

Куликович С. С.

*Белорусский государственный университет
(научный руководитель — к. фил. н., доц. А.А. Градюшко)*

ОСОБЕННОСТИ ЗАГолоВКОВ В МЕДИАТЕКСТАХ БЕЛОРУССКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

В эпоху развития сетевых медиа заголовки становятся ключевым объектом медиатекста, инструментом для привлечения и удержания внимания аудитории. Данное исследование направлено на изучение особенностей заголовков белорусских сетевых СМИ. Понимание характерных черт и современных тенденций поможет выработать рекомендации по созданию сетевых заголовков, наиболее соответствующих специфике медиаресурса и его целевой аудитории. Нами были проанализированы медиатексты популярных белорусских новостных интернет-порталов: БелТА, Onliner.by. Выбор был обусловлен различиями в формате подачи информации и целевой аудитории.

Структура новостного текста играет ключевую роль в его восприятии. В интернет-СМИ, указывает российский исследователь А.Амзин, заголовок является главной мыслью, «всей новостью в одном предложении». Он включает в себя ключевые слова, связанные интересным активным глаголом (например, «раскрыл» вместо «рассказал»). Правильно подобранный глагол способен придать новости определенную эмоциональную окраску. Глаголы стоят в прошедшем или будущем времени, обозначая завершившийся процесс или анонс будущего события [1, с. 16, 19-20]. Кроме того, как отмечают исследователи, в сетевых СМИ заголовок «должен быть достаточно содержательным и поэтому может быть довольно длинным» [2, с. 75]. Нередко в качестве одного из способов привлечения внимания указывается место, где произошло событие («Автобус наехал на бетонный забор на пр. Дзержинского. Водитель попал в больницу» (Onliner, 4 октября 2025 г.).

Современный потребитель сетевого контента отводит на прочтение новости в сети всего несколько секунд. В этом случае заголовок должен не столько привлекать внимание, сколько давать возможность читателю быстро понять суть события. Заголовки новостных материалов становятся кратким содержанием новости. В этом плане примечательны публикации БелТА: «Мультибрендовый центр с белорусскими товарами появится в Ульяновске» (30 сентября 2025 г.), «Орденом Матери награждены 182 жительницы всех областей и Минска» (30 сентября 2025 г.). В этих примерах упор делается на информативность, а не на образность. Такая формальная структура обеспечивает мгновенное понимание содержания и соответствует ожиданиям аудитории, которая обращается к медиаресурсу как к источнику официальной проверенной информации.

Отдельным инструментом информирования и привлечения внимания также можно выделить имена известных личностей (политиков, обществен-

ных деятелей, спортсменов и др.) и использование аббревиатур: «Крутой о сельском хозяйстве: ресурсы огромные» (4 октября 2025 г.); «Председатель ГКНТ: в белорусском экспорте около 40% — наукоемкая продукция» (3 октября 2025 г.). По нашему мнению, известные имена и официальные аббревиатуры повышают уровень доверия к сообщению.

В свою очередь, Onliner.by ориентируется на массового читателя. Материалы медиаресурса отличаются простотой подачи информации и отсутствием тем, сложных для понимания потребителя. Здесь заголовок часто использует приемы вовлечения и элементы кликбейта: вопросительные конструкции («Что с ценами на шины? Разбираемся, почему так дешево» (18 сентября 2025 г.); недосказанность новости («Мужчина поспорил со знакомым. В итоге попал в больницу с ранением» (3 октября 2025 г.), таинственность («Теневое правительство Южной Кореи? Вот чего вы не знали о компании Samsung» (3 октября 2025 г.); призыв к действию («Хорошо ориентируетесь в ценах на авторынке? Пройдите наш тест» (30 сентября 2025 г.); игра на эмоциях и личном отклике читателя («Эпичные моменты в спорте. Помните их?» (24 января 2025 г.). Важнейшие информационные сведения в заголовок не выносятся. Наоборот, сохраняется интрига, а кликбейтные маркеры побуждают обратиться к материалу за дополнительной информацией. Для сравнения: новость, опубликованная Onliner под заголовком «Озвучен приговор реперу P.Diddy» (4 октября 2025 г.), на других ресурсах называлась так: «Репера Пи Дидди приговорили к 4 годам тюрьмы» (1tv.ru, 4 октября 2025 г.), «Пи Дидди осудили на 4 года 2 месяца заключения» (Афиша Daily, 4 октября 2025 г.).

Заголовки обоих белорусских интернет-порталов широко используют цитаты: «Они в строю и делятся опытом с молодежью». Кочанова о белорусах старшего поколения» (БелТА, 30 сентября 2025 г.); «Читала, что ваши парни — супермены». «Белорус улетел в Индонезию и познакомился там с женой» (Onliner.by, 30 сентября 2025 г.). Мы считаем, что цитата как публицистический инструмент создает у читателя эффект присутствия, пробуждает любопытство к содержанию материала.

Таким образом, для заголовков белорусских интернет-СМИ, в зависимости от специфики контента, характерны лаконичность и информативность, простота восприятия, кликбейтность, эмоциональная выразительность. Их структура и стилистика отражают редакционные установки и стратегию взаимодействия с аудиторией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Амзин А.А. Новостная интернет-журналистика: учеб. пособие для вузов / А.А. Амзин — М., 2011. — 141 с.
2. Градюшко А.А. Сетевая пресса в системе СМИ: учебно-методический комплекс / А.А. Градюшко. — Минск: Современные знания, 2005. — 144 с.