

ФИЛОЛОГИЯ

(шифр научной специальности: 5.9.8)

Научная статья

УДК 8

doi: 10.18522/2070-1403-2023-101-6-172-176

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ ЗАГОЛОВКАМИ И СОДЕРЖАНИЕМ ТЕКСТОВ В ПРЕССЕ

© *Пэй Шосин*

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия

xingxing.pei@yandex.ru

Аннотация. Анализируется общее и особенное во взаимосвязи заголовка и содержания текста в прессе. Текст и заголовок являются основными интегративными элементами статьи в прессе и их теоретическое осмысление вместе с конкретными данными по-прежнему является актуальной задачей. Рассматриваются различные подходы к определению заголовка, а также его взаимосвязь с отдельными элементами текста. Отдельное внимание уделяется диалектической взаимосвязи между заголовком и текстом как обязательному условию существования текста в прессе. Кратко намечаются и критикуются основные тенденции в развитии связи заголовка и текста.

Ключевые слова: СМИ, заголовок, текст, пресса, кликбейт, политика.

Для цитирования: Шосин П. Взаимосвязь между заголовками и содержанием текстов в прессе // Гуманитарные и социальные науки. 2023. Т. 101. № 6. С. 172-176 doi: 10.18522/2070-1403-2023-101-6-172-176

PHILOLOGY

(specialty: 5.9.6)

Original article

The interrelation between headlines and the content of texts in the press

© *Pei Shuoxing*

Southern federal university, Rostov-on-Don, Russian Federation

xingxing.pei@yandex.ru

Abstract. The general and special aspects of the relationship between the title and the content of the text in the press are analyzed. The text and title are the main integrative elements of an article in the press and their theoretical understanding in conjunction with specific data is still an urgent task. Various approaches to defining the title are considered, as well as its relationship with individual elements of the text. Special attention is paid to the dialectical relationship between the title and the text as a prerequisite for the existence of the text in the press. The main trends in the development of the relationship between the title and the text are briefly outlined and criticized.

Key words: news media, headline, text, press, clickbite, politics.

For citation: Shuoxing P. The interrelation between headlines and the content of texts in the press. *The Humanities and Social Sciences*. 2023. Vol. 101. No 6. P. 172-176. doi: 10.18522/2070-1403-2023-101-6-172-176

Введение

Качественные изменения, происходящие в обществе XXI в., привносят свои коррективы в самые разнообразные сферы человеческой жизнедеятельности. Информация, которая сегодня становится важнейшим интегральным элементом всего социума, очевидным образом меняет и СМИ. Текст и заголовок в прессе – два элемента, образующие неразрывное смысловое единство. Однако имеем ли мы сегодня иное «наполнение» во взаимоотношении этих двух элементов? Каково общее и особенное во взаимодействии текста и заголовка на современном этапе развития СМИ, и как эти изменения отображаются в материалах прессы? В настоящей статье мы попробуем дать свои ответы на обозначенные вопросы.

Обсуждение

Сущностная основа отношения заголовка и текста может быть выражена в качестве некоего диалектического противоречия, имманентно присущего любому материалу прессы.

Наиболее точно эту антиномию передаёт хрестоматийное определение Э.А. Лазаревой, которая определяет заголовок, с одной стороны, как конкретную структуру, предваряющую основное тело текста, поскольку располагается одновременно и «перед» и «над» ним, т.е. обладает некой самостоятельностью, а с другой – является неотъемлемой частью текста, структурообразующим элементом всего «целостного произведения» [9, с. 3].

Диалектика части и целого, таким образом, представляет основу во взаимоотношении между заголовком и текстом. Большинство существующих определений заголовка, вне зависимости от авторских подходов и методологических ориентиров, отталкиваются именно от этой корреляции, вынося на передний план различный структурно-функциональные или прагматические особенности заголовка. Таковы определения И.Р. Гальперина [4, с. 133], Т.Р. Петрата [14, с. 188–189], И.В. Фоменко [17, с. 85] и некоторые другие.

Любопытно заметить, как нарушение этой логики и корреляции «заголовок-текст» с целью интенсификации аттрактивности материалов прессы приводит к обратному эффекту «отторжения» у читателя. Пример нарушения указанной взаимосвязи в пользу заголовка обнаруживается в так называемых «кликбейтах» или «кликбейтных заголовках», намеренно нарушающих логическую корреляцию между заголовком и текстом, в большинстве случаев приобретая форму искажения, гиперболизации или ложной сенсационности именно заголовка статьи, с целью привлечь читателя к самому тексту [3, с. 175].

«Истерика в американских соцсетях: Байден вот-вот случайно нажмёт красную кнопку» [5];

«Байден вот-вот ломается под давлением России и Китая – Болтон» [1];

«Почему Китай зовет Россию вместе управлять миром» [10].

Несмотря на очевидную цель таких приёмов, а также сложные и комплексные механизмы по их реализации, которые, в основном, и подвергаются изучению, термин «кликбейт» преимущественно соотносится с негативной коннотацией как в академическом, так и общественном дискурсе, как правило, отторгая неискушенного читателя [8, с. 48–54].

В продолжение отмеченных мыслей стоит обратить внимание, что функции заголовка также по-своему выстраивают репрезентируют диалектику части и целого. Взглянем на распространённый список функций заголовка прессы, предложенный Т.Р. Петратом [14, с. 188–189]. Номинативная, информативная, рекламная и др. функции заголовка так или иначе выстраивают степень содержания текста в заголовке, форму и содержание его представления читателю.

В отношении функциональности справедлива и реверсивная логика, т.к. заголовок разделяет с текстом те же функции, что и сам текст. Так, главной функцией текста служит передача фактов, содержания описываемого явления, которая здесь переносится и на заголовок, который не обязан репрезентировать не только сам текст, но и смысл по ту сторону текста [18, с. 136]. Понятна и логика научного поиска подавляющего большинства исследователей: чтобы выяснить, как действительно функционирует текст в единстве с заголовком, необходимо изучить различные комбинации и вариации, проанализировать и дать характеристику меняющимся (или наоборот, статичным) функциям, а на основе различий, уникальных черт и особенностей выстроить типологии и классификации. Не удивительно, что при такой направленности исследований академический курс концентрировался вокруг особенного, а не общего между текстом и заголовком.

Небезынтересным будет отметить случаи, когда заголовок может существовать без текста (или текст без заголовка), что, в некотором смысле, может нарушать представленную логику. Разумеется, наличие заголовка без текста может отсылать нас и к вербальной человеческой коммуникации (обмен мнениями и обсуждение литературы и т.д.), однако важно заметить, что такие случаи не встречаются в материалах прессы, и относятся, как правило, к области художественной литературы [6, с. 6–19]. Именно на примере поэтических текстов, как полагает Ю.В. Трубникова, мы можем обнаружить доказательную базу существования текстов без заголовка [16, с. 121]. Впрочем, некоторые специалисты отмечают, что и для художественных материалов обязательна логика неразрывного сосуществования и взаимодействия заголовка и текста [6, с. 16].

Не все авторские концепции предполагают взаимовлияние текста и заголовка, их диалектическую взаимозависимость. Некоторые концепции предлагают структуралистский взгляд на текст и его элементы: так, в представлении Е.А. Баженовой, тело статьи необходимо делить на основные и периферийные, относя заголовок к последнему типу [11, с. 118] (речь идёт в данном случае о научных материалах), а согласно концепции В.М. Радионовой, заголовок является важнейшим, структурообразующим элементом всего текста, оказывающий влияние на все остальные составные части текста.

Такое мнение действительно подкрепляется информативными функциями заголовка, которые могут быть как однонаправленными, т.е. соотносить заголовок с какими-то отдельными элементами текста, так и комплексными, раскрывающими от двух смысловых элементов вплоть до всего текста, однако в преобладающем большинстве случаев комплексных заголовков речь идёт о теме текста [9, с. 13.]. Важно заметить, что именно однонаправленные заголовки в прессе становятся примерами «кликбейтов»:

«В Кремле знают, что Путин скоро уходит» [2].

«**“Теоретически выборы можно даже не проводить”**». Песков – о президентской гонке в 2024-м» [12].

«Терпение Китая на исходе: Си Цзиньпин выступил с предупреждением» [15].

Статистика, броский факт или другая информация, значимость или масштаб которой невозможно установить исходя из одного лишь заголовка, становятся яркими примерами однонаправленных или пунктирных неполноинформативных заголовков:

«Почти 100 умерших. Угрожает ли России неизвестная болезнь из Африки» [13].

Вероятно, в качестве основной тенденции развития заголовка в современной прессе стоит обозначить его движение в сторону однонаправленности, неполноинформативности или пунктирности. Такое положение дел вполне объяснимо. Действительно, в качестве основных функций средств массовой информации традиционно выделяли две: информативную и рекламную, которые тесно переплетались между собой, перетекали одна в другую, и действительную границу между ними установить было крайне трудно, поскольку ввиду фактически рыночной конкуренции за центральную аудиторию между различными СМИ, информативность необходимо также представить и продать читателю. В XXI в. возрастающая конкуренция как между издательствами, так и отдельными журналистами, вкупе с меняющейся социально-экономической конъюнктурой информационного общества уже более отчетливо выводит на первый план рекламную, а не информационную функцию [7, с. 112–113].

Любопытным фактом в этом отношении становится статистический подсчёт, представленный на страницах статьи Чжана Юэбо [18, с. 138–139]: исследователь изучил 150 различных заглавий, относящихся к прессе, и пришёл к выводу, что лишь 40 (!) из них являются полноинформативными. Разумеется, для приведённых выше утверждений нужна более репрезентативная и дифференцированная выборка, однако в определённом отношении такие данные подтверждают обозначенную тенденцию.

Выводы

Чтобы понять, как функционирует заголовок, исследователю на протяжении долгого времени требовалось сосредоточиться на особенном, специфическом, обнаружить многообразие вариантов существования заголовка в тексте (или без текста). На наш взгляд, несмотря на определённые тенденции в развитии заголовка в материалах прессы, т.е. их движение к однонаправленности или неполноинформативности, сама логика функционирования текста предполагает его стремление не только к наиболее полному представлению текста и его темы, но и логическому соответствию части и целого.

Список источников

1. Байден вот-вот сломается под давлением России и Китая – Болтон // EurAsia Daily. 01.08.2022. – URL: <https://eadaily.com/ru/news/2022/08/01/bayden-vot-vot-slomaetsya-pod-davleniem-rossii-i-kitaya-bolton> (дата обращения 08.08.2023).

2. «В Кремле знают, что Путин скоро уходит»: политолог о планах российских элит // In-fox.ru. 05.11.2020. – URL: <https://www.fox.ru/news/283/245770-v-kremle-znaut-cto-putin-skoro-uhodit-politolog-o-planah-rossijskih-elit> (дата обращения 08.08.2023).
3. *Гаврикова О.А.* Смысловое искажение информации в кликбейт-заголовках в текстах политического медиадискурса // Вестник Башкирского университета. 2018. № 1. С. 173–179.
4. *Гальперин И.Р.* Текст как объект лингвистического исследования. М.: КомКнига, 2007. 144 с.
5. Истерика в американских соцсетях: Байден вот-вот случайно нажмёт красную кнопку // Царьград. 16.10.2022. – URL: https://tsargrad.tv/news/isterika-v-amerikanskih-socsetjah-bajden-vot-vot-sluchajno-nazhmjot-krasnuju-knopku_641718 (дата обращения 08.08.2023).
6. *Кольцова Л.М.* Заголовок в структуре художественного текста // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. 2007. № 2 (2). С. 6–19.
7. *Комлева М.Н.* Функции окказионализмов в газетных заголовках: восприятие читателем // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 2. С. 108–113.
8. *Кузнецов Е.С.* Эволюция кликбейта: от инструмента желтой прессы к ключевой технологии интернет-СМИ // Верхневолжский филологический вестник. 2021. № 2 (25). С. 48–54.
9. *Лазарева Э.А.* Заголовок в газете: учебное пособие для студентов-журналистов. Свердловск: Изд-во Уральского университета, 1989. 96 с.
10. *Мирзаян Г.* Почему Китай зовет Россию вместе управлять миром // Взгляд. Деловая газета. 15.07.2023. – URL: <https://vz.ru/world/2023/7/15/1220654.html> (дата обращения 08.08.2023).
11. *Некрасов В.Д.* Функционально-прагматические характеристики заголовков новостных текстов в Интернете (на примере сообщений информагентств) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 1-1 (31). С. 117–123.
12. *Николаев П.* «Теоретически выборы можно даже не проводить». Песков – о президентской гонке в 2024-м // Газета.ru. 06.08.2023. – URL: <https://www.gazeta.ru/politics/2023/08/06/17382434.shtml> (дата обращения 08.08.2023).
13. *Одинцов Е.* Почти 100 умерших. Угрожает ли России неизвестная болезнь из Африки // Газета.ru. 15.12.2021. – URL: <https://www.gazeta.ru/social/2021/12/15/14318131.shtml> (дата обращения 08.08.2023).
14. *Петрат Т.Р.* Заглавие или заголовок // Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник. М.: Флинта; Наука, 2003. С. 188–189.
15. Терпение Китая на исходе: Си Цзиньпин выступил с предупреждением // Царьград. 14.04.2023. – URL: https://ug.tsargrad.tv/articles/terpenie-kitaja-na-ishode-si-czinpin-vyustupil-s-preduprezhdeniem_761868 (дата обращения 08.08.2023).
16. *Трубникова Ю.В.* Текст и его заголовок: проблема структурного и семантического взаимодействия // Известия Алтайского государственного университета. 2010. № 2-2 (66). С. 121–126.
17. *Фоменко И.В.* Заглавие литературно-художественного текста как филологическая проблема // Лексические единицы и организация структуры литературного текста. Сборник научных трудов. Калинин, КГУ, 1983. С. 84–99.
18. *Чжан Юэбо.* Заголовок в газетном тексте как самостоятельная речевая единица, тесно связанная с его содержанием // Вестник РУДН. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. 2009. № 4. С.136–139.

References

1. Biden is about to break under pressure from Russia and China – Bolton // EurAsia Daily. 01.08.2022. – URL: <https://eadaily.com/ru/news/2022/08/01/bayden-vot-vot-slomaetsya-pod-davleniem-rossii-i-kitaya-bolton> (accessed 08.08.2023).

2. “The Kremlin knows that Putin is leaving soon”: a political scientist about the plans of Russian elites // Infox.ru. 05.11.2020. – URL: <https://www.infox.ru/news/283/245770-v-kremle-znaut-cto-putin-skoro-uhodit-politolog-o-planah-rossijskih-elit> (accessed 08.08.2023).
3. *Gavrikova O.A.* Semantic distortion of information in clickbait headlines in the texts of political media discourse // Bulletin of Bashkir University. 2018. No. 1. P. 173–179.
4. *Galperin I.R.* Text as an object of linguistic research. Moscow: KomKniga, 2007. 144 p.
5. Hysteria in American social networks: Biden is about to accidentally press the red button // Tsargrad. 16.10.2022. – URL: https://tsargrad.tv/news/isterika-v-amerikanskih-socsetjah-bajden-vot-vot-sluchajno-nazhmjot-krasnuju-knopku_641718 (accessed 08.08.2023).
6. *Koltsova L.M.* Title in the structure of a literary text // Scientific Bulletin of the Voronezh State University of Architecture and Civil Engineering. 2007. No. 2 (2). P. 6–19.
7. *Komleva M.N.* Functions of occasionalisms in newspaper headlines: reader's perception // Philological sciences. Questions of theory and practice. 2013. No. 2. P. 108–113.
8. *Kuznetsov E.S.* The evolution of clickbait: from the tool of the yellow press to the key technology of Internet media // Verkhnevolzhsky Philological Bulletin. 2021. No. 2 (25). P. 48–54.
9. *Lazareva E.A.* Headline in the newspaper: textbook for student journalists. Sverdlovsk: Ural University Publishing House, 1989. 96 p.
10. *Mirzayan G.* Why China calls Russia to rule the world together // Vzglyad. Business newspaper. 15.07.2023. – URL: <https://vz.ru/world/2023/7/15/1220654.html> (accessed 08.08.2023).
11. *Nekrasov V.D.* Functional and pragmatic characteristics of headlines of news texts on the Internet (on the example of news agency messages) // Philological Sciences. Questions of theory and practice. 2014. No. 1-1 (31). P. 117–123.
12. *Nikolaev P.* “Theoretically, elections can not even be held”. Peskov – about the presidential race in 2024 // Gazeta.ru. 06.08.2023. – URL: <https://www.gazeta.ru/politics/2023/08/06/17382434.shtml> (accessed 08.08.2023).
13. *Odintsova E.* Almost 100 deceased. Is an unknown disease from Africa threatening Russia // Gazeta.ru. 15.12.2021. – URL: <https://www.gazeta.ru/social/2021/12/15/14318131.shtml> (accessed 08.08.2023).
14. *Petrat T.R.* Title or headline // Culture of Russian speech: an encyclopedic dictionary-reference. Moscow: Flint; Nauka, 2003. P. 188–189.
15. China's patience is running out: Xi Jinping issued a warning // Tsargrad. 14.04.2023. – URL: https://ug.tsargrad.tv/articles/terpenie-kitaja-na-ishode-si-czinpin-vystupil-s-preduprezhdeniem_761868 (accessed 08.08.2023).
16. *Trubnikova Yu.V.* Text and its title: the problem of structural and semantic interaction // Proceedings of the Altai State University. 2010. No. 2-2 (66). P. 121–126.
17. *Fomenko I.V.* The title of a literary and artistic text as a philological problem // Lexical units and organization of the structure of a literary text: collection of scientific papers. Kalinin, KSU, 1983. P. 84–99.
18. *Zhang Yuebo.* A headline in a newspaper text as an independent speech unit closely related to its content // Bulletin of the RUDN. Series: Questions of education: languages and specialty. 2009. No. 4. P.136–139.

Статья поступила в редакцию 11.09.2023; одобрена после рецензирования 27.09.2023; принята к публикации 02.10.2023.

The article was submitted 11.09.2023; approved after reviewing 27.09.2023; accepted for publication 02.10.2023.