

Функциональные и типологические особенности заголовков эпизодов подкастов

Русяева Александра Сергеевна

Студент (магистр)

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, Факультет иностранных языков, Саранск, Россия

E-mail: rusiaevashura@yandex.ru

Заголовок считается важным компонентом любого текста, выполняющим множество языковых функций и влияющим на восприятие представленной информации аудиторией. Его функции различаются в зависимости от жанра, стиля и типа дискурса. Однако в современной медиасреде, особенно в формате бизнес-подкастов, заголовок приобретает особую значимость, поскольку выступает в качестве основного элемента, привлекающего внимание слушателей.

Так, на основе исследований Г.О. Винокура, В.А. Вомперского, Н.А. Кожинной, Н.П. Харченко и др. среди основных функций заголовков выделяются: номинативная, информативная, коммуникативная, функция воздействия, рекламная функция, разделительная и экспрессивно-апеллятивная [2, 3, 4, 6]. Заголовок любого текста, как письменного, так и звучащего, является его первым знаком, с которым знакомится слушающий/читающий. Именно благодаря названию, человек, заинтересованный в материале, узнает о жанре, стиле текста, знакомится с тематикой повествования, основным сюжетом и героями. Более того, заголовок помогает настроить аудиторию на нужную эмоциональную тональность [5].

Важно отметить, что при рассмотрении в качестве заголовков названия эпизодов бизнес-подкастов, можно прийти к выводу о том, что они выполняют те же функции, что и заглавия газетных статей. Как правило, название выпуска бизнес-подкаста содержит от 5 до 10 слов. Их основная цель заключается не только в передаче содержания, но и в стимулировании и удержании внимания слушателей. Кроме того, информация, содержащаяся в заглавиях эпизодов, легко оптимизируется для поиска.

Анализ заголовков 100 эпизодов подкастов от различных авторов и платформ позволил выделить основные типологические группы. Среди них заголовки с числами и элементами списков, заголовки, включающие в себя имена известных гостей, вопросительные заголовки, заголовки с глаголами действия и императивами, заголовки, отражающие актуальные тренды и заголовки с объяснительной функцией. Каждая из этих групп по-своему воздействует на аудиторию и реализует различные комбинации языковых функций.

Результаты проведенного анализа показали, что в заголовках подкастов доминируют информативная, воздействующая и рекламная функции. Каждая из функций направлена на привлечение внимания слушателя, формирование эмоционального отклика и мотивации к прослушиванию. Однако название эпизода должно соответствовать его содержанию, во избежание негативного влияния кликбейта на доверие аудитории.

Следовательно, заголовок эпизода подкаста представляет собой сложный многофункциональный элемент, который сочетает в себе характеристики традиционного заголовка и инструмента цифровой коммуникации. Его основная задача – передать информацию и привлечь внимание, что позволяет построить взаимодействие с аудиторией в условиях современной медиасреды.

Источники и литература

- 1) Богданова О.Ю. Лингвостилистический анализ заголовка как элемента англоязычного текста // Ярославский педагогический вестник. 2006. №1. С. 104-110.
- 2) Винокур Г.О. О языке художественной литературы. М.: Высшая школа, 1991.
- 3) Вомперский В.П. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка // Искусство публикации (проблемы теории и мастерства). Тез.докл. на республикан. научн. конф. Алма-Ата, 1966. С.82-85
- 4) Кожина Н.А. Заглавие художественного произведения: структура, функции, типология (на материале русской прозы XIX-XX веков). Автореф. дис. канд. филол. наук. - М., 1986. - 22 с.
- 5) Тортунова И.А. Анализ языковых функций заголовков печатных СМИ как основа методики обучения базовым филологическим дисциплинам // Гуманитарные науки. 2016. №3 (35). С. 111-115.
- 6) Харченко Н.П. Заглавия, их функция и структура (на материале научного стиля современного русского языка). Автореф. дис. . . канд. филол. наук. Л., 1988.