

УДК 070.4

DOI: 10.31471/2304-7402-2019-3(55)-398-405

ЗАГОЛОВОК І ЙОГО ФУНКЦІЇ В СУЧАСНОМУ МАС-МЕДІЙНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКИХ НОВИНИХ СТАТЕЙ)

О. С. Даниленко

*Тернопільський національний педагогічний університет ім. В. Гнатюка;
46000, м. Тернопіль, вул. Максима Кривоноса, 2;
e-mail: oksdanylenko@gmail.com*

У статті розглядаються заголовки німецькомовних новинних статей, які є складним поліфункціональним явищем. Уточнюється поняття «політична комунікація» і трактуються основні цільові напрями у дослідженні новинних заголовків з лінгвістичної точки зору. Для виявлення механізмів впливу заголовків на побудову політичного дискурсу особливу увагу було приділено їхнім структурно-функціональним особливостям у сучасному мас-медійному просторі. В ході аналізу новинних заголовків на сайті Deutsche Welle описуються їхні найтипівіші функції та відзначаються притаманні їм структурні моделі. Задля з'ясування механізмів впливу заголовків на формування політичного дискурсу особлива увага приділяється їхнім функціональним та структурним особливостям у сучасному медійному просторі. Аналіз заголовків новин дає змогу виділити такі їхні основні функції: номінативно-інформативну, графічно-висвітлюючу, впливаючу, рекламну, оціночно-експресивну, інтегративну та пошукову. Основними типовими принципами новин на сайті газети Deutsche Welle є посилені візуалізація, яскраво-виражена інтерактивність, простота та своєчасність.

Ключові слова: *новинний заголовок, новинний текст, політичний дискурс, мас-медійний простір, функція впливу.*

Политическая коммуникация власти с обществом, которая является сегодня одной из важных сфер жизни человека, осуществляется посредством политического дискурса.

По определению А. П. Чудинова политическая коммуникация представляет собой «речевую деятельность ориентированную на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям, для выработки общественного согласия, принятия и обоснования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе» [8, с. 6-7].

Наблюдаемые в настоящее время инновационные изменения в средствах массовой информации и их тесная взаимосвязь с Интернетом оказывают непосредственное влияние на участников политического

дискурса. Интернет перестает быть носителем информации и платформой для распространения классических СМИ, а становится средством коммуникации между субъектами политической жизни. На этом фоне телевидение, радио и печатные издания соревнуются за адресата политической коммуникации, а журналисты, которых нередко сравнивают с политологами, «реконструируют политическую реальность для своих аудиторий согласно своему видению политических процессов» [9, с. 25] и пытаются убедить других в том, что эта реальность именно такая, какой она им представляется.

Ежедневно мы стараемся быть проинформированными о важных вопросах политической жизни, однако, в эпоху «медиакратии» из-за нехватки времени на прочтение всех политических статей мы часто ограничиваемся просмотром их заголовков и подзаголовков. Тем не менее, степень новизны сообщения и нестандартный ракурс его подачи мотивирует нас к дальнейшему включению в политический дискурс.

Актуальность данной работы обусловлена особой ролью, которую играет новостной заголовок в современном масс-медийном политическом дискурсе.

Анализ научной литературы по вопросам исследования новостных заголовков показал, что данная проблематика актуальна не только для специалистов в области политологии, социологии и психологии, но и в лингвистике. По мнению Ю. Н. Грицкевич, лингвистический ракурс проблемы, «предполагает выявление механизмов и языковых законов формирования информационного масс-медийного пространства, определение особенностей воздействия этого пространства на массового адресата дискурса и, конечно, прогнозирование результатов такого воздействия дискурса на адресата» [1, с. 155].

Таким образом, **объектом** исследования является политический дискурс, а **предметом** исследования – новостные заголовки, на материале немецкоязычных статей из рубрики «Политика» на сайте Deutsche Welle.

Цель данной статьи заключается в анализе структурных и функциональных особенностей заголовков. На пути к достижению цели мы ставим **задачу** – выявить особенности структурных построений новостных заголовков и рассмотреть основные их функции в современном масс-медийном политическом дискурсе.

Заголовкам посвящено множество работ, при чем исследования проводятся в разных целевых направлениях – в частности, в синтаксическом, функциональном, лингвосоциокультурном и смысловом. Среди научных трудов, в которых исследованы синтаксические признаки заголовков и их графические особенности оформления, заслуживают внимания работы Д. Р. Канюс, В. Карпенко, В. Е. Шевченко, а лексико-семантические особенности газетных заголовков стали предметом исследования Л. И. Майбороды, М. М. Скибы, Л. И. Солодкой и др. По-

следнее время наблюдается интерес ученых к роли газетного текста в процессе формирования лингвокультурной и социальной компетенции. Это, в частности, подтверждают публикации А. М. Васильевой, И. П. Лысаковой, Т. М. Матвеевой и др.

Исходя из поставленной цели, считаем логичным в данной статье рассмотреть механизмы воздействия заголовков, как особого смыслового центра, на построение политического дискурса.

В настоящее время ни одна публикация не выходит в свет без заголовка, значение которого с момента его возникновения существенно изменилось. Название новостного текста перестает только информировать о его содержании, но и становится формой привлечения внимания потенциальных читателей.

Представляя собой очень сильный по своему влиянию текстовый знак, заголовок имеет следующие характеристики: информативность, модальность, формальная оформленность и смысловая завершенность, интерпретируемость, полифункциональность. Заголовок не только определяет идеологическую модальность политического дискурса, для которого характерна диалоговость в эксплицитной или имплицитной форме, но и «репрезентирует политическую направленность того или иного источника массовой информации» [1].

Практически каждый исследователь названий публицистических текстов предлагает свою классификацию функций заголовка (С. М. Гуревич, В. Г. Костомаров, Э. А. Лазарева, В. С. Мужев, Ю. М. Пешкова, Э. И. Турчинская и др.). Однако, несмотря на различие в классификациях, можно выделить основные функции заголовков, наличие которых признается большинством исследователей: графически-выделительная, номинативно-информативная, воздействующая, оценочно-экспрессивная, интегративная и поисковая.

Несмотря на то, что развитие интернет-технологий мотивирует к появлению новых возможностей организации новостных текстов, заголовков, как полифункциональная единица, сохраняет свои основные функции и в новой информационной сфере: графически-выделительную и номинативно-информативную.

На первом внеконтекстном этапе восприятия новостной статьи имеется единственная функция, которая реализуется неязыковыми средствами – графически-выделительная. Следует отметить, что для реализации данной функции электронные версии печатных газет имеют больше возможностей, по сравнению с обычными издательствами, поскольку могут дополнять статьи видео- и аудио материалами. Однако произвольное обращение внимание на форму заглавия вскоре уступает произвольному, которое контролируется сознанием, и читатель обращается к языковому оформлению заголовка. На данном ознакомительном этапе прочтения заголовка реализуется номинативная функция.

Заголовки политических публикаций отражают наиболее значимые и интересные для массового адресата дискурса события и, следовательно, выполняют преимущественно информационную функцию, а воздействующая функция заголовков подобных текстов носит, казалось бы, поверхностный характер. Однако высокие темпы и уровень развития информационных технологий меняют способы подачи материала и вынуждают автора политического дискурса ставить перед собой цель уже на уровне заголовка, побуждать адресата к дальнейшему получению информации, что, в основном, достигается при доминировании воздействующей и рекламной функций.

Заголовок также воздействует на эмоциональный уровень читателя, выполняя тем самым оценочно-экспрессивную функцию, важность которой состоит в том, что политический текст, выражая авторскую позицию, должен быть интересным, интриговать читателя и убеждать его в концепциях, которые журналист пытается донести. А заголовок, выступая в роли языковой коммуникации, в свою очередь, должен производить эффект усиленного ожидания от дальнейшего прочтения, который достигается путем использования экспрессивных языковых средств.

В современном масс-медийном политическом дискурсе мы часто видим, что публикации предшествует заголовочный комплекс, когда за основным названием следует подзаголовок, который, выполняя композиционное значение, не только облегчает знакомство с газетной публикацией, но и представляет собой центр номинативно-информационной функции. В данном случае воздействующая функция ложится на сам заголовок, поскольку подзаголовок знакомит читателя с основным содержанием текста. По мнению Ю. Н. Грицкевич «имплицитность передачи информации в заголовке и некоторая информационная недосказанность в подзаголовке создают условия для дальнейшего развертывания и успешной реализации политического дискурса» [1].

Таким образом, новостная статья рассматривается как самостоятельное единство, целостность и слитность текста которой обеспечивается благодаря интегративной функции.

Ю. В. Пешкова, изучая соотношения ключевых слов в заголовке новостного текста в интернет-версии и газеты с ключевыми словами статьи – тегами, выделяет дополнительную «поисковую функцию заголовка как составляющую поисковой функции всего комплекса новостного текста, которая заключается в том, что заголовок и теги помогают читателю находить интересующие его материалы и быстрее ориентироваться в общем объеме предлагаемой ему информации» [5].

Нельзя оставить без внимания такие характерные признаки новостных статей на интернет-сайте Deutsche Welle, как усиленная визуальность, ярко выраженная интерактивность, доступность и оперативность. Однако такое качество публикаций в интернет-эру не влияет на взаимоотношение текста с заголовком, который представляет собой сложное

полифункциональное явление и во многом определяет результативность масс-медийного политического дискурса.

В ходе анализа заголовков немецкоязычных новостных текстов на сайте Deutsche Welle было установлено, что в публикациях преобладали заголовки, состоящие из 6-8 слов. Данные новостные тексты характеризуются наличием устойчивой иерархической последовательности элементов: рубрика, заголовок, подзаголовок, текст, ссылка.

Основными структурными типами новостных заголовков являются заголовки-двусоставные предложения, заголовки-вопросы, эллиптические заголовки и номинативные заголовки, которые отличаются друг от друга по способу подачи информации.

Наиболее характерной структурной моделью заголовка немецкоязычной прессы являются заголовки-двусоставные предложения с прямым порядком слов: «*Löfven stellt sein neues Kabinet tvor*» («*Лёвен представляет свой новый кабинет*») [DW, 21.01.2019]; «*Maduro lässt Ultimatum verstreichen*» (*Мадуро отклоняет ультиматум*) [DW, 04.02.2019]; «*Merkel nimmt sich Zeit für Japan*» (*Меркель находит время для Японии*) [DW, 04.02.2019].

Следует отметить синтаксическую категорию предикативности как важнейший признак данной структурной модели заголовка, который ориентирован на прогнозирование смыслового развития новостного текста. Заголовок с подлежащим на первом месте воспринимается читателем как самостоятельный микротекст, за счет чего он демонстрирует некую обособленность от самого новостного текста. Частотность использования данных заголовочных конструкций объясняется желанием журналиста донести информацию до читателя как можно быстрее.

Заголовок-вопрос значительно сокращает информативность текста, придавая ему полемический характер, по этой причине использование вопросительного предложения в качестве заголовка для немецкоязычных новостных текстов является нетипичным. Функциональная особенность заголовков-вопросов заключается в том, чтобы подчеркнуть интерактивность статьи. Следовательно, главным критерием данной группы заголовков следует считать коммуникативно-прагматическую направленность: «*Politischer «Frühling» in Polen?*» (*Политическая «весна» в Польше?*) [DW, 04.02.2019]; «*Tahsin Beg: der letzte Prinz der Jesiden?*» (*Тахсин Бег: последний князь езидов?*) [DW, 29.01.2019]. Например, неоднозначность в толковании заголовка «*Grenzpolitik: Flüchtlinge zweiter Klasse?*» («*Пограничная политика: беженцы второго сорта?*») [DW, 24.11.2015] объясняется затронутой в статье тематикой. Речь идет о страданиях сомалийца в приграничном греческом городе Идомени. Нескончаемый поток беженцев на пограничных пунктах, наподобие городка Идомени, пытается добраться до Центральной Европы через Балканы и разочаровываются в пограничной политике. Сложная миграционная

ситуация послужила причиной выбора журналистом такого броского и многозначительного заголовка.

Эллиптические заголовки новостных текстов также не свойственны немецкоязычной прессе. Тем не менее, иногда их использование журналистами увеличивает выразительность и рекламность публикаций. Наиболее распространенным типом заголовков, содержащих эллипсис, следует считать заголовки, в которых опущены вспомогательные глаголы: «*Flugzeug von Emiliano Sala entdeckt*» (Обнаружен самолет с Эмилиано Сала) [DW, 03.02.2019]; «*Viele Kinder in Syrien erfroren*» (Многие дети в Сирии замерзают до смерти) [DW, 31.01.2019]. Так, недостаточность информации в заголовках: «*Riesige Polio-Impfkampagne gestartet*» («Началась масштабная кампания по вакцинации от полиомиелита») [DW, 21.01.2019] или «*Drei Iraker unter Terrorverdacht festgenommen*» (Трое иракцев арестованы по подозрению в терроре) [DW, 30.01.2019] читателем практически не ощущается, т.к. содержательность заглавий сохраняется даже при отсутствии вспомогательного глагола.

Анализ материала на сайте показал, что нетипичны для новостных текстов и номинативные заголовки. Они характеризуются низкой информативностью и, указывая лишь на некоторое событие, не описывая его в полной мере, служат своего рода «приманкой» для читателя: «*Umstritten: Das Fach Politik in der Schule*» (Спорный вопрос: Политика предмет в школе) [DW, 02.02.2019]; «*Der deutsche Kohleausstieg und Russland*» (Отказ Германии от угольной энергетики и Россия) [DW, 29.01.2019]. Заголовок «*Dubiose Geldflüsse auf Konto von Bolsonaros Sohn*» («Сомнительные денежные потоки на счет сына Болсонару») [DW, 21.01.2019] вводит материал, посвященный Джейру Болсонару, который победил на президентских выборах в Бразилии, объявив о подавлении коррупции и преступности. Однако его собственный сын привлек к себе внимание подозрительными денежными переводами. В данном случае читателю достаточно сложно определить содержание публикации и по заголовку.

Подводя итог, отметим наиболее типичные функции новостных заголовков: номинативно-информативная, графически-выделительная, информационная, воздействующая, рекламная и оценочно-экспрессивная, а также интегративная и поисковая. Анализ структурных типов новостных заголовков показал, что самой распространенной структурной моделью заголовка немецкоязычной прессы является двусоставное предложение с прямым порядком слов, количество которых колеблется от шести до восьми слов. Выявлено, что структурно-функциональные особенности заголовков соответствуют нейтральному стилю статей из рубрики «Политика». Перспективы дальнейшего исследования заголовков мы видим в более детальном изучении их лексико-стилистических особенностей в современном масс-медийном политическом дискурсе.

Література

1. Грицкевич Ю.Н. Влияние заголовка на построение и реализацию политического дискурса в масс-медийном пространстве Вестник Псковского государственного университет. Социально-гуманитарные науки. Псков, 2015. Вып.1. С. 154–161.
2. Канюс Д.Р. Графічні особливості оформлення англomовних газетних заголовків Вісник національного технічного університету. Київський політехнічний інститут. Київ, 2017. №10. С. 69-74 – URL: <http://visnyk.fl.kpi.ua/article/viewFile/131449/13545>
3. Маклецова И.С. Сопоставительный аспект эмотивной организации заголовка в немецком и русском публицистическом дискурсе: автореф. дис ... канд. филол. наук: 10.02.20. Челябинск, 2006. 20 с. – URL: <http://www.dissercat.com/content/sopostavitelnyi-aspekt-emotivnoi-organizatsii-zagolovka-v-nemetskom-i-russkom-publitsisticheske>
4. Маркобрунова Е.Ю. Структура заголовков политических новостей на сайте РИА URA.RU. Санкт-Петербург, 2017. 4 с. – URL: <https://scienceforum.ru/2017/article/2017033259>
5. Пешкова Ю.В. Роль и функции новостных заголовков в современной немецкоязычной прессе : автореф. дис ... канд. филол. наук: 10.02.04. Москва, 2012. 145 с.
6. Плаксина Е.Б., Кусова М.Л. Языковые средства реализации воздействующей функции заголовков. Политическая лингвистика № 4(38). Екатеринбург, 2011. С. 117-120
7. Солодка Л.І. Лексико-семантичні особливості газетних заголовків: автореф. дис ... канд. філол. наук: 27.00.04. Київ, 2008. 14 с.
8. Чудинов А.П. Современная политическая коммуникация: учебное пособие. Екатеринбург, 2009. 292 с.
9. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Москва: Гнозис, 2004. 324 с.
10. Deutsche Welle (DW) Немецкая международная общественная телерадиокомпания URL: <https://www.dw.com/de/themen/s-9077>.

*Стаття надійшла до редакційної колегії 9.02.2019 р.
Рекомендовано до друку д.ф.н., професором Холодом О. М.*

HEADLINES AND THEIR FUNCTIONS IN PRESENT-DAY POLITICAL DISCOURSE OF MASS MEDIA

O. S. Danylenko

*Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University;
46000, Ternopil, Maksym Kryvonos St., 2
e-mail: oksdanylenko@gmail.com*

This paper considers headlines of German-language news articles and their functions in present-day political discourse of mass media. The concept

of "political communication" is specified and the main target trends in studying news headlines from a linguistic point of view are interpreted. The headline is a text sign with a very strong effect, it has the following characteristics: informativeness, modality, formal construction and semantic completeness, interpretability, polyfunctionality. The high tempo and the level of the IT development change the manner of presenting material by focusing mostly on the readers of Internet news to whom of special importance is the degree of the newness of some information or the special viewpoint under which an information event is covered. The data for research within the framework of this paper are the headlines of articles with political news on the Deutsche Welle website. To reveal the mechanism of the influence of headlines on political discourse construction, special attention is paid to their functional and structural peculiarities in contemporary media space. The main structural types of news headlines are two-member sentences, headlines in the form of questions, elliptical headlines and nominative headlines differing from each other in the manner of presenting information. The prevailing structural pattern of the headline in the German-language press is a two-member sentence with a direct word order, the number of the words varying from six to eight. In the course of the analysis of news headlines the most typical functions are described: nominative-informative, graphically-highlighting, informational, influencing, advertising and evaluative-expressive as well as integrative and searching functions of headlines. Brevity and structural rigidity are characteristic of German-language news articles. The following principles are typical of the news articles on the Deutsche Welle website: intensified visualization, strongly pronounced interactivity, simplicity and promptness.

Key words: news headline, news text, political discourse, mass media space, influencing function.