

УДК 811.111.06.053

Новіков В.П.¹

Григор'єв В.П.²

¹ канд. філол. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. СН-116 НУ «Запорізька політехніка»

ІНФОРМАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ТИПИ ОНЛАЙН ЗАГОЛОВКІВ

Мета заголовка медіа повідомлення – повідомити про події в скороченій формі. По заголовках і підзаголовках читач може одержати загальне уявлення про головні події дня. Заголовок повинен розглядатися як самостійний жанр медіа текстів. У рамках цього жанру створюються короткі тексти, дуже зручні для сприйняття в силу свого невеликого об'єму та образності, а також тому, що заголовки подані більшим шрифтом, ніж інші тексти, і завдяки цій своїй графічній особливості, безперечно, привертають до себе увагу аудиторії. Заголовок здатний не лише миттєво надати інформацію, але й маркувати її. Іншими словами, заголовок здатний сформулювати відношення аудиторії до тієї чи іншої події. Розглянемо основні функції заголовків сучасного медіа тексту.

Будь-який заголовок ідентифікує текст, і відповідно, виконує номінативну функцію, яка також дає можливість читачам виокремити конкретний текст із маси інших. Для відокремлення одного тексту від іншого береться до уваги і графічно-виокремлювана функція заголовку, яка реалізується за допомогою шрифтових виділень, використання кольору, графічних засобів, прийомів верстки.

Ще одна важлива функція заголовка – рекламна, яка полягає у приверненні уваги читачів. В умовах конкуренції на ринку інформації ефектні заголовки виражають прагнення редакції використовувати важливий фактор, здатний привести до успіху на цьому ринку. Специфічна побудова заголовків служить різним цілям: вони повинні змусити читача зацікавитися матеріалом і забезпечують компресію інформації. Крім того, заголовки здатні передати ставлення журналіста до повідомлення.

Таким чином, медіа заголовок характеризується номінативною, графічно-виокремлюваною, інформативною та рекламною функціями. У конкретному заголовку на передньому плані стоїть або інформативна, або рекламна функція. В залежності від того, яка з них є домінуючою, можна говорити про інформативний чи рекламний тип заголовку.

Прості заголовки, як правило, складаються з одного речення, що передає закінчену думку; наприклад: Prince Philip thanks key workers in rare statement (CNN Apr 22, 2020). Ускладнені заголовки формуються з декількох самостійних, логічно завершених частин, що виражають якусь закінчену

думку; наприклад: As Medicare drug deadline looms, HHS urges signing up (CNN May 16, 2006).

“Ідеальний” повноінформативний заголовок повідомляє “хто”, “що”, і “де” зробив, що являє собою більшу частину відомої моделі 5W+H, за якою повинна будуватися інформаційна замітка – Who? What? How? Why? Where? When? Наприклад: Nigerian woman, 68, gives birth to twins after four IVF attempts (CNN Apr 22, 2020).

Повноінформативні заголовки у формі окличного речення емоційні та експресивні. Такий заголовок формує емоційний вплив газетного твору та відображає суб’єктивну оцінку автора. Наприклад: Take me out to the Web site! (Newsweek, Oct 10, 2005). Неповноінформативні (пунктирні) заголовки виражають лише сигнали про предмет мовлення чи його ознаки. Пунктирні заголовки є частиною речень. Наприклад: Biggest Losers (Newsweek, Dec 17, 2005).

З точки зору інформативно-прагматичного змісту, можна виділити кілька видів онлайн заголовків. Зокрема, заголовок-резюме передає зміст замітки без яких-небудь оцінок і коментарів; наприклад: Trump and Biden launch battle over China (CNN Apr 22, 2020). (У тексті повідомлення: US President and presumptive Democratic nominee are unleashing the first shots in a fight that could define the 2020 election); Trudeau is pushing for stricter gun after deadly shooting (CNN Apr 22, 2020).

Серед заголовків-резюме можна виділити: жанрово-нейтральний заголовок (виконує інформативну функцію), та жанрово-зabarвлений (передає стисле резюме події та вміщує стилістично-марковані одиниці). Заголовок-питання, відповідь на яке можна одержати в основному тексті, наприклад: Egypt's soap operas defy a deadly virus for Ramadan prime time. But at what cost? (CNN Apr 12, 2020) Заголовок - “світлова пляма” висвітлює яскравий елемент тексту, наприклад: Why Dutch people don't mind you peering into their homes (CNN Apr 14, 2020); What Trump could learn from Angela Merkel about dealing with coronavirus (CNN Apr 16, 2020). Заголовок-цитата містить частину висловлювання, наведеного в основному тексті у вигляді прямого мовлення, наприклад: Brooke Baldwin on Covid-19: My body gave me the middle finger (CNN Apr 22, 2020). (У тексті повідомлення: CNN's Brooke Baldwin, who tested positive for the Covid-19 earlier this month, shares some of the lessons she learned coping with the coronavirus). Нарешті, заголовок-оцінка являє собою оцінне узагальнення змісту основного тексту; наприклад: Some world leaders ignore officials' warnings about Covid-19. (CNN Apr 22, 2020).