

Направление 5
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ
(ГРАММАТИКА, ЛЕКСИКОЛОГИЯ, СЕМАНТИКА,
ЭТИМОЛОГИЯ, ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПЕРЕВОДА)

Алесь А. С.

г. Минск

Международный университет «МИТСО»

ЗАГОЛОВОК КАК ЭЛЕМЕНТ ПРОПАГАНДЫ
В ПУБЛИЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Заголовок в медиатексте представляет собой ключевой текстовый элемент, который обозначает тему, проблематику или содержание статьи, репортажа, блога, видео и других медиаформатов. Его основная функция заключается в привлечении внимания читателя в условиях насыщенного информационного потока, а также в формировании интереса, который побуждает аудиторию узнать больше о представленной теме [1, с. 115–116]. В современном мире, где информация доступна в огромных объемах и конкуренция за внимание пользователя велика, заголовок становится важным инструментом, который может не только информировать, но и убеждать, манипулировать или вдохновлять.

Цель исследования заключается в анализе заголовков видеороликов на платформе YouTube с точки зрения их функциональных и стилистических особенностей, а также влияния на восприятие информации и формирование общественного мнения.

В контексте пропаганды публичной коммуникации заголовок приобретает особую значимость. Он становится важным инструментом формирования общественного мнения и влияния на восприятие информации [1, с. 115–116]. Используя различные техники и стили, заголовки могут вызывать сильные эмоции, содержать призывы к действию или даже провоцировать споры. Например, заголовок, который вызывает сильные эмоциональные реакции или содержит призыв к активным действиям, может значительно повысить уровень вовлеченности аудитории, заставляя читателя не только ознакомиться с содержанием текста, но и активно реагировать на него.

Типология, она же классификация заголовков представляет результат процесса систематизации и группировки заголовков текстов в зависимости от их функциональных, стилистических и структурных особенностей [2, с. 62–63]. Такие классификации позволяют выявить, какие приемы и стратегии используют авторы для привлечения внимания

аудитории, передачи информации или формирования определенного мнения. Понимание этих типологий дает возможность глубже осознать намерения авторов и оценить, как заголовки влияют на восприятие текста читателями. Это особенно важно в контексте пропаганды, где заголовки могут быть использованы для манипуляции общественным мнением и создания эмоционального отклика.

Важным аспектом заголовков является **иллокуция** – тип речевого акта, который относится к тому, как высказывание влияет на слушателя и какие действия оно подразумевает [3], и **перлокуция** – воздействие высказывания на действия, мысли или эмоции слушающих (высказывание может убедить/не убедить собеседника, заставить его сделать что-то либо вызвать у него раздражение или скуку и т. п.) [4, с. 273].

Иллокуция может выполнять различные функции, такие как:

1. **Просьба:** Заголовок может выражать просьбу о чем-то, побуждая читателя к определенным действиям.

2. **Приказ:** Настойчивое требование выполнить какое-либо действие, что может быть особенно актуально в контексте призывов к действию.

3. **Предложение:** Заголовок может выражать намерение предложить что-то, создавая атмосферу открытости и диалога.

4. **Обещание:** Утверждение о том, что говорящий выполнит действие в будущем, что может создать ожидания у читателя и вызвать его интерес [5, с. 139–143].

Профессор В. Ю. Прокофьева проанализировала заголовки с точки зрения теории речевых актов, применив классификации философов языка и прагматистов Дж. Остина и Дж. Серля. Первый выделил пять разновидностей речевых актов: вердиктивы (от слова вердикт – приговор), рогативы (вопросы), комиссивы (обещания), экспозитивы (акты-объяснения, аргументации) [6, с. 86–89]. Второй выделил большее количество критериев: репрезентативы или ассертивы (сообщения об истинном положении дел и их оценка), директивы (побуждения адресата к определенным действиям), комиссивы (сообщения о принятых на себя обязательствах), экспрессивы (выражение определенной психической позиции по отношению к какому-либо положению дел), декларации (установления каких-либо новых положений дел) [7, с. 252–255]. Опираясь на типологии речевых актов Дж. Остина и Дж. Серля, В. Ю. Прокофьева выделяет несколько типов новостных заголовков, используемых в интернет-СМИ:

1. **Вердиктивы:** Эти заголовки формулируют заключение по вопросу и могут оказывать значительное влияние на общественное мнение. Они часто используются для подведения итогов событий и могут содержать оценочные суждения.

2. **Репрезентативы:** Заголовки этого типа передают нейтральную информацию без оценок, позволяя читателям самостоятельно анализировать данные и формировать собственное мнение.

3. **Декларации:** Эти заголовки выражают мнение автора и могут вызывать эмоциональный отклик у аудитории, формируя общественное мнение и провоцируя обсуждения.

4. **Экспрессивы:** Заголовки с эмоциональной окраской подчеркивают важность события и провоцируют обсуждения, создавая у читателя ощущение значимости информации.

5. **Коммиссивы:** Заголовки, которые подразумевают обязательства и обещания, вызывают интерес к будущим событиям и могут побуждать аудиторию следить за развитием ситуации.

6. **Директивы:** Эти заголовки побуждают к действиям и могут влиять на поведение аудитории, например, призывая к участию в акциях или мероприятиях.

7. **Рогативы:** Заголовки в форме вопросов поднимают актуальные темы и вовлекают читателя в обсуждение, создавая у него желание узнать больше о рассматриваемом вопросе [8, с. 174–175].

На основе приведенных видеороликов, представленных в Таблице ниже, предлагаем проанализировать работу иллокуции и перлокуции, а также рассмотреть, как применяется классификация заголовков по В. Ю. Прокофьевой.

Таблица

Название видеоролика	Название канала на YOUTUBE	Классификация по В. Ю. Прокофьевой	Иллокуция	Перлокуция
Resident Evil 7 Biohazard by Carcinogen in 1:49:28 – AGDQ 2018 – Part 56	Games Done Quick	Репрезентативы: Заголовок передает нейтральную информацию о событии (спидран Resident Evil 7 на AGDQ), без оценочных суждений. Читатель получает факт о длительности и контексте видео	Никакой явной просьбы, приказа или предложения. Заголовок просто информативный	Вероятно, вызывает интерес у зрителей, заинтересованных в спидране, что может привести к высоким лайкам и комментариям
Let's try Resident Evil 6 in 2024 – Resident Evil 6 gameplay 2K/60fps – Leon's story part 1	Castiel gaming	Декларации: Заголовок выражает намерение автора (попробовать игру в 2024 году), а также может вызывать интерес и ожидание у зрителей. Он формирует мнение о том, что игра будет актуальна и интересна	Предложение. Заголовок создает атмосферу диалога и приглашает зрителей участвовать в процессе	Может вызвать позитивные отклики и обсуждения, так как зрители могут выразить свои ожидания и интерес к игре
Albert Wesker vs BOSSES Full MELEE Only Resident Evil 4	The Salvador Guy	Экспрессивы: Заголовок подчеркивает уникальный подход к игре (только рукопашный бой), что может вызвать эмоциональный отклик и интерес к нестандартному прохождению	Никакой явной просьбы или приказа. Заголовок информирует о содержании видео	Может вызвать интерес и обсуждения среди фанатов, что потенциально приведет к лайкам и комментариям

Окончание таблицы

Resident Evil 4 Remake PS5 – Aggressive Gameplay (No Damage) 4k/60FPS	GamerANH	Вердиктивы: Заголовок подразумевает высокое качество игрового процесса (агрессивный стиль, отсутствие урона), что может повлиять на мнение зрителей о навыках игрока и качестве игры	Никакой явной просьбы. Заголовок просто информативный, но может вызвать восхищение	Высокое качество и стиль игры могут привести к большому количеству лайков и положительных комментариев
RESIDENT EVIL 3: Remake ► Прохождение #2 [Хардкор] ► ГОНКИ С НЕМЕЗИСОМ	The Gideon Games	Декларации: Заголовок выражает мнение о сложности прохождения и создает ожидания у зрителей, что может вызвать эмоциональную реакцию на "гонки с Немезисом"	Никакой явной просьбы. Заголовок информативный, но может вызывать интерес	Вероятно, вызывает много обсуждений и лайков из-за популярности Немезиса
Resident Evil: HD Remaster (Прохождение за Криса, Hard) – Part #1 (PC Rus)	Ретро Канал CHIPaev'a	Репрезентативы: Заголовок сообщает о фактическом содержании видео (прохождение за Криса на сложном уровне), позволяя зрителям самостоятельно оценить интересность	Никакой явной просьбы. Заголовок просто информативный	Может вызвать интерес у русскоязычной аудитории, что может привести к лайкам и комментариям
Самое быстрое прохождение Resident Evil 7 [Спидран в деталях]	StopGame	Коммиссивы: Заголовок подразумевает, что видео предлагает что-то уникальное (самое быстрое прохождение), что может побудить зрителей следить за дальнейшими спидранами	Обещание. Заголовок подразумевает, что видео предложит что-то уникальное	Может вызвать большой интерес и обсуждения, что приведет к высокому количеству лайков и комментариев
Resident Evil Revelations 2 Ep. 4 Прохождение ► ТУДА–СЮДА– ОБРАТНО ► #2	Kuplinov ► Play	Репрезентативы: Заголовок передает информацию о содержании видео без оценочных суждений, позволяя зрителям самостоятельно сделать выводы	Никакой явной просьбы. Заголовок информативный	Может вызвать интерес у зрителей, что потенциально приведет к лайкам и комментариям

По представленным в таблице данным о заголовках видеороликов на YouTube можно сформулировать следующие выводы:

1. **Разнообразие типов заголовков:** Различные типы заголовков (репрезентативы, декларации, экспрессивы, вердиктивы и коммиссивы) демонстрируют, как авторы применяют разные стратегии для достижения своих целей. Репрезентативы, например, предоставляют нейтральную информацию, в то время как декларации и экспрессивы способны вызывать эмоциональный отклик и формировать ожидания у зрителей.

2. **Иллокуция и перлокуция:** Заголовки выполняют разные функции в зависимости от их иллокуции (влияние высказывания на

слушателя) и перлокуции (воздействие на эмоции и действия слушателя). Заголовки с предложениями могут создавать атмосферу диалога, тогда как вердиктивы формируют мнение о качестве представленного контента.

3. **Уровень вовлеченности аудитории:** Заголовки, которые вызывают интерес и эмоции, имеют больший потенциал для получения лайков и комментариев. Например, заголовок «Самое быстрое прохождение Resident Evil 7» обещает уникальный опыт, что может значительно повысить вовлеченность зрителей.

Таким образом, заголовки не только информируют, но и манипулируют восприятием, создавая ожидания и эмоциональные реакции. Это делает их мощным инструментом в публичной коммуникации и пропаганде. Осознание этих механизмов позволяет лучше понять, как контент воспринимается аудиторией и какие стратегии используются для его продвижения.

Список цитированных источников

1. Варзапова, В. Ю. Заголовок современного метатекста в аспекте межтекстовых отношений (на материале интернет-версий изданий The Telegraph и The Guardian) / В. Ю. Варзапова // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. – 2015. – № 5С. – С. 115–119.
2. Дроздов, Р. К. К вопросу о классификации заголовочных комплексов в современной печати / Р. К. Дроздов // Известия ВГПУ, Проблемы ономастики / Волгоград. гос. пед. ун-т. – 2011. – Т. 61, № 7. – С. 63–65.
3. Речевой акт: его структура, коммуникативные характеристики. Локуция, иллокуция, перлокуция. – URL: https://vuzlit.com/1508560/rechevoy_struktura_kommunikativnye_harakteristiki_lokutsiya_illokutsiya_perlokutsiya (дата обращения: 23.04.2025).
4. Полуйкова, С. Ю. Когнитивный аспект создания перлокутивного эффекта / С. Ю. Полуйкова // Вестн. Омск. ун-та. – 2011. – № 3. – С. 273–278.
5. Соловцова, Е. В. Семантико-прагматические параметры иллокутивного акта / Е. В. Соловцова // Идеи. Поиски. Решения : сб. ст. и тез. XV Междунар. науч.-практ. конф. преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов, Минск, 23 нояб. 2021 г. : в 6 т. / БГУ, филолог. фак., каф. англ. языкознания ; редкол.: Н. Н. Нижнева (отв. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2021. – Т. 1. – С. 139–143.
6. Остин, Дж. Л. Слово как действие / Дж. Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике / Дж. Л. Остин. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17. Теория речевых актов. – С. 22–130.
7. Серль, Дж. Р. Основные понятия исчисления речевых актов / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике / Дж. Р. Серль. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 18. Логический анализ естественного языка. – С. 242–264.
8. Прокофьева, В. Ю. Новостной заголовок в цифровом пространстве СМИ: прагмалингвистические возможности / В. Ю. Прокофьева // Медиариторика и современная культура общения: наука – практика – обучение : сб. ст. XXII Междунар. науч. конф. – Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2019. – С.173–176.