими функциями заголовка являются воздействующая и аттрактивная, это позволило выявить механизмы аттракции и на их основе разграничить типы газетных заголовков передовых китайских статей, а также выявить особенности их констру-

ирования. Так, было установлено 6 типов заголовков китайских передовых статей, а именно: перформативные заголовки; людические заголовки; заголовки, профилирующие ценностные смыслы; перформативные заголовки с ценностным компонентом; людические заголовки с ценностным компонентом; заголовки с имманентно присущей им аттрактивностью. Стержневой линией в большинстве заголовков является формулирование, трансляция и продвижение ценностно значимых смыслов-ориентиров, обращённых к публичному социальному адресату. В фокусе внимания оказываются как традиционные базовые ценности: успех, счастье, мир, безопасность, единство, патриотизм, – так и ценности нового времени: инновации, прогресс, развитие, модернизация, – через которые государственные СМИ Китая предпринимают попытку повлиять и изменить внутренний ценностный мир реципиента, что в дальнейшем приводит к изменениям в аксиосфере и концептосфере на уровне коллективного сознания.

Перспективным направлением исследования представляется более углублённое и системное изучение способов конструирования газетных заголовков СМИ Китая в русле расширения типов и механизмов аттракции, в том числе анализ заголовков передовых статей негосударственных интернет-СМИ Китая в сравнении с государственными источниками.

ЛИТЕРАТУРА

1. Семенова Т. И. Феномен впечатления в когниции и языке // Научно-педагогический журнал Восточной Сибири Magister Dixit. 2014. № 2. С. 16–25.
2. Орсова А. А., Серебренникова Е. Ф. Коммуникативное текстовое событие и способы его аттрактивного конструирования в медийном пространстве (на материале русского и корейского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Т. 14. № 11. С. 3520–3525. DOI: 10.30853/phil20210582.
3. Прокофьева В. Ю. Новостной заголовок в цифровом пространстве СМИ: прагмалингвистические возможности // Медиариторика и современная культура общения: наука – практика – обучение: сборник трудов XXII Международной научной конференции (Москва, 30 января – 01 февраля 2019 г.). М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2019. С. 173–176.
4. Кидернехт А. С., Степанюк В. В. Способы привлечения внимания в заголовках СМИ // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 8-2 (62). С. 94–97.

5. Rieis J., de Souza F., Vaz de Melo P., Prates R., Kwak H., An J. Breaking the news: First impressions matter on online news // *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*. 2015. Vol. 9. No. 1. P. 357–366. DOI: <https://doi.org/10.1609/icwsm.v9i1.14619>.
6. Якоба И. А. Когнитивно-коммуникативная параметризация медийного дискурса: автореф. дисс. ... докт. филол. наук. Улан-Удэ, 2020. 44 с.
7. Орсоева А. А. Способы достижения аттрактивности дискурса коммуникативного события: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Улан-Удэ, 2021. 24 с.
8. Ухова Л. В. «Продвигающий текст»: понятие, особенности, функции // *Верхневолжский филологический вестник*. 2018. № 3. С. 71–82. DOI: 10.24411/2499-9679-2018-10136.
9. Лобанова Т. Н., Сую Ц. Политический медиадискурс КНР как предмет прикладного анализа // *Technology and language (Технологии в инфосфере)*. 2021. Т. 2. № 3 (4). С. 39–56. DOI: 10.48417/technolang.2021.03.04. URL: <https://soctech.spbstu.ru/article/2021.4.4/> (дата обращения: 20.08.2023).
10. Калинин О. И. Основы лингвопрагматического исследования политического имиджа. М.: Русайнс, 2021. 152 с.
11. Коцик К. Э. Методика синтаксического анализа предложений китайского языка по топиковым составляющим // *Научный диалог*. 2018. № 10. С. 78–88. DOI: 10.24224/2227-1295-2018-10-78-88.
12. Гаджиев К. С. Политическая наука. М.: Международные отношения, 1994. 400 с.
13. Мельник Г., Тепляшина А. Функции заголовочного комплекса // Мельник Г., Тепляшина А. Основы творческой деятельности журналиста. СПб.: Питер, 2004. С. 142–146.
14. Динамика и статика в познании реальности языка: подходы, феномены, способы репрезентации / О. Ю. Воронина, В. Е. Горшкова, Н. Н. Казыдуб [и др.]. Иркутск: Иркутский государственный университет, 2021. 285 с. DOI: 10.26516/978-5-9624-1920-6.2021.1-285.
15. Хабаров А. А. Демонизация Китая в зарубежных массмедиа: дискурсивные средства уничтожения мишеней информационно-психологической войны // *Политическая лингвистика*. 2022. № 1 (91). С. 78–89. DOI: 10.26170/1999-2629_2022_01_08.
16. Казыдуб Н. Н. Аксиологические системы в языке и речи // *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*. 2009. № 2 (6). С. 132–137.
17. Серебренникова Е. Ф. Многозначность в аспекте аттрактивности знака в коммуникации // *Многозначность языковых единиц в когнитивном аспекте: монография / отв. ред. Л. М. Ковалева; ред. С. Ю. Богданова, Т. И. Семенова*. Иркутск: Изд-во ИГЛУ, 2013. С. 158–167.

REFERENCES

1. Semenova, T. I. (2014). Impression phenomenon in cognition and language. In: *Magister Dixit*, 2, 16–25 (in Russ.).
2. Orsoeva, A. A. & Serebrennikova, E. F. (2021). Communicative text event and ways of its attractive construction in the media space (by the material of the Russian and Korean languages). In: *Philology. Theory & Practice*, 14 (11), 3520–3525. DOI: 10.30853/phil20210582 (in Russ.).
3. Prokofeva, V. Yu. (2019). News headline in digital space media: pragmalinguistic opportunities. In: *Media rhetoric and modern culture of communication: science – practice – training: collection of proceedings of the XXII International Scientific Conference (Moscow, January 30 – February 1, 2019)*. Moscow: Pushkin State Russian Language Institute publ. pp. 173–176 (in Russ.).
4. Kiderknekht, A. S. & Stepanyuk, V. V. (2016). The means to attract readers' attention in the mass media headlines. In: *Philology. Theory & Practice*, 8-2 (62), 94–97 (in Russ.).
5. Rieis, J., de Souza, F., Vaz de Melo, P., Prates, R., Kwak, H. & An J. (2015). Breaking the news: First impressions matter on online news. In: *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 9 (1), 357–366. DOI: <https://doi.org/10.1609/icwsm.v9i1.14619>.
6. Yakoba, I. A. (2020). *Cognitive and communicative parameterization of media discourse* [dissertation]. Ulan-Ude (in Russ.).
7. Orsoeva, A. A. (2021). *Methods of achieving attractiveness of the discourse of a communicative event* [dissertation]. Ulan-Ude (in Russ.).
8. Ukhova, L. V. (2018). “Promoting text”: notion, features, functions. In: *Verhnevolzhski philological bulletin*, 3, 71–82. DOI: 10.24411/2499-9679-2018-10136 (in Russ.).

9. Lobanova, T. N. & Xu, J. (2021). Political media discourse in China as a subject of applied analysis. In: *Technology and language*, vol. 2, 3 (4), 39–56. DOI: 10.48417/technolang.2021.03.04. URL: <https://soctech.spbstu.ru/article/2021.4.4/> (accessed: 20.08.2023) (in Russ.).
10. Kalinin, O. I. (2021). *Fundamentals of linguopragmatic research of political image*. Moscow: Rusayns publ. (in Russ.).
11. Kotcik, K. E. (2018). Method of syntactic analysis of Chinese sentences on topical components. In: *Nauchnyi dialog (Scientific Dialogue)*, 10, 78–88. DOI: 10.24224/2227-1295-2018-10-78-88 (in Russ.).
12. Gadzhiev, K. S. (1994). *Political science*. Moscow: Mezhdunarodnyye otnosheniya publ. (in Russ.).
13. Melnik, G. & Teplyashina, A. (2004). Functions of the heading complex. In: Melnik, G. & Teplyashina, A. *Fundamentals of the creative activity of a journalist*. St. Petersburg: Piter publ. pp. 142–146 (in Russ.).
14. Voronina, O. Yu., Gorshkova, V. E., Kazydub, N. N. & et al. (2021). *Dynamics and statics in the knowledge of the reality of language: approaches, phenomena, methods of representation*. Irkutsk: Irkutsk State University publ. DOI: 10.26516/978-5-9624-1920-6.2021.1-285 (in Russ.).
15. Khabarov, A. A. (2022). Demonization of China in foreign mass media: discursive means of destruction of the information and psychological warfare targets. In: *Political linguistics*, 1 (91), 78–89. DOI: 10.26170/1999-2629_2022_01_08 (in Russ.).
16. Kazydub, N. N. (2009). Value systems in language and speech. In: *Bulletin of the Irkutsk State Linguistic University*, 2 (6), 132–137 (in Russ.).
17. Serebrennikova, E. F. (2013). Polysemy in the aspect of the attractiveness of a sign in communication. In: Kovaleva, L. M. (resp. ed.). *Polysemy of linguistic units in cognitive perspective*. Irkutsk: Irkutsk State Linguistic University publ. pp. 158–167 (in Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Садовникова Ольга Николаевна (г. Иркутск) – кандидат филологических наук, доцент кафедры ки-таеведения, сотрудник Научно-исследовательского центра трансдисциплинарной регионологии Азиатско-Тихоокеанского региона Института филологии, иностранных языков и медиакоммуни-кации Иркутского государственного университета;
ORCID: 0000-0003-4197-5552; e-mail: olgasdvnkv@gmail.com

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Olga N. Sadovnikova (Irkutsk) – Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of the Chinese Lan- guage, Associate of the Research Center for Transdisciplinary Regionology of Asia Pacific, Institute of Philo- logy, Foreign Languages and Media Communication, Irkutsk State University;
ORCID: 0000-0003-4197-5552; e-mail: olgasdvnkv@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Садовникова О. Н. Особенности конструирования заголовков передовых статей китайязычных сетевых изданий // Вопросы современной лингвистики. 2024. № 3. С. 54–68.
DOI: 10.18384/2949-5075-2024-3-54-68

FOR CITATION

Sadovnikova O. N. The headline design features of Chinese-language online publications. In: *Key Issues of Contemporary Linguistics*, 2024, no. 3, pp. 54–68.
DOI: 10.18384/2949-5075-2024-3-54-68