

А. Р. Капуста

СМЫСЛОВАЯ СТРУКТУРА ЗАГОЛОВКОВ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСОВ

Смысловая структура заголовков может оцениваться тремя характеристиками – информативность, соответствие содержанию и выразительность, коррелирующими с теми задачами, которые должен выполнять заголовок, чтобы привлечь «потенциальных» читателей.

Как показал проведенный анализ, практически все заголовки как экономических, так и общественно-политических текстов являются однонаправленными, вне зависимости от жанра, т.е. они направлены на выражение одного элемента смысловой структуры текста, например: «*Chinas Wirtschaft rutscht in die Deflation*», «*Deutschland braucht die Kindergrundsicherung*». При этом обращает на себя внимание тот факт, что комплексные заголовки более часто используются в аналитических статьях: “*Ärger bei ZF Friedrichshafen – wie viele Jobs fallen weg?*”, “*Verteidigung, Demokratie, Klima: Scholz tourt durch Calw*”, «*Wir leben in einer Disclaimer-Republik: „Ich bin ja kein Militärexperte, aber ...”*». Такое малое количество комплексных заголовков можно объяснить их усложненной структурой, поскольку они часто выражены сложноподчиненными или сложносочиненными предложениями, что не свойственно заголовкам в немецкоязычных СМИ.

В соответствии с критерием «соответствие содержанию» заметны существенные различия между заголовками информационных и аналитических жанров. Если в текстах информационных жанров в обоих видах дискурса они имеют схожие количественные показатели, то в аналитических статьях заметно явное преобладание неполноинформативных заголовков, например: «*Falsche Gegensätze*», «*Merkels Bückling*», «*Ohne Alternative*», что связано с самой задачей аналитических текстов СМИ, которые направлены не только на передачу определенной информации (что является главной задачей информационных статей), но и на формирование общественного мнения благодаря представленному в самой статье мнению автора. Поэтому задача заголовка пробудить любопытство читателя, что достигается с помощью «недосказанности» неполноинформативных заголовков. Читателю по сути предлагается предположить, о чем же может идти речь в самой статье с данным заголовком, и удостовериться в правильности своих догадок, уже прочитав всю статью.

Таким образом, можно сделать вывод, что вид заголовка коррелирует с задачами жанров журналистских текстов и не зависит от их тематики.