

**Шевцова Алесь Константиновна**

Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова

(г. Могилев, Беларусь)

shevtcova@msu.by

## **ЛИД КАК ВАЖНЫЙ СТРУКТУРНЫЙ ЭЛЕМЕНТ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАТЕКСТА**

В статье рассматриваются подходы к определению и классификации лидов как структурной части газетного текста, представлены наиболее частотные типы лида в современной качественной британской прессе.

**Ключевые слова:** лид, подзаголовок, медиатекст, медиасфера, качественная пресса

The article considers different approaches towards the definition and classification of the lead as a structural part of the newspaper media text. We have singled out four main types of leads in the modern quality British press.

**Keywords:** lead, subtitle, media text, media sphere, quality press

Избыток информационного контента сегодня заставляет потребителя избирательно подходить к прочтению того или иного текстового сообщения или статьи. Адресат руководствуется целым рядом принципиальных критериев, на которые он ориентируется в процессе отбора именно той информации, которую желает получить: актуальность, сфера собственных интересов и тому подобное.

В этой связи возрастает роль лида как структурного компонента статьи в газетном печатном или онлайн издании. Популярность медиадискурса у современного потребителя имеет прямую зависимость от эффективно созданного лида – первого вступительного абзаца статьи, включающего основную информацию о теме и содержании текста.

Е.В. Довгаль предлагает следующее определение: «Лид (от английского lead – «вести, побуждать, руководить») – развернутый подзаголовок статьи, начало статьи в виде предложения, абзаца или нескольких абзацев, который вовлекает читателя в чтение, создавая впечатление неотложности и возбуждая интерес, сообщает наиболее важную информацию по теме, устанавливает тон повествования» [1, с. 372–376]. В.Н. Корнеев в своей диссертации дает другое название этого элемента статьи – «вводка» или «подзаголовочный комплекс» [2, с. 375].

О.Н. Федорова в статье «Композиционно-сетевая структура электронно-речевых жанров в британской Интернет-публицистике» определяет «лид» как «подзаголовок» [3, с. 167]. Функции элементов заголовков сетевых СМИ исследователь описывает следующим образом: «заголовок выполняет функцию наименования, а подзаголовок – информативно-разъяснительную функцию, что обеспечивает логическую связность медиатекста и облегчает понимание

авторской точки зрения». По мнению Т.Г. Добросклонской, лид – это «первая фраза, которая содержит всю основную информацию статьи в сконцентрированном виде» [4, с. 23–25]. Данный подход к интерпретации лида позволяет заключить, что этот структурный элемент занимает второе место после заголовка по степени семантической компрессии. Но если название статьи порой завуалированно и косвенно отражает проблематику статьи, то лид представляет собой более содержательный и информативный фрагмент. Тем не менее, в его рамках представляется возможным реализовать коммуникативные стратегии и тактики, направленные на продвижение идей конкретного медиадискурса, привлечение внимания читателя и мотивацию реципиента к прочтению последующего текста.

В научной литературе существуют различные типы лидов и разнообразные подходы к их классификации. Так А.В. Колесниченко выделяет прямые (англ. direct) и затяжные (англ. delayed) лиды. Прямая вводка содержит важнейшую информацию о событии. Этот тип лида обычно используется в новостных заметках. Прямые лиды подразделяются на обобщающие, модифицированные, оберточные и расколотые. Обобщающий лид содержит ответы на шесть основных вопросов: Кто? Что? Где? Когда? Каким образом? Основным недостатком данного лида является перегруженность информацией, что вызывает трудности восприятия у читателя. Модифицированный лид сосредотачивает внимание получателя только на двух или трех аспектах новости. В многопредметной новости, где сообщается сразу о нескольких событиях, А.В. Колесниченко выделяет оберточный и расколотый лиды. В оберточном лиде описывается сразу несколько событий, затем в статье каждое событие описывается подробно. Расколотый лид рассматривает только одно из событий, а последующие происшествия вводятся при помощи своих собственных вводов. Первый лид подробно рассказывает об одном из аспектов, а последующие события вводятся такими выражениями, как «а в это время», «тогда же» и т.п. Затяжные лиды чаще всего используются в еженедельных изданиях, в таких жанрах, как ньюс-фиче, фиче и специальный репортаж. Они передают атмосферу публикации и концентрируют внимание не на новостях, а на значении описываемого события [5, с. 35]. Среди затяжных лидов А.В. Колесниченко выделяет сценические, повествовательные, анекдотические и ситуативные типы.

В результате анализа фактического материала, составившего 100 лидов к газетным статьям медиопортала The Daily Telegraph, были выявлены наиболее популярные типы лидов. Лидирующее место занимает вопросительный тип – 45% от общего количества отобранного материала, создающий эффект диалогической коммуникации с читателем и позволяющий заинтересовать реципиента в получении ответа на поставленный вопрос: *Château de Vaux-le-Vicomte is so splendid it made Louis XIV jealous. Now besieged by French law and family*

*feuds, what's to become of it?* ‘Замок Во-ле-Виконт настолько великолепен, что вызвал зависть Людовика XIV. Теперь он осажден французским законодательством и семейными распрями, что с ним будет?’.

При этом примерно 60% вопросительных лидов вначале содержат интеррогативную конструкцию, а затем обобщенный или, наоборот, фрагментарный ответ, мотивирующий читателя прочитать всю статью, чтобы узнать детали приведенного информационного фрагмента: *Remember when provocation was part of a pop star's job description? The 1975 singer does – and Taylor Swift fans don't like it at all* ‘Помните времена, когда провокация была частью профессиональных обязанностей поп-звезды? Певица 1975 года помнит – и поклонникам Тейлор Свифт это совсем не нравится’.

Вторым по частотности использования типом лида выступает цитатный подзаголовок – 39%. Распространенность цитат в данной структурной части газетной статьи обусловлена интенцией адресанта казаться более убедительным в глазах реципиента, апеллируя к словам и мыслям известных людей, которым читатель склонен доверять: *Now is the time to remember our duty to the people* ‘*Boris Johnson launches his leadership bid with one mission* ‘Сейчас самое время вспомнить о нашем долге перед народом”, – Борис Джонсон выдвигает свою кандидатуру в качестве лидера’.

Тематические (13%) и эссеистские (3%) лиды оказались менее популярны, что обусловлено их коммуникативно-прагматическими функциями. В тематических подзаголовках размещается общая информация о том, что событие происходило, а не суть данного события: *King Charles made comments to Lord Bilimoria at reception in parliament for MPs and peers* ‘Король Чарльз сделал замечания лорду Билимория на приеме в парламенте для сенаторов и пэров’. Эссеистский лид часто содержит субъективное мнение журналиста о происходящем, что не совсем приветствуется в качественной британской прессе: *Government is in danger of losing much-needed rental stock in their attempt to punish bad landlords* ‘Правительство рискует потерять столь необходимый арендный фонд в своих попытках наказать плохих арендодателей’.

Можно заключить, что качественная пресса Великобритании старается соответствовать традиционным для нее принципам построения и наполнения газетного дискурса [6; 7; 8; 9; 10; 11]. Лид как вводная структурная часть газетной статьи в сжатом, или «концентрированном», виде репрезентирует основной посыл и содержание последующей статьи, при этом, привлекая читателя и представляя информацию в наиболее выгодном и интригующем свете. Такие особенности национального менталитета британцев, сложившиеся традиции в медиасфере и современная направленность на коммерциализацию всех сфер нашей жизни обусловили популярность вопросительных и цитатных лидов, оставив за тематическими и эссеистскими подзаголовками роль второго плана.

## Литература

1. Довгаль, Е. В. Роль лида в современной аналитической статье [Электронный ресурс] / Е. В. Довгаль // Ставропольский государственный педагогический институт: научная статья. – 2023. – Режим доступа: [elibrary.ru/item.asp?id=21188149](http://elibrary.ru/item.asp?id=21188149). – Дата доступа: 20.11.2023.
2. Корнев, В. Н. Средства локальной и глобальной связности публицистического текста (на примере немецкого политического комментария) : автореф. дис... канд. филол. наук : 10.02.04 / В. Н. Корнев. – СПб., 2010. – 24 с.
3. Федорова, О. Н. Композиционно-сетевая структура электронно-речевых жанров в британской Интернет-публицистике / О. Н. Федорова // Вестник ВятГУ – 2010. – № 3. – С. 163–170.
4. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т. Г. Добросклонская. – М. : URSS, 2005. – 288 с.
5. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика : учеб. пособие / А. В. Колесниченко. – М. : Изд-во Московского ун-та, 2008. – 103 с.
6. Шевцова, А. К. Основы медиалингвистики : учеб.-метод. пособие / А. К. Шевцова, А. Л. Каширина. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2021. – 148 с.
7. Динькевич, А. В. Функции английских глагольных форм длительного вида в газетном дискурсе / А. В. Динькевич // Теоретические и практические предпосылки подготовки полилингвальных специалистов в УВО : сб. науч. статей / под ред. Е. Н. Грушецкой. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2021. – С. 102–105.
8. Динькевич, А. В. Языковые особенности заголовков новостного дискурса / А. В. Динькевич // Романовские чтения – 13 : сб. статей / под ред. А. С. Мельниковой. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2019. – С. 145–146.
9. Шевцова, А. К. Коммуникативный анализ белорусского публицистического дискурса в сопоставлении с англоязычным / А. К. Шевцова // Теоретические и практические предпосылки подготовки полилингвальных специалистов в УВО : материалы V Междунар. науч.-практ. онлайн-семинара (вебинара), 31 марта 2017 г. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2019. – С. 114–117.
10. Динькевич, А. В. Взаимодействие форм длительного вида с языковыми средствами в реализации прагматического значения / А. В. Динькевич // Теоретические и практические предпосылки подготовки полилингвальных специалистов в вузе : материалы III Междунар. науч.-практ. онлайн-семинара (вебинара), 31 марта 2017 г. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2017. – С. 42–45.
11. Динькевич, А. В. Инверсия как средство выражения экспрессивности в английском языке / А. В. Динькевич, Н. В. Тарасова // Актуальные проблемы преподавания иностранных языков в высшей школе Республики Беларусь – 2014 : сб. науч. статей / под ред. Е. Е. Иванова. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2015. – С. 105–107.