

Политическая лингвистика. 2022. № 5 (95).  
*Political Linguistics*. 2022. No 5 (95).

УДК 811.161.1'42:811.161.1'38  
ББК ШП41.12-51+ШП41.12-55  
doi: 10.26170/1999-2629\_2022\_05\_10

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.29; 16.21.33

Код ВАК 10.02.01 (5.9.5)

Татьяна Дмитриевна Богачанова

Новосибирский архитектурно-строительный университет, Новосибирск, Россия, tdbogachanova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0474-1829>

## Экспрессивная составляющая заголовков политических интернет-статей

**АННОТАЦИЯ.** Целью данной статьи является изучение приемов и способов создания экспрессивного и эффективного заголовка статьи политического характера в сети Интернет. Материалом исследования послужили политические статьи, размещенные на сайтах «ngs.ru», «rbc.ru», «vk.com», отражающие состояние г. Новосибирска в период 2020–2022 гг. под руководством мэра Анатолия Локтя. Объектом изучения выступают заголовки политических статей, включающие экспрессивный компонент. Анализ материала проводится в рамках политической лингвистики, лингвоперсоналогии, включая использование понятий дискурса, метаязыкового сознания, вторичного текста и языковой личности автора и реципиента. Изучение экспрессивной составляющей заголовков осуществляется посредством лингвистического анализа, дополняясь количественной и содержательной обработкой данных. Автор настоящего исследования исходит из того, что заголовок является важнейшей коммуникативной единицей в общении адресанта и адресата, обладающей множеством функций, которые должны быть реализованы в статьях для достижения желаемого результата. Блок проанализированного материала позволяет утверждать, что в большинстве своем заголовок политической статьи может включать экспрессивную составляющую. Итак, заголовок политической статьи в целом характеризуется такими свойствами, как информативность, коммуникативность и диалогичность, оценочность, эстетическая и лексическая привлекательность для читателя, которые могут быть реализованы при помощи включения средств языковой выразительности, эмоционально-оценочной лексики, прецедентных текстов, стилистической неоднородности, всевозможных сокращений, парцелляции, актуализации имен и фамилий известных личностей и т. д. Заголовок может одновременно включать множество способов достижения функции привлечения внимания. Количество и качество приемов экспрессивности зависит от автора статьи и от манипулятивных и коммуникативных целей новостного сайта.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** Интернет, интернет-пространство, интернет-коммуникация, интернет-технологии, интернет-дискурс, интернет-тексты, интернет-ресурсы, политический дискурс, политическая лингвистика, политические статьи, заголовки статей, интернет-статьи, прецедентные тексты, тропы, тема политики, экспрессивность.

**ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ:** Богачанова Татьяна Дмитриевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, Новосибирский архитектурно-строительный университет; 630124, Россия, г. Новосибирск, ул. Новороссийская, д. 116, e-mail: tdbogachanova@mail.ru.

**ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:** Богачанова, Т. Д. Экспрессивная составляющая заголовков политических интернет-статей / Т. Д. Богачанова. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 5 (95). — С. 104–112. — DOI: 10.26170/1999-2629\_2022\_05\_10.

Tat'yana D. Bogachanova

Novosibirsk State University of Architecture and Construction, Novosibirsk, Russia, tdbogachanova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0474-1829>

## The Expressive Component of the Headlines of Political Internet Articles

**ABSTRACT.** The purpose of this article is to study the techniques and methods of creating an expressive and effective headline of a political article on the Internet. The research material comprises political articles posted on websites **ngs.ru**, **rbc.ru**, **vk.com** reflecting the state of the city of Novosibirsk in the period 2020–2022 under the leadership of Mayor Anatoly Lokot. The object of research includes the headlines of political articles, containing an expressive component. The analysis of the material is carried out within the framework of political linguistics and linguo-personology, including the concept of discourse, metalinguistic consciousness, the secondary text and the linguistic personality of the author and the recipient. The study of the expressive component of headlines is carried out through linguistic analysis, supplemented by quantitative and content data processing. The author of this study proceeds from the fact that the headline is the most important unit in the communication between the addressant and the addressee. It has many functions that must be implemented in articles to achieve the desired result. The block of the material analyzed allows the author to assume that, for the most part, the headline of a political article may include an expressive component. So, the headline of a political article as a whole is characterized by such properties as informative, communicative and dialogical, evaluative, aesthetic and lexical attractiveness for the reader, which can be realized by including means of linguistic expressiveness, emotional and evaluative vocabulary, precedent texts, stylistic heterogeneity, all kinds of abbreviations, parcellation, inclusion of the names and surnames of famous personalities, etc. The headline can simultaneously include many claiming attention techniques. The quantity and quality of expressive techniques depends on the author of the article and on the manipulative and communicative goals of the news site.

**KEYWORDS:** *Internet, Internet space, Internet communication, Internet technologies, Internet discourse, Internet texts, Internet resources, political discourse, political linguistics, political articles, article headlines, Internet articles, precedent texts, tropes, the topic of policy, expressiveness.*

**AUTHOR'S INFORMATION:** *Bogachanova Tat'yana Dmitrievna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of the Russian Language, Novosibirsk State University of Architecture and Construction, Novosibirsk, Russia.*

**FOR CITATION:** *Bogachanova T. D. (2022). The Expressive Component of the Headlines of Political Internet Articles. In *Political Linguistics*. No 5 (95), pp. 104-112. (In Russ.). DOI: 10.26170/1999-2629\_2022\_05\_10.*

## ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ ЗАГОЛОВКА

Окружающий нас мир — это всеобъемлющий текст, который хранит в себе множество знаний и информации. Он становится живым и говорящим, соприкасаясь с человеком, стремящимся не только познать его, но и проинтерпретировать и по возможности передать будущим поколениям. Человек — языковая личность, создающая, трактующая тексты, стала центральной фигурой исследования в трудах таких ученых, как Г. И. Богин [Богин 1982], Н. Д. Голев [Голев, Сайкова 2007], Е. В. Иванцова [Иванцова 2010], В. И. Карасик [Карасик 2002], Ю. Н. Караулов [Караулов 2014], и других специалистов в области лингвоперсонологии, теории языковой личности (далее ЯЛ). Дальнейшие исследования лингвистики в данном направлении возможны благодаря уже имеющимся трудам по теории деривации текста [Мельник 2011], изучении метаязыкового сознания [Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты 2009], вторичного текста (далее ВТ). Работы ученых Барнаульско-кемеровской лингвистической школы позволили ввести и использовать понятие метатекста [Ростова 2000], встречающееся в работах по психолингвистике, металингвистике и политической лингвистике в связи с тем, что любая ЯЛ, обладающая навыками интерпретационной коммуникативной деятельности, способна создавать неограниченное количество ВТ [Ким 2010], их комментировать, истолковывать и т. д.

Заголовок — часть любого текста, несущая определенную смысловую нагрузку. Изучению заголовков посвящено множество исследований. Учеными отмечаются синтаксические, стилистические, функциональные, социокультурные нюансы данного феномена. Но эти признаки не являются статичными, они трансформируются посредством совершенствования технологий, ввиду стремительно увеличивающегося информационного потока, меняющихся требований и пожеланий читателей, СМИ ориентированы на преобразования как формы, так и смысла заголовков текстов. Можно предположить, что наиболее активно и гибко этот процесс осуществляется в интернет-среде, в онлайн-СМИ.

Заголовок — «формально выделенный элемент структуры текста, занимает по отношению к тексту определенную функционально закрепленную позицию» [Кожина 1988: 167]. Многие ученые считают, что заголовок является частью произведения, которую нельзя отделить от последнего, например, И. Р. Гальперин сообщает, что это «компрессированное, нераскрытое содержание текста, которое можно метафорически изобразить в виде закрученной пружины, раскрывающей свои возможности в процессе развертывания» [Гальперин 1981: 133], т. е. заголовок и текст являются неразрывно связанными друг с другом. Такого же мнения придерживается И. А. Сыров, определяя заглавие как «коммуникативную единицу в позиции перед текстом, являющуюся его названием, имеющую синтаксическое оформление, прямо или косвенно указывающее на содержание текста и ограничивающее одно речевое высказывание от другого» [Сыров 2002: 59].

Изучается внутренняя и внешняя стороны заголовков. Э. А. Лазарева предложила подробную классификацию заголовков, за основу которой взято соотношение «заголовок — текст» и понятие полноты — неполноты смысловой отраженности текста в заголовке [Лазарева 1989: 26–39]. Н. В. Сабурова делит заголовки на три степени смыслового отражения текста («прозрачные», «полупрозрачные» и «непрозрачные») [Сабурова 2007]. М. И. Шостак [Шостак 2001: 61–67] ориентируется на эмоционально-смысловую связь заголовков с дальнейшим текстом; А. А. Тертычный — на цели эмоционального воздействия на читателя и уровень их сложности [Тертычный 2004: 80–82] и т. д.

Однако, по мнению Н. А. Фатеевой, заголовок может трактоваться как самостоятельная и независимая текстовая единица, т. е. представлять собой «полнозначную единицу уровня целого текста, в которой отражены внутренние характеристики всего номинируемого текста» [Фатеева 2001: 395]. Такой же точки зрения придерживаются Т. Г. Добросклонская [Добросклонская 2008] и А. А. Амзин [Амзин 2011].

Заголовки играют множество функций. Номинативная, пожалуй, основная и главная [Богданова 2007: 117], так как первостепен-

ной задачей этого структурного элемента является формулировка сути текста. Информативная функция нацелена на обобщение содержания и темы текста [Мухаметгалеева, Мухаметшина 2017: 17]; прогнозирующая становится отправной точкой для прочтения, «дает опору для прогноза возможного круга тем и создает преднастройку, очень важную для понимания целого» [Шехтман 2008: 129]; структурирующая организует расположение и последовательность информации статьи; идентифицирующая отличает эту информацию от другой в огромном библиографическом поле; выделительная отвечает за графическое оформление заголовка [Комаров 2003]. Н. Б. Руженцева отмечает текстообразующую и текстозаместительную, которые связаны с понятием заголовочного комплекса [Руженцева 2012: 34]. Также известны функции заголовков, которые характерны для художественного текста, например, метафорическая, метонимическая, символическая, оценочная [Трубникова 2010: 121], их следует выделять в отдельные группы и изучать применительно к текстам СМИ.

Таким образом, заголовок можно охарактеризовать как вступление в основной текст. Он становится проводником в дальнейшее повествование, зависит от адекватности раскрытия смысла содержимого читателем. Заголовок, как индикатор, во многом предопределяет судьбу восприятия, прочтения своими адресатами. Читатель может ориентироваться на него, прогнозируя смысл, а может пойти и ретроспективным путем, возвратясь к нему, обобщая прочитанное. Несомненно, заголовок должен быть связанным с текстом. По праву его можно считать ключевым элементом, коммуникативной составляющей частью произведения. Иными словами, самостоятельным и грамматически правильно оформленным мини-текстом. От оформления самого заголовка зависит дальнейшее знакомство с последующей статьей и реализация принципа ожидания смысла, заложенного в самом начале [Чудинов 2006: 172]. Автор, создавая свое произведение, в выборе заголовка должен руководствоваться тем, что его идея, высказанная в начале, далее призвана распространиться по всей ткани повествования. Следовательно, автор вправе следовать таким тезисам: соотнесенность, адекватность, правдивость заголовка.

## СОЗДАНИЕ ВТОРИЧНОГО ТЕКСТА И ДЕЙСТВИЕ МЕТАЯЗЫКОВОГО СОЗНАНИЯ В РАМКАХ ПОНЯТИЯ ДИСКУРСА

Рассматриваемые стороны изучения заголовка напрямую соотносятся с понятием дискурса, которое получило широкое освещение в работах Э. В. Будаева, А. П. Чудинова, где трактовалось как «сложное коммуникативное явление, включающее кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста» [Караулов, Петров 1989: 8], т. е. текст воспринимается как определенная структура с различными факторами, оказывающими на него влияние. Преимущество такого подхода в том, что дискурс не ограничивается рамками собственно текста, а включает также социальный контекст коммуникации, характеризующий ее участников, процессы продуцирования и восприятия речи с учетом фоновых знаний [Будаев, Чудинов 2007].

Текст создается ЯЛ. Уровень и способы познания текста у другой ЯЛ, его воспринимающей, отличаются. При знакомстве с материалом между автором и адресатом организуется коммуникация; важным элементом этого мероприятия становится цель — идея, которую пишущая ЯЛ собиралась донести до потенциального собеседника. В тот момент, когда реципиент воспринял содержание и начал давать ответную реакцию, активизируется деятельность метаязыкового сознания (МЯС) [Савельева 2019; Мельник 2011], продуктом действия которого являются ВТ.

Когда речь идет о политическом дискурсе, важно помнить о том, что автор ставит своей целью информационно заинтересовать читателя сперва на уровне заголовка, оставив интригу. Автор ориентирован на соблюдение баланса между информативностью и переизбытком сообщения, который может оттолкнуть читателя, сделавшего вывод из заключающего основную мысль заголовка. Перед автором стоит задача вовлечения читателя в дискурс, чтобы добиться ответной реакции реципиента, а не только прочтения заголовка.

Когда мы говорим о текстах СМИ, в частности политических статьях, следует помнить о проблеме языкового манипулирования сознанием ЯЛ реципиента, знакомящегося с предложенным материалом. Этот феномен оказывается в круге научных интересов не только политиков, социологов, психологов, психолингвистов, но и собственно лингвистов.

Лингвистический аспект проблемы состоит в выявлении механизмов и языковых

законов формирования информационного массмедийного пространства, установлении особенностей его влияния на адресата дискурса, т. е. воспринимающую ЯЛ, и, как результат, прогнозировании результатов такого воздействия. Манипулятивные техники направлены на формирование нужного общественного мнения, которое на данный момент обозначено политической программой.

Выбор того или иного новостного политического материала для ознакомления, понимания, интерпретации и возможного создания комментария изучается исследователями и с точки зрения дискурса как полноценной коммуникативной ситуации. Современное информационное цифровое поле представляется необъятным по своему количественному и качественному наполнению, поэтому участнику дискурса приходится проводить кропотливую работу в отборе текстов, представляющих интерес. Считается, что ключевым фактором в этом выборе становится заголовок, который обладает множественностью индикаторов, влияющих на сознание ЯЛ. Зачастую читатели останавливаются на прочтении и интерпретации только заголовка: весь остальной текст статьи их интересует мало, это может быть определено как лингвистическими параметрами самого подаваемого материала (понятность, лаконичность, информативность, исчерпаемость), так и экстралингвистическими факторами. В рамках лингвоперсоналогии рассматривается влияние этих двух факторов, подробно описанных ранее [Богачанова 2016]. Текстопорождение и текстовосприятие обусловлено разным характером, социальным и профессиональным статусом, возрастом и т. д. ЯЛ, участвующих в коммуникативной ситуации. Процедура анализа метатекстов-комментариев политической статьи в сети Интернет была ориентирована на установление степеней проявленности МЯС ЯЛ [Богачанова 2021], включающих текстоориентированные и персоноориентированные метапоказатели [Богачанова 2020а; Богачанова 2020б].

Таким образом, понятие дискурса включает принцип создания и оформления заголовка статьи с учетом влияния лингвистических и экстралингвистических факторов.

### **ПРИЕМЫ И СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ ЭКСПРЕССИВНОСТИ В ЗАГОЛОВКАХ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СТАТЬИ**

Структурные особенности как самой политической статьи, так и собственно заголовка давно обратили на себя внимание исследователей.

А. И. Мухаметгалеева и Э. Е. Мухаметшина [Мухаметгалеева, Мухаметшина 2017] отме-

чают среди специфических особенностей заголовков британских медиатекстов лаконичность, использование аббревиатур, ключевых слов, репрезентации прямой речи. Заголовки американских политических статей сдержанны, лишены тропов, воздействие на читателя осуществляется за счет синтаксической структуры [Шуйская, Анисимов, Дроздова 2021: 171].

Ю. Н. Грицкевич в своем исследовании [Грицкевич 2015] отмечает возможность использования номинативных единиц, которые выражают статичность подаваемой картины, а вопросительные конструкции и информационная недосказанность нацелены на привлечение внимания реципиента. По мнению ученого, «опора в заголовке на поговорку, поговорку, фразеологизм невольно вызывает доверие к дискурсу автора, т. к. они оцениваются как обобщение человеческого опыта, народная мудрость» [Грицкевич 2015: 159], это говорит о прецедентности текстов, но это действительно только в том случае, если читатель обладает достаточным количеством фоновых знаний.

Общезнаемые знания читателей приносятся также в том случае, когда в заголовках используется стандартизованность, клишированность, наряду с экспрессией, новинкой, выделяясь из общего списка, т. е. экспрессивность заголовков достигается путем включения в известный фразеологизм новой информации или его трансформация, а также деформации текста [Комаров 2003: 125–127]. Наличие окказионализмов [Радбиль, Маринова, Рацибурская, Самыличева, Шумилова, Щеникова, Виноградов, Жданова 2014: 205–223], антонимов, заимствований, метафор, парцелляции [Богоявленская 2013; Богоявленская 2015], а также стилистической неоднородности [Киндеркнехт, Степанюк 2016: 95] также является актуальным приемом насыщения не только экспрессивностью, но и оценочностью заголовка [Добросклонская 2008: 119; Рянская, Алексеева 2020: 51; Шехтман 2008: 129]. Экспрессивность соседствует с оценочностью: «...многие заголовочные выражения содержат очень широкий спектр оценок... чтобы безотносительно к социальным и психологическим факторам воспринимающей личности пробудить в ее сознании как можно больше эмоций» [Руженцева 2004: 91].

Таким образом, было выявлено большое количество приемов создания эффективного заголовка. Необходимо проследить их актуальность на примере лингвистического анализа заголовков политических интернет-статей.

Целью данной статьи является выделение средств экспрессивности в заголовках

статей общественно-политического характера, связанных с деятельностью мэра г. Новосибирска Анатолия Локтя в период 2020–2022 гг.

Новизна данной работы заключается в установлении специфических черт экспрессивности заголовков политических статей г. Новосибирска.

Объектом данной научной работы стали заголовки российских политических интернет-статей, размещенных на сайтах г. Новосибирска *ngs.ru* (рубрики «Дороги и транспорт», «Город»), *vk.com* (личная страница мэра Анатолия Локтя), *rbc.ru* (лента новостей) в период с февраля 2020 по июль 2022 г.

В результате подробного лингвистического анализа порядка 500 заголовков были выделены основные способы экспрессивности и привлечения внимания в текстах политического характера.

Каждый из новостных сайтов преследует свою цель — привлечь внимание читательской аудитории именно к своему контенту. На наш взгляд, основными функциями политических статей становятся номинативные, информативные и воздействующие, оценочные. Исходя из этого положения, можно выделить следующие принципы, приемы формирования экспрессивности и привлечения внимания заголовка политической статьи.

Информативность как средство привлечения внимания, способ формирования и реализации номинативной функции, считаем возможным рассматривать первоначально, поскольку любой текст содержит в себе новую информацию и доносит ее до адресата. «Заголовок, предваряя текст, несет в себе определенную информацию о содержании и об авторской оценке. Так как человек выбирает только то, что его интересует, руководствуясь названиями публикаций, выделяют несколько основных требований к заголовку: информативность, соответствие содержанию и выразительность» [Милованова 2010: 368–369]. Например: *Мэрия назвала сроки ремонта разрушенного переезда на любимой дороге Локтя; Жители взбунтовались против стройки торгового павильона на месте обещанного мэрией и депутатом сквера* (*ngs.ru*). Заголовки такого характера сообщают о какой-то определенной новости, доводя ее до читателя в полном или сокращенном виде.

Сокращения — частый прием формирования заголовка, причем здесь может идти речь как об аббревиатурах, так и о синтаксических и лексических приемах. Данный способ экономит время воспринимающей стороны, а также ориентирован на привлечение внимания: *В Новосибирске всё-таки вводят*

*режим ЧС из-за подтопления; в сквере за НОВАТОМ сделают заборы из кустарников возле трамвайных путей.* В результате читатель сразу может оценить, интересен ли ему текст. Или синтаксические приемы: *Третий день стоим: водители встали в глухую пробку на Станиславского; Само растает: Анатолий Локоть отменил в Новосибирске режим ЧС по снегу* (*ngs.ru*). Множество заголовков построено по такому принципу: экспрессивно-эмоциональное выражение, дополненное пояснением после двоеточия.

Эмоционально-оценочный характер выражения присутствует почти во всех заголовках, взятых с *ngs.ru*. Этот прием включает в себя жаргонизмы, разговорную лексику, лексику эмоционально-оценочного характера (положительную, отрицательную), уничижительного и негативного свойства. Такими способами внимание привлекается легко, интерес к статье повышается: *«Нюхать эту вонь невозможно»: Анатолий Локоть поручил ликвидировать дым от свалки в Новосибирске; Скандально известный павильон на площади у вокзала сдадут за 400 тысяч — архитекторы считают, что проект уродует город.* Лексика такого характера отражает не только настроение автора, оценочное восприятие действительности, но и актуализирует аттрактивную функцию. Усиливает этот эффект включение иронии, сарказма: *Власти пообещали замерзающим жителям левого берега подключить отопление (в прошлый раз не вышло); Станет ли когда-нибудь Новосибирск городом без пробок (надежды мало, но она есть).* Проявление насмешливого отношения к описываемому событию заключается в скобки после основного текста заголовка, выражая сомнение в успешности мероприятия.

Использование тропов оказывает положительное действие на восприятие интернет-пользователем. Многообразие метафор [Афанасьева 2014], олицетворений, эпитетов, сравнений, гипербол также является элементом качественного политического заголовка: *«Ямы размером с колесо»: Андрей Травников раскритиковал...; Дороги для богатых шишек. Смотрим, как после ремонта...; Трамвай № 13 смял «Лексус» в Октябрьском районе Новосибирска.*

Включение в заголовок прецедентных текстов и их возможная трансформация, актуализирование цитат также являются преобладающей чертой анализируемых текстов: *«Не резать хвост ящерицы кусочками, а сразу решить проблему»: мэрия объяснила, почему Ватутина перекрыли полностью; Режим повышенной готовности из-*

за мусорного коллапса снимают в Новосибирске; «Чистое небо»: власти хотят убрать провода, портящие вид Новосибирска. Данные приемы отсылают к общеизвестным фактам, событиям, литературным произведениям, пословицам, фразеологизмам, чем провоцируют возможное доверие к тексту. Цитирование представителей власти также повышает интерес к статье, возникает эффект доверия, убежденность в том, что проблема будет решена. Также важным аспектом при формировании заголовка является включение имен и фамилий известных людей — в нашем случае речь идет о мэре А. Локте и губернаторе А. Травникове: «Мешают пешеходам и самокатам»: Анатолий Локоть поручил сократить количество рекламных щитов на тротуарах; «Помочь украинцам излечиться от заразы»: как прошла акция «За мир без нацизма» — речи мэра и губернатора. Фокусировка на фамилии градоначальника в заголовке потенциально вызывает у реципиента ощущение того, что власти знают о проблеме, прокомментировали ее и готовы решить. Рассмотренные примеры являются иллюстративным материалом так называемых заголовков — сегментированных конструкций, подробно изученных с точки зрения лексико-грамматических особенностей в работе исследователя Т. Н. Ишмекеевой [Ишмекеева 2006: 8].

Стилистическая неоднородность также характерна для рассматриваемого текстового материала. Язык СМИ претерпевает многочисленные изменения, находясь на стадии становления, поэтому вбирает в себя все возможные приемы стилистического смешения; к таковым можем отнести одновременное использование клише, определенных штампов с элементами разговорной речи, например: *Сибирячка создала петицию против пыли в Новосибирске — ее подписали уже 9 тысяч человек*. Кроме того, комический эффект заголовка создается при помощи оксюморона.

Формирование диалога с читателем-реципиентом организуется путем обращений или призывов, т. е. модальных конструкций, например: *Как мэр и депутаты решали, что делать с пылью в Новосибирске, — НГС попросили удалиться с совещания, но мы всё узнали; Стартовал ямочный ремонт горячим асфальтом: смотрим, как его делают на улице Бориса Богаткова; Как продвигается стройка платного моста через Обь? Смотрим фото*. Иллюстративный материал, представленный далее в статье, подкрепляет информацию фактически, что повышает правдоподобность высказываний.

После аналитической работы над заголовками на портале *rbc.ru* и *vk.com* можем выдвинуть тезис о том, что в большинстве своем в рассматриваемом материале преобладает прием информативности. Данный контент направлен на передачу информации широкому кругу пользователей, поэтому лексико-синтаксические приемы выразительности и аттрактивности сведены к минимуму. Обратимся к примерам стандартных заголовков: *Подрядчик назвал степень готовности станции метро «Спортивная»*; *Уголовное дело возбудили из-за нарушений на крупной новосибирской свалке* (*rbc.ru*). Также были выявлены заголовки с включением лексических и синтаксических сокращений: *В Новосибирске завершена модернизация электроснабжения ЛДС «Сибирь»*; *Определен предел роста тарифов ЖКХ в Новосибирске*. Заголовки статей на личной странице мэра *vk.com* также носят информативно-описательный характер, включающий допустимые сокращения: *Открыли автовокзал на площади им. Гарина-Михайловского*; *Продолжаем ремонт проспекта Карла Маркса*.

Однако стоит учитывать тот факт, что заголовков — это сложная коммуникативная единица, передающая содержание самой статьи, направленная на доведение определенной информации до читателя и воздействующая на него, по этой причине следует отметить, что заголовок может демонстрировать множество из перечисленных параметров. Данные приемы могут переплетаться, усиливая экспрессию и воздействие на читателя. Кроме того, большинство перечисленных качественных признаков политического заголовка указывает на оценочность со стороны автора. Соответственно, авторская оценка посредством заголовка передается его читателям, воспринимающей стороне, — именно с таким эмоционально-негативным настроением реципиент знакомится далее со статьей.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Во-первых, разнообразные новостные ленты в сети Интернет ориентированы на привлечение внимания пользователей-реципиентов. Во-вторых, такая коммуникативная черта текста, в частности заголовка, как информативность, является определяющей и во многом главенствующей среди всех остальных, что соотносится с одной из первостепенных функций заголовка — номинативной. Так, заголовок статьи в первую очередь называет определенное событие, т. е. доводит до читателя информацию. В-третьих, было выявлено дос-

таточное количество различных способов и приемов привлечения внимания и выражения экспрессивности в анализируемых заголовках. Авторы политических статей активно привлекают экспрессивно-оценочную лексику, различные способы сокращения, тропы, применяют смешение стилей, включают прецедентные тексты, модальные конструкции. Также лингвистический анализ показал, что изученный материал, взятый с портала *ngs.ru*, снабжен перечисленными приемами экспрессивности в 70 % случаев опубликованных статей, в то время как на личной странице мэра *vk.com* и *rbc.ru* данные приемы в заголовках актуализированы в меньшей степени. Представляется возможным исследовать это направление на большем материале политических интернет-заголовков, подключая рубрики других тематик, а также другие новостные городские сайты и т. д. В качестве перспективы исследования кажется любопытным отследить тенденции в трансформации основных приемов и способов актуализации экспрессии и аттрактивности заголовков интернет-статей политического характера в разные периоды публичной активности.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Амзин, А. А. Новостная интернет-журналистика / А. А. Амзин. — Москва : Аспект Пресс, 2011. — 144 с. — Текст : непосредственный.
2. Афанасьева, А. Р. Метафора в заголовках статей как прием речевого воздействия / А. Р. Афанасьева. — Текст : непосредственный // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. — 2014. — № 4 (30). — С. 72–75.
3. Богачанова, Т. Д. Логическая степень выражения метаязыкового сознания языковой личности в вербально-семантическом аспекте функционирования текстов политического характера / Т. Д. Богачанова. — Текст : непосредственный // Современный ученый. — 2020а. — № 6. — С. 168–173.
4. Богачанова, Т. Д. Метаязыковой потенциал интернет-комментариев политического характера / Т. Д. Богачанова. — Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2020б. — № 7. — С. 125–129.
5. Богачанова, Т. Д. Метаязыковые факторы формирования оценочности (на материале интернет-комментариев политического характера) / Т. Д. Богачанова. — Текст : непосредственный // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2021. — № 9 (162). — С. 122–130.
6. Богачанова, Т. Д. Персонализация и деперсонализация в сфере языкового сознания (на материале вторичных текстов) : дис. ... канд. филол. наук / Богачанова Т. Д. — Кемерово, 2016. — 295 с. — Текст : непосредственный.
7. Богданова, О. Ю. Лингвостилистический анализ заголовка как элемента англоязычного текста / О. Ю. Богданова. — Текст : непосредственный // Вестник Костромского государственного университета имени Н. А. Некрасова. — 2007. — № 1. — С. 116–119.
8. Богин, Г. И. Концепция языковой личности : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Богин Г. И. — Ленинград, 1982. — 36 с. — Текст : непосредственный.
9. Богоявленская, Ю. В. Воздействующий потенциал парцелляции в медиатексте / Ю. В. Богоявленская. — Текст : непосредственный // Филология и человек. — 2015. — № 2. — С. 93–103.
10. Богоявленская, Ю. В. Парцелляция в сильных позициях медиатекста / Ю. В. Богоявленская. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2013. — № 1 (43). — С. 128–132.
11. Будаев, Э. В. Методологические грани политической метафорологии / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2007. — № 1 (21). — С. 22–31.
12. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. — Москва : Наука, 1981. — 138 с. — Текст : непосредственный.
13. Голев, Н. Д. Лингвоперсонология: проблемы и перспективы / Н. Д. Голев, Н. В. Сайкова. — Текст : непосредственный // Вопросы лингвоперсонологии. — 2007. — Ч. 1. — С. 7–12.
14. Грицкевич, Ю. Н. Влияние заголовка на построение и реализацию политического дискурса в масс-медийном пространстве / Ю. Н. Грицкевич. — Текст : непосредственный // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. — 2015. — Вып. 1. — С. 154–161.
15. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: (современная английская медиаречь) : учеб. пособие / Т. Г. Добросклонская. — Москва : Флинта : Наука, 2008. — 263 с. — Текст : непосредственный.
16. Иванцова, Е. В. Лингвоперсонология: основы теории языковой личности : учеб. пособие с грифом УМО / Е. В. Иванцова. — Томск : Изд-во Том. ун-та, 2010. — 160 с. — Текст : непосредственный.
17. Ишмекеева, Т. Н. Сегментированные конструкции в современном русском языке: на материале газетных заголовков : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т. Н. Ишмекеева ; Волгоградский гос. пед. ун-т. — Волгоград, 2006. — 18 с. — Текст : непосредственный.
18. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. — Волгоград : Перемена, 2002. — 477 с. — Текст : непосредственный.
19. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. — 8-е изд. — Москва : Книжный дом «Либроком», 2014. — 264 с. — Текст : непосредственный.
20. Караулов, Ю. Н. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса / Ю. Н. Караулов, В. В. Петров. — Текст : непосредственный // Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. — Москва : Прогресс, 1989. — С. 5–11.
21. Ким, Л. Г. Вариативно-интерпретационное функционирование текста: теоретико-экспериментальное исследование : дис. ... д-ра филол. наук / Ким Л. Г. — Кемерово, 2010. — 405 с. — Текст : непосредственный.
22. Киндеркнехт, А. С. Способы привлечения внимания в заголовках СМИ / А. С. Киндеркнехт, В. В. Степанюк. — Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2016. — № 8 (62). — Ч. 2. — С. 94–97.
23. Кожина, Н. А. Заглавие художественного произведения: онтология, функции, параметры типологии / Н. А. Кожина. — Текст : непосредственный // Проблемы структурной лингвистики. — Москва : Наука, 1988. — С. 167–183.
24. Комаров, Е. Н. Ценностные ориентиры в заголовках французских и российских средств массовой информации : дис. ... канд. филол. наук / Комаров Е. Н. — Волгоград, 2003. — 210 с. — Текст : непосредственный.
25. Лазарева, Э. А. Заголовок в газете / Э. А. Лазарева. — Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1989. — 96 с. — Текст : непосредственный.
26. Мельник, Н. В. Дериивационное функционирование русского текста: лингвоцентрический и персоноцентрический аспекты : дис. ... д-ра филол. наук / Мельник Н. В. — Кемерово, 2011. — 403 с. — Текст : непосредственный.
27. Мухаметгалеева, А. И. Особенности заголовка современного британского политического медиатекста / А. И. Мухаметгалеева, Э. Е. Мухаметшина. — Текст : непосредственный // Terra Linguae — Казань : Изд-во Казан. ун-та. — 2017. — Вып. 3. — С. 17–20.
28. Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты: коллективная моногр. Ч. 1 / отв. ред. Н. Д. Голев. — Кемерово ; Барнаул : [б. и.], 2009. — 400 с. — Текст : непосредственный.
29. Радбиль, Т. Б. Русский язык начала XXI века: лексика, словообразование, грамматика, текст: Коллективная моно-

графия / Т. Б. Радбиль, Е. В. Маринова, Л. В. Рабибурская, Н. А. Самыличева, А. В. Шумилова, Е. В. Щеникова, С. Н. Виноградов, Е. А. Жданова. — Нижний Новгород : Изд-во ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2014. — 325 с. — Текст : непосредственный.

30. Ростова, А. Н. Метатекст как форма экспликации мета-языкового сознания / А. Н. Ростова. — Кемерово : Кемер. гос. ун-т ; Томск : Изд-во Том. ун-та, 2000. — 193 с. — Текст : непосредственный.

31. Руженцева, Н. Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе : моногр. / Н. Б. Руженцева ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2004. — 294 с. — Текст : непосредственный.

32. Руженцева, Н. Б. Базовые ценности межнационального дискурса в заголовках первой русской газеты в Африке / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2012. — № 4 (42). — С. 34–39.

33. Рянская, Э. М. Прагматический компонент заголовков научных текстов (на примере англо- и русскоязычных публикаций по истории) : моногр. / Э. М. Рянская, Л. В. Алексеева ; Нижневартковский гос. ун-т. — Нижневартковск : [б. и.], 2020. — 99 с. — Текст : непосредственный.

34. Сабурова, Н. В. Заголовочная игра слов как смыслоформирующий механизм текста (на примере англоязычной публицистики) : автореф. ... канд. филол. наук / Сабурова Н. В. — Санкт-Петербург, 2007. — 204 с. — Текст : непосредственный.

35. Савельева, И. В. Интернет-комментарий как вторичный текст: семиотическая модель текстопорождения / И. В. Савельева. — Текст : непосредственный // Вестник Кемеровского государственного университета. — 2019. — Т. 21. — № 3. — С. 839–849.

36. Сыров, И. А. Функционально-семантическая классификация заглавий и их роль в организации текста / И. А. Сыров. — Текст : непосредственный // Филологические науки. — 2002. — № 3. — С. 59–68.

37. Тертыйный, А. А. Заголовок — слово главное / А. А. Тертыйный. — Текст : непосредственный // Журналист. — 2004. — № 1. — С. 80–82.

38. Трубникова, Ю. В. Текст и его заголовок: проблема структурного и семантического взаимодействия / Ю. В. Трубникова. — Текст : непосредственный // Известия Алтайского государственного университета. — 2010. — № 2. — С. 121–126.

39. Фатеева, Н. А. Заглавие и текст в русской поэзии конца XX века: параллельная динамика / Н. А. Фатеева. — Текст : непосредственный // Текст. Интертекст. Культура : сб. докл. междунар. науч. конф. (Москва, 4–7 апр. 2001 г.) / ред.-сост. В. П. Григорьев, Н. А. Фатеева. — Москва : Российская академия наук, Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова, 2001. — С. 395–411.

40. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие / А. П. Чудинов. — Москва : Флинта : Наука, 2006. — 256 с. — Текст : непосредственный.

41. Шехтман, Н. Г. Реализация текстообразующей функции концептуальной метафоры в политическом тексте / Н. Г. Шехтман. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2008. — № 3 (26). — С. 128–131.

42. Шостак, М. И. Репортер: профессионализм и этика / М. И. Шостак. — Москва : РИП-холдинг, 2001. — 137 с. — Текст : непосредственный.

43. Шуйская, Ю. В. Синтаксические средства формирования образа политического деятеля в заголовках ведущих американских газет / Ю. В. Шуйская, Р. Ю. Анисимов, Е. А. Дроздова. — Текст : непосредственный // Научный диалог. — 2021. — № 4. — С. 168–180.

#### REFERENCES

1. Amzin, A. A. (2011). *Novostnaya internet-zhurnalistika* [Internet news journalism]. Moscow: Aspekt Press, 144 p. (In Russ.)
2. Afanas'eva, A. R. (2014). Metafora v zagolovkakh statey kak priem rechevogo vozdeystviya [Metaphor in the headings of articles as a method of speech influence]. *Vektor nauki Tol'yatinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 4(30), 72–75. (In Russ.)
3. Bogachanova, T. D. (2020). Logicheskaya stepen' vyrazheniya metazykovogo soznaniya yazykovoy lichnosti v verbal'no-

semanticheskom aspekte funktsionirovaniya tekstov politicheskogo kharaktera [The logical degree of expression of the metalinguistic consciousness of a linguistic personality in the verbal-semantic aspect of the functioning of texts of a political nature]. *Sovremennyy uchenyy*, 6, 168–173. (In Russ.)

4. Bogachanova, T. D. (2020). Metazykovoy potentsial internet-kommentariyev politicheskogo kharaktera T.D. Bogachanova [Metalinguistic potential of political Internet comments]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 7, 125–129. (In Russ.)

5. Bogachanova, T. D. (2021). Metazykovyye faktory formirovaniya otsenchnosti (na materiale internet-kommentariyev politicheskogo kharaktera) [Metalinguistic factors in the formation of appraisal (based on Internet comments of a political nature)]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 9(162), 122–130. (In Russ.)

6. Bogachanova, T. D. (2016). *Personalizatsiya i depersonalizatsiya v sfere yazykovogo soznaniya (na materiale vtorichnykh tekstov)* [Personalization and depersonalization in the sphere of linguistic consciousness (on the material of secondary texts)] [Dis. of Cand. of Philol. Sciences]. Kemerovo, 295 p. (In Russ.)

7. Bogdanova, O. Yu. (2007). Lingvisticheskiy analiz zagolovka kak elementa angloyazychnogo teksta [Linguistic and stylistic analysis of the title as an element of the English text]. *Vestnik KGU im. N.A.Nekrasova*, 1, 116–119. (In Russ.)

8. Bogin, G. I. (1982). *Kontseptsiya yazykovoy lichnosti* [The concept of linguistic personality] [Abstract of Doctoral Thesis of Dr of Philol. Sciences]. Leningrad, 36 p. (In Russ.)

9. Bogoyavlenskaya, Yu. V. (2015). Vozdeystvuyushchiy potentsial partsellyatsii v mediatekste [Influencing potential of parcellation in the media text]. *Filologiya i chelovek*, 2, 93–103. (In Russ.)

10. Bogoyavlenskaya, Yu. V. (2013). Partsellyatsiya v sil'nykh pozitsiyakh mediateksta [Parcellation in strong positions of media text]. *Political Linguistics*, 1(43), 128–132. (In Russ.)

11. Budaev, E. V., & Chudinov A. P. (2007). Metodologicheskie grani politicheskoy metaforologii [Methodological facets of political metaphorology]. *Political Linguistics*, 1(21), 22–31. (In Russ.)

12. Gal'perin, I. R. (1981). *Tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya* [Text as an object of linguistic research]. Moscow: Nauka, 138 p. (In Russ.)

13. Golev, N. D., & Saykova, N. V. (2007). Lingvopersonologiya: problemy i perspektivy [Linguopersonology: problems and prospects]. In *Voprosy lingvopersonologii* (Ch. 1, pp. 7–12). (In Russ.)

14. Gritskevich, Yu. N. (2015). Vliyaniye zagolovka na postroeniye i realizatsiyu politicheskogo diskursa v mass-mediynom prostranstve [Influence of the title on the construction and implementation of political discourse in the mass media space]. *Vestnik Pskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Sotsial'no-gumanitarnyye nauki*, 1, 154–161. (In Russ.)

15. Dobroskloonskaya, T. G. (2008). *Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI: (sovremennaya angliyskaya mediarech')* [Medialinguistics: a systematic approach to the study of the language of the media: (modern English media speech)] [Textbook]. Moscow: Flinta, Nauka, 263 p. (In Russ.)

16. Ivantsova, E. V. (2010). *Lingvopersonologiya: Osnovy teorii yazykovoy lichnosti* [Linguopersonology: Fundamentals of the Theory of Linguistic Personality] [Textbook with the UMO stamp]. Tomsk: Izd-vo Tom. un-ta, 160 p. (In Russ.)

17. Ishmekeeva, T. N. (2006). *Segmentirovannyye konstruktssii v sovremennom russkom yazyke: na materiale gazetnykh zagolovkov* [Segmented constructions in modern Russian: based on newspaper headlines] [Abstract of Dis. of Cand. of Philol. Sciences]. Volgograd, 18 p. (In Russ.)

18. Karasik, V. I. (2002). *Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd: Peremena, 477 p. (In Russ.)

19. Karaulov, Yu. N. (2014). *Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost'* [Russian language and linguistic personality] (8<sup>th</sup> ed.). Moscow: Knizhnyy dom Librokom, 264 p. (In Russ.)

20. Karaulov, Yu. N., & Petrov V. V. (1989). Ot grammatiki teksta k kognitivnoy teorii diskursa [From grammar of the text to the cognitive theory of discourse]. In T. A. van Deyk, *Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya* (pp. 5–11). Moscow: Progress. (In Russ.)



21. Kim, L. G. (2010). *Variativno-interpretatsionnoe funktsionirovanie teksta: teoretiko-eksperimental'noe issledovanie* [Variational-interpretative functioning of the text: theoretical and experimental research] [Doctoral thesis of Dr of Philolog. Sciences]. Kemerovo, 405 p. (In Russ.)
22. Kinderknekt, A. S., & Stepanyuk, V. V. (2016). Sposoby privlecheniya vnimaniya v zagolovkakh SMI [Ways to attract attention in the media headlines]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 8(62, p. 2), 94–97. (In Russ.)
23. Kozhina, N. A. (1988). Zaglavie khudozhestvennogo proizvedeniya: ontologiya, funktsii, parametry tipologii [Title of a work of art: ontology, functions, typology parameters]. In *Problemy strukturnoy lingvistiki* (pp. 167–183). Moskva: Nauka. (In Russ.)
24. Komarov, E. N. (2003). *Tsennostnye orientiry v zagolovkakh frantsuzskikh i rossiyskikh sredstv massovoy informatsii* [Value orientations in the headlines of the French and Russian mass media] [Thesis of Cand. of Philol. Sciences]. Volgograd, 210 p. (In Russ.)
25. Lazareva, E. A. (1989). *Zagolovok v gazete* [Newspaper headline]. Sverdlovsk: Izd-vo Ural.un-ta, 96 p. (In Russ.)
26. Mel'nik, N. V. (2011). *Derivatsionnoe funktsionirovanie russkogo teksta: lingvotsentricheskii i personotsentricheskii aspekty* [Derivational functioning of the Russian text: linguo-centric and persono-centric aspects] [Doctoral Thesis of Dr of Philological Sciences]. Kemerovo, 403 p. (In Russ.)
27. Mukhametgaleeva, A. I., & Mukhametshina, E. E. (2017). Osobennosti zagolovka sovremennogo britanskogo kongressa mediateksta [Features of the title of the modern British political media text]. In *Terra Linguae — Kazan'* (Iss. 3, pp. 17–20). Kazan: Izd-vo Kazan. un-ta. (In Russ.)
28. Golev, N. D. (Resp. ed.) (2009). *Obydennoe metazykovoe soznanie: ontologicheskie i gnoseologicheskie aspekty* [Ordinary metalinguistic consciousness: ontological and epistemological aspects] (Collective monograph, p. 1). Kemerovo, Barnaul, 400 p. (In Russ.)
29. Radbil', T. B., Marinova, E. V., Ratsiburskaya, L. V., Samylicheva, N. A., Shumilova, A. V., Shchenikova, E. V., Vinogradov, S. N., & Zhdanova, E. A. (2014). *Russkiy yazyk nachala XXI veka: leksika, slovoobrazovanie, grammatika, tekst* [Russian language of the early XXI century: vocabulary, word formation, grammar, text] [Collective monograph]. Nizhniy Novgorod: Izd-vo NNGU im. N.I. Lobachevskogo, 325 p. (In Russ.)
30. Rostova, A. N. (2000). *Metatekst kak forma eksplikatsii metazykovogo soznaniya* [Metatext as a form of explication of metalinguistic consciousness]. Kemerovo: Kemer. gos. un-t.; Tomsk: Izd-vo Tom. un-ta, 193 p. (In Russ.)
31. Ruzhentseva, N. B. (2004). *Diskreditiruyushchie taktiki i priemy v rossiyskom politicheskom diskurse* [Discrediting tactics and techniques in Russian political discourse] [Monograph]. Ekaterinburg: Ural St. Ped. Univ., 294 p. (In Russ.)
32. Ruzhentseva, N. B. (2012). Bazovye tsennosti mezhnatsional'nogo diskursa v zagolovkakh pervoy russkoy gazety v Afrike [Basic values of international discourse in headlines of the first Russian newspaper in Africa]. *Political Linguistics*, 4(42), 34–39. (In Russ.)
33. Ryanskaya, E. M., & Alekseeva, L. V. (2020). *Pragmaticheskiy komponent zagolovkov nauchnykh tekstov (na primere anglo- i russkoyazychnykh publikatsiy po istorii)* [Pragmatic component of titles of scientific texts (on the example of English- and Russian-language publications on history)] [Monograph]. Nizhnevartovsk: Nizhnevartovsk State Univ., 99 p. (In Russ.)
34. Saburova, N. V. (2007). *Zagolovochnaya igra slov kak smysloformiruyushchiiy mekhanizm teksta (na primere angloyazychnoy publitsistiki)* [Heading pun as a meaning-forming mechanism of the text (on the example of English journalism)] [Abstract of Thesis of Cand. of Philol. Sciences]. St. Petersburg, 204 p. (In Russ.)
35. Savel'eva, I. V. (2019). Internet-kommentariy kak vtorichnyy tekst: semioticheskaya model' tekstoporozhdeniya [Internet commentary as a secondary text: a semiotic model of text generation]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 21(3), 839–849. (In Russ.)
36. Syrov, I. A. (2002). Funktsional'no-semanticheskaya klassifikatsiya zaglaviy i ikh rol' v organizatsii teksta [Functional-semantic classification of titles and their role in text organization]. *Filologicheskie nauki*, 3, 59–68. (In Russ.)
37. Tertychnyy, A. A. (2004). Zagolovok — slovo glavnoe [The title is the main word]. *Zhurnalst*, 1, 80–82. (In Russ.)
38. Trubnikova, Yu. V. (2010). Tekst i ego zagolovok: problema strukturnogo i semanticheskogo vzaimodeystviya [Text and its title: the problem of structural and semantic interaction]. *Izvestiya Altayskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2, 121–126. (In Russ.)
39. Fateeva, N. A. (2001). Zaglavie i tekst v russkoy poezii kontsa XX veka: parallel'naya dinamika [Title and text in Russian poetry of the late twentieth century: parallel dynamics]. In V. P. Grigor'ev, N. A. Fateeva (Eds.), *Tekst. Intertekst. Kul'tura* (Collection of reports of the Intern. scientific conf, Moscow, 4–7 Apr. 2001, pp. 395–411). Moscow: Rossiyskaya akademiya nauk, In-t rus. yaz. im. V.V. Vinogradova. (In Russ.)
40. Chudinov, A. P. (2006). *Politicheskaya lingvistika* [Political linguistics] [Textbook]. Moscow: Flinta, Nauka, 256 p. (In Russ.)
41. Shekhtman, N. G. (2008). Realizatsiya tekstoobrazuyushchey funktsii kontseptual'noy metafory v politicheskom tekste [Implementation of the text-forming function of conceptual metaphor in a political text]. *Political Linguistics*, 3(26), 128–131. (In Russ.)
42. Shostak, M. I. (2001). *Reporter: professionalizm i etika* [Reporter: professionalism and ethics]. Moscow: RIP-kholding, 137 p. (In Russ.)
43. Shuyskaya, Yu. V., Anisimov, R. Yu., & Drozdova, E. A. (2021). Sintaksicheskie sredstva formirovaniya obraza politicheskogo deyatelya v zagolovkakh vedushchikh amerikanskikh gazet [Syntactic means of forming the image of a politician in the headlines of leading American newspapers]. *Nauchnyy dialog*, 4, 168–180. (In Russ.)