

АВКСЕНТЬЕВА АНЖЕЛИКА МУЛЛАНУРОВНА

**ЗАГОЛОВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС
ИНФОРМАЦИОННЫХ МЕДИАТЕКСТОВ:
ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЙ, СИНТАКСИЧЕСКИЙ
И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ
(НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯ
«РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА»)**

5.9.5. Русский язык. Языки народов России
(филологические науки)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Горловка
2026

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Донецкий государственный педагогический университет им. В. Шаталова»

Научный руководитель:	Герасименко Ирина Анатольевна , доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка и общего языкознания федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий государственный педагогический университет им. В. Шаталова», г. Горловка
Официальные оппоненты:	Шилина Анжела Григорьевна , доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и издательского дела Института медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», г. Симферополь Суворова Наталья Алексеевна , кандидат филологических наук, доцент Института русской филологии и медиатехнологий федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта», г. Калининград
Ведущая организация:	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования « Луганский государственный педагогический университет », г. Луганск

Защита состоится «10» декабря 2026 г. в 10.00 часов на заседании диссертационного совета 33.2.031.01 по защите докторских и кандидатских диссертаций на базе ФГБОУ ВО «Донецкий государственный педагогический университет им. В. Шаталова» по адресу: 284626, РФ, ДНР, г.о. Горловка, г. Горловка, Рудакова, 25, ауд. 25.

Отзывы об автореферате направлять по адресу: 284626, РФ, ДНР, г.о. Горловка, г. Горловка, Рудакова, 25, диссертационный совет 33.2.031.01 (ученый секретарь). С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВО «Донецкий государственный педагогический университет им. В. Шаталова» по адресу: 284626, РФ, ДНР, г.о. Горловка, г. Горловка, Рудакова, 25, ауд. 113 и на сайте ФГБОУ ВО «Донецкий государственный педагогический университет им. В. Шаталова» <https://dgpu1949-dnr.ru/>

Автореферат разослан «__» _____ 2026 г.

Учёный секретарь диссертационного совета,
доктор филологических наук, профессор



Л.В. Дербенёва

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Данная работа посвящена исследованию заголовочных комплексов информационных медиатекстов¹ интернет-издания «Российская газета». Заголовочный комплекс, занимая сильную позицию в информационном медиатексте современных интернет-изданий, относится к таким композиционным элементам, которые призваны привлечь внимание и заинтересовать читателя, побудить его прочесть публикацию, озаглавленную данной структурой.

Заголовочный комплекс с включённым в него заголовком русскоязычных информационных медиатекстов сетевого издания имеет свою специфику и компоненты. Однако до сих пор в лингвистике нет как чёткого определения заголовочного комплекса информационных медиатекстов, так и однозначной точки зрения относительно его компонентов. Дискуссионным и не до конца исследованным остаётся и вопрос о функциях заголовочного комплекса. При выделении различными авторами (В. П. Вомперским, Б. А. Зильбертом, Н. В. Иноземцевой, В. С. Мужевым, А. С. Некрасовой, Ж. А. Никифоровой, А. С. Поповым, Г. Г. Хазагеровым и др.) функций заголовочного комплекса и его ключевого компонента – заголовка – часто отсутствуют чёткие критерии. Неисследованными остаются и собственно языковые средства, реализующие ту или иную функцию заголовочного комплекса. Кроме того, лексико-стилистические и синтаксические особенности заголовочных комплексов русскоязычных информационных медиатекстов современных сетевых изданий также не до конца изучены. Всё это определяет **актуальность настоящего исследования**, которая вызвана необходимостью изучить феномен заголовочного комплекса информационных медиатекстов на материале конкретного сетевого ресурса – интернет-издания «Российская газета», рассмотреть его черты, функциональную специфику, а также языковые особенности, что может способствовать дальнейшей систематизации накопленных знаний в области медиалингвистики и массмедийного дискурса.

Степень разработанности проблемы. Развитие современных телекоммуникационных технологий, расширение роли средств массовой информации и влияние виртуального информационного пространства на жизнь современного общества определяют интерес исследователей к изучению нового вида дискурса, который называют медиадискурсом (см. работы Т. Г. Добросклонской, Н. И. Клушиной, Е. А. Кожемякина и др.), массмедийным дискурсом массмедиа / дискурсом СМИ (см. работы Н. Ф. Алефиренко, Е. В. Какориной, А. А. Кибрика и др.). В последние годы данный вид дискурса (медиадискурс / массмедийный дискурс / дискурс массмедиа / дискурс СМИ) прочно вошёл в обиход гуманитарных наук.

¹ В нашей работе мы анализируем заголовочные комплексы журналистских медиатекстов разных информационных жанров (информационной заметки, репортажа, информационного интервью) как одной из разновидностей текстов массовой коммуникации (наряду с рекламными и PR-текстами); для журналистских текстов сетевых изданий мы здесь и далее используем также термин *информационные медиатексты*.

Понятие медиадискурса (мы берём за основу этот термин) и его основной формы существования – медиатекста – находится в центре внимания как зарубежных (Т. ван Дейк, Дж. Оруэлл и др.), так и отечественных лингвистов (А. Н. Васильева, Н. И. Клушина, В. Г. Костомаров, Е. О. Менджерицкая, Ю. В. Рождественский и др.). Жанровое своеобразие медиатекстов рассматривается в работах Е. А. Лебедевой, А. А. Тертычного, Н. А. Кузьминой, Д. В. Туманова и др.

Методологические наработки отечественных лингвистов (В. М. Горохова, М. Н. Кима, С. О. Калгановой, Н. А. Кузьминой, А. С. Лаврова, Л. М. Майдановой, Е. М. Пак, Е. И. Пронина, А. А. Тертычного, Г. Н. Трофимовой и др.) позволили проанализировать и систематизировать жанровую систему медиатекстов, в центре которой находятся информационные жанры, направленные на оперативное и, по возможности, объективное сообщение о факте, событии, явлении.

В поле зрения лингвистов находится заголовочный комплекс медиатекстов. Данный феномен как многоуровневое образование рассматривается с точки зрения психолингвистики, прагмалингвистики, теории речевых актов, лингвистики текста, стилистики (А. П. Бессонов, З. Д. Блисковский, В. Ю. Варзапова, Ю. В. Верещинская, В. П. Вомперский, Е. Р. Зайцев, В. Г. Костомаров, Э. А. Лазарева, А. А. Лютая, В. С. Мужев, А. С. Попов, А. А. Тертычный, Г. Г. Хазагеров и др.). При этом в структуре текста место заголовочного комплекса и его ключевого компонента – заголовка – определяется неоднозначно: его понимают и как компонент, который имеет особую самостоятельность, поэтому заголовок или заголовочный комплекс рассматривают вне связи с текстом (О. И. Богословская, Н. Р. Махнева, В. М. Ронгинский, А. А. Сафонов и др.), и как один из компонентов членения текста (А. А. Вербин, Э. А. Лазарева, Э. И. Турчинская и др.). Данные подходы требуют детального изучения и конкретизации, а проблемы, которые связаны с разноаспектным рассмотрением заголовочного комплекса русскоязычных информационных медиатекстов, свидетельствуют о важности и перспективности проблемы, поднятой в настоящем исследовании.

Связь работы с научными программами, планами, темами. Исследование осуществлялось в рамках научно-исследовательской работы и как составная часть научной темы «Национально-культурная специфика концептуально-языковой картины мира восточных славян» кафедры русского языка и общего языкознания федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий государственный педагогический университет им. В. Шаталова». Тема диссертационного исследования утверждена учёным советом ФГБОУ ВО «Донецкий государственный педагогический университет им. В. Шаталова» (протокол № 11 от 22 мая 2026 года).

Целью исследования является определение объёма понятия «заголовочный комплекс информационных медиатекстов современных

интернет-изданий», выявление его роли и места в информационном медиатексте, описание на материале интернет-издания «Российская газета» его лексико-стилистических, синтаксических и функциональных характеристик.

Для достижения сформулированной цели требуется решить следующие **задачи**:

- 1) обобщить теоретические основы исследования заголовочного комплекса и его ключевого компонента – заголовка;
- 2) систематизировать характеристики функционирующего в массмедийном пространстве медиадискурса;
- 3) выявить роль и место информационного медиатекста в медиадискурсе и триаде «текст – дискурс – стиль»;
- 4) проанализировать особенности жанровой системы информационных медиатекстов;
- 5) выделить функциональные черты и выстроить типологию современных русскоязычных интернет-изданий;
- 6) определить объём понятия «заголовочный комплекс информационных медиатекстов современных интернет-изданий» и охарактеризовать его структурные компоненты;
- 7) выстроить по степени информативности типологию заголовков как компонентов заголовочных комплексов информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета»;
- 8) описать лексико-стилистические и синтаксические особенности заголовочных комплексов информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета»;
- 9) раскрыть функциональную специфику заголовочных комплексов информационных медиатекстов в интернет-издании «Российская газета».

Объектом исследования выступают заголовочные комплексы информационных медиатекстов, **предметом** – лексико-стилистические, синтаксические и функциональные особенности заголовочных комплексов информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета».

Материал исследования составили 2580 заголовочных комплексов, отобранных путём сплошной выборки из медиатекстов ключевых информационных жанров (информационной заметки, репортажа и информационного интервью), зафиксированных в интернет-издании «Российская газета» за 2015-2025 гг. Выбор интернет-издания «Российская газета» обусловлен его статусом, тем, что оно является официальным печатным органом Правительства Российской Федерации. Соответственно, статус государственного издания указывает на его официальность и нормативность публикуемых материалов: после публикации в этом издании вступают в силу нормативно-правовые акты – федеральные конституционные законы, федеральные законы (в том числе кодексы), указы Президента России, постановления Правительства России, нормативные акты министерств и ведомств. Это определило наш выбор интернет-издания «Российская газета»

как нормативного (в том числе и в плане языковых средств), достоверного и общепризнанного издания.

Для решения поставленных задач в работе использованы **методы и приёмы лингвистического анализа**: *описательный метод* как базовый метод представления результатов проведённого исследования; *метод анализа словарных дефиниций* (выявление лексических единиц и их стилистических особенностей в заголовочных комплексах информационных медиатекстов); *интерпретативный метод* (анализ значений языковых единиц и описание функциональной специфики заголовочных комплексов); *метод структурного анализа* (установление структурных компонентов заголовочного комплекса); *методика контекстного анализа* (исследование языковых способов репрезентации анализируемых заголовочных комплексов); *количественный анализ* (выявление общего числа изученных заголовочных комплексов).

Научная новизна работы заключается в определении объёма понятия «заголовочный комплекс информационного медиатекста современного интернет-издания», в описании структурных компонентов и функциональной специфики заголовочных комплексов ключевых информационных медиатекстов. Впервые исследованы лексическо-стилистические и синтаксические особенности заголовочных комплексов русскоязычных информационных медиатекстов (информационной заметки, репортажа, информационного интервью) на материале интернет-издания «Российская газета».

Теоретическая значимость данной работы состоит в том, что её результаты являются вкладом в развитие медиалингвистики. Наблюдения и выводы, которые сделаны в ней, способствуют расширению научных взглядов на методологию изучения заголовочных комплексов и их структурных компонентов в сфере массмедийной коммуникации. Полученные результаты значимы для проведения лингвистически корректного исследования языковых и функциональных особенностей заголовочных комплексов русскоязычных информационных медиатекстов современных интернет-изданий.

Практическая ценность работы заключается в возможности использования теоретических выводов в последующей практике лингвистических исследований. Результаты диссертационного сочинения также могут представлять интерес и в обучающих целях, при подготовке учебных курсов по дисциплинам лингвистического цикла, таким как «Стилистика русского языка», «Медиалингвистика», «Коммуникативная лингвистика», «Дискурсология». Вероятна востребованность итогов исследования при разработке спецкурсов по теории речевого воздействия, прагмалингвистике и интерпретации текста.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Функционирующий в массмедийном пространстве медиадискурс является многоуровневым коммуникативным произведением, включающим такие компоненты коммуникации, как отправитель, получатель сообщения,

канал, обратная связь, ситуация общения, контекст, и существующим в единстве с экстралингвистическими факторами.

2. Современный медиатекст как ключевой компонент медиадискурса – это интегративный многоуровневый текст в глобальном пространстве коммуникации, который включает разные семиотические коды (вербальные и невербальные), выступает креолизированным, поликодовым медиапродуктом и функционирует в разных жанровых системах массмедиа.

3. Интернет-издания, в которых публикуются информационные медиатексты, – это профессиональные веб-издания, выступающие интерактивными ресурсами, являющиеся частью глобального информационно-коммуникативного пространства и характеризующиеся гипертекстуальностью, интерактивностью и мультимодальностью.

4. Заголовочный комплекс информационных медиатекстов представляет собой сложное по структуре многоуровневое образование и состоит из тематической рубрики, тематической подрубрики / тематических подрубрик, заголовка, подзаголовка, лида (вводки). Заголовочный комплекс и его компоненты структурно и содержательно связаны между собой и с основным медиатекстом и, благодаря пространственной отдалённости от озаглавливаемого медиатекста и графическому выделению, в структурном плане сохраняют самостоятельность относительно самого медиатекста.

5. Заголовок как ключевой компонент заголовочного комплекса имеет свою специфичную для информационных медиатекстов типологию, основанную на принципе информационной составляющей. В информационных медиатекстах заголовки по степени информативности представлены заголовками-сообщениями, заголовками-цитатами, заголовками-резюме, заголовками-парадоксами, заголовками-вопросами. Традиционно выделяемые лингвистами заголовки-обращения, заголовки-призывы, заголовки-восклицания и игровые заголовки, в которых используются восклицательные, призывные и ироничные структуры, для информационных медиатекстов (информационной заметки, репортажа и информационного интервью) интернет-издания «Российская газета» не свойственны, что обусловлено официальным статусом медиа-ресурса, учреждённым Правительством Российской Федерации, нормативностью публикуемых в нём материалов и эксплицитностью содержания.

6. Заголовочный комплекс с включённым в него заголовком в информационных медиатекстах интернет-издания «Российская газета» является поликодовым текстом – сложным текстовым образованием, в котором в едином графическом и смысловом пространстве взаимодействуют его гетерогенные составляющие (вербальные и невербальные) и в котором вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое. Соединение в тексте элементов разных знаковых систем, отражающее тенденцию к смешению кодов, направлено на репрезентацию единой в смысловом отношении информации.

7. Заголовочный комплекс, будучи связанный с информационным медиатекстом сложными структурно-семантическими отношениями и имеющий поликодовую архитектуру, обладает функциональной специфичностью, реализуя номинативную, информативную, разделительную, экспрессивно-апеллятивную и рекламную функции.

8. Последовательное и регулярное использование определённых лексико-стилистических средств, аббревиатур и синтаксических структур в заголовке как ключевом компоненте заголовочного комплекса вызвано спецификой данной части информационного медиатекста интернет-издания «Российская газета» – обязательной информационной наполненностью и эксплицитностью содержания, направленной на передачу объективной, достоверной и верифицируемой информации.

Достоверность результатов работы обеспечивается её внутренней логикой и индуктивным методом ведения исследования: от конкретных языковых фактов к установлению системных отношений между ними и обобщению теоретических положений и выводов. Достаточный объём рассматриваемого эмпирического материала в сочетании с методологической базой обуславливает чёткое выполнение поставленных задач и получение корректных результатов.

Апробация. Основные положения и результаты исследования представлены в виде научных статей и докладов на конференциях различного уровня: международных (г. Горловка, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026; г. Донецк, 2020; г. Елец, 2019; г. Луганск, 2020; г. Москва, 2025), всероссийских (г. Ростов-на-Дону, 2022; г. Горловка, 2025), межрегиональных (г. Горловка, 2024; г. Симферополь, 2026), республиканских (г. Горловка, 2018, 2020, 2021). Проблематика и основные положения диссертационного исследования изложены в 18 публикациях, из них 5 статей опубликованы в рецензируемых изданиях, утверждённых ВАК при МОН ДНР, 1 статья – в научном издании, рекомендуемом ВАК при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации; 12 публикаций – в нерецензируемых научных изданиях.

Структура работы определяется задачами исследования и логической связью между ними. Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, а также списка использованной литературы, словарей, справочников и источников исследования (всего 200 позиций). Каждая глава завершается краткими выводами. Общий объём работы составляет 171 страницу. Содержание работы изложено на 150 страницах (262 878 печатных знаков, что соответствует 6.57 авторским листам).

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении даётся общая характеристика проблемы исследования, обосновывается актуальность избранной темы, устанавливаются объект и предмет исследования, а также границы фактического материала. В данной части исследования ставятся цель и задачи, формулируются положения, выносимые на защиту, очерчиваются методы и степень разработанности темы, определяются научная новизна, теоретическая значимость и практическая ценность работы, даются данные об апробации результатов исследования, описывается структура диссертации.

В первой главе «Теоретические основы изучения заголовочных комплексов информационных медиатекстов современных интернет-изданий» систематизируются выделенные учёными (Н. Ф. Алефиренко, Т. Г. Добросклонской, И. П. Зыряновой, Е. В. Какориной, А. А. Кибриком, Н. И. Клушиной, Е. А. Кожемякиным, Г. Н. Манаенко, Г. Я. Солгаником, А. Л. Факторовичем и др.) характеристики функционирующего в массмедийном пространстве медиадискурса, определяется роль и место информационного медиатекста в медиадискурсе и триаде «текст – дискурс – стиль» (концепции Т. ван Дейка, И. Л. Ильичевой, Я. Н. Засурского, М. Ю. Казак, В. Кинча, Н. А. Кузьминой, С. И. Сметаниной, З. Фаулера, Н. В. Чичериной и др.), анализируются особенности жанровой системы информационных медиатекстов (работы В. М. Горохова, М. Н. Кима, С. О. Калгановой, А. С. Лаврова, Л. М. Майдановой, Е. М. Пак, Е. И. Пронина, А. А. Тертычного, Г. Н. Трофимовой и др.), описываются функциональные черты и выстраивается типология современных русскоязычных интернет-изданий, к числу которых принадлежит «Российская газета» (К. В. Киуру, Е. Ю. Баженова, Е. А. Медведева, О. В. Скогорева, С. А. Стройков и др.).

Вследствие развития современных телекоммуникационных технологий, расширения роли средств массовой информации и огромного влияния на жизнь современного общества виртуального информационного пространства возник отдельный вид дискурса – медиадискурс. Обобщая выдвинутые авторитетными учёными (Т. Г. Добросклонская, И. П. Зырянова, Н. И. Клушина, Е. А. Кожемякин, С. И. Сметанина и др.) определения медиадискурса, считаем, что данный вид дискурса – это функционирующее в массмедийном пространстве многоуровневое коммуникативное произведение, включающее такие компоненты коммуникации, как отправитель, получатель сообщения, канал, обратная связь, ситуация общения, контекст, и существующее в единстве с экстралингвистическими факторами.

Основной формой существования медиадискурса является медиатекст, который, согласно подходам зарубежных и отечественных лингвистов (Т. ван Дейка, Я. Н. Засурского, М. Ю. Казак, Н. А. Кузьминой и др.), толкуется по-разному. Мы, беря за основу концепции М. Ю. Казак, Н. А. Кузьминой, С. И. Сметаниной, В. Е. Чернявской, Н. В. Чичериной и др., понимаем медиатекст как интегративный многоуровневый текст в глобальном

пространстве коммуникации, который включает разные семиотические коды (вербальные и невербальные), выступает креолизованным, поликодовым медиапродуктом и функционирует в разных жанровых системах массмедиа.

Понятие «медiateкст» выступает как обобщающее для всех текстов массовой коммуникации и включает следующие разновидности: журналистский, рекламный, PR-текст. Объектом нашего исследования выступают журналистские медiateксты как тексты, направленные на оперативное периодическое распространение актуальных информационных сообщений. Определяя место современного информационного медiateкста в триаде «текст – дискурс – стиль», мы его рассматриваем, с одной стороны, как текст в универсальном, классическом значении. С другой стороны, при переносе текста в сферу массмедиа мы его понимаем как текст, который получает новые смысловые оттенки и медийные черты, приобретает расширенное толкование, выходит за пределы знаковой системы языка, становится открытым для многочисленных интерпретаций, полифункциональным и поликодовым. Данные характеристики указывают на принадлежность медiateкста к сфере дискурса. В то же время с точки зрения функциональной стилистики медiateкст является текстом публицистического стиля и имеет свою жанровую систему.

Жанры журналистских медiateкстов, понимаемые как устойчивые типы публикаций, объединённые «сходными содержательно-формальными признаками»², имеют следующие разновидности: информационные, аналитические и художественно-публицистические (см. работы В. В. Ворошилова, Я. Н. Засурского, М. Н. Кима, К. В. Киуру, Н. А. Кузьминой, А. А. Тертычного, Д. В. Туманова и др.). В центре нашего исследования находятся информационные жанры, нацеленные на оперативное, точное и объективное сообщение об извлекаемых из череды событий имеющих первостепенное значение фактах и явлениях. Сообщения информационного характера занимают основное место в системе массовой информации, которая сама по себе является средством распространения новостей. В числе определяющих признаков информационных жанров прежде всего выделяется новизна описываемого события. В этой связи информационные жанры, с которыми соотносятся журналистские медiateксты, призваны передавать оперативную, краткую, компактную и точную информацию, выделяемую из потока событий как наиболее значимый факт или явление.

Наш выбор исследования заголовочных комплексов таких информационных жанров как информационная заметка, репортаж и информационное интервью, обусловлен тем, что эти жанры традиционно считаются общепризнанными и ключевыми в новостной журналистике (см. работы М. Н. Кима, А. А. Кобякова, А. А. Тертычного, Е. В. Черниковой и др.). Каждый из перечисленных жанров отвечает основным жанрообразующим признакам новостной журналистики и имеет специфические черты,

² Тертычный, А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А. А. Тертычный. – Москва : Аспект Пресс, 2000. – Текст – электронный. – URL: <https://evartist.narod.ru/text2/03.htm> (дата обращения – 05.12.2023).

закрывающиеся в умении представлять новость, показывать наглядные особенности происшедшего, воссоздавать события или прояснять ситуацию.

Интернет-издание, или интернет-СМИ, в котором публикуются информационные медиатексты, представляет собой «профессиональное веб-издание, гипертекстовый интерактивный ресурс, являющийся частью глобального информационно-коммуникативного пространства, с размещаемыми на нём журналистскими материалами, как правило, новостного характера»³. К функциональным характеристикам интернет-изданий относятся гипертекстуальность, интерактивность и мультимедийность. Современные интернет-издания по отношению к другим СМИ подразделяются на (1) электронные копии, или «клоны» несетевых изданий; (2) оригинальные интернет-издания, не имеющие печатных аналогов; (3) модифицированные версии офлайн-изданий, объединяющие в себе черты традиционных и оригинальных веб-газет. На основе сходства с их традиционными аналогами интернет-издания классифицируются на (а) интернет-газеты, которые в основном специализируются на новостях; (б) тематические, специальные и научно-популярные интернет-журналы; (в) интернет-радио; (г) интернет-телевидение; (д) информационные агентства, специализирующиеся на оперативном предоставлении информации; (е) мегамедийные ресурсы, включающие ряд вышеперечисленных типов интернет-изданий (об этом см., например, работы Н. А. Кузьминой).

Основываясь на данных классификациях, мы можем считать, что интернет-издание «Российская газета» представляет собой интернет-газету и выступает модифицированной версией печатного издания, объединяющего черты традиционного печатного издания и, благодаря новому каналу распространения, обладающего новыми функциональными и жанровыми характеристиками. Данное интернет-издание отличается от своей печатной версии способом предоставления информации (гипертекстуальностью, интерактивностью, мультимодальностью) и содержанием (более полным, чем в печатной версии, контентом). Доминирующей технологией «Российской газеты» является информационная (вещательная) технология. Задача данного интернет-издания – информирование читателей через новостную ленту и обзоры об актуальных событиях общественно-политической, экономической, военной и культурной сфер.

Итак, медиадискурс, являясь многоуровневым коммуникативным произведением, функционирует в интернет-издании «Российская газета» как медиатекст, который включает разные семиотические коды (вербальные и невербальные), выступает креолизированным, поликодовым медиапродуктом и реализуется в разных жанровых системах.

Во второй главе «Компоненты заголовочных комплексов информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета»: характерные черты и свойства» представлены результаты исследования структурных и функциональных особенностей заголовочных комплексов

³ Современный медиатекст / отв. ред. Н. А. Кузьмина. – Омск : Омский гос. ун-т, 2011. – С. 261.

анализируемых информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета». Заголовочный комплекс информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета» – это сложное по структуре многоуровневое образование, которое состоит, как правило, из тематической рубрики, тематической подрубрики / тематических подрубрик, заголовка, подзаголовка, лида (вводки) с последовательно открывающимися тематическими рубриками и подрубриками.

Заголовочный комплекс и его компоненты структурно и содержательно связаны с основным медиатекстом и, благодаря пространственной отдалённости от озаглавливаемого текста и графическому выделению, в структурном плане сохраняют некую самостоятельность относительно самого медиатекста. Несмотря на отмеченную в структурном плане самостоятельность, компоненты заголовочного комплекса тесно связаны как между собой, так и с самой публикацией, несут общую функциональную нагрузку.

Заголовок медиатекста – это ключевой и обязательный компонент практически любого заголовочного комплекса, который передаёт название медиатекста, т.е. определённое текстовое содержание в компрессированной, сжатой форме. Заголовок считается наиболее независимым, самостоятельным компонентом заголовочного комплекса, он содержательно связан с тематической рубрикой, тематическими подрубриками и подзаголовком, имеет, как правило, шрифтовое выделение и более выраженную интенсивность цвета.

Тематическая рубрика представляет собой тематический раздел интернет-издания, тему, которую регулярно или в определённый период времени освещает редакция. Тематические рубрики могут быть постоянными, временными (эпизодическими) и специальными. Так, в интернет-издание «Российская газета» внесены следующие постоянные, встречающиеся в каждом номере, рубрики: *Власть*; *Экономика*; *В регионах*; *В мире*; *Происшествия*; *Общество*; *Спорт*; *Культура*; *Документы* и др. Наименование рубрик имеет рамочное оформление, располагаясь в интернет-издании «Российская газета» горизонтально. Временные (эпизодические) рубрики используются для освещения какого-либо определённого проекта или события (например: *Сегодня*). В свою очередь, специальные рубрики – это специальные проекты, которые могут быть как постоянными, так и временными, что зависит от задач, которые перед собой ставит редакция издания. В интернет-издании «Российская газета» специальная рубрика носит название *Специальные проекты* и включает следующие подрубрики: *Партнёрские*; *Редакторские*; *Региональные*; *Архив*.

Тематическая подрубрика является компонентом тематической рубрики. Например, на 30.09.2024 г.⁴ для тематической рубрики *Власть* тематическими подрубриками выступают *Работа власти*; *Право*; *Безопасность*; *Позиция*.

Следующим компонентом заголовочного комплекса – переменным для интернет-издания «Российская газета» – является подзаголовок, который,

⁴ Как показывает материал исследования, в интернет-издании «Российская газета» состав тематических рубрик и подрубрик постоянно обновляется, дополняется новыми рубриками.

взаимодействуя с заголовком, уточняет, поясняет или дополняет информацию. Подзаголовок служит своеобразной расшифровкой заголовка и используется в тех случаях, когда автор медиатекста хочет конкретизировать информацию, заключённую в заголовке. Для вычленения данного компонента используется кегль меньшего размера по сравнению с заголовком.

Лид (от англ. *lead* 'вводная часть') – это первый абзац медиатекста, не начало статьи и не дополнение к заголовку, а самодостаточный текст. Лид (вводка) используется для детализации того, что отмечено в заголовке, поэтому содержит максимум исходной информации о теме публикации.

Анализ структурных компонентов заголовочного комплекса позволяет заключить, что это сложное многоуровневое образование, компоненты которого тесно связаны между собой в структурном и семантическом плане и несут общую функциональную нагрузку.

Ключевым компонентом заголовочного комплекса является заголовок. В лингвистике выработаны подходы относительно типов заголовков и положенных в их основу критериев (см., например, работы И. Р. Гальперина, А. А. Лютой, М. И. Шостак и др.). Согласно нашему материалу исследования, по степени информативности мы классифицируем заголовки в составе заголовочных комплексов информационных жанров журналистских медиатекстов интернет-издания «Российская газета» следующим образом: (1) заголовки-сообщения, предназначенные для наименования события, освещаемого в тексте публикации, и содержащие законченную мысль (составляют 47% из общего количества анализируемых заголовков); (2) заголовки-цитаты, использующие прямое или косвенное цитирование с указанием или без указания источника (22%); (3) заголовки-резюме, заключающие в ироничной или игровой форме комментирование, оценку какой-либо новости (13%); (4) заголовки-парадоксы, суть которых состоит в наличии интриги и сенсации (10%); (5) заголовки-вопросы (7%).

Заголовки-обращения, заголовки-призывы, заголовки-восклицания и игровые заголовки, которые выделяют лингвисты (в числе которых И. А. Крым, Т. В. Калюжная, Д. И. Шабазова, М. И. Шостак и др.), для анализируемых информационных жанров журналистских медиатекстов (информационной заметки, репортажа и информационного интервью) интернет-издания «Российская газета» не типичны, они не были обнаружены в ходе нашего исследования. Это может объясняться тем, что интернет-издание «Российская газета» является официальным медиа-ресурсом, для которого не могут быть характерными восклицательные, призывные и ироничные структуры.

Заголовочный комплекс с включённым в него заголовком в информационных жанрах журналистских медиатекстов является поликодовым текстом – сложным текстовым образованием, в котором в едином графическом и смысловом пространстве взаимодействуют его гетерогенные составляющие (вербальные и невербальные) и в котором вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое. Соединение в тексте элементов разных знаковых

систем, отражающее тенденцию к смешению кодов, направлено на репрезентацию единой в смысловом отношении информации. Изучив специфику внутренней организации заголовочных комплексов информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета», мы можем говорить о том, что в современной медиасфере поликодовость проявляется за счёт цветовой палитры, размера шрифта и графических средств (использования числовых символов, букв и символов разных видов письменности), которые позволяют привлечь внимание реципиента, передать максимум информации в пределах небольшого по объёму высказывания, показать дополнительные оценочные суждения и даже предопределить вектор интерпретации текста. Именно невербальная сторона текстового дизайна – цветовая палитра, размер шрифта, а также числовые символы, буквы и символы разных видов письменности – направлены на реализацию ряда функций заголовочных комплексов информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета»: аттрактивной, информативной, экспрессивной, эстетической и др.

Все компоненты заголовочного комплекса занимают определённое место в структуре заголовочного комплекса: они входят в медиатекст, но стоят на «выдвинутой», надтекстовой позиции, что и определяет их функции. Функциональные особенности заголовков и заголовочных комплексов находятся в фокусе внимания многих лингвистов (см. работы В. П. Вомперского, Б. А. Зильберта, Н. В. Иноземцевой, В. С. Мужева, В. Г. Костомарова, А. С. Некрасовой, Ж. А. Никифоровой, А. С. Попова, Г. Г. Хазагеров и др.). Мы придерживаемся подхода В. С. Мужева, согласно которому заголовки выполняют пять основных функций. К ним относятся номинативная, информативная (коммуникативная), разделительная, экспрессивно-апеллятивная, рекламная функции. Все функции заголовков находятся в тесном взаимодействии. При этом одна из функций занимает доминирующее положение, тогда как другие становятся второстепенными.

Заголовок направлен на то, чтобы назвать текст, дать установку на предмет мысли всего медиатекста, выступить в качестве знака, имени медиатекста. В этом случае заголовок как компонент заголовочного комплекса реализует номинативную функцию.

В заголовках, которые выступают первым элементом смысловой структуры медиатекстов, может, кроме названия публикации, кратко передаваться основное содержание материала, его главная мысль (это же назначение и у подзаголовков, и у лидов). В этом случае заголовок реализует информативную функцию, которая направлена на то, чтобы данный компонент заголовочного комплекса, во-первых, показал читателю сферу жизни, о которой будет говориться в медиатексте, и, во-вторых, сузил эту тему до конкретной проблемы и передал содержание медиатекста в сжатой форме.

В структуре интернет-издания «Российская газета» заголовочный комплекс графически отделяет один медиатекст от другого медиатекста – очерчивает их границы, тем самым выполняя разделительную функцию.

Данная функция реализуется благодаря неязыковым средствам: с помощью шрифтового варьирования, использования цветовой палитры и графических средств (числовых символов, букв и символов разных видов письменности). В интернет-издании «Российская газета» компоненты заголовочного комплекса подаются, как было сказано выше, разным размером и цветом шрифта. Так, тематическая рубрика – серый шрифт, при наведении на него курсора – оранжевый шрифт, 13,5 кегль; тематическая (тематические) подрубрика (подрубрики) – серый шрифт, 9 кегль; заголовок – чёрный полужирный шрифт, кегль которого варьируется от 22,5 до 34; подзаголовок – серый шрифт, 11,5 кегль; лид (вводка) – чёрный (возможен чёрный полужирный) шрифт, 13 кегль.

Экспрессивно-апеллятивная функция реализуется, когда по названию медиатекста читатель понимает отношение автора к сообщению.

Рекламная функция заголовочных комплексов заключается в привлечении внимания читателей к медиатексту. С целью реализации этой функции заголовки обладают такими характеристиками, как лаконичность, рациональность, с одной стороны, и содержательность, эмоциональность, яркость, – с другой.

Несмотря на то, что заголовочные комплексы и их компоненты структурно находятся вне текста и выделены графически, они образуют единое смысловое пространство, выступая полноправным компонентом медиатекста. Заголовочный комплекс очерчивает границы, отделяет один медиатекст от другого. Заголовок именует и характеризует медиатекст, прогнозирует его содержание и интерпретирует его, но в то же время обладает вместе с подзаголовком и лидом относительной автосемантической. Из этого следует и многообразие выполняемых заголовочными комплексами функций, то есть их полифункциональность, которая направлена на именование, характеристику текста, прогнозирование его содержания и интерпретацию.

Третья глава «Языковые особенности заголовочных комплексов информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета» посвящена описанию языковых средств, которые направлены на объективацию заложенной в заголовочных комплексах информации; выявлены лексико-стилистические средства, которые выступают маркерами интертекстуальности; проанализированы и расструктурированы аббревиатуры; описан широкий список синтаксических структур, используемых в заголовках интернет-издания «Российская газета».

Заголовочный комплекс современного медиатекста является открытым феноменом по отношению к обществу, культуре и другим текстам. Это обуславливает наличие в заголовочных комплексах различных форм интертекстуальности. Присутствие «чужих» текстов в виде цитат, аллюзий или реминисценций, является специфическим свойством заголовочных комплексов информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета». В ходе нашего исследования в составе 2580 анализируемых заголовочных комплексов

нами были выделены 1239 примеров использования интертекстуальности, что составило 48% от общего количества анализируемых единиц.

Цитатный материал в заголовочных комплексах информационных медиатекстов, как правило, представлен несколькими способами и встречается в 22% случаев. Один из них – прямое цитирование как дословное воспроизведение элементов чужого текста. Следующий – трансформированное цитирование, которое даёт отсылки к источнику информации с помощью языковых знаков *как считает, по мнению, по словам, говорят, назвал, сообщил* и др.

Особенностью использования цитат в составе анализируемых заголовочных комплексов является их маркированность, т. е. указание на авторство цитаты. Ср.: *Порошенко обратился к Зеленскому со словами об "эффекте кипящего котла"; Косачёв раскрыл, как Макрон своей беседой с Путиным "обошёл на повороте" Мерца*. В заголовочных комплексах кавычки могут опускаться, а прямая речь графически не выделяться из контекста. Например: *Путин назвал недостаточными нынешние зарплаты в студотрядах*.

Цитаты также могут быть немаркированными и выделяться кавычками без ссылки на авторство. Например: *Варшаву возмутило упоминание "польского концлагеря" в издании Ватикан*. Данный способ оформления вызван стремлением передать достоверную и объективную информацию, способствует реализации рекламной функции, направленной на привлечение внимание читателя к медиатексту.

Использование аллюзий в заголовках заголовочных комплексов рассчитано на возникновение у читателей ассоциативных подтекстов и встречается в 6% случаев. В таких компонентах заголовочных комплексов нет указания на конкретный факт или лицо, лишь содержится намёк на дополнительную информацию с целью акцентировать внимание, сделать заголовочный комплекс более ярким и запоминающимся. В качестве аллюзий могут использоваться фразеологические единицы в неизменном (*За семью печатями*) и трансформированном виде (*Атом раздора*), религиозные (*Медведев предсказал Украине судьбу Содома и Гоморры*), мифологические (*«Корабль-призрак» прибило к берегам Ирландии*), литературные аллюзии (*Тридцать пять кругов над адом*), отсылки к историческим понятиям и событиям (*Гауляйтер приехал в Киев: глава МИД Германии херр Вадефуль требует от Зеленского не прекращать*).

В заголовочных комплексах информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета» используются реминисценции (7%). С позиции структурного оформления реминисценции в рассматриваемых заголовочных комплексах могут быть трансформированными и нетрансформированными. Трансформация может быть представлена в виде замещения (*А ввоз уже не там*) или усечения (*Ты туда не ходи...*) компонента.

В заголовочные комплексы также включают прецедентные высказывания и тексты, восходящие к библейским сюжетам (*Океанолог Таврический: Рыбу*

Судного дня выбросило на берег из-за магнитной бури), произведениям устного народного творчества (*Как об стену горох*), художественной литературы (*Был ли «Бук»?*), а также к текстам песен (*Бойцы в белых халатах*), кинематографического дискурса (*Жильё строгого режима; Карантин строгого режима*) и телеискусства (*Пока не дома*).

Материал исследования позволил установить, что интертекстуальность используется для повышения объективности и достоверности публикаций, привлечения внимания, формирования эмоционально-экспрессивного фона.

В заголовочных комплексах «Российской газеты» широко представлены аббревиатуры (составляют 18% от общего количества анализируемых единиц). Это продиктовано как стремлением к краткости и экономии языковых средств, к компрессии медиатекста, так и необходимостью усиления их информативности и экспрессивности: аббревиатура выделяется среди других слов и привлекает внимание читателя. В анализируемых заголовочных комплексах используются буквенные аббревиатуры, представленные алфавитизмами (*РФ, РБ, РЖД, США, ЧП, СВО*) и акронимами (*ВОЗ, МИД, ЦИК*), которые составляют 65% и 35% от общего количества аббревиатур соответственно. Также используются графические сокращения. Считается, что они являются «промежуточным этапом освоения аббревиатур, перехода её в процессе лексикализации в слово»⁵. Поэтому мы, вслед за Д. И. Алексеевым, Л. Л. Касаткиной и др., относим графические сокращения к структурному типу аббревиатур. Например: *Уничтожена первая украинская буксируемая 155-мм гаубица "Богдана-БГ"*; *Кабмин выделит 1 млрд рублей на 13 новых кластеров в 13 регионах*; *Сильный ветер с порывами до 17 м/с ожидается в Москве с 3 по 5 мая*. В данных примерах использованы косолинейные (м/с) и нулевые (мм, млрд) сокращения. Они выполняют информативную, номинативную, компрессивную, аттрактивную функции.

Материал исследования позволяет заключить, что аббревиатуры в заголовочных комплексах направлены на то, чтобы достичь точности, строгости и однозначности информации, сохраняя при этом не только полноту изложения, лаконичность и компрессию при оформлении речи, но и создавая информационный фон вокруг освещаемых событий и, тем самым, способствуя более эффективному воздействию на адресата.

В современных массмедиа последовательно реализован синтаксический способ актуализации информации. В работе мы рассматриваем синтаксические структуры только ключевых компонентов заголовочных комплексов – заголовков – с учётом цели высказывания, эмоциональной окраски, наличия главных членов предложения и того, осложнённое или неосложнённое простое предложение. Синтаксические особенности других компонентов заголовочного комплекса (тематической рубрики, тематической подрубрики / тематических подрубрик, подзаголовка, лида) мы не описываем. Это обусловлено тем, что в условиях сетевой коммуникации заголовок – это единственный вербальный

⁵ Сафонова, Н. Н. Аббревиатуры и графические сокращения в естественной письменной речи горожан / Н. Н. Сафонова, Т. А. Ермаковская // Современное педагогическое образование. – 2019. – № 7. – С. 147.

знак, который видит читатель на странице интернет-издания, поэтому его синтаксические особенности, выступающие формальной стороной заголовков, играют в читательском выборе определяющую роль.

По цели высказывания в заголовках доминируют повествовательные предложения (82% от общего количества анализируемых единиц). Как отмечают О. А. Муллинова и Т. А. Муллинова, «их преобладание объясняется информативной функцией заголовка». Например: *Овечкин рад возможности снова сыграть в Москве*. В свою очередь, побудительные предложения (11%) направлены на реализацию рекламной функции, нацеленной на привлечение внимания читателей к медиатексту. Например: *На север!*. Использование в заголовках вопросительных предложений также привлекает внимание читателей экспрессией и прямой обращённостью к читателю, что позволяет создать иллюзию общения адресанта и адресата. При этом такие заголовки, как правило, содержат специальные и риторические вопросы. Ср.: *Что подарят за укол?; Кто стал победителем Фестиваля анимации и литературы "Пушкин. Михайловское"?*. И хотя такие конструкции в исследуемом интернет-издании немногочисленны (7%), они вовлекают читателя в коммуникацию, наталкивают его на поиск информации для ответа на вопрос.

По эмоциональной окраске в анализируемых заголовках доминируют невосклицательные предложения (98%). Это объясняется, на наш взгляд, общей экспрессивной сдержанностью информационных жанров журналистских текстов. Случаи использования восклицательных предложений в информационных медиатекстах интернет-издания «Российская газета» единичны. Например: *Честь имею!*

Материал исследования показал, что в заголовках информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета» используются как двусоставные, так и односоставные простые предложения. Двусоставные предложения являются более характерной структурой (78%). Они позволяют в полном объёме описать ситуацию, ставшую предметом новости. Односоставные предложения встречались лишь в 5% случаев.

Номинативный заголовок представляет собой односоставное предложение, в котором подлежащее выражается именительным падежом существительного или количественно-именным сочетанием. Например: *20 лучших добрых советских мультфильмов*. Такой тип заголовков является малочастотным для информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета» (1,25%), так как данная модель заголовка не обладает информационной насыщенностью.

Что касается неопределённо-личных предложений, то они последовательно используются в заголовках информационных медиатекстов анализируемого интернет-издания (2%). Например: *В Поморье построили межпоселковый газопровод и подключили к газу Архангельский ЦБК*. В такого типа заголовках основное внимание сосредоточено на каком-либо факте или событии.

Односоставные инфинитивные предложения также реализуются в заголовках (1%); в такого рода заголовках вербализован субъект действия, а форма глагола – носитель модальности: *Матвиенко: Безопасности и прогресса в мире не достигнуть действиями против РФ*.

В заголовках анализируемых медиатекстов также используются простые предложения, осложнённые обособленным определением и обособленными обстоятельствами с зависимыми словами. Например: *Танкист с позывным "Макс" взял в плен солдата ВСУ, одолев его в рукопашном бою*.

Спорадично (0,65% случаев) используются заголовки в виде односоставных безличных предложений (*Временную дамбу прорвало в Бурятии*). Заголовки, представленные односоставными определённо-личными и обобщённо-личными структурами в информационных медиатекстах интернет-издания «Российская газета» нами не выявлены.

Сложные, преимущественно сложноподчинённые с определительными, обстоятельственными и – реже – изъяснительными видами подчинительной связи, предложения также используются в качестве заголовков информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета» (1%). Они употребляются в тех случаях, когда необходимая информация, выносимая автором в заголовок, не укладывается в рамки монопредикативной конструкции. Как правило, используется не более одного придаточного предложения. Это может быть обусловлено таким важным свойством заголовка, как краткость и лаконичность. Синтаксически перегруженные заголовки, как известно, затрудняют восприятие текста.

В заголовках используются, хотя и спорадично, бессоюзные сложные предложения (0,6%). Например: *Беспорядки в США перекинулись на Сиэтл, полицию закидывают камнями*. Также могут использоваться несколько предложений: *Прощание с жизнью на воде. Начало счастливой жизни на суше обитателей джонок из провинции Фуцзянь*. Однако громоздкость сложных предложений в составе заголовков обуславливает их низкую частотность.

В заголовках информационных медиатекстов для синтаксического способа актуализации информации используется разговорно построенный синтаксис. Он реализуется в эллиптических и парцеллированных конструкциях (15%). Например: *На больших экранах Хаяо Миядзаки с его соседом Тоторо*. Популярность таких заголовков, которые не нуждаются ни в контексте, ни в ситуации, для того чтобы составить представление о действии или состоянии, может объясняться тем, что с их помощью успешно реализуется рекламная функция. При этом парцеллированные конструкции в заголовках информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета» характеризуются наличием нескольких интонационно-обособленных частей, которые отделяются друг от друга точкой или восклицательным знаком. Ср.: *Алло, Европа! Там тоже дети!*.

Итак, для заголовков информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газеты» характерны различные синтаксические структуры: простые и сложные предложения, а также эллиптические и парцеллированные конструкции. Отмеченные синтаксические особенности таких заголовков способствуют созданию лаконичного, информативно насыщенного, эксплицитно выраженного текста.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По итогам исследования мы пришли к следующим выводам.

1. Функционирующий в массмедийном пространстве медиадискурс, включающий такие компоненты коммуникации, как отправитель, получатель сообщения, канал, обратная связь, ситуация общения, контекст, и существующий в единстве с экстралингвистическими факторами, является многоуровневым коммуникативным произведением. Доминирующей формой реализации медиадискурса выступает медиатекст. Взгляды исследователей к определению границ понятия «медиатекст» позволяют считать, что современный медиатекст как ключевой компонент медиадискурса – это интегративный многоуровневый текст в глобальном пространстве коммуникации, который содержит разные семиотические коды (вербальные и невербальные), выступает креализованным, поликодовым медиапродуктом и функционирует в разных жанровых системах массмедиа.

2. Медиатекст, представляя собой «зонтичный» термин для всех типов текстов массовой коммуникации, включает журналистские, рекламные и PR-тексты. В журналистские медиатексты, используемые для оперативного распространения актуальных информационно-новостных сообщений, входит три традиционных жанровых группы – информационный, аналитический и художественно-публицистический медиатекст. Информационные жанры журналистских медиатекстов задействованы для оперативного и максимально объективного сообщения о каком-либо событии. К ним относятся находящиеся в центре нашего исследования информационная заметка, репортаж и информационное интервью. Перечисленные жанры отвечают основным жанрообразующим признакам новостной журналистики, обладают специфическими чертами, позволяющими передавать новость, воссоздавать события и освещать ситуацию.

3. Информационные жанры журналистских медиатекстов последовательно реализовываются в интернет-изданиях, которые понимаются как профессиональные веб-издания, выступающие гипертекстовыми интерактивными ресурсами и являющиеся частью глобального информационно-коммуникативного пространства. К ключевым функциональным чертам интернет-изданий принадлежат гипертекстуальность, интерактивность и мультимодальность. «Российская газета» как источник материала нашего исследования – это интернет-газета, которая представляет собой модифицированную версию печатного издания, так как, с одной стороны, объединяет черты традиционного печатного издания и, с другой стороны, благодаря цифровому каналу распространения информации, который охватывает широкий спектр технологий, обладает новыми функциональными и жанровыми характеристиками. Интернет-издание «Российская газета» отличается от своей печатной версии тем, что обладает особыми способами представления информации – гипертекстуальностью, интерактивностью и мультимодальностью.

4. Заголовочный комплекс информационных медиатекстов – это сложное по структуре многоуровневое образование, которое, согласно данным интернет-издания «Российская газета», включает тематическую рубрику, тематическую подрубрику / тематические подрубрики, заголовок, подзаголовок, лид (вводку). Заголовочный комплекс и его компоненты в структурном и содержательном плане связаны с основным текстом публикации и, вследствие пространственной отдалённости от озаглавливаемого медиатекста и графическому выделению, структурно сохраняют определённую самостоятельность относительно самого медиатекста. При всей своей структурной автономности компоненты заголовочного комплекса неразрывно связаны между собой, являясь единым функциональным целым.

5. Заголовок как ключевой компонент заголовочного комплекса имеет свою специфичную для информационных медиатекстов типологию, основанную на принципе информационной составляющей интернет-издания «Российская газета». Заголовки информационных медиатекстов (в информационной заметке, репортаже и информационном интервью) представлены (1) заголовками-сообщениями, предназначенными для наименования события, освещаемого в тексте публикации, и содержащими законченную мысль (составляют 47% из общего количества анализируемых заголовков); (2) заголовками-цитатами, использующими прямое или косвенное цитирование с указанием или без указания источника (22%); (3) заголовками-резюме, заключающими в ироничной или игровой форме комментирование, оценку какой-либо новости (13%); (4) заголовками-парадоксами, суть которых состоит в наличии интриги и сенсации (10%); (5) заголовками-вопросами (7%). Заголовки-обращения, заголовки-призывы, заголовки-восклицания и игровые заголовки, в которых используются восклицательные и призывные структуры и которые традиционно выделяют лингвисты, для информационных жанров медиатекстов (информационной заметки, репортажа и информационного интервью) интернет-издания «Российская газета» не типичны, что обусловлено официальным статусом анализируемого медиа-ресурса, учреждённого Правительством Российской Федерации, нормативностью публикуемых в нём материалов и эксплицитностью содержания.

6. В информационных медиатекстах интернет-издания «Российская газета» заголовочный комплекс с входящим в него заголовком является поликодовым текстом, который понимается как сложное текстовое образование, в котором в едином графическом и смысловом пространстве взаимодействуют его гетерогенные составляющие (вербальные и невербальные) и в котором вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое. Включение в текст элементов разных знаковых систем, иллюстрирующих установку на смешение кодов, нацелено на передачу целостной по смыслу информации. Поликодовость реализуется благодаря использованию в заголовочных комплексах (наряду со средствами русского языка и русской письменности) разной цветовой палитры, изменяющегося размера шрифта и разнообразных

графических средств (числовых символов, букв и символов разных видов письменности), которые направлены на привлечение внимания читателя, нацелены на передачу информации в пределах небольшого по объёму высказывания и на демонстрацию дополнительных оценочных суждений и смыслов, которые предопределяют вектор интерпретации медиатекста. В поликодовом заголовочном комплексе информационного медиатекста данные средства (цветовая палитра, размер шрифта, числовые символы, буквы и символы разных видов письменности) реализуют следующие основные функции: аттрактивную (привлечь внимание адресата, участвовать в организации визуального восприятия текста); информативную (передавать определённую информацию); экспрессивную (выражать чувства адресанта и воздействовать на эмоции адресата); эстетическую (воздействовать на эстетические чувства адресата).

Компоненты заголовочных комплексов информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета» также имеют своё функциональное назначение и роль. Заголовочные комплексы анализируемых медиатекстов передают номинативную, информативную, разделительную, экспрессивно-апеллятивную и рекламную функции, которые тесно связаны между собой. Одна из функций, как правило, доминирует, в то время как другие занимают второстепенное место. В результате широкого списка выполняемых функций, а значит и полифункциональности заголовочных комплексов, медиатексту присваивается имя (в виде заголовка); даются отображённые в заголовке, подзаголовке, лиде (вводке) ключевые характеристики описываемой в информационном медиатексте новости; прогнозируется в тематической рубрике, тематической подрубрике / подрубриках тематика публикации; интерпретируется в заголовке, подзаголовке, лиде (вводке) её содержание.

7. В заголовочных комплексах информационных медиатекстов используются различные языковые средства объективации информации. К таким языковым средствам относится последовательное использование лексико-стилистических средств в виде различных форм интертекстуальности – цитаций (высказываний, в том числе прецедентных, известных политиков, общественных деятелей, представителей культуры), аллюзий и реминисценций (на мифологические и литературные произведения и их персонажи, библейские сюжеты, исторические понятия и события, песенное творчество, кинематографические тексты и тексты из области телеискусства). Эти интертекстуальные элементы встречаются в 48% анализируемых заголовочных комплексов.

К языковым средствам, задействованным в заголовочных комплексах информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета», относятся аббревиатуры и определённые синтаксические структуры. Благодаря аббревиатурам достигается точность и однозначность информации, лаконичность и компрессивность при оформлении речевого произведения. Они встречаются в 18% анализируемых заголовочных комплексов.

Различные синтаксические структуры – осложнённые и неосложнённые простые и сложные предложения, эллиптические и парцеллированные конструкции – последовательно представлены в анализируемых заголовочных комплексах информационных медиатекстов. Широкий спектр синтаксических структур вызван назначением заголовочных комплексов информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета» – передать максимально полную, точную, достоверную и эксплицитно выраженную новость в лаконичной форме.

Таким образом, лексико-стилистические средства, аббревиатуры и синтаксические структуры, задействованные в заголовочных комплексах современных информационных медиатекстов интернет-издания «Российская газета», направлены на передачу объективной, достоверной и верифицируемой информации.

Итак, данное исследование позволило на материале интернет-издания «Российская газета» определить объём понятия «заголовочный комплекс информационных медиатекстов современных интернет-изданий», описать роль и место данного феномена в информационном медиатексте, выявить его структурные, лексико-стилистические, синтаксические и функциональные характеристики. Перспективой настоящего исследования является более предметное рассмотрение структурных, лексико-стилистических, синтаксических и функциональных особенностей каждого информационного жанра журналистских медиатекстов – информационной заметки, репортажа и информационного интервью. Не менее перспективным, на наш взгляд, является изучение типологических черт информационных жанров журналистских медиатекстов, что может быть предпринято на материале ряда современных интернет-изданий. Перспективным также считаем более предметное описание структурных, лексико-стилистических, синтаксических и функциональных особенностей каждого компонента заголовочного комплекса информационных медиатекстов, что не представилось возможным сделать в настоящем исследовании ввиду ограниченного объема работы.

Список работ, опубликованных автором по теме диссертации

Статья в научном издании, рекомендованном ВАК при Минобрнауки России

1. Авксентьева, А. М. Синтаксический способ актуализации информации в заголовочных комплексах интернет-издания «Российская газета»: формально-грамматический аспект / А. М. Авксентьева // Филология: научные исследования. – 2026. – № 7. – С. 92-107.

Статьи в научных изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки ДНР

2. Авксентьева, А. М. Синтаксические особенности заголовков современных масс-медиа: функциональный аспект / А. М. Авксентьева // Восточнославянская филология. Языкознание. – 2024. – № 17(43). – С. 150-158.

3. Авксентьева, А. М. Интертекстуальность в заголовочных комплексах современных масс-медийных интернет-ресурсов / А. М. Авксентьева // Вестник Донецкого национального университета. Серия Д: Филология и психология. – 2020. – № 2. – С. 73-78.

4. Авксентьева, А. М. Заголовочный комплекс как семиотически неоднородный текст / А. М. Авксентьева // Восточнославянская филология. Языкознание. – 2019. – № 8(34). – С. 114-119.

5. Авксентьева, А. М. Типология лидов в масс-медийном дискурсе: структурно-семантический аспект (на материале интернет-версии газеты "The Guardian") / А. М. Авксентьева // Восточнославянская филология. Языкознание. – 2018. – № 6(32). – С. 98-103.

6. Авксентьева, А. М. Использование грамматических форм и конструкций в заголовках интернет-версии газеты "The Guardian" / А. М. Авксентьева // Восточнославянская филология. Языкознание. – 2017. – № 4(30). – С. 166-172.

Работы, опубликованные в других научных изданиях:

7. Авксентьева, А. М. Использование аббревиатур в составе заголовочных комплексов информационных медиатекстов (на примере интернет-издания «Российская газета») / А. М. Авксентьева // Информация и общество: тезисы докладов Межрегиональной научно-практической конференции с международным участием молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов (15-16 апреля 2026 г.) / Редкол.: А. Г. Шилина, О. А. Субботина, Е. В. Вовк. – Симферополь: КФУ имени В. И. Вернадского; ИММиД, 2026. – С. 46-47.

8. Авксентьева, А. М. Заголовок-парадокс как средство эмоционального воздействия / А. М. Авксентьева // Романо-германские языки: интеграция методики преподавания и филологии : Материалы X Всероссийской очно-заочной научно-практической конференции, Горловка, 05 декабря 2025 года. – Горловка: Донецкий государственный педагогический университет им. В. Шаталова, 2025. – С. 3-4.

9. Авксентьева, А. М. Жанровая система и особенности ее реализации в современных медиатекстах / А. М. Авксентьева // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура : сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. РУДН, 24–25 апреля 2025 г. – Москва : РУДН, 2025. – С. 10-15.

10. Авксентьева, А. М. Жанровая система современных медиатекстов / А. М. Авксентьева // Язык и коммуникация: функционально-семантический, когнитивный и лингводидактический аспекты: материалы VI Межрегиональной очно-заочной науч.-практ. конф. с межд. уч. (13 декабря 2024 г.) – Горловка : Изд-во ФГБОУ ВО «ДГПУ им. В. Шаталова», 2024. – С. 3-5.

11. Авксентьева, А. М. Особенности употребления синтаксических конструкций в заголовочных комплексах «Российской Газеты» / А. М. Авксентьева // Романо-германские языки: интеграция методики преподавания и филологии : Материалы VI Международной очно-заочной научно-практической конференции, Горловка, 03 декабря 2021 года. – Горловка: Горловский институт иностранных языков, 2021. – С. 8-11.

12. Авксентьева, А. М. Роль аббревиации в заголовочных комплексах современных масс-медиа / А. М. Авксентьева // Славистика: новые имена в науке : сб. науч. тр. по материалам IV Межд. очно-заочной науч.-практ. конф. молодых учёных (03 декабря 2020 г.). / ГОУ ВПО «Горловский ин-т иностр. языков» ; Редкол. : И. А. Герасименко (гл. ред.) и др. – Горловка : Изд-во ГОУ ВПО «ГИИЯ», 2021. – С. 3-6.

13. Авксентьева, А. М. Использование цитат в заголовочных комплексах современных масс-медийных интернет-ресурсов / А. М. Авксентьева // Дискурс современного социально-гуманитарного знания и образования: материалы V Международной очно-заочной науч.-практ. конф (12–14 февраля 2020 г.) – г. Луганск. – Изд-во ЛНУ им. В. Даля, 2020. – С. 76-78.

14. Авксентьева, А. М. Цитирования как форма проявления интертекстуальности в заголовочных комплексах масс-медиа / А. М. Авксентьева // Университетская клиника : материалы VI Межд. мед. форума Донбасса «Наука побеждать ... болезнь» (12-13 ноября 2020 г.). – Донецк : Изд-во ГОУ ВПО ДОННМУ им. М. Горького», 2020. – С. 7-8.

15. Авксентьева, А. М. Функциональный аспект использования аббревиатур в заголовочных комплексах современных англоязычных масс-медиа / А. М. Авксентьева // Романо-германские языки: интеграция методики преподавания и филологии : материалы V Межд. оч.-заоч. науч.-практ. конф. (04 декабря 2020 г.). – Горловка : Изд-во ГОУ ВПО «ГИИЯ», 2020. – С. 3-5.

16. Авксентьева, А. М. Заголовочный комплекс в структуре масс-медийного текста (на примере интернет-версии "Российской газеты") / А. М. Авксентьева // Актуальные проблемы современного языкознания и методики преподавания языка : Сборник материалов Международной научно-практической конференции, посвящённой 120-летию со дня рождения профессора Ивана Александровича Фигуровского, Елец, 20–21 сентября 2019

года. – Елец: Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина, 2019. – С. 148-151.

17. Авксентьева, А. М. К вопросу о дифференциации понятий медиадискурс и медиатекст / А. М. Авксентьева // Романо-германские языки: интеграция методики преподавания и филологии : материалы IV Международной. очно-заочной науч.-практ. конф., приуроченной к 70-летию Горловского института иностранных языков (06 декабря 2019 г.) – Горловка : Изд-во ГОУ ВПО «ГИИЯ», 2019. – С. 3-5.

18. Авксентьева, А. М. Место современного медиатекста в триаде текст-дискурс-стиль / А. М. Авксентьева // Славистика: новые имена в науке : сб. науч. тр. по материалам III Межд. очно-заочной науч.-практ. конф. молодых учёных, приуроченной к 70-летию Горловского института иностранных языков (05 декабря 2019 г.). – Горловка : Изд-во ГОУ ВПО «ГИИЯ», 2019. – С. 3-7.

АВКСЕНТЬЕВА Анжелика Муллануровна
Заголовочный комплекс информационных медиатекстов:
лексико-стилистический, синтаксический и функциональный аспекты
(на материале интернет-издания «Российская газета»)

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Подписано к изданию 22.09.2026 г.
Формат 60x84/16. Бумага 80 г/м²
Усл. печ. л. –1,95. Уч.-изд. л. – 1,62.
Тираж 100 экз. Зак. № 152.

Издательство ФГБОУ ВО «Донецкий государственный
педагогический университет им. В. Шаталова»
Справка ГЛАВСТАТА ДНР Серия АА № 08-22/1277 от 05.03.2020
284626, ДНР, г. о. Горловка г. Горловка, ул. Рудакова, 25