

ОБЪЕКТИВАЦИЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ В ЗАГОЛОВКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ СМИ)

Полина Дмитриевна Погасий

Аннотация. В настоящей работе представлена авторская классификация интернет-изданий. В рамках данной типологии анализируются автосемантические заголовки, выделяются кликбейт-заголовки, содержащие искаженную информацию. Описываются средства объективации действительности в заголовке.

Ключевые слова: объективация, заголовок, СМИ, действительность, интернет-издания, кликбейт.

OBJECTING REALITY IN THE HEADER (BASED ON THE MATERIAL OF THE RUSSIAN-LANGUAGE MEDIA)

Polina Dmitrievna Pogasiy

Annotation. This work presents the author's classification of Internet publications. Within the framework of this typology, auto-semantic headings are analyzed, clickbait headings containing distorted information are highlighted. The means of objectifying reality are described in the title.

Key words: objectification, headline, media, reality, online-editions, clickbait.

Заголовок, именуемый собой текст публицистической статьи, содержит лаконичное, предельно сжатое речевое послание, транслирующее суждения автора о мире. В условиях огромного потока информации массовой аудиторией часто прочитывается только заголовок публикации, который, рекламируя собой статью, воздействует на читателя, апеллируя к фоновым знаниям. Люди мыслят

словами, и язык, претерпевающий изменения под влиянием экстра- и интралингвистических факторов, саморегулирующийся и саморазрушающийся, является средством для выражения смысла.

По утверждению философа О. Розенштока-Хюсси, действительность языка воплощается в высшей степени серьезности, когда действующие, говорящие и слушающие люди оказываются тождественны друг другу. В качестве примера такой ситуации философ приводит кричащие заголовки экстренных выпусков газет, которые активизируют деятельность общества. Автор таких заголовков в полной мере ответственен за сказанное: «Серьезной и действительной оказывается та речь, которая обязывает к чему-то самого говорящего» [4, с. 62].

Однако содержанием «говоримого» не всегда является объективная действительность. Язык антропоцентричен — по мнению А. Вежбицкой, «он предназначен для человека и вся языковая категоризация объектов и явлений внешнего мира ориентирована на человека» [1, с. 21].

Исследователь Б.М. Гаспаров отмечает, что феномен языка представляет собой, с одной стороны, «важнейшее средство объективации жизненного опыта», но с другой — «сам является важнейшим и неотъемлемым компонентом жизненного опыта, в котором протекает существование говорящего субъекта» [3, с. 182].

В центре нашего исследовательского интереса — объективация действительности в заголовке. В словаре русского языка под редакцией А.П. Евгеньевой объективация — это то же, что и объективизация, определяемая как «воплощение, выражение чего-либо в чем-либо объективном, вещественном, доступном восприятию» [5, с. 579]. Объективация действительности понимается нами как выражение средствами языка в имплицитной и эксплицитной форме того, что происходит в реальности.

Для дальнейшего исследования мы классифицировали интернет-издания по степени юридической ответственности и наличию печатного аналога:

1. Зарегистрированные печатные СМИ;
2. Зарегистрированные СМИ, не имеющие печатного аналога;

3. Незарегистрированные СМИ, не имеющие печатного аналога.

В данной работе мы анализировали автосемантические заголовки, особенностью которых является наличие предикативного ядра, обеспечивающего отнесенность высказывания к внеязыковой действительности.

Автосемантический заголовок – заголовок, который может быть прочитан автономно от текста, обладающий коммуникативной завершенностью, представляющий собой короткое сообщение, новость. Как правило, в таких заголовках используется нейтральная лексика.

Приведем примеры:

1. *Дудя приговорили к штрафу в 100 тысяч за пропаганду наркотиков* («МК», 20.10.2021).

2. *Юрия Дудя оштрафовали на 100 тысяч рублей по обвинению в пропаганде наркотиков* («Meduza», 20.10.2021).

3. *Юрия Дудя оштрафовали на 100 тысяч по делу о пропаганде наркотиков. Пропаганду нашли в выпусках "вДудя" с Моргенштерном и Ивангаем* («The Flow», 20.10.2021).

Эти заголовки интернет-изданий имплицитно сообщают, о том, что Юрий Дудь занимался пропагандой наркотиков, а эксплицитно, что за пропаганду наркотиков журналиста приговорили к штрафу.

В заголовках не назван субъект действия, отсутствует подлежащее, а главный член предложения (сказуемое) выражен глаголом в прошедшем времени.

Обратим внимание на использование в заголовках цифр, имен собственных: «Юрий Дудь, Моргенштерн, Ивангай», названия передачи «вДудь», страны «Россия».

Приведем следующие примеры.

1. *Бастрыкин назвал ЕГЭ пыткой для молодежи и предложил его отменить. По мнению главы СК, России нужно вернуться к советским стандартам образования* («РБК», 23.11.2021).

2. Бастрыкин считает, что Моргенштерн, по сути, торгует наркотиками в соцсетях.

Рэпер «вовлекает в свою сферу общения огромное количество молодежи», подчеркнул глава СК («ТАСС», 23.11.2021).

3. Академики РАН выступили против реформы МГУ (обновлено) («The Village», 29.04.2020).

В этих заголовках используются имена собственные: «Бастрыкин, Моргенштерн», аббревиатуры: «ЕГЭ», «РАН», «МГУ», «СК», сокращение «соцсеть», англицизм «рэпер».

В заголовке «РБК» сообщается, что, по мнению Бастрыкина, ЕГЭ равен пытке и его следует отменить. В названии используется существительное «пытка» в переносном значении, как душевное мучение, терзание.

В заголовке «ТАСС» имплицитно сообщается, что возможна торговля наркотиками в соцсетях и эксплицитно говорится, что этим, как считает Бастрыкин, занимается Моргенштерн.

В заголовке «The Village» говорится, что в МГУ происходят изменения, против которых выступают академики.

Стоит отметить, что, по мнению М. Н. Эпштейна, электронный текст в строгом смысле «текстом» назвать нельзя, «электронный текст точнее называть «текстоидом», «как бы текстом» (textoid, греч. «oid», «наподобие», от «eidos», образ). Он лишен твердой фиксации, свободно меняет свой формат и контекст, переходя от пользователя к пользователю». «Текстоид» объединяет элементы высказываний самых разных речевых субъектов, может свободно их перемешивать операциями «вырезать» и «вставить», которые невозможны в устной речи [6, с. 88]. Например, заголовок издания «The Village» сопровождается пометкой «обновлено»: «Академики РАН выступили против реформы МГУ (обновлено)». Такая пометка невозможна в печатной газете или журнале, когда что бы что-то поменять в заголовке или тексте статьи необходимо выпустить новый номер, опровержение. Напротив, в онлайн-тексте

возможны любые правки, а пометка «обновлено» привлекает новых и уже знакомых со статьей читателей.

Приведем другие примеры.

1. *Минпросвещения планирует обновить орфографию и пунктуацию русского языка* («Коммерсант», 09.11.2021).

2. *В Госдуме обрадовались новому альбому Оксимирона*
Депутат Драпенко обрадовалась выходу нового альбома рэпера Оксимирона
(«Лента.ru», 01.12.2021).

3. *Суд продлил меру пресечения редакторам и редакторкам DOXA*
(«Журнал DOXA», 09.11.2021).

Здесь используются имена собственные: «*Оксимирон, Драпенко*», названия государственных органов власти: «*Госдума*», «*Минпросвещения*», «*суд*», феминитив «*редакторка*».

В заголовке издания «Коммерсант» сообщаются планы Минпросвещения. Название статьи порождает двоякое прочтение, потому что лексемы «орфография» и «пунктуация» имеют два значения – свод правил и раздел языкознания.

В заголовке «Лента.ru» в имплицитной форме содержится информация о том, что у Оксимирона вышел новый альбом, в эксплицитной форме выражена реакция на это событие Госдумы – радость, а в подзаголовке назван депутат, которому понравилось, что музыкант выпустил альбом.

В заголовке «Журнала DOXA» сообщается о решении суда в отношении редакторов журнала. В имплицитной форме в названии содержится информация о том, что редакторы журнала являются обвиняемым.

Так, в автосемантических заголовках с помощью стилистических, лексических и синтаксических средств языка воплощается происходящее в реальной действительности. Заголовок, прочитанный как автономное предложение, говорит о каком-либо факте, произошедшем событии, но функционируя в интернете, он способен к изменениям. Такой заголовок может изменяться автором статьи уже после опубликования. Помимо этого,

потенциально в таком заголовке может искажаться информация, факт, представленный в тексте статьи, транслироваться сведения не соответствующие действительности, для того, чтобы заинтересовать большее количество читателей. Такие заголовки, вводящие читателя в заблуждение, воздействующие на эмоциональное восприятие, называются кликбейт-заголовками (от англ. click «щелчок» + bait «наживка»). Целью таких заглавий является увеличение числа переходов на страницу издания, широкое распространение информации и получение дохода от рекламы, размещенной на странице [2].

Приведем примеры.

1. ***Ярославские дороги почистят от снега летом*** («МК», 20.08.2021).

2. ***Хозяйка сдавала квартиру волгоградцу, а нашла в ней труп саратовца*** («Взгляд-инфо», 12.11.2021).

В заголовке «МК» искажение информации выражено в конструкции: связка *глагол + существительное + наречие*. Это предложение воспринимается аномальным, потому что в Ярославле летом снега нет. На самом деле снегоуборочные машины проехали по улицам города «ради того, чтобы составить графики движения на зиму».

В заголовке издания «Взгляд-инфо» нарушена логика, потому что неверно употреблен противительный союз. В данном предложении содержится пресуппозиция, то есть мировоззренческая рамка, имплицитно выраженная в высказывании, «если сдаешь квартиру, то найдешь в ней труп». Так, неверная синтаксическая конструкция в заголовке искажает информацию, выраженную в заголовке.

Приведем еще примеры.

1. ***Пацан стал прокурором Красноярска*** («Аргументы и факты», 20.10.2021).

2. ***Чиновник из Новосибирска летним днем искал снежные сугробы среди травы*** («Новокузнецк.ру», 28.07.2021).

Кажется, что в заголовке издания «Аргументы и факты» употреблен жаргонизм «пацан», однако на самом деле Пацан – это фамилия героя статьи. Искажение информации происходит потому, что лексема стоит в начале предложения.

В заголовке издания «Новокузнецк.ру» содержится импликатура, то есть подразумеваемый компонент высказывания, который эксплицитно не выражен, «чиновник сошел с ума». На самом деле весной местный житель написал заявление о нарушении при процедуре вывоза снега, и на это заявление местные власти отреагировали только летом.

Так, искажение информации в заголовке формируется с помощью средств языка, подчиняется коммуникативной задаче «захватить» внимание массы людей. То, что выражено в заголовке, не всегда соответствует не только тексту статьи, но и реальной действительности, и создает виртуальную реальность, включая в своих целях в эту виртуальность читателя.

Таким образом, язык, являясь средством выражения смысла, участвует в объективации, «опредмечивании» реальной действительности. Заголовок же, во-первых, именуется собой текст и делает это как можно более конкурентоспособно, во-вторых, содержит в себе сведения о происходящем в мире, участвует в номинации событий, в третьих, порождает новые смыслы при интерпретации читателем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание: Пер. с англ. Отв. ред. М.А. Кронгауз. вступ. ст. Е.В. Падучевой. / А. Вежбицкая. – М.: Русские словари, 1996. – 416 с.

2. Вольская, Н.Н. Кликбейт как средство создания ложной информации в интернет-коммуникации лингвистов /Н.Н. Вольская // Медиаскоп. 2018. Вып. 2. [Электронный ресурс].

3. Гаспаров, Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования / Б.М. Гаспаров. – М.: Новое литературное обозрение, 1996. – 352 с.

4. Розеншток-Хюсси, О. Бог заставляет нас говорить / составл., пер. с нем. и англ., послесловие и коммент. А.И. Пигалева. / О. Розеншток-Хюсси. – Москва: Канон+, 1997. – 288 с.

5. Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований. – 4-е изд., стер. – М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. Т. 2. К – О. – 736 с.

6. Эпштейн, М.Н. Будущее гуманитарных наук. Техногуманизм, креаторика, эротология, электронная филология и другие науки XXI века / М. Н. Эпштейн. – «РИПОЛ Классик», 2019 – 132 с.