

РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ И РЕДАКТОРОВ ПО СОЗДАНИЮ ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ НА ОСНОВЕ СОЦИОКОГНИТИВНЫХ МОДЕЛЕЙ

Шевцова Алеся Константиновна

Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова
(г. Могилев, Республика Беларусь)

Статья посвящена социокогнитивному подходу к созданию заголовков газетных статей, который учитывает лингвистические и культурные аспекты их восприятия. Автор предлагает рекомендации для журналистов и редакторов, направленные на повышение привлекательности и эффективности заголовков в белорусскоязычном публицистическом дискурсе с акцентом на семантическую компрессию, синтаксическую структуру и эмоциональную тональность.

Ключевые слова: заголовок, газетная статья, публицистический дискурс, социокогнитивная модель.

The article is devoted to a socio-cognitive approach to creating newspaper headlines, which takes into account the linguistic and cultural aspects of their perception. The author offers recommendations for journalists and editors aimed at increasing the attractiveness and effectiveness of headlines in the Belarusian-language journalistic discourse with an emphasis on semantic compression, syntactic structure and emotional tonality.

Key words: headline, newspaper article, journalistic discourse, sociocognitive model.

Заголовок газетной статьи является ключевым элементом, который не только привлекает внимание читателя, но и формирует его первичное восприятие текста. В условиях информационной перегрузки современного общества заголовок становится важным инструментом коммуникации, способным либо привлечь читателя, либо оттолкнуть его.

Социокогнитивный подход к созданию заголовков позволяет учитывать как лингвистические, так и культурные аспекты их восприятия. В данной статье представлены рекомендации для журналистов и редакторов, основанные на анализе социокогнитивных моделей интерпретации заголовков в белорусскоязычном публицистическом дискурсе. Эти рекомендации помогут создавать заголовки, которые будут не только привлекательными, но и эффективными с точки зрения коммуникации.

1. Выявление ядерных концептов и периферийных зон. Оптимальным способом построения социокогнитивной модели заголовка газетной статьи как продукта семантической компрессии основного содержания статьи является выявление ядерных концептов и определение периферийных зон с опорой на частотность употребления тех или иных лексических единиц.

Рекомендации для журналистов и редакторов:

- Проводите анализ ключевых концептов статьи, чтобы выделить наиболее важные идеи.
- Используйте частотные лексические единицы, которые легко воспринимаются целевой аудиторией.
- Учитывайте степень информативности заголовка: он должен быть понятным и отражать суть статьи.

2. Анализ синтаксической структуры и лексического наполнения. Дополняет разработанную социокогнитивную модель анализ синтаксической структуры заголовков газетных статей с последующим описанием лексического наполнения каждого компонента.

Рекомендации для журналистов и редакторов:

- Используйте простые и понятные синтаксические конструкции.
- Избегайте сложных грамматических структур, которые могут затруднить восприятие.
- Обращайте внимание на лексическое наполнение: слова должны быть точными и соответствовать теме статьи.

3. Использование эмотивно-оценочной лексики и метафор. Эмотивно-оценочная лексика задает исходную тональность в ходе последующего знакомства реципиента с информационным сообщением.

Концептуально-метафорические репрезентации также играют важную роль в формировании восприятия.

Рекомендации для журналистов и редакторов:

- Используйте эмоционально-оценочную лексику для создания нужного настроения.
- Применяйте метафоры, которые понятны и адекватно воспринимаются целевой аудиторией.
- Избегайте излишней эмоциональности, которая может вызвать отторжение.

4. Апелляция к авторитетным мнениям. Значительное коммуникативное воздействие могут оказывать слова авторитетных лиц, которые общепризнаны и компетентны в освещаемом кругу вопросов.

Рекомендации для журналистов и редакторов:

- Используйте цитаты авторитетных лиц для усиления доверия к статье.
- Убедитесь, что цитаты релевантны и соответствуют теме.
- Не злоупотребляйте цитированием: оно должно быть уместным и органичным.

5. Учет этноспецифических особенностей. В белорусскоязычном публицистическом дискурсе важную роль играют такие лингвокультурные установки, как прямолинейность, нейтральность, эмоциональное равновесие и нетерпимость к неопределенности.

Рекомендации для журналистов и редакторов:

- Используйте статистические данные, собственные имена и базовые лексемы для повышения точности и прозрачности.
- Избегайте двусмысленности и неопределенности в заголовках.
- Учитывайте культурные особенности целевой аудитории: белорусские читатели ценят конкретику и легкость восприятия.

6. Баланс между привлекательностью и понятностью. Заголовок призван облегчить понимание текста статьи, но может получиться и противоположная ситуация, когда заголовок привлекает внимание именно своей яркостью и завуалированностью содержания.

Рекомендации для журналистов и редакторов:

- Стремитесь к балансу между привлекательностью и понятностью заголовка.
 - Избегайте излишней завуалированности: заголовок должен быть понятен с первого прочтения.
 - Проверяйте, насколько заголовок соответствует содержанию статьи.
- Создание эффективных заголовков требует учета множества факторов, включая семантическую компрессию, синтаксическую структуру,

эмоциональную тональность и культурные особенности целевой аудитории [1; 2; 3]. Предложенные рекомендации помогут журналистам и редакторам создавать заголовки, которые не только привлекают внимание, но и способствуют точной и прозрачной коммуникации.

Учет социокогнитивных моделей интерпретации заголовков позволяет повысить их эффективность и улучшить восприятие текста читателями [4; 5]. В условиях современного медиапространства, где конкуренция за внимание аудитории крайне высока, эти рекомендации становятся особенно актуальными.

Дальнейшие исследования в этой области могут быть направлены на изучение динамики изменения восприятия заголовков в условиях цифровизации и глобализации, что позволит адаптировать предложенные рекомендации к новым вызовам медиаиндустрии.

Таким образом, можно предположить, что применение социокогнитивного подхода к созданию заголовков не только улучшает их качество, но и способствует более эффективной коммуникации между автором и читателем.

Литература

1. Шевцова, А. К. Пути вербализации социокогнитивного плана заголовков англоязычных газетных статей / А. К. Шевцова // Теоретические и практические предпосылки подготовки полилингвальных специалистов в УВО : сборник научных статей по материалам IX Международного научно-практического онлайн-семинара (вебинара), Могилев, 16 апреля 2023 г. / под ред. Е. Н. Грушецкой. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2024. – С. 151–155.
2. Перезашкевич, А. Ю. Жанровое и функциональное многообразие медийного дискурса / А. Ю. Перезашкевич // Восточнославянские языки и литературы в европейском контексте – VIII : сборник научных статей / под ред. Е. Е. Иванова. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2024. – С. 206–209.
3. Шевцова, А. К. Лид как важный структурный элемент современного медиатекста / А. К. Шевцова // Восточнославянские языки и литературы в европейском контексте – VIII : сборник научных статей / под ред. Е. Е. Иванова. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2024. – С. 71–74.
4. Шевцова, А. К. Вербализация когнитивной категории достоверности в публицистическом дискурсе на английском языке / А. К. Шевцова // Куляшоўскія чытанні : зборнік навуковых артыкулаў па матэрыялах Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі, г. Магілёў, 4–5 мая 2023 г. / пад рэд. Т. В. Масейчук. – Магілёў : МДУ імя А. А. Куляшова, 2024. – С. 72–75.
5. Перезашкевич, А. Ю. Медийный дискурс как объект лингвистического исследования / А. Ю. Перезашкевич // Теоретические и практические предпосылки подготовки полилингвальных специалистов в УВО : сборник научных статей по материалам IX Международного научно-практического онлайн-семинара (вебинара), Могилев, 16 апреля 2023 г. / под ред. Е. Н. Грушецкой. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2024. – С. 124–127.