

ОТРАЖЕНИЕ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙ «ДЕЛА ИВАНА ГОЛУНОВА» В ЗАГОЛОВКАХ НОВОСТНЫХ СООБЩЕНИЙ ИНТЕРНЕТ-СМИ

Статья посвящена исследованию использования заголовков в интернет-СМИ как отражения текущего события и его развития. Цель работы – выявление особенностей функционирования различных заголовков в интернет-СМИ в рамках одного события. В рамках работы заголовки были структурированы и проанализированы по группам. В результате проведенного анализа можно сделать вывод, что заголовочный комплекс определённого события, если смотреть на него сквозь призму гипермедиаекста, проходит несколько этапов. В определенный момент он начинает существовать уже без самого события.

Ключевые слова: *заголовок, гипермедиаекст, межтекстуальность, медиалингвистика.*

Заголовок, по сути, – это первое, на что падает взгляд читателя при выборе материала для ознакомления. Чем он будет ярче, информативнее и актуальнее, тем больше вероятность его прочтения потребителем массовой информации.

В современном мире интенсивное развитие СМИ порождает борьбу за привлечение аудитории. Исходя из теории Д. Смайта, каждое СМИ «борется» за свободное время потребителя. Интерес масс-медиа заключается в том, что, чем больше аудитория, тем больше выгода от рекламодателей за доступ к последней. Таким образом, мы можем наблюдать процессы привлечения аудитории одними лишь заголовками. Исходя из этого, можно говорить о том, что СМИ, используя заголовки, стали иметь колоссальное влияние на массовую аудиторию, а значит – и на язык в целом.

В рамках теории текста как филологической дисциплины понятие заголовка разработано достаточно глубоко (работы исследователей Э.В. Лазаревой, К.В. Прохоровой, В.Г. Адмони, А.И. Домашнева, И.П. Шишкиной, Е.А. Гончаровой, Д.Г. Загороднова, С.Д. Кржижановского, И.П. Лысаковой, И.И. Храпченко), оно может быть применено и для анализа журналистских текстов, которые по сравнению с литературно-художественными более многоаспектны, прежде всего в формальном отношении.

Ведущими методами данного исследования являются: компонентный, семантико-лингвистический, коммуникативно-грамматический, функционально-стилистический, метод критической лингвистики, метод когнитивного анализа, а также метод прагматиологии.

Попытаемся разобраться, каким образом создается лингвистическая архитектура межтекстуальности в медиа. .

В ходе работы планируется обосновать выбор определёнными СМИ определённых заголовков в определённый период времени. Сравнение – один из ведущих методов исследования в данной работе.

Эмпирической базой исследования послужили новостные заголовки различных медиа (Коммерсантъ, РБК, Lenta.ru, medusa.io и других).

Так, 6 июня 2019 г. в Москве по обвинению в сбыте наркотических веществ был задержан журналист издательства «Медуза» Иван Голунов. Событие вызвало широкий общественный резонанс и широко освещалось СМИ, в основном в онлайн-изданиях.

Первым вышел материал о задержании с заголовком «*В Москве задержан корреспондент «Медузы» Иван Голунов*» на веб-сайте издания «Медуза», журналистом которой и являлся Иван Голунов.

На следующем этапе функционирования события в медиа стали возникать новостные сообщения, которые можно классифицировать следующим образом.

К первой группе мы относим сообщения, которые информируют о произошедшем событии как о факте.

1) Коммерсантъ: «*В Москве задержали корреспондента «Медузы» Ивана Голунова*»;

2) РБК: «*В Москве задержали журналиста «Медузы» Ивана Голунова*»;

3) Новая газета: «*В Москве задержали корреспондента отдела расследований «Медузы» Ивана Голунова. Редакция связывает это с его журналистской деятельностью*»;

4) Life.ru: «*Корреспондента «Медузы» задержали в Москве, у него нашли мефедрон*»;

5) RussiaToday: «*В Москве задержали корреспондента «Медузы»*»;

6) РИА Новости: «*Корреспондента «Медузы» Ивана Голунова задержали в Москве*»;

7) Дождь: «*Задержан журналист-расследователь Иван Голунов. Он заявил, что ему подбросили наркотики. Главное*»;

8) Интерфакс: «*В Москве задержан корреспондент отдела расследований «Медузы»*»;

9) Газета.ru: «*Корреспондент «Медузы» задержан в Москве*».

Таким образом, мы видим, что первоначальная реакция СМИ содержит сугубо сухие факты о том, что именно произошло. Также можно заметить, что синтаксическая структура подобных заголовков строится по принципу «что случилось? где случилось? с кем случилось?».

Ко второй группе мы относим сообщения, которые содержат реакцию других людей, их мнения, а также их оценку событий.

1) The Village: «*Заявление редакции The Village по делу Ивана Голунова*»;

2) Православие и мир: «*Почему важно дело Ивана Голунова. Главные факты и мнения*»;

3) Такие дела: «*От редакции «Таких дел»: о деле Ивана Голунова*»;

4) Cosmopolitan: «*Мы – Иван Голунов: редакция Cosmo выступает за освобождение журналиста*»;

5) DTF: «*От редакции DTF по делу Ивана Голунова*»;

6) TwitterJournal: «*Что дальше. Реакция TJ о деле Ивана Голунова*»;

7) Lenta.ru: «*Это ***** Ваня, держись!*»;

- 8) Бумага: *«Иван Голунов должен быть освобождён. От команды «Бумага»»;*
- 9) Wonderzine: *«Прекратие врать, отпустите Ваню: От редакции Wonderzine»;*
- 10) Сноб: *«Обращение редакции «Сноба» к руководству МВД России»;*
- 11) Новый Калининград: *«О задержании корреспондента «Медузы» Ивана Голунова»;*
- 12) NGS.НОВОСТИ: *«Страх потеряли. Колонка главного редактора»;*
- 13) Prima media: *«Журналисты Приморья о деле Голунова: СМИ не дождутся симпатий от чиновников и силовиков»;*
- 14) Лайфхакер: *««Берегите тех, кто говорит правду»: письмо главного редактора Лайфхакера»;*
- 15) Площадь свободы: *«Открытое письмо редакции «Площади Свободы» о ситуации с задержанием Ивана Голунова»;*
- 16) Собеседник: *«Журналисты «Собеседника» в поддержку Ивана Голунова»;*
- 17) Кинопоиск: *««Такое может произойти с каждым»: киноиндустрия в поддержку Ивана Голунова»;*
- 18) Знак: *«Заявление редакции Знак.com по поводу дела Ивана Голунова»;*
- 19) Проспект Мира: *«Почему дело Ивана Голунова – это важно. Заявление редакции «Проспекта Мира»»;*
- 20) Фергана: *«Свободу Ивану Голунову. Заявление редакции «Ферганы»»;*
- 21) Новости Волгограда: *«В поддержку Ивана Голунова»;*
- 22) Флакон: *«Почему весь глянец говорит о деле Ивана Голунова»;*
- 23) Harper's Bazaar: *«#МыИванГолунов: знаменитости выступили в поддержку Ивана Голунова».*

Ряд изданий в знак поддержки журналиста выпустил ранее изданные материалы Ивана Голунова, о чём также сообщается в заголовках переизданного материала:

- 1) «Искусство Кино»: *«Кто, зачем и на чьи деньги снимали фильм «Крым». Текст Ивана Голунова»;*
- 2) Glatour: *«В знак журналистской солидарности и поддержки корреспондента отдела расследований «Медузы» Ивана Голунова Glatour с разрешения издания Meduza публикует отрывок из статьи Голунова о мусорном кризисе в Москве»;*
- 3) Men'sHealth: *«Миллиарды на фальшивых диагнозах. Расследование Ивана Голунова»;*
- 4) The Flow: *«Что почитать в начале недели – расследования Ивана Голунова»;*
- 5) Инде: *«Завхоз против порно. Расследование Ивана Голунова»;*
- 6) GQ: *«Куда будут свозить шесть миллионов тонн мусора из Москвы: расследование Ивана Голунова»*
- 7) BluePrint: *«Как зарабатывают на фальшивых диагнозах и косметике с «интеллигентными кристаллами сахара». Расследование Ивана Голунова»;*

Таким образом, мы видим, что рассматриваемые заголовки эксплицируют реакцию общественности (в данном случае – журналистов) на произошедшее событие. Некоторые издания особо отмечают, что выражают в материале собственное мнение, на что указывают непосредственно в заголовке. Это либо поддержка арестованного журналиста, либо требование к власти тщательно и справедливо расследовать дело. За весь пятидневный период наблюдения было лишь одно сообщение, выражающее позицию обвинения – материал Дениса Новожилова *«Дело Голунова: эксклюзив»*, подготовленное для программы «Вести. Дежурная часть».

Следующим этапом функционирования события в информационном поле можно назвать аналитику действующих публикаций другими СМИ с определённой целью. В эту группу можно отнести следующие заголовки:

1) Федеральное Агентство Новостей (ФАН): *«Главред РБК заявила, что задержанный за наркотики Голунов должен ответить по закону»*;

2) Новая газета: *«РБК подаст в суд на РИА ФАН из-за новости о задержании Ивана Голунова»*;

3) Коммерсантъ: *«Петербургского журналиста уволили из-за поддержки Ивана Голунова»*;

4) РБК: *««Россия 24» сообщила об опьянении Голунова и показала справку об обратном»*;

5) РБК: *««Россия 24» исправит сюжет с некорректными данными об опьянении Голунова»*;

6) Meduza: *«Как российские издания, телеканалы и соцсети следили за делом Ивана Голунова. Исследование «Медialogии»»*.

Таким образом, благодаря заголовкам мы видим, что на третьем этапе функционирования события в информационном пространстве в СМИ начинают выходить за рамки существующего информационного поля, оставаясь при этом в рамках текущего события.

Рассмотрение функционирования заголовочных комплексов позволяет сделать следующий вывод: заголовочный комплекс определённого события, если смотреть на него сквозь призму гипермедиа текста, проходит следующие этапы:

1) описание непосредственно события (на этом этапе возникают первые комментарии, в которых дается оценка именно событию);

2) мнения экспертов, дающих собственную оценку произошедшему (комментарии аудитории направлены на оценку аналитики);

3) аналитика действующих публикаций других СМИ с определённой целью.

Конечной целью каждой публикации является отклик аудитории, которая, благодаря современным интерактивным технологиям, может оставить свой комментарий под материалом. Кроме того, со временем появляется ряд заголовков, в которых пересекаются несколько гипермедиа текстов. Так, журналисты используют контекст настоящего события для связи с другим, ранее произошедшим событием, что вовлекает его в совершенно другое информационное поле, где материал играет уже совсем иную роль.