

**Работа редактора над «раскавыченными» цитатами в заголовках СМИ**

**Лазарева Ксения Денисовна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра рекламы и связей с общественностью, Москва, Россия

*E-mail: xelazar@gmail.com*

Заголовок является неотъемлемой частью структуры любого текста. Существует два основных типа заголовков - информативный и экспрессивный. В средствах массовой информации (СМИ) предпочтительны заголовки первого типа, так как информирование является основной функцией СМИ, а в сегодняшней ситуации информационной перегруженности общества точная передача сути информации становится еще более важной.

Однако эмоционально-экспрессивная составляющая также важна. Привлечь внимание к тексту можно с помощью разных приемов: игра слов, когда автор апеллирует к памяти читателя, использование цитат публичных персон, реплик из фильмов, цитат из литературных произведений. Для того чтобы достичь большего эффекта, приспособить цитату к контексту описываемых событий, авторы часто сокращают или трансформируют оригинальный текст.

К сожалению, в погоне за образностью авторы нередко пренебрегают такими важными для журналистского текста понятиями, как точность, правдивость, этичность, что и подтвердило исследование «раскавыченных» цитат (графически не выделенных фрагментов чужого текста) в заголовках публикаций из изданий ИД «Коммерсантъ» (газеты «Коммерсантъ» и журналов «Власть» и «Огонек»), газеты «Московский комсомолец» и других СМИ.

Подобрать хороший заголовок непросто, работа над ним ведется с момента выбора темы, во время создания самого текста, и завершается, когда материал уже написан. Первоначальная его форма может меняться несколько раз, и задача редактора - остановиться на нужном варианте. Работа с «раскавыченными» цитатами достаточно сложна, так как подразумевает наличие у редактора обширной культурной базы: нужно распознать цитату, определить ее уместность, соответствие целевому назначению и читательскому адресу материала. Поэтому если в заголовке использован такой прием, как «раскавыченная» цитата, редактору необходимо удвоить внимание, чтобы в тексте не было смысловых ошибок и не нарушались нормы этики.

Все исследователи так или иначе относят цитаты к особой разновидности фактического материала, поэтому редактор должен в первую очередь проверять буквальную и смысловую точность использованной цитаты, уместность цитат и обоснованность их применения, соответствие толкования цитаты содержанию процитированного фрагмента [1]. Впрочем, в заголовочных «раскавыченных» цитатах требования точности и соответствия оригиналу отступают на второй план, поскольку такие цитаты специально приводятся в измененном или усеченном виде, то есть применяется прием аллюзии [2]. Аллюзия «становится способом мышления, видения и отражения мира. Она - мостик, связывающий современность с культурным фондом нации. И это обязывает редактора следить за тем, чтобы ее применяли точно, к месту и этически приемлемо» [3].

Аллюзивные цитаты приобретают характер афоризма и находятся в сильных частях текста, в том числе в заголовках. Их роль на таких позициях возрастает, возрастает и воздействие. Однако, к сожалению, возникают и различные проблемы: теряется уместность и обоснованность цитирования, нарушаются нормы журналистской этики, возникает проблема цитатничества, т.е. чрезмерного использования цитат. Кроме того, для привлечения

внимания читателей авторы нередко трактуют оригинальный текст в ироническом смысле, хотя по контексту ирония и сарказм в принципе неуместны. В результате получается совсем не тот эффект, на который рассчитывал автор.

Особенно часто эти явления можно встретить в газете «Московский комсомолец» (МК), где практически каждый заголовок содержит «раскавыченные» цитаты из известных кинофильмов, песен, названий картин. При этом заголовки одних и тех же материалов отличаются на сайте и в печатном издании «МК»: на сайте они более информативные, чем в газете.

В ходе исследования мы обнаружили, что из-за недобросовестной работы авторов и редакторов в заголовках к некоторым журналистским текстам часто нарушаются такие существенные принципы журналистской этики, как точность передачи фактов, объективность, социальная ответственность.

### **Источники и литература**

- 1) Мильчин А. Э. Методика редактирования текста. Изд. 3-е, перераб. и доп. М., 2005.
- 2) Накорякова К. М. Литературное редактирование. Общая методика работы над текстом. М., 2011.
- 3) Стилистика и литературное редактирование / под ред. проф. Максимова В.И. СПб., 2004.

### **Слова благодарности**

Выражаю благодарность моему научному руководителю и преподавателю по основам редактирования медиатекста, Иншаковой Наталье Григорьевне