

*На правах рукописи*

**ПЭЙ Шосин**

**ЗАГОЛОВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС:  
СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ  
И ДИСКУРСИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ  
ОСОБЕННОСТИ (НА МАТЕРИАЛЕ  
ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ)**



5.9.5. Русский язык. Языки народов России

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Волгоград – 2025

Работа выполнена в Федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Южный федеральный университет».

Научный руководитель – *Ильясова Светлана Васильевна*, доктор филологических наук, профессор.

Официальные оппоненты: *Клушина Наталья Ивановна*, доктор филологических наук, профессор (ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова», профессор кафедры стилистики русского языка);

*Беданокова Зулейхан Кимовна*, доктор филологических наук, доцент (ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет», заведующий кафедрой русского языка).

Ведущая организация – ФГАОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет».

Защита состоится 3 декабря 2025 г. в 10:00 час. на заседании диссертационного совета 33.2.007.03 в ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет» по адресу: 400005, г. Волгоград, пр-кт им. В. И. Ленина, 27.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке и на сайте Волгоградского государственного социально-педагогического университета: <http://www.vspu.ru>.

Автореферат разослан 15 октября 2025 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
доктор филологических наук,  
профессор



Шацкая Марина Федоровна

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Современное общество осознанно или неосознанно погружается в потоки информации, которые сопровождают каждого человека во всех сферах его деятельности. Влияя на массового адресата, медиасреда формирует определенные ценностные ориентиры, показывая достоинства и недостатки тех или иных реалий, событий и ситуаций не как объективный факт, а через призму восприятия автора медийного сообщения с учетом конкретных задач, поставленных перед ним. Наиболее убедительно данный тезис подтверждается при апеллировании к заголовкам публикаций, размещенных в интернет-изданиях. Такие конструкции не просто содержат информацию (или намек на информацию) о содержании всей публикации, но и призваны привлечь внимание читателя, посредством слова или конструкции поставить определенный акцент на том, в каком векторе и с какой коннотацией будет описана и интерпретирована информация, о которой пойдет речь в той или иной публикации.

**Актуальность** данного исследования определяется тем, что в нем на примере русскоязычных интернет-изданий 2020–2024 гг. устанавливаются структурно-функциональные и дискурсивно-прагматические особенности заголовочного комплекса с опорой на лингвистические и экстралингвистические факторы. Именно комплексный анализ составляющих медиапространства позволяет с максимальной глубиной и полнотой проанализировать манипулятивные особенности заголовочных комплексов современных СМИ как печатного, так и электронного формата, сформировать гипотезу адресата с опорой на его потенциальную реакцию в контексте определенного информационного повода.

**Объектом** исследования являются заголовочные комплексы как необходимая составляющая интернет-изданий.

**Предмет** диссертационной работы – языковые особенности реализации заголовочных комплексов в электронных СМИ 2020–2024 гг.

**Целью** работы является установление структурно-функциональных и дискурсивно-прагматических особенностей заголовочных комплексов в интернет-изданиях 2020–2024 гг. с учетом лингвистических и экстралингвистических факторов.

Поставленная цель определила необходимость поэтапного решения следующих **задач**:

1) проанализировать этапы становления терминов «заголовок» и «заголовочный комплекс» в гуманитарных исследованиях, выявить

особенности современной интерпретации данных терминов и смежных с ними категорий;

2) установить и охарактеризовать структуру заголовочного комплекса, проследить специфику взаимодействия заголовочного комплекса и непосредственно текста с учетом как лингвистических, так и экстралингвистических характеристик;

3) охарактеризовать методы и приемы исследования заголовочного комплекса в актуальных печатных и электронных изданиях, определить специфику применимой для диссертационного исследования методологии;

4) выявить национально-культурные особенности заголовочного комплекса в современных медиатекстах с опорой на национально-маркированную лексику и идиоматический фонд русского языка;

5) интерпретировать семантико-прагматические особенности образных средств, лежащих в основе моделирования заголовочного комплекса.

**Гипотеза исследования** заключается в том, что заголовочные комплексы в печатных и электронных СМИ 2020–2024 гг. представляют собой динамичную систему, не только интегрирующую определенный корпус языковых фактов, но и реагирующую на происходящие социально-политические и культурные изменения. Манипулятивный характер заголовочных комплексов предопределяет их системное изучение в контексте неразрывной триады «язык – общество – культура» с учетом как языковых особенностей того или иного языкового сообщества, так и контекста ситуации, в рамках которой формируется тот или иной текст, и информации, которую он представляет массовому читателю.

**Материалом исследования** послужила авторская картотека, насчитывающая более 2000 языковых фактов – заголовочных комплексов, отобранных из представленных выше источников методом сплошной выборки. Собранный материал позволяет, с одной стороны, обозначить и описать ценностные ориентиры современного общества, с другой – установить и охарактеризовать особенности языкового моделирования привлекательного для массового читателя заголовка, достигающего поставленных журналистом прагматических целей. **Источниками** исследования стали русскоязычные медиатексты печатного и электронного характера за период с 2020 по 2024 г., отражающие различные сферы жизни современного общества. Возросшая значимость

интернет-ресурсов определила также необходимость обращения к различным телеграм-каналам, в частности, в объем фактического материала вошли примеры, источниками которых были государственные и региональные газеты и журналы (полный перечень представлен в диссертационном исследовании), а также телеграм-каналы *Царьград*, *Абзац*, *Голованов*, *Мир сегодня с Юрием Подолякой*, *Старше Эдды*, *RT на русском*, *Карнаухов*, *Гаспарян*, *Kotsnews*, *Дмитрий Медведев*, *Соловьев LIVE*, *Дмитрий Никотин* и др. Данные каналы отражают ключевые социополитические и культурные события РФ, а также транслируют позиции, убеждения и идеи лидеров общественного мнения.

**Методологическая база исследования** включает широкий перечень методов и приемов, актуальных при исследовании прагматического потенциала языковых фактов. Наиболее ценными для диссертационного исследования являются: описательный метод, компонентный семантический анализ, структурно-семантическое моделирование, контекстуальный анализ, лингвопрагматический анализ, элементы количественного анализа. Комплекс обозначенных методов помог систематизировать и анализировать собранный материал. При формировании корпуса исследовательских данных также использовался метод сплошной выборки. Собранная выборка заголовочных комплексов вместе с соответствующими текстами была подвергнута контент-анализу. Кроме указанных методов, в процессе исследования применялись методы структурно-семантического и семантико-стилистического анализа, которые позволили осуществить детальное и всестороннее исследование структурных, семантических, стилистических и функциональных особенностей заголовочных комплексов, а также выявить их прагматическую направленность и особенности влияния на массового адресата.

**Новизна исследования** определяется тем, что в нем впервые проведен комплексный и системный анализ понятия «заголовочный комплекс» через призму широкого спектра лингвистических и экстралингвистических аспектов: структурного, функционального, прагматического, национально-культурного. Диссертационное исследование направлено на выявление наиболее продуктивных образов «своего» и «чужого» в свете современных социополитических реалий, кроме того, в работе показана специфика создания оппозиции *свой / чужой* на разных языковых уровнях (лексическом и морфологическом). Установлены и охарактеризованы окказиональные единицы как основа языковой игры

в заголовочных комплексах, доказана связь появления новых языковых единиц с экстралингвистическими факторами.

**Теоретико-методологической базой исследования** послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные следующим актуальным для диссертационного исследования вопросам:

– языковые особенности печатных и электронных медиатекстов (исследования А. А. Грабельникова (2008), С. В. Гуськова (2007), Т. Г. Добросклонской (2014), Е. Г. Дьякова (1999), Я. Н. Засурского (2004), Н. И. Игнатова (2007), М. Ю. Казака (2012), А. Г. Киселева (2011), Л. П. Крысина (2008), Г. Я. Солганика (2008), С. И. Сметаниной (2002), Ю. А. Сорокина (2004), А. А. Тертычного (2000), Ю. В. Трубниковой (2010) и др.);

– структурно-прагматическая специфика заголовочного комплекса (работы Л. Д. Бабаковой (2018), Д. Н. Болотновой (2020), С. В. Ильясовой (2020), Л. Г. Кайда (2011), Н. И. Клушиной (2003), О. В. Николенко (2017), Г. И. Мясищева (2021), Л. В. Рацибурской (2022), П. И. Фёдорова (2020) и др.);

– национально-культурные характеристики языка СМИ (исследования Н. Д. Арутюновой (1991), А. Вежицкой (1997), В. В. Воробьева (1997), И. В. Карасика (2008), В. В. Колесова (2002), Ю. Н. Кольцова (2000), В. Г. Костомарова (2009), С. Г. Тер-Минасовой (2000), Т. Б. Рабиля (2012), Ю. С. Степанова (2001), И. А. Стернина (2001) и др.);

– особенности языкового манипулирования (труды В. М. Аврасина (2004), Т. Н. Алексеевой (2019), А. Г. Баранова (2008), В. В. Беденко (2008), О. И. Богословской (2008), Е. Г. Борисовой (1999), О. Н. Быковой (1990), А. А. Волкова (2008), Е. В. Гориной (2016), Б. А. Грушина (2006), В. З. Демьянкова (2001), М. Е. Засориной (2009), Д. В. Кузнецова (2008), С. Г. Машковой (2006) и др.).

**Теоретическая значимость** работы заключается в перспективе использования ее результатов и выводов для дальнейшего изучения особенностей языкового моделирования виртуального медиaprостранства и его манипулятивного потенциала. Полученные теоретические разработки могут быть спроецированы на изучение заголовочных комплексов широкого спектра медийных текстов, отражающих социополитические, экономические, культурные, спортивные и иные проблемы в РФ и за ее пределами.

**Практическая значимость** диссертационного исследования определяется возможностью применения полученных результатов в вузов-

ской программе на курсах, связанных с актуальными особенностями медиатекстов, спецификой языкового манипулирования, национально-культурными характеристиками интернет-изданий, семантикой и прагматикой языковых единиц, реализованных в медиасреде на уровне вторичной номинации.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. При реализации в современном медиапространстве заголовочный комплекс представляет собой текстовую категорию, аккумулирующую как лингвистические, так и экстралингвистические факторы. Комплексный анализ заголовка представляется возможным при учете специфики отражаемой ситуации, фактора адресата и манипулятивных стратегий и тактик адресанта.

2. Манипулятивный характер актуальных медиатекстов лежит в основе функционально-прагматических особенностей заголовка, являющегося центральной точкой манипулирования массовым адресатом. Широкий спектр языковых средств, определяющих успешность заголовочного комплекса, опирается преимущественно на языковые единицы образной системы, представленные на уровне вторичной номинации и коррелирующие с системой ценностей массовой аудитории.

3. В основе заголовочного комплекса, направленного на манипулирование массовым адресатом, лежат, главным образом, языковые факты, построенные с опорой на языковую игру и прецедентные феномены, кодирующие текстовую информацию посредством узнаваемых в обществе языковых фактов и апеллирующие к фоновым знаниям массового адресата.

4. Наиболее востребованными сферами-источниками, лежащими в основе метафорического моделирования заголовочного комплекса, являются история и литература, что обусловлено широким спектром ценностных характеристик, привнесенных в национальное сознание посредством данных сфер.

**Достоверность результатов** исследования подтверждается значительным корпусом исследованных языковых фактов (более 2000 языковых единиц) и применением адекватных методов и приемов анализа составляющих заголовков и заголовочных комплексов как элементов лингвистического осмысления.

**Апробация исследования.** Основные положения диссертационного исследования были изложены автором в докладах на научных конференциях различного уровня. По теме исследования опубликовано 9 на-

учных работ (4,0 п. л.), в том числе 3 статьи в журналах, рекомендованных ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ. Автор принимал участие в следующих научных конференциях: XII Международная научная конференция «Проблемы общей и региональной ономастики» (Майкоп, 2021); VII Международная научно-практическая конференция «Теоретические и практические проблемы развития современной гуманитарной науки» (Уфа, 2022); IV Международная научная конференция «Язык, культура, ментальность: проблемы и перспективы филологических исследований» (Курск, 2022); VIII Международная научно-практическая конференция «Теоретические и практические проблемы развития современной гуманитарной науки» (Уфа, 2022); XXXIV Международная научно-практическая конференция «Наука в современном информационном обществе» (Бенгалуру, Индия, 2024); XX Всероссийская научно-практическая конференция молодых ученых с международным участием «Актуальные проблемы русского языка и методики его преподавания: традиции и инновации» (Москва, 2024).

**Структура диссертации** обусловлена целью, задачами, направленностью исследования и включает введение, три главы с выводами по каждой, заключение, список использованной литературы (236 наименований), список источников фактического материала (электронные версии газет и журналов – 20 наименований) и список телеграм-каналов (27 наименований). Общий объем диссертации составил 151 страницу. Текст содержит 3 рисунка.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обоснованы тема и актуальность диссертационного исследования, определены его объект, предмет, цель и задачи, а также гипотеза работы, положения, выносимые на защиту, описаны научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы.

В **главе 1** «Лингвистические основы изучения заголовочного комплекса в диахронии и синхронии» проводится анализ заголовочного комплекса как центрального элемента структуры газетной статьи, выявляется его функционально-семантический потенциал и даются стилистические характеристики, описываются этапы становления заголовочного комплекса как составляющей новостного текста.

Динамический характер современной публицистики придает заголовочному комплексу все большее значение, поскольку именно он вы-



полняет ключевую задачу современной публицистики – манипулирование сознанием массового адресата. От того, насколько привлекательным будет заголовок, во многом зависит объем целевой аудитории, ее желание (или нежелание) продолжить знакомство с данной статьей или в целом с медийным изданием. В XXI веке полифония функций заголовочных комплексов, включающая, согласно научным исследованиям XX века, номинативную, информативную, графически-выделительную, оценочно-экспрессивную, рекламную, композиционную, интегративную функции, не просто расширяется посредством добавления манипулятивной функции, но и предполагает необходимость их тесного взаимодействия и взаимопроникновения, что приводит к интертекстуальному характеру современных заголовков, возможности их использования в качестве определенного шифра для разгадывания потенциального содержания рекламного текста. Таким образом, заголовок, несущий, прежде всего, информативную функцию, зачастую трансформируется в заголовочный комплекс, который представляет собой не линейную и однородную, а многокомпонентную структуру, не только предваряющую текст публикации, но и органически связанную с основным текстом как содержательно, так и концептуально, несущую ключевой смысл статьи не только на уровне текста, но и (что важно) на уровне подтекста.

Имплицитное манипулирование массовым адресатом, бесспорно, не ограничивается воздействием на существующие у отдельного индивида или целого сообщества стереотипы, но характеризуется способностью формирования новых стереотипов, не характерных в том или ином лингвокультурном поле. Особенно актуальным данный тезис становится в эпоху межгосударственных конфликтов, при поляризации ценностей, кардинальных отличиях в интерпретации той или иной социополитической ситуации. Период с 2022 г. по настоящее время характеризуется для России значительными геополитическими изменениями и усилением информационной войны. За это время страна пережила множество конфликтов, риторических и военных разногласий, санкций и трансформаций внешнеполитической ситуации. Такие события обусловили необходимость активного формирования определенного нарратива, ориентированного как на внутреннюю аудиторию, так и на международное сообщество. Интернет-медиа с их уникальным сочетанием скорости распространения информации и отсутствием жесткой модерации стали ключевым инструментом в этом процес-

се, предоставляя площадку для выражения различных точек зрения и борьбы за умы. Речь в таком случае идет не просто о фиксации определенных фактов или событий, а, главным образом, о раскрытии тех глубинных механизмов, которые лежат в основе конструирования позитивного или негативного представления о стране, ее истории, культуре и политике. Важно понимать, что образы, транслируемые в электронных медиа, оказывают непосредственное влияние на формирование общественного мнения, определение политических приоритетов и формирование внешней политики. Уровень доверия к определенным медиаресурсам как к «третьей власти» во многом определяет и уровень доверия к самой власти, ее непосредственным действиям и оценке этих действий самим обществом, а также уровень доверия к ее внешнеполитическому курсу. Таким образом, можно заключить, что современный медиатекст, представленный как в традиционной форме, так и на цифровых платформах, приобретает новые характеристики, обусловленные новой миссией медиапродукта при формировании картины мира массового читателя.

Представляя собой основу языкового манипулирования массовым адресатом, заголовочные комплексы вбирают в себя языковые знания широкой и разнообразной целевой аудитории, характеризующейся, с одной стороны, большим количеством общих черт; с другой – разнообразием дифференциальных признаков (национально-культурные особенности, возраст, пол, социальный статус и т. д.). Результаты диссертационного исследования демонстрируют, что заголовочный комплекс решает не только задачу информирования, но и широкий спектр иных задач, прямо или косвенно связанных с формированием общественного мнения, манипулированием общественным сознанием, навязыванием приоритетной для адресанта точки зрения. Он напрямую зависит от национально-культурных особенностей и тех реалий, которые актуальны на сегодняшний день для общества и государства, от особенностей коммуникативной среды, системы ценностей и приоритетов. Являясь важным источником формирования картины мира как отдельно взятой личности, так и общества в целом, авторы заголовочных комплексов зачастую учитывают те актуальные события, которые оказывают на общественное сознание наиболее сильное влияние. Современные реалии обуславливают необходимость расширения функционального потенциала заголовочных комплексов. Так, наряду с их традиционными функциями «доцифровой эпохи» (номинативной, ин-

формативной, графически-выделительной, оценочно-экспрессивной, рекламной, композиционной, интегративной) можно говорить об интертекстуальном характере современных заголовков, возможности их использования в качестве определенного шифра для разгадывания потенциального содержания следующего после заголовка текста.

Проведенный анализ научной теоретической литературы и фактического материала позволяет сделать вывод о том, что значимость представленных функций не является универсальной и напрямую зависит от направленности медийного издания. Информативная функция заголовка, доминирующая в современном медиаполе, определяется необходимостью быстрого получения объективной информации. Широкое разнообразие медийных изданий общественно-политического характера обуславливает поиск возможностей расширения потенциальной целевой аудитории, формирование наиболее удачного языкового инструментария и прагматических установок автора-журналиста. В работе доказано, что в общественно-политических СМИ центральное место занимают номинативная и рекламная функции, привлекающие массового читателя.

Анализ теоретической части исследования привел к выводу о том, что в современном медиаполе важную роль играет обращение к культурному фону массового читателя, его национальному опыту и системе ценностей. При этом безусловной представляется необходимость обращения к комплексной характеристике заголовков как при их формировании (уровень компетенции адресанта сообщения), так и при интерпретации, включающей широкий спектр лингвокультурных характеристик (непосредственное восприятие текста со стороны адресата). Именно комплексный подход к исследованию заголовочных комплексов позволил выделить национально-культурные особенности заголовочного комплекса в современных медиатекстах.

**Глава 2** «Семантико-прагматический потенциал заголовочного комплекса как компонента газетного текста» посвящена анализу семантико-прагматических особенностей газетных заголовков в современном медиaprостранстве. Заголовочный комплекс не является лингвистической универсалией и напрямую зависит от особенностей языка и культуры того или иного народа, его системы ценностей и приоритетов, всего комплекса экстралингвистических факторов, влияющих на особенности восприятия информации и выбора из общего информационного потока тех знаний, которые будут наиболее интересны и востребова-

ны, привлекут внимание массового адресата. Бесспорным представляется тот факт, что в эпоху конфликтов и противостояний высокую значимость на экстралингвистическом и лингвистическом уровнях приобретает система оппозиций, эксплицирующая ценности и приоритеты того или иного языкового и культурного сообщества. Образы, организующие ту или иную оппозицию, могут противопоставляться не только в пределах одного семантического целого (предложения или текста), но и на уровне «экстратекста» (в данной работе совокупности заголовков). Это связано с тем, что осмысление объекта как «своего» невозможно на уровне небольшого контекста / заглавия, необходимо учитывать уровень самосознания читателя, его самоопределения в составе какой-либо группы (по национальному, религиозному, территориальному или иному признаку).

При всем многообразии оппозиций, формирующих заголовочные комплексы современных медиатекстов, наиболее частотной представляется оппозиция «свой – чужой», что, безусловно, определяется современными социополитическими реалиями и необходимостью для отдельной личности и всего общества в целом четко ориентироваться в том пространстве, которое его окружает. Оппозиция «свой – чужой» проявляет себя во многих отношениях: кровнородственных (свой / чужой род, семья, клан), этнических (свое / чужое племя, народность, нация), языковых (свой, родной / чужой иностранный язык, говор, диалект), конфессиональных (своя / чужая вера, религия), социальных (свое / чужое сословие, коллектив, сообщество) и т. д.

Языковые средства, реализующие репрезентирующую функцию, позволяют назвать объект «своим» или «чужим» или отмечают характер отношений между «своим» и «чужим». При этом, как показывают полученные данные, контраст реализуется на различных уровнях языка: в частности, в настоящей работе представлена классификация языковых средств, репрезентирующих оппозицию «свой – чужой» на лексическом и морфологическом уровнях.

Проведенный в исследовании анализ позволил сделать вывод о том, что мир «своего» характеризуется определенным набором качеств, «чужое» обладает качествами, неприемлемыми для «своего». Показательным для современного медиадискурса является тот факт, что противопоставление «свой – чужие» создается не столько на основе объективных данных, сколько на субъективном мироощущении. При этом бесспорным является то, что оппозиция «свой – чужой» находится в тес-

ной связи с самосознанием этноса и его стереотипом поведения. Отношения между «своими» носят довольно рутинный, но стабильный характер; сообщество «своих» отличается невысокой критичностью по отношению к себе. «Чужие» часто оцениваются негативно, подвергаются стереотипизации: *Чужая боль не болит: кто ответит за Севастополь* (Царьград, 23.06.2024); *Поправки в Конституцию о государствообразующем народе обозначат особую ответственность за свое государство* (Известия, 05.03.2020).

Для репрезентации группы «своих» / «чужих» используются следующие лексические средства: группа «своих» (лексема СВОЁ, топонимы Россия, Донбасс, Крым и т. д.); группа «чужих» (лексема ЧУЖОЕ, топонимы США, Европа, Украина, лексема ЗАПАД: *Россия – страна большая: учиться друг у друга можно бесконечно* (Голованов, 27.03.2021); *Современная Россия интересна и притягательна для русского зарубежья* (Известия, 19.12.2022); *Истинные герои, а не американские мутанты* (Известия, 11.09.2022); *США последовательно разрушают всю мировую систему безопасности* (Соловьев LIVE, 29.10.2020); *Продолжая санкции, Европа сама себе стреляет в ногу* (Карнаухов, 14.03.2024).

Среди морфологических языковых средств обнаружены следующие продуктивные способы вербализации оппозиции «свой – чужой» через использование: личных местоимений 1-го и 2-го лица для обозначения «своих» и «чужих»; притяжательных местоимений; личного местоимения 3-го лица множественного числа для обозначения «чужих»: *Мы свой выбор сделали!* (Комсомольская правда, 06.07.2023); *Мы должны быть готовы к борьбе и не позволим лжецам увести за собой молодежь* (Царьград, 06.02.2020); *Я, ты, он, она вместе строим Россию* (Известия, 25.09.2020); *Мы не нуждаемся в вашей признательности* (Соловьев LIVE, 10.09.2020).

Исследование языкового материала позволило сделать вывод о том, что для русскоязычного медиаполя наиболее востребованными являются оппозиции, несущие в себе ценностные ориентиры («добро – зло», «правда – ложь», «радость – грусть», «слово – дело», «духовное – физическое» и т. д.): *Грантоеды не могут говорить правду, поскольку заокеанские хозяева платят им за ложь* (Гаспарян, 24.06.2023); *Хороший токарь лучше скверного экономиста* (Известия, 27.10.2023); *Не словами, а делами!* В Смоленске маскировочные сети плетут даже школьники (Соловьев LIVE, 11.10.2023); *Не важно, что физическое*

**здоровье – «ниже плинтуса», главное, что духовное – выше облаков** (Собеседник, 04.04.2020).

Показательным представляется тот факт, что ценностные ориентиры при реализации в контексте включают в себя и такие оппозиции, которые на денотативном уровне не имеют ценностного компонента. Наиболее убедительным данный тезис представляется при обращении к временной оппозиции «прошлое – настоящее – будущее», не только апеллирующей к определенным временным данным, но и организующей систему желаний, ожиданий, задач и проектов, связанных с ценностными категориями массового адресата: *Прошлое и настоящее русских святых: рассказы Отца-настоятеля* (Роман Голованов, 02.05.2024); *Что настоящие герои расскажут будущим* (Известия, 31.01.2021); *Мост из прошлого в будущее строят те, кто правильно выбрал ценности* (Царьград, 03.10.2023).

Таким образом, проведенный анализ позволяет заключить, что при моделировании заголовочных комплексов большое внимание уделяется ценностной составляющей, лежащей в основе ментальности народов России. Национально-культурный потенциал вербализованных ценностных категорий наиболее полно реализуется на основе оппозиций, поскольку именно на уровне контраста с максимальной полнотой можно установить ценности определенной культуры и особенности восприятия тех или иных фактов через призму определенного менталитета.

В главе 3 «Образные средства как основа моделирования заголовочного комплекса» доказывается, что в текстах современных заголовков и заголовочных комплексов важное место занимают образные средства, представленные различными языковыми фактами. Манипулятивный потенциал актуальных медиатекстов определяет необходимость использования широкого арсенала языковых средств и приемов, наиболее эффективно влияющих на формирование картины мира целевой аудитории. Данный тезис определяет целесообразность использования широкого набора инструментов языкового манипулирования, ключевое место среди которых занимают образные средства.

При всем многообразии языковых возможностей, лежащих в основе языкового манипулирования в заголовках медийных сообщений, значимое место занимает языковая игра, которая определяется в современных исследованиях как осознанное нарушение нормы. Полученные результаты приводят к выводу о том, что новые слова в языке современных СМИ представлены разнообразными способами образования – узу-

альными (суффиксацией, префиксацией, сложением) и собственно окказиональными (контаминацией, созданием слова по образцу и др.).

Анализ языкового материала позволяет заключить, что центральное место среди них могут занимать: 1) окказиональные единицы, привлекающие внимание массового читателя своей яркостью, экспрессивностью и новизной: *Женский джихад уже в России: о чём молчат «заматашки»*. В Татарстане ликвидирована женская ячейка международной террористической организации (Царьград, 19.04.2024); В России идёт *«крестопад»*: Мигрантов завозят, идентичность утрачивается (Российская газета, 27.07.2024); Отсидеться не получится. За чистками в Минобороны последовал *«губернаторопад»* (Известия, 06.06.2024); *«Горит как свечка»*: Из горящего *«человеяника»* пытаются спасти людей. 26-этажная «свечка» в столице Казахстана объята дымом и пламенем. Причём, как говорят пожарные и спасатели, первый даже опаснее для тех, кто пытается выбраться из пылающего здания. Достаточно двух-трёх вдохов, и человек теряет сознание (Гаспарян, 09.09.2023); *Могилизация* без исключений: Эти фото сегодня облетели все паблики. Пишут, что на снимках новобранцы ВСУ. Один из недавних наборов, отправленных на краткосрочное обучение. Возраст бойцов – 55 лет и старше. Видимо, это и есть те самые «последние украинцы», о которых только и твердит Запад (Соловьев LIVE, 09.06.2024); 2) слова, изменившие свою семантику при реализации в медиатексте, но при этом сохранившие свою исходную форму: *Тюремный халифат*. О чем говорит мятеж в СИЗО-1 Ростова-на-Дону. Попытка исламистского мятежа в ростовском следственном изоляторе провалилась – заложники освобождены, мятежники ликвидированы (Царьград, 02.07.2024); Ольга Бузова вслед за Киркоровым решила использовать Донбасс как *«прачечную»* (Независимая газета, 19.05.2024); *«Гастроли» Зеленского* затянулись: Кого поставят на место просроченного президента Украины? (Старше Эдды, 07.05.2024); Байден перестал быть *самоходным дедом*. Теперь его приходится толкать. Выполнение этой трудной задачи поручили бывшему президенту США Бараку Обаме. Может, он уже уведёт дедулю насовсем? Отпусти-те сонного Джо на пенсию. Или мучить стариков в США в порядке нормы? (Соловьев LIVE, 09.07.2024). Использование подобных слов представляется не менее заметным и значимым, поскольку позволяет заключить, что в современных медиаресурсах трансформация лексического значения слова и появление нового коннотативного фона, как



продемонстрировал анализ материала, приводят к появлению новых образов и сценариев, отражающих ожидания массового адресата и манипулирующих массовым сознанием.

Комплексный анализ образных средств, лежащих в основе формирования современного медиапространства, выявил тот бесспорный факт, что избираемый арсенал языковых средств опирается на разветвленную систему экстралингвистических факторов, определяющих собирательный образ потенциальной целевой аудитории (систему ценностей и приоритетов, национально-культурную специфику, возраст, пол, социальный аспект и т. д.). Именно учет всех (или значительной части) составляющих делает медийное сообщение успешным и позволяет автору решить поставленные задачи.

Демократизация языка, характерная для современного периода его развития, полная доступность медиатекстов для широких слоев населения как в печатном, так и в электронном формате обусловили выбор языковых единиц, входящих в коммуникативный арсенал различных социальных слоев. Этим, в частности, обусловлена возможность использования просторечной и жаргонной лексики, которая является неотъемлемой составляющей не только медийной сферы, но и речи многих публичных личностей и лидеров общественного мнения в РФ: *«Тотальная коррупция»* и *«фуфлыжный экзамен»: Константин Малофеев – о миграционной проблеме* (Царьград, 11.06.2024); *«Проехались» по русским: Сколько будем терпеть «специалистов» на дорогах?* (Гаспарян, 09.04.2023).

Значимое место прецедентных единиц в русском национальном сознании определило их безусловную востребованность при моделировании заголовочного комплекса, продемонстрированную в третьей главе диссертационного исследования. Результаты исследования позволяют сделать вывод: наиболее ценными источниками прецедентности в актуальном медиапространстве являются культурно маркированные языковые формы, в частности, фольклор, художественная литература, песенное творчество и кинематограф. Проанализированные в диссертации конструкции отличаются яркостью, глубиной, эмоциональностью. Кроме того, они имеют большое влияние на массового адресата в силу своей узнаваемости и гибкости, широкого коннотативного фона и национально-культурной специфики: *«Мой дом – моя крепость!»*. *Проект закона о праве на самооборону на территории своего дома внесут в Госдуму* (Гаспарян, 23.06.2023); *«Бессмысленный и*



*беспощадный»: Уроки русских бунтов, смут и самозванства, – отец Андрей Ткачёв (Царьград, 19.06.2024); **Россия впереди планеты всей: Медалей уже больше двухсот. Россия с большим отрывом лидирует в медальном зачёте на Играх БРИКС, которые с 12 по 23 июня проходят в Казани** (Соловьев LIVE, 20.06.2024); **«Я вам посылку принёс, только я вам её не отдам»: Нюансы жизни в США. Посылки в стране победившей демократии воруют прямо при курьерах** (Известия, 11.09.2023).*

Проведенный в диссертационном исследовании анализ корпуса медийных текстов позволяет заключить, что в современных реалиях образные средства являются ценной и значимой основой моделирования заголовочного комплекса, емко и ярко кодируя ключевые смыслы, которые пытается донести автор медийного продукта. Национальная культура, особенности отражения действительности носителями русской языковой картины мира весьма существенно воздействуют на массовое сознание, определяя тот факт, что медийное сообщение становится культурно ориентированным и предполагает кодирование и декодирование смыслов, характерных именно для носителей русского культурного кода.

Апеллируя к фоновым знаниям массового читателя, его системе ценностей и приоритетов, затрагивая интересы как каждой отдельной личности, так и значительной части языкового сообщества, заголовочные комплексы не только украшают текст, делая его более ярким и запоминающимся, но и лежат в основе языкового манипулирования массовым сознанием, что, безусловно, является главной задачей любого медийного ресурса.

В диссертационной работе доказано, что высокая степень эмоциональности в современном медийном поле характерна, главным образом, для медиатекстов политической направленности. Данный факт во многом связан с тем, что напряженный характер отдельных социополитических реалий, высокий градус конфликтности не только на международной арене, но и во внутренней политике обуславливают использование широкого спектра языковых единиц, важных не только для создания новых образов, но и для выражения определенных эмоций, транслируемых массовому адресату с целью его вовлечения в современный политический процесс.

Именно комплексный и системный анализ образных средств, лежащих в основе заголовочного комплекса, поможет глубоко и полно описать особенности языкового манипулирования массовым сознанием с

учетом влияния на массового адресата не только лингвистических, но и экстралингвистических факторов.

В **заключении** диссертации систематизируются результаты исследования. Перспектива работы заключается в дальнейших классификации и анализе заголовочных комплексов в диахроническом аспекте, а также в сопоставительном анализе функционально-семантических особенностей заголовочных комплексов в русской и иных лингвокультурах.

**Основные положения диссертационного исследования отражены в следующих публикациях автора:**

*Статьи в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ*

1. Пэй, Ш. Структурно-семантические функции заголовка в публицистике / Пэй Шосин // Гуманитарные и социальные науки. – 2022. – Т. 91, № 2. – С. 87–92 (0,6 п. л.).

2. Пэй, Ш. Стилистические особенности заголовков российской прессы / Пэй Шосин // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2023. – Т. 27, № 3. – С. 80–87 (0,8 п. л.).

3. Пэй, Ш. Взаимосвязь между заголовками и содержанием текстов в прессе / Пэй Шосин // Гуманитарные и социальные науки. – 2023. – Т. 101, № 6. – С. 172–176 (0,6 п. л.).

*Статьи в других научных изданиях*

4. Пэй, Ш. Роль образов героев в моделировании смысловой позиции реципиента сообщения (на примере публикаций в журнале «Наша молодежь») / Пэй Шосин // Русский язык в поликультурном и образовательном пространстве Юга России и Северного Кавказа. Намитоковские чтения: материалы XII Международной научной конференции «Проблемы общей и региональной ономастики». – Майкоп: Адыгейский гос. ун-т, 2021. – С. 122–124 (0,3 п. л.).

5. Пэй, Ш. Способы выражения гипотезы адресата в языке современных российских СМИ (на примере публикаций в журнале «Наша молодежь») / Пэй Шосин // Материалы VII Международной научно-практической конференции «Теоретические и практические проблемы развития современной гуманитарной науки». – Уфа: РИЦ БашГУ, 2022. – С. 218–221 (0,4 п. л.).

6. Пэй, Ш. Прагматическая особенность пунктуационного оформления заголовочного комплекса / Пэй Шосин // Материалы IV Международной научной конференции «Язык, культура, ментальность: проблемы и перспективы филологических исследований». – Курск: Юго-Запад. гос. ун-т (Курск), 2022. – С. 226–231 (0,4 п. л.).

7. Пэй, Ш. Структурные особенности оформления заголовочного комплекса / Пэй Шосин // Теоретические и практические проблемы развития современной гуманитарной науки: материалы VIII Международной научно-практической конференции (г. Уфа, 29 апреля 2022 г.). – Уфа: РИЦ БашГУ, 2022. – С. 203–205 (0,3 п. л.).

8. Пэй, Ш. Взаимоотношение в системе «Заголовок-резюме» / Пэй Шосин // Материалы XX Всероссийской научно-практической конференции «Русистика и современность». – Астрахань: Астрах. гос. ун-т им. В. Н. Татищева, 2024. – С.303–307 (0,4 п. л.).

9. Пэй, Ш. Стилистические функции заголовков-цитат в публикации / Пэй Шосин // Материалы XXXIV Международной научно-практической конференции «Наука в современном информационном обществе». – Bengaluru, Karnataka, India, 2024. – С. 152–153 (0,2 п. л.).

ПЭЙ Шосин

ЗАГОЛОВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС: СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ  
И ДИСКУРСИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ  
(НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ)

Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Подписано к печати 25.09.25. Формат 60х84/16. Бум. офс.  
Гарнитура Times. Усл. печ. л. 1,2. Уч.-изд. л. 1,3. Тираж 110 экз. Заказ .

Научное издательство ВГСПУ «Перемена»  
Отпечатано в типографии ИП Миллер А.Г.  
400005, Волгоград, пр-кт им. В. И. Ленина, 27