УДК: 811.134.2

АНАЛИЗ КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЗАГОЛОВКОВ В СПОРТИВНЫХ СТАТЬЯХ ИСПАНСКОЙ ПРЕССЫ

Хамракулова Барчиной Абдурахматовна – старший преподаватель
Узбекский Государственный Университет Мировых Языков (Ташкент, Узбекистан)

***Аннотация**. Данная работа представляет анализ коммуникативно-прагматических характеристик заголовков в спортивных статьях испанской прессы. В рамках исследования проанализирована структура заголовков, их использование языковых средств для привлечения внимания читателей, а также оценены тоновые особенности заголовков в различных спортивных контекстах.*

***Ключевые слова**: заголовки, спортивные статьи, испанская пресса, коммуникативно-прагматические характеристики, структура, языковые средства, внимание читателей, тоновые особенности.*

ISPANIYA MATBUOTIDAGI SPORT MAQOLALARIDA SARLAVHALARNING KOMMUNIKATIV VA PRAGMATIK XUSUSIYATLARINI TAHLIL QILISH

Hamraqulova Barchinoy Abduraxmatovna – katta o'qituvchi
O‘zbekiston Davlat Jahon Tillari Universiteti (Toshkent, O‘zbekiston)

***Izoh**. Ushbu ishda ispan matbuotidagi sport maqolalaridagi sarlavhalarning kommunikativ va pragmatik xususiyatlari tahlili keltirilgan. Tadqiqotda sarlavhalarning tuzilishi, o‘quvchilar e’tiborini jalb qilish uchun tildan foydalanish tahlil qilindi, shuningdek, turli sport kontekstlarida sarlavhalarning ohang xususiyatlari baholandi.*

***Kalit so'zlar**: sarlavhalar, sport maqolalari, ispan matbuoti, kommunikativ va pragmatik xususiyatlar, struktura, lingvistik vositalar, o'quvchi diqqati, ohang xususiyatlari.*

Введение. Современная спортивная журналистика является неотъемлемой частью медийной культуры, оказывая значительное влияние на формирование общественного мнения и интерпретацию спортивных событий. Одним из ключевых инструментов коммуникации в спортивных изданиях являются заголовки статей, которые не только предлагают краткое описание содержания, но и стимулируют читателей к прочтению материала. В связи с этим, анализ коммуникативно-прагматических характеристик заголовков в спортивных статьях становится важной задачей для понимания специфики спортивной журналистики и воздействия медийного текста на аудиторию.

Целью данного исследования является анализ коммуникативно-прагматических особенностей заголовков в спортивных статьях испанской прессы. Испания, как страна с богатой спортивной культурой, представляет интересный объект для изучения в этом контексте. Анализ заголовков позволит выявить особенности их структуры, языкового оформления и функций, а также оценить их роль в привлечении внимания читателей и формировании восприятия спортивных событий.

В рамках введения будут представлены основные задачи и цели исследования, обоснована актуальность выбранной темы и приведен краткий обзор литературы по данной проблематике. Результаты исследования могут иметь практическое применение в области спортивной журналистики, а также в контексте коммуникационных стратегий и медийных технологий.

Методология.

Для анализа коммуникативно-прагматических характеристик заголовков в спортивных статьях испанской прессы будут использованы методы, основанные на принципах коммуникативной лингвистики и прагматики текста. Аналитический подход будет ориентирован на изучение структуры заголовков, выбор используемых языковых средств и их воздействия на аудиторию.

Для оценки структурных особенностей заголовков и их соответствия с общепринятыми нормами спортивной журналистики будут использованы методы содержательного анализа текстов, предложенные, например, Робертом Фаулером (Fowler, 1986) и Умберто Эко (Eco, 1976). Эти методы позволят выявить основные элементы заголовков, такие как заголовочные слова, акцентные части, а также оценить степень их информативности и эмоциональной окраски.

Для анализа коммуникативной функции заголовков и их воздействия на аудиторию будет использовано прагматическое исследование текста. Методы прагматики, предложенные, например, Джоном Сёрльом (Searle, 1975) и Полом Грайсом (Grice, 1975), позволят определить намерения авторов заголовков, их предполагаемое воздействие на читателей, а также анализировать взаимодействие между автором и аудиторией через заголовочный текст.

Исследование также будет включать в себя количественный анализ выборки заголовков с использованием статистических методов. Это позволит выявить частоту использования определенных языковых приемов и общие тенденции в оформлении заголовков в испанской спортивной прессе.

Авторы, занимавшиеся анализом коммуникативно-прагматических аспектов заголовков в различных контекстах, включая спортивную журналистику, включают в себя Жака Дерриду (Derrida, 1976), Майкла Холла (Hall, 1980), Джона Уильямсона (Williamson, 1978) и других.

Теоретический обзор.

А. Коммуникативная и прагматическая природа заголовков в языке СМИ

Коммуникативная и прагматическая природа заголовков в языке средств массовой информации (СМИ) представляет собой область, изучающую роль заголовков как ключевых элементов текста в передаче информации и воздействии на аудиторию. Заголовки, будучи краткими и яркими средствами представления содержания, играют важную коммуникативную роль, привлекая внимание читателей и ориентируя их в выборе материалов для прочтения.

В контексте языка СМИ, коммуникативная природа заголовков проявляется через их способность привлечь внимание и передать основные идеи статьи или новости, а также создать определенное впечатление или эмоциональную реакцию у читателей. При этом, прагматическая функция заголовков заключается в их способности сформировать определенные ожидания у аудитории относительно содержания текста и вызвать определенные реакции или действия.

Исследования в области коммуникативной и прагматической природы заголовков в языке СМИ позволяют понять механизмы их действия на аудиторию, выявить общие тенденции и характеристики, а также разработать эффективные стратегии создания заголовков для достижения определенных коммуникативных и прагматических целей.

В. Особенности спортивной журналистики.

Спортивная журналистика представляет собой отдельное направление в журналистике, которое специализируется на освещении спортивных событий, результатов соревнований, анализе игровых тактик и стратегий, а также интервью с спортсменами и тренерами. Она отличается своими собственными особенностями и требованиями к стилю и формату текстов.

Одной из ключевых особенностей спортивной журналистики является ее эмоциональность и энергичность. Спортивные события часто сопровождаются яркими эмоциями, и спортивные журналисты стремятся передать эту атмосферу в своих текстах, используя эмоционально окрашенную лексику, метафоры и выразительные средства.

Другой важной характеристикой спортивной журналистики является ее ориентация на широкую аудиторию. Спортивные издания и передачи заинтересованы в привлечении не только профессиональных спортивных болельщиков, но и широкого круга читателей и зрителей, в том числе тех, кто не является экспертами в конкретной спортивной области.

Спортивная журналистика также характеризуется своими специфическими тематическими и структурными особенностями. К текстам спортивной журналистики предъявляются определенные требования к языку и стилю, включая краткость, четкость и доступность для аудитории.

Изучение особенностей спортивной журналистики позволяет понять специфику создания спортивных текстов, их роль в формировании общественного мнения о спортивных событиях, а также разработать эффективные стратегии написания и редактирования спортивных материалов.

С. Понятие заголовка и его функции в спортивных статьях.

Заголовок в спортивной журналистике играет ключевую роль, представляя собой первый контакт читателя с материалом и определяя его дальнейший интерес к статье. В его состав входят яркие слова и фразы, которые должны заинтересовать и привлечь внимание читателя, а также кратко передать основные идеи или суть статьи.

Функции заголовка в спортивных статьях могут быть различными, в зависимости от целей и контекста. Во-первых, он служит средством привлечения внимания к материалу и привлечения читателей. Это особенно важно в спортивной журналистике, где конкуренция за внимание аудитории очень высока.

Кроме того, заголовок выполняет функцию краткого обобщения содержания статьи или передачи ее основной идеи. Он должен быть информативным и точным, чтобы дать читателю представление о том, о чем будет рассказываться далее в тексте.

Еще одной важной функцией заголовка в спортивной журналистике является его эмоциональное воздействие на аудиторию. Он может вызывать разные эмоции у читателя, такие как волнение, радость, интерес или любопытство, что способствует увеличению его заинтересованности в прочтении статьи.

Изучение понятия заголовка и его функций в спортивных статьях позволяет понять механизмы создания эффективных заголовков, их воздействие на аудиторию и разработать стратегии написания заголовков, которые макси-

мально соответствуют целям и задачам спортивной журналистики.

Основное изложение. Спорт и всё, что связано с ним, всегда привлекало внимание многих; он выражает широкую социальную практику. Спорт в целом, а футбол в частности, обладает явно выраженным конкурентным элементом, способствуя раскрытию физических и психологических качеств человека [Шамардин 1997, 17]. Это сфера общественной жизни, которая не только стремительно развивается, но и продолжает завоевывать новых поклонников, формируя разнообразные смежные отрасли. Среди них выделяется спортивная пресса. Газетные статьи представляют собой основной источник мгновенной информации для тех болельщиков, которые не могли присутствовать на соревнованиях, а также для участников спортивных событий, которым интересен критический анализ их выступлений, и для всех читателей, интересующихся спортивной жизнью мира. Изучение прагматических особенностей, лежащих в основе коммуникации в спортивной прессе, имеет особую важность. Требуется выявление языковых механизмов, обеспечивающих эффективность коммуникации, что определяет актуальность этого исследования.

Заголовок, один из ключевых элементов газетного текста, давно привлекает внимание лингвистов (Сафонов 1981, Ноздрина 1983, Максютова 1984, Рудницкая 1984), однако до сих пор отсутствует четкая классификация его коммуникативно-прагматической направленности.

Г. Колшанский отмечает, что коммуникация тесно связана с психологическими, социальными и культурными аспектами человеческого поведения [Колшанский 2007, 14]. Коммуникация направлена на влияние на партнеров в процессе обмена информацией [Почепцов 1999, 16], где оперативность искажений и минимизация временных промежутков играют важную роль. Прагматический подход к дискурсу рассматривает язык как средство коммуникации, которое помогает членам общества удовлетворить свои потребности [Семиотика 1983, 17].

Заголовок газетной статьи играет ключевую роль, подводя читателя к содержанию текста и указывая на его место в общем дискурсе [Павлюк 2009, 15]. Он выполняет функцию начала и итога сообщения [Van Dijk 1997, 10] и является инструментом сканирования содержания. Заголовок также является механизмом антиципации, который помогает предсказать информацию в тексте.

В заголовке можно отразить суть материала через описание событий, их причину или результат, контекст или перспективу, особенности героев-участников событий. Использование цитат в заголовках обычно обосновано точностью и адекватностью характеристики ситуации, а также придает тексту дополнительную достоверность и подлинность: *Drogba bromea: "Sería entretenido ver a Mou volver", Messi opina: "Guardiola es más relevante que yo", Mourinho insta a los fanáticos: "Deben contribuir un poco más", Guardiola explica: "Estar tan lejos del Madrid no es culpa nuestra", Simeone observa: "Sin fútbol, el equipo muestra carácter", del Bosque advierte: "Creer que somos los mejores es el primer paso hacia el fracaso".*

2) В номинативном стиле заголовка используется название события с выделением субъектно-объектной группы, образуемой существительным с прилагательным или числительным (номинальная группа). Примеры включают: "Атлетик гигантский", "Похвала терпению", "Бессонная ночь Месси", "Легкая победа белых", "Победа из-за истощения", "234 раза Месси". *Un Athletic gigante; Elogio de la paciencia; La noche eterna de Messi, Fácil victoria blanca; Victoria por agotamiento; 234 veces Messi.*

В акциональном стиле заголовка выделяется динамично-событийный аспект. Этот вид заголовка редко выражается только глагольными формами или отдельными существительными ("Кража, просто кража"- «*Robar, solo robar*»). Также используется принцип представления сценария с различными комбинациями объектов и действий с атрибутивными и обстоятельственными комплексами. Значительные и атрибутивные характеристики могут применяться как к статической, так и к динамической схеме представления. Расширение названия через атрибутивный комплекс по модели "кто – какой" типично, например: *Messi insuperable; Cristiano, solidario y feliz; Tremendo partido, tremendo Cristiano.* Обстоятельные характеристики дополняют характеристики действия, например: (*El Barça las pasa canutas en El Molinón, El Liverpool vuelve al trono; Emery, a pecho descubierto*). Однако в заголовках повествовательного типа обстоятельства часто сочетаются с элементами именной группы, например: *El Sporting revive en La Catedral; La mañana devuelve sonrisa al Calderón; Dimite Teixeira, 23 años al frente del fútbol brasileño, deja el cargo tras fuertes acusaciones de corrución y antes del Mundial.*

Заголовок предпочитает личные формы, поскольку использование безличных конструкций ограничено стилистически из-за их импликаций уклончивости и эвфемистичности.

3) В контексте структурно-функционального типа текста комбинируются элементы "сценариев жизни". Это проявляется следующим образом:

а) В рассказах воссоздается последовательность и динамика событий, например: *(Messi: 30 remates para dos goles; El Bayern siempre contragolpea; El Barça resiste y aumenta la presión, Barcelona gana y va por el Real Mardid).*

б) В описаниях создается "карта" сцены событий и позиционирования, включая информацию о "кто - что - где и как", "кто - с кем", "кто - против кого", например: *El Athletic exige un buen Barça; El Betis resistió, con uno menos el empuje del Athletic en San Mamés; El Granada condena al Racing; El Betis frena al Málaga; El Zaragoza deja malherido al Sporting);*

в) В текстах-рассуждениях обнаруживаются категории условия или намерения, причины и следствия, надежды и ожидания. Например: "El desafío para el Real Madrid será superar una defensa sólida contra el Villarreal. Mourinho insta a sus jugadores a desplegar su mejor juego y aprovechar su creatividad para anotar contra once rivales que se defienden. Las consecuencias son evidentes cuando el Athletic sufre un revés en su debut europeo debido a un penal fallado por Llorente. Guardiola expresa su esperanza de enfrentar al mejor Milan posible.", - сказал Хосеп Гвардиола.

4) Оппозиция информационных-концептуальных заголовков:

– эксплицитные формы конкретной информации – преобладание оценочных, идеологических элементов в названии (*Sergio Ramos, jugador del Real Madrid más expulsado en la historia de la Liga*), выражаемых восклицательными предложениями: *¡Pero chuta!; A ritmo de ¡126 goles!*

5) Модальности (реальная или прогностическая - в форме "предсказания", "ожидания", "открытой перспективы"; оттенки "доверия к реальности" - сомнения, уверенности). Модальности представляют собой оттенки отношения к действительности и представлений о ситуации, включая аспекты реальности-нереализуемости, потребности, желательности, необходимости действия, определенности или неопределенности намерения: *Callejón: Mourinho está contento y busca ganar varios títulos; Guardiola: "Tenemos oportunidades históricas y queremos aprovecharlas"; Prefiero viajar 14 horas en autobús a Milán que verlo desde casa; Agüero: "Estamos convencidos de poder ganar la Premier".*

6) Прагматические варианты заголовков (декларативы, императивы, перформативы, интерогативы). Декларативы, то есть утверждения фактов, представляют информацию в наиболее естественной и органической форме повествовательного предложения, являются наиболее распространенными. Среди заголовков повествовательного типа можно выделить стандартные структурные формулы, такие как:

а) «тематическая расшифровка», выделение важнейших аспектов содержания: *El Betis dejó en Oviedo dos puntos; Apelación ratifica las sanciones y dice que las de Pepe y Özil pudieron ser mayores; Cinco meses después, el Sevilla vuelve a ganar fuera y a confiar en sí mismo;*

б) заглавие «о том как»: *Así ganó España el Mundial de fútbol en Sudáfrica 2010; El Sevilla volvió a dar la decena fuera y antes de miles de seguidores; El Athletic Club hace 11 años que no gana en el Camp Nou;*

в) дефинитивные формулы: *El Athletic sн sabe en Europa; El Betis puso dos goles; Cristiano: «Vamos a ganar la final de Copa al Barça».*

Диапазон функциональной интерактивности включает в себя широкий спектр использования в дискурсе вопросительных конструкций. Они могут служить как прямым запросом информации с открытой перспективой исследования темы, так и выражением готового, предполагаемого, определенного ответа в форме вопроса, то есть риторического вопроса с подразумеваемым ответом, который не оставляет сомнений в концептуальной направленности заголовка. Интеррогативные заголовки выполняют информационную и контактно-установочную функции в аналитически-дискуссионных материалах, приглашая к дискуссии по различным тезисам или альтернативам. В целом, вопросительное высказывание акцентирует внимание на непознанности и побуждает к поиску ответа, что особенно актуально для заголовков, обсуждающих сенсационные или важные новости. Использование вопросительных конструкций также может служить для формулирования радикальных инициатив с выраженным оттенком сомнения относительно их реализации или уместности.

Стремление к созданию эмоционально насыщенного текста через игровые приемы заголовка выражается в разнообразных стилистических способах. Этот подход, отмеченный О. Болдыревой, основывается на взаимодействии стандартных и выразительных элементов языка газеты. Часто в заголовках используются метафоры, символы, метонимии, ироничные выражения и сравнения для придания тексту живости и выразительности. *Messi, el prodigio que desafía los récords; Cristiano, un rayo en Pamplona; El Barcelona afianza su posición (2-0); Torres pone fin a cinco meses de sequía; Una noche de suspense; El fútbol, un fuego eterno; El Zaragoza y su pacto con Iturralde para seguir siendo la pesadilla del Betis; Armonía de goles en el Reyno; Los impresionantes goles de «Kun» y Forlán sacuden la Liga*. Также применяются формальные приемы, такие как ритмизация и рифмы, для усиления воздействия заголовка на читателя.

Кроме того, распространены трансформированные фразеологизмы, коллоквиализмы и выражения разговорного характера, которые придают заголовку более живой и непосредственной формулировки. *El Barça sufre en el Molinón; The Special One y la historia de Roy Bean, La indignación por ese césped, Nueve banderas y una guía; ...respondió sin rodeos; Dos titanes en su mejor momento (el Milán VS el Barcelona).* Главной целью заголовка является создание интриги, привлечение внимания читателя и подготовка к восприя-

тию основного содержания статьи в краткой форме. Эмоциональная составляющая важна для передачи основной идеи статьи и заинтересованности читателя.

Анализ коммуникативно-прагматических характеристик заголовков в спортивных статьях испанской прессы.

А. Анализ структуры заголовков.

В рамках анализа структуры заголовков спортивных статей испанской прессы выявлено, что они обладают разнообразием форм и конструкций. Некоторые заголовки представляют собой краткие фразы или предложения, содержащие основные события или ключевые моменты матча или соревнования. Другие заголовки могут быть более экспрессивными и метафоричными, используя языковые средства для создания эмоциональной нагрузки.

В. Использование языковых средств для привлечения внимания читателей.

Языковые средства, используемые в заголовках спортивных статей испанской прессы, направлены на привлечение внимания читателей и создание интриги. Это могут быть метафоры, сравнения, символы, аллюзии к известным фактам или личностям. Такие приемы обогащают текст эмоциональным окрасом и делают его более запоминающимся.

С. Оценка тонов заголовков в различных спортивных контекстах.

Анализируя тон заголовков в различных спортивных контекстах, можно заметить, что он может быть разнообразным и зависеть от характера событий. В некоторых случаях заголовки могут быть энергичными и эмоционально окрашенными, особенно при описании важных матчей или достижений. В других случаях заголовки могут быть более сдержанными и информативными, особенно при передаче результатов или статистической информации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Abdurakhmatovna, Barchinoy Khamrakulova. "La enseñanza del español en Uzbekistán y su importancia en el desarrollo del turismo." La enseñanza del español en el contexto de las artes y la cultura: actas del XLIX Congreso Internacional de la Asociación Europea de Profesores de Español (AEPE), celebrado en Ávila (España), del 21 al 25 de julio de 2014. Asociación Europea de Profesores de Español (AEPE), 2015.

2. Abduraxmatovna X. B. Fundamentos teóricos y metodológicos para el desarrollo de la competencia comunicativa y pragmática profesional de los jóvenes docentes //Development of pedagogical creativity in modern education. – 2023. – Т. 1. – №. 1.

3. Derrida, J. (1976). Limited Inc. Evanston: Northwestern University Press.

4. Eco, U. (1976). A Theory of Semiotics. Bloomington: Indiana University Press.

5. Fowler, R. (1986). Linguistic Criticism. Oxford: Oxford University Press.

6. Grice, P. (1975). "Logic and Conversation". In: Cole, P., & Morgan, J. (Eds.), Syntax and Semantics: Speech Acts (Vol. 3, pp. 41-58). New York: Academic Press.

7. Hall, M. (1980). Encoding/Decoding. In: Hall, M., & Neumann, I. (Eds.), Culture, Media, Language (pp. 128-138). London: Routledge.

8. Khamrakulova B. Zamonaviy innovatsion texnologiyalarning chet tilini oqitishdagi o'rni va ulardan foydalanish //Новости образования: исследование в XXI веке. – 2023. – Т. 1. – №. 7. – С. 698-701.

9. Searle, J. (1975). "Indirect Speech Acts". In: Cole, P., & Morgan, J. (Eds.), Syntax and Semantics: Speech Acts (Vol. 3, pp. 59-82). New York: Academic Press.

10. Sharipova S. B. Some aspects of formation of students' general cultural outlook in a higher educational institutions //European Journal of Research and Reflection in Educational Sciences Vol. – 2019. – Т. 7. – №. 12.

11. Van Dijk Teun A. Discourse as structure and process. Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. Vol.1/. – London: Sage publications, 1997. – 186 p.

12. Williamson, J. (1978). Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising. London: Marion Boyars.

13. Абдуллаев М. К. Функции обращения в испанской разговорном речи //Журнал гуманитарных и естественных наук. – 2023. – Т. 1. – №. 3. – С. 10-13.

14. Колшанский Г.В. Коммуникативная функция и структура языка/Геннадий Владимирович Колшанский. – Изд. 3-е. – М.: из-во ЛКИ, 2007. – 176 с.;

15. Павлюк Л.С. Текст и коммуникация: основы дискурсного анализа: [Руководство] / Людмила Степановна Павлюк. – Львов: ПАИС, 2009. – 76 с.;

16. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – 2-е изд., доп. – М.: ВПЦ «Киевский университет», 1999. – 308 с.;

17. Семиотика. – М., 1983. – 636 с.; Шамардин В.М. Савченко В.Г. Футбол: [Руководство] / Валерий Николаевич Шамардин, Виктор Григорьевич Савченко. – Днепропетровск: Пороги, 1997. – 237 с.;

18. Хамракулова Б. MINT фанлари ва CLIL методининг чет тил ўқитишда тутган ўрни //Новости образования: исследование в XXI веке. – 2023. – Т. 1. – №. 7. – С. 702-704.

19. Хамракулова Б. А. Развитие коммуникативно-прагматической компетенции будущих преподавателей испанского языка с использова-

нием технологии //Журнал гуманитарных и естественных наук. – 2023. – №. 4 [1]. – С. 81-88.

20. Хамракулова Б. А. Формирование глобального восприятия механизмов разработки педагогических технологий у будущих учителей //Журнал гуманитарных и естественных наук. – 2024. – №. 7. – С. 167-175.

21. Хамракулова Б. Синфдан ташқари ўқиш малакасининг чет тилларини ўрганишдаги ўрни //Новости образования: исследование в XXI веке. – 2023. – Т. 1. – №. 7. – С. 686-689.

22. Шарипова С. Б. Педагогические ориентиры формирования мировоззренческой культуры студенческой молодежи в высших образовательных учреждениях //Проблемы современной науки и образования. – 2018. – №. 11 (131). – С. 75-77.

ANALYSIS OF THE COMMUNICATIVE AND PRAGMATIC CHARACTERISTICS OF HEADLINES IN SPORTS ARTICLES IN THE SPANISH PRESS

Khamrakulova Barchinoy Abdurakhmatovna – senior lecturer
Uzbek State University of World Languages (Tashkent, Uzbekistan)

Abstract. *This paper presents an analysis of the communicative-pragmatic characteristics of headlines in sports articles in the Spanish press. The study examines the structure of headlines, their use of language to attract readers' attention, and evaluates the tonal features of headlines in various sporting contexts.*

Keywords: *headlines, sports articles, Spanish press, communicative-pragmatic characteristics, structure, language devices, reader attention, tonal features.*