

Секция «Журналистика»

Особенности заголовочных комплексов материалов на молодежную тематику в газетах «Аргументы и факты» и «Независимая газета»

Касягина Елена Васильевна

Студент

Ставропольский государственный университет, Факультет филологии и журналистики, Ставрополь, Россия

E-mail: kalena88@rambler.ru

В соответствии с определением понятия заголовочный комплекс, данным М.И. Шостак [1, с.90] – это единство рубрики, заголовка, подзаголовка и лида материала как многоступенчатый «ввод» читателя в основной текст. Оперируя данным понятием, мы рассмотрели наиболее присущие составляющие заголовочного комплекса на примере материалов в газетах «Аргументы и факты» (далее «АиФ») и «Независимой газете» (далее «НГ»), вышедших в 2008-2009 годах.

Популярной разновидностью заголовка в газете «АиФ» является заголовок-вопрос. Например, публикации с названием «Почему высшее образование никак не перейдет на новые рельсы?» («АиФ». – 5. – 2008), «...Почему молодежь спаивают?» («АиФ». – 3. – 2009). Заголовок звучит риторически и провоцирует читателя на сомнение в истинности высказывания. Задача такого заголовка – выяснить или объяснить читателю причины факта. Вопросительное слово «почему» в начале заголовка уже говорит читателю о наличии в содержании публикации объяснений. В следующем заголовке использован один из видов вопросов, о которых говорит М.И. Шостак – конкретный вопрос. Примером служит публикация, объединенная в тематический блок «Негативное влияние ТВ», под названием «...Кто зомбирует детей?» («АиФ». – 1. – 2009). Вопрос данного заголовка, придуманного автором, с одной стороны подразумевает ответ на конкретное вопросительное слово «кто», с другой – развернутое обоснование. По мнению Шостак М. И., «вопросительный заголовок может быть без знака вопроса» [1, с.62]. Примером является публикация под названием «Незатухаемые. Почему из года в год наше ТВ показывает нам одних и тех же звезд...» («АиФ». – 5. – 2009). Такой заголовок является разновидностью разъясняющего вопроса. В данном случае он выступает промежуточной формой между вопросом и констатацией. Примером заголовка-вопроса с частным вопросом служит публикация под названием «...Почему от студентов скрывают бесплатные места?» («АиФ». – 15. – 2009). Он предполагает уже некоторую осведомленность читателя по данной теме. По нашему мнению, с подобным заголовком в публикации будет присутствовать выяснение или уточнение данного факта.

Менее распространенным типом заголовка, используемым в газетах, является заголовок, называющий «имена и действующие лица». Так в «НГ» можно привести пример такого заголовка в публикации с названием «Медведев создает свой электорат» («НГ». – 65. – 2009). Такой заголовок удваивает интерес читателя, так как публикация посвящена не только определенной теме, но и личности. Близок к такому виду и популярный в «НГ» и «АиФ» заголовок-цитата. Например, «Медведев: Патриотическое воспитание «должно доходить до сердца» («АиФ». – 15. – 2009), «Патриарх Кирилл: Деньги не должны быть основой счастья» («АиФ». – 20. – 2009). Здесь использовано прямое цитирование с указанием источника. Такой заголовок создает впечатление

достоверности и вызывает доверие у читателя.

Реже всего в публикациях исследуемых газет используются повествовательные заголовки-сообщения. В материале под названием «Молодой найдёт себе работу, даже если кризис продлится 10 лет. А вот пожилым будет тяжело» («АиФ». – 25. – 2009) использован заголовок-констатация или информативно-констатирующий. Такой заголовок излагает суть предмета выступления в публикации.

Следующей составляющей заголовочного комплекса является лид. По мнению М.И. Шостак «от того, как составлены первые фразы, зависит, начнут ли вообще читать, сумеет ли читатель легко и правильно понять смысл того, что сообщается» [1, с.52]. Основываясь на предложенной исследователем классификации лидов, мы рассмотрели наиболее характерные для публикаций в газетах «АиФ» и «НГ».

Самым распространенным в обеих газетах лидом является вариант «суммирующего» лида – ЛИД-«вешалка». В «НГ» он, как правило, характерен для информационных публикаций по теме образование молодежи. Например: «Министерство образования и науки РФ предлагает свои антикризисные меры в образовании. В последнее время о них много и часто говорят. Менее известно о том, что предлагается другими. «НГ» попробовала собрать идеи общественных организаций, партий и движений, заинтересованных в этой проблеме» («НГ». – 44. – 2009) или в «АиФ»: «В апреле 2009 г. ФАС РФ предложила обязать вузы оформлять студентам-платникам страховку, чтобы в случае отзыва лицензии или их банкротства они могли получить компенсацию и продолжить учёбу в другом месте» («АиФ». – 40. – 2009). То есть, в данных лидах автор кратко сообщает то, о чем будет идти речь в его публикации. Из последнего примера мы узнали ответы на вопросы «когда?» – в апреле, «кому?» – студентам-платникам, «кто?» – ФАС РФ, «что?» – страховку. Он исчерпывает новостной материал и дает возможность читателю даже не углубляться в содержание публикации.

Небольшое количество публикаций можно отнести к разновидности специального лида – ЛИД – «вопрос или прямое обращение» мы рассмотрели в газете «АиФ». Такие лиды присущи «мягкой» новости, которой менее важна оперативность в подаче материала. Например: «Школа без слёз поможет сэкономить деньги и нервы. За пробный ЕГЭ просят деньги. Законно ли это? Учитель унижает ребёнка. Как найти на него управу? Поставили двойку. Можно ли проверить объективность оценки?» («АиФ». – 48. – 2009). В этом лиде автор интересно обыгрывает подачу материала. Он чередует вопросы и констатирует факты, что, безусловно, делает его материал более привлекательным для читателя.

Рассмотрев все составляющие заголовочного комплекса, можно отметить, что среди заголовков в газетах наиболее популярными являются заголовок-вопрос и заголовок, называющий имена и действующие лица. Оба этих типа заголовков в основном характерны для аналитических публикаций. Самым распространенным лидом является лид-вешалка, свойственный информационным материалам, что свидетельствует об активном использовании в газетах двух больших групп жанров. Отдельно следует отметить факт отсутствия в материалах специальных лидов. Нами был найден только один пример специального лида – ЛИД «вопрос или прямое обращение» в газете «Аргументы и факты», хотя данные лиды, творчески обыгрывая начало подачи материала, тем самым интригуют и привлекают читателя.

Литература

1. Шостак М.И. Журналист и его произведение. – М: «Гендальф»,1998.