

Секция «Журналистика»

Функциональная многозначность современного газетного заголовка: тенденции и процессы

Медведская Алина Викторовна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет
журналистики, Москва, Россия
E-mail: a.medvedskaya@list.ru*

Эффективность восприятия журналистского текста начинается с его заглавия. Роль и позиция заголовка на газетной полосе архиважны прежде всего потому, что связаны с вероятностью прочтения собственно журналистского материала. Исследователи выявили: 80-90% публикаций прочитываются благодаря информативным заголовкам – ярким, точным и выразительным [3,5]. Проведённое нами исследование газетных выпусков «Подмосковья» в период с сентября 2012 г. по февраль 2013 г. позволило зафиксировать ряд важных, на наш взгляд, наблюдений, суммирующих возрастающую функциональную многозначность газетных заголовков.

Активные тенденции и процессы, проявляющиеся в современных СМИ и отражающие специфику изменений в российском обществе и русском языке, не могли не отразиться на прагматике газетных заголовков. Традиционно признанные главные функции заголовка – информативная и контактная – заметно усилили экспрессивный и оценочный характер [4]. Информационную насыщенность заголовку теперь всё больше придаёт не просто информация и не всегда только информация. Воздействовать на эмоциональную и интеллектуальную сферу читателя посредством авторских намерений стало приоритетной задачей рекламной функции заголовка.

Однако сегодня трудно обнаружить материал, в заголовке которого доминирует одна функция. Учёные отмечают, что эффективность воздействия заголовка многократно усиливает единство информативной и рекламной функций [1]. Сосуществование этих функций может выражаться в форме заголовков. Номинативный заголовок используют для объёмных материалов. Он представляет собой, как правило, фразу из двух существительных или существительного и прилагательного, содержит оценку новости и сопровождается подзаголовком – распространённым предложением [3,1]. Например: (заголовок) «Мертвая хватка» - (подзаголовок) «Москва бьется с областью за подмосковных покойников» («П» № 184). Предикативный заголовок предпочитают для коротких новостей, это чаще полное предложение, может выступать самостоятельно или сопровождаться подзаголовком. Например: (заголовок) «Сад в честь Антоши Чехонте» - (подзаголовок) «Волонтёры в Мелихово сажали фруктовые деревья и подстригали Сиреневую аллею» («П» №168).

Облегчают читателю получение информации многоярусные заголовки, состоящие из комбинаций заголовка, подзаголовка и (не всегда) названия рубрики или подборки и образующие заголовочный комплекс [6]. Его преимущество позволяет не перегружать заголовок, а сконцентрировать внимание на выполнении им контактной функции. При этом информативную функцию делят между собой подзаголовок, хедлайн и лид. Для «Подмосковья» это традиционная модель: («Переход на тот свет» («П» №220); «Деньги не капают» («П» №183); «Нарисуют – будут жить» («П» № 175). На страницах издания

нередко можно встретить примеры сложного заголовочного комплекса – объединения на плоскости заголовков нескольких видов [2]. Например: Новости «С 17 декабря полицейские начнут операцию «Елочка»» («П» № 228) .

Информативная функция заголовка тесно связана с его экспрессивной функцией, что проявляется в связи заголовка, базовой «узловой точки» журналистского текста [7], с внутренним содержанием публикации. Газетный заголовок способен выступать средством возбуждения интереса к тексту, если в содержании преобладает оценочное значение, выражается отношение автора к изложенным фактам: «Проблема не в реставраторах» («П» №175) ; «Земле приходит конец» («П» № 14); «Говорят, в Москве кур доят» («П» №175).

Нельзя не согласиться с Э. А. Лазаревой в том, что газетный заголовок выполняет своё назначение на трёх этапах восприятия текста. Сначала, на «дотекстовом» этапе, заголовок призван привлечь внимание читателя, вызвать интерес, побудить прочитать текст. Выполнению этой роли способствуют и графическое выделение, и оценочно-экспрессивное воздействие языковых средств. (В «Подмосковье» это окна-анонсы на первой полосе к избранным публикациям с указанием страницы).

Знакомясь с текстом, читатель соотносит заголовок с элементами смысловой составляющей, при этом реализуется информативная функция заголовка. После прочтения материала наступает третий этап восприятия, на котором заголовок выполняет номинативную функцию: читатель запоминает публикацию. Таким образом, грамотно выбранный заголовок выполняет и интегративную функцию, способствующую целостности, слитности текста, что позволяет говорить ещё об одной роли заголовка – конструктивной [6].

Опираясь на исследования учёных-лингвистов, журналистов-практиков и наше исследование газетных заголовков «Подмосковья», мы считаем правомерными следующие выводы:

Современный газетный заголовок: обладает смысловой объёмностью и функциональной многозначностью; тяготеет к пересечению функциональных значений; имеет функцию двойного наименования – как самостоятельная единица речи и как часть журналистского произведения; отражает прагматическую цель автора; в смысловом отношении окончательно раскрывается по мере ознакомления с текстом; наиболее полно может быть проанализирован лишь при опоре на текст; ещё недостаточно изучен с точки зрения функциональной типологии.

Литература

1. Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. Изд. 3-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2011.
2. Галкин С. И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала: Уч. пособие. – М. : Аспект Пресс, 2008.
3. Колесниченко А. В. Практическая журналистика: Уч. пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010.
4. Кормилицына М. А. Некоторые итоги исследования процессов, происходящих в языке современных газет // Проблемы речевой коммуникации : Межвуз. сб. науч. тр.– Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2008. – Вып. 8.

5. Лазарева Э. А. Заголовок в газете: Уч. пособие. 2-е изд., доп., перераб. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004.
6. Накорякова К. М. Литературное редактирование. Общая методика работы над текстом: Уч. пособие. – М.: Изд-во Моск. ун -та; фак-т жур-ки им. М. В. Ломоносова, 2011.
7. Славкин В. В. Заголовок в современном газетном тексте // Журналистика и культура русской речи. 2002. № 1.
8. *Газетные публикации «Подмосковья» (сентябрь 2012 – февраль 2013 гг.).