

DOI: 10.12731/2077-1770-2019-5-300-317

УДК 070.41

## ПОЛИФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ СИНТАКСИЧЕСКИХ СТРУКТУР ЗАГОЛОВКОВ НОВОСТНОГО РЕПОРТАЖА (НА МАТЕРИАЛЕ ЖУРНАЛА «РУССКИЙ РЕПОРТЕР»)

*Косякова Я.С., Колмакова В.В.*

*Традиционно заголовок отражает главную информацию о содержании публицистического текста. Заголовок, рассматриваемый как особая грамматическая модель, отличается многообразием полифункциональных синтаксических структур.*

***Цель.** Данная статья посвящена анализу функций, реализуемых различными синтаксическими моделями заголовков. Предметом анализа выступают заголовки в современном журнале «Русский репортер». Выбор заголовков новостных репортажей в качестве материала исследования позволяет по-новому проанализировать функции синтаксических структур заголовков.*

***Метод или методология проведения работы.** Основу исследования образуют метод сплошной выборки при подборе практического материала, описательный метод лингвостилистического анализа, а также метод количественно-качественного анализа.*

***Результаты.** Результаты исследования показали, что синтаксические особенности заголовков новостного репортажа многогранны и разнообразны. В целях создания определенной эмоциональной тональности, экспрессии, автор репортажного текста использует все богатство синтаксических средств (фигур) русского языка. Частота представления заголовка-словосочетания, заголовка – односоставного предложения (из рода простых структур) значительно выше, нежели процент простых двусоставных, что свидетельствует о функциональной насыщенности – полифункциональности – упрощенной синтаксической структуры новостного репортажа. Лаконичность заголовка, необычность его синтакси-*

ческой структуры способствует привлечению интереса читателя к рекламному дискурсу.

**Область применения.** Полученные результаты настоящего исследования быть использованы в теоретических и практических курсах по культуре речи и стилистике русского языка, а также найти свое отражение в спецкурсах по дискурс-анализу современных медиатекстов.

**Ключевые слова:** медиатекст; новостной репортаж; синтаксическая структура; заголовок; заголовок-предложение; полифункциональность.

## MULTIFUNCTIONALITY OF SYNTACTIC STRUCTURES OF THE NEWS REPORT HEADLINES (ON THE RUSSKIJ REPORTER MATERIAL)

*Kosyakova Y.S., Kolmakova V.V.*

*Traditionally, the headline reflects the main information about the content of the publicistic text. The headline, considered as a special grammatical model, is characterized by a variety of multifunctional syntactic structures.*

**Purpose.** *This article is devoted to the analysis of functions implemented by various syntactic models of headlines. The headlines in Russian journal Russkij Reporter (Russian reporter) are the subject of the analysis. The choice of news reports headlines as a research material allows to analyse the functions of syntactic structures of headlines in a new way.*

**Method or methodology of the work.** *The basis of the article is formed by the method of continuous sampling in the selection of practical material, the descriptive method of linguistic-stylistic analysis, as well as the method of quantitative and qualitative analysis.*

**Results.** *The results of the study showed that the syntactic features of the news report headlines are multifaceted and diverse. Journalists use various syntactic means to make the headline more emotional and*

*expressive. The presentation frequency of word-combination headlines and one-member-sentence headlines (the ones of the kind of simple structures) is much higher than the presentation frequency of simple two-part-sentence headlines, which indicates the functional saturation, i.e. multifunctionality of simplified syntactic structure of the news report. The conciseness of the headline, specifics of its syntactic structure helps to draw the reader's interest to the advertising discourse.*

**Practical implications.** *The results of the study can be used in theoretical courses on the Russian language stylistics, as well as in special courses on the discourse of the modern Russian press.*

**Keywords:** *media text; news report; syntactic structure; headline; sentence; multifunctionality.*

Моделирование действительности при помощи языка известно с древнейших времен. Язык как инструмент власти человека над обществом, в конечном счете, над собой обретает особое значение. Поколенческие изменения, происходящие в языке, находят отражение во всех сферах жизнедеятельности человека [12, с. 61]. Манипулятивная функция речи очевидна, люди становятся бесспорными рабами собственных слов [9, с. 80]. Для современной информационной эпохи характерны интенсификация в развитии рекламной индустрии, усиление воздействия содержания рекламного дискурса на массовое сознание.

Формирование общественного мнения, установок, характер поведения личности происходит под влиянием рекламы, что обусловило значительный интерес как создателей рекламных текстов, так и специалистов-исследователей к языку рекламы.

Выполнение рекламным текстом различных функций предполагает его соответствие определенным требованиям к содержательной составляющей. Значительная роль в рекламном тексте отводится смысловой наполненности и структурной обусловленности заголовка.

Цель данной работы заключается в рассмотрении особенностей функционирования заголовков новостного репортажа различной те-

матической направленности, реализуемых в различных синтаксических моделях. Реализация поставленной цели достигается посредством выполнения следующих задач: при помощи метода сплошной выборки заголовков журнала «Русский репортер» определить основной корпус синтаксических единиц для исследования, провести систематизацию грамматико-синтаксических средств и способов выражения заголовков в указанном журнале, выявить особенности взаимосвязи функций заголовков и их синтаксических структур.

Актуальность темы вызвана устойчивым интересом к проблемам речевого воздействия, «языкового манипулирования, как одного из актов речевого воздействия... скрытого, неосознанного для адресата воздействия, нужного для говорящего субъекта» [13, с. 232]. Сложности в понимании текста начинаются с самого простого высказывания, «данного», predetermined и «созданного», нового [10, с. 81]. Языковое манипулирование посредством прессы закономерно воздействует на массовое сознание и общественное мнение. В медийном коммуникационном процессе, в первую очередь, обращает на себя внимание синтаксис заголовка, привлекающий внимание реципиента.

Изучению особенностей функционирования синтаксических конструкций заголовков посвящены работы выдающихся ученых-лингвистов [8]. Теоретической основой исследования послужили фундаментальные положения, разработанные в трудах многих отечественных и зарубежных исследователей: С.Г. Тер-Минасовой [16], В.Г. Костомарова [12], А.В. Колесниченко [9], А.С. Подчасова [15], В.П. Вомперского [6], З.Я. Тураевой [17], М.А. Шамелашвили [18], Т.Г. Добросклонской [7], В.С. Мужева [14], В.В. Виноградова [5], А.Э. Долгирева [8] и др.

В качестве материала для проведения анализа и определения особенностей синтаксического строя послужили заголовки, отобранные методом сплошной выборки из «Русского репортера», журнала российской прессы, за период 2018–2019 гг. В качестве анализируемого материала были использованы заголовки новостного репортажа в количестве 500 единиц.

Новостной репортаж с его информативностью, максимальной объективностью в представлении новостного события и предельной лаконичностью вызывает пристальный научный интерес. Исследователь Т.Г. Добросклонская, ссылаясь на максимальную устойчивость макро- и микроструктур журналистского жанра, указывает на «высокую степень повторяемости и многократную воспроизводимость новостных текстов, что позволяет считать их базовыми текстами массовой информации» [7, с. 57].

С точки зрения структурной значимости, репортажный заголовок первичен по отношению к основному тексту, обязателен как текстовый знак и отвечает ряду требований (привлекать и «цеплять» взгляд, быть эмоциональным и ярким). Иными словами, заголовок, как смысловая концентрация новости в рассматриваемом журналистском жанре, должен вызывать желание прочитать текст новостного репортажа.

Совершенно оправданно В.Г. Костомаров указывает на то, что «публицистические тексты парадоксально и прочно объединяют стилевые царства разговорности книжности, образуя особое промежуточное царство [12, с. 163]. Заголовки медиатекстов, в частности журналов и газет, подвержены структурным изменениям, что, бесспорно, связывается не только с предпочтениями читательской аудитории, но и с развитием технологий создания журналов.

Исследуя синтаксическую модель журнального заголовка, В.П. Вомперский выделяет некую совокупность типизированных черт, среди которых особо отмечены «усложненные структуры номинативного заголовка, заголовки – двусоставные предложения, а также заголовки – вопросительные, побудительные или восклицательные предложения» [6, с. 58].

Как справедливо указывает А.С. Подчасов, функциональный и смысловой потенциал заголовка заложен в его структурной модели. Структурная схема заголовка медиатекста продиктована совокупностью тех функций, который он реализует [15]. Отечественный лингвист-англист О.С. Ахманова под функцией заголовка подразумевает цель и характер воспроизведения в речи данной языковой единицы; ее

актуализацию и транспозицию в контексте конкретного речевого акта [1, с. 506]. Соответственно, следуя научной логике А.С. Подчасова, можно с уверенностью сказать, что функция журнального заголовка заключена в его роли «по отношению ко всему тексту» [15, с. 21]. Следовательно, заголовок медиатекста имеет смысл рассматривать как коммуникативную единицу, связывающую автора и адресата.

Исследователи заголовков медиатекстов В.П. Вомперский, В.С. Мужев, В.Г. Костомаров, З.М. Тураева, А.С. Подчасов, А.Э. Долгирева, М.А. Шамелашвили также неоднозначно подходят к вопросу о классификации функций заголовков репортажных текстов и их доминирующей функции.

По мнению В.С. Мужева, функция заголовка состоит в совпадении формирования интереса у читателя и привлечении его внимания к основному тексту [14]. З.М. Тураева в функции заголовка соединяет функции и языковые средства реализации этих функций [17]. В данном подходе, на наш взгляд, отсутствует важное указание на связи этих функций с видами публикаций и синтаксическими структурами самих заголовков. Сам исследователь выделяет информативную, номинативную, разделительную, экспрессивно-апеллятивную и рекламную функции, акцентируя внимание на их взаимосвязи и прямой зависимости от вида публикуемого материала, а также структурности самого заголовка.

В приведенных подходах к определению функций заголовков медиатекстов общим является выделение в них основополагающих функций: номинативной, информативной, экспрессивно-апеллятивной и рекламной. Каждая из них по-разному влияет на грамматический способ выражения и синтаксическое построение заголовка. Заголовок может реализовывать не только одну доминирующую функцию, но и несколько функций одновременно.

Таким образом, внешне выраженная формальная синтаксическая структура заголовка репортажа находит проявление в реализации функций, которые выполняют заголовки медиатекстов. Тесную семантическую связь можно проследить между жанровой принадлежностью медиатекста и структурой заголовочной части [11, с. 21].

А.В. Колесниченко, выделяя информативную и когнитивную функции заголовков, сообщение и побуждение к прочтению, связывает их со структурными видами – назывным и предикативными типами. Назывной заголовок представлен «неполным предложением или фразой, построенной по модели (сущ.+сущ., сущ.+прилаг.). В назывном заголовке заключена оценка новости. Сущность новости подается посредством подзаголовка, воплощенного в форме распространенной синтаксической модели» [9, с. 96]. Предикативный заголовок, напротив, «представляет собой полное предложение, как правило, используемое для коротких новостей», с подзаголовком или заголовком, выступающим самостоятельно.

Не менее важно и то, что в лингвистической литературе отсутствует единая точка зрения на предмет грамматической природы заголовков. Академик В.В. Виноградов предлагает «заглавия ... исключить из синтаксического исследования», объясняя это фактом невозможности найти соответствие заглавиям в живой речи [5, с. 27]. М.А. Шамелашвили призывает рассматривать заголовки как особые категории, лишённые структурно-грамматической индивидуальности [18, с. 14]. Например, заголовки с глаголом соотносят с предложениями, за безглагольными заглавиями признают информационно-назывную функцию [19, с. 67–80].

В настоящей работе в качестве ведущей взята типология функций заголовков В.А. Вомперского, в основе которой лежит взаимодействие адресата-адресанта. Взаимодействие «адресант – заголовок – адресат» наиболее оптимально реализует основные функции заголовков: сообщить, привлечь внимание, воздействовать, сформировать мнение у адресата. В этой связи, исследователь выделяет четыре ключевых функции заголовка: коммуникативную, апеллятивную (воздействующую), экспрессивную, графически-выделительную [6, с. 4].

*Коммуникативная функция* направлена на выражение сообщения о предмете речи. Сообщить можно при помощи односоставных номинативных или двусоставных предложений, но исключительно предложений, так как их прямая функция – сообщения.

С позиции рассмотрения заголовка, как мини-сообщения, имеет смысл подчеркнуть одну из важных, именно коммуникативную функцию, но не доминирующую, а сопряженную с другими функциями заголовка репортажа. На основе проанализированного корпуса текстов и заголовков к ним можно увидеть, что коммуникативную функцию выполняют 12,4% (62 заголовка) заголовков новостного репортажа.

Подтверждением этому служат полные двусоставные конструкции, которые представлены в незначительной мере, например, «*Мы можем сдержать маховик несправедливости*», «*Когда Россия увидит себя*». В последнем примере вопрос-побуждение передается благодаря вопросительному местоимению «*когда*» с дополнительным наращением смысла о начале действия и конечным результате самого процесса – «когда же уже». В заголовке «*Кто убил – враги или предатели*» вопрос сконцентрирован в самом союзном слове «*кто*», оно же и подлежащее-неизвестное, с последующим предположительным уточнением взаимоисключения, представленного в виде контекстуальных антонимов «*враги*» – «*предатели*».

*Апеллятивная, или воздействующая функция*, главная задача которой вызывать, призывать к действию, причем призыв осуществляется через воздействие на читателя, через интерес к сознанию. Примеров реализации апеллятивной функции в общем корпусе проанализированных заголовков невелико (например, «*Плачь, Керчь*», «*Держись, беглый принц*»), что обуславливается нейтральностью стилистической подачи материала, свойственной новостному репортажу. Выразительность подобного рода заголовкам придают побудительные предложения, с включенными в них обращениями.

В представленных к анализу примерах заголовков текстов новостных репортажей преобладает использование в них простых глагольных моделей над односоставными именными предложениями. Глагольные модели анализируемых заголовков представлены различными разновидностями: инфинитивные, определенно-личные, неопределенно-личные. В заголовках, выраженных инфинитивными предложениями, главный член грамматической основы предло-



жения инфинитив представлен вне отношения к знаменательному глаголу либо наречию, т.к. акцент сделан на самом процессе и его результате, деятель – не столь важен. В заголовке репортажа «*Как бороться за украинских политиздатов*» вопросительная интонация скрыта, как это часто бывает, в местоименном наречии «*как*». В инфинитивном заголовке «*В интеллекте отказать*» проявляется один из типов таких моделей – инфинитивное предложение с оттенком субъективности неизбежности действия либо обусловленности в силу определенных обстоятельств, причем сам инфинитив «*отказать*» в данном контексте вносит предельную категоричность. Инфинитивные же предложения, характеризующиеся высокой степенью обобщения и характером волеизъявительной модальности по отношению к действительности, что обуславливается направленностью высказывания с общедирективной направленностью.

Определенно-личные предложения – тип простого односоставного, с включенным в него формальным глаголом-указателем на совершенно определенное лицо, но сам носитель действия как таковой отсутствует. Глагол призван актуализировать процесс [2]. Представляет интерес пример заголовка – «Зри в линзу», отсылающий реципиента к известному выражению Козьмы Пруткова «зри в корень». Употребление пассивной лексики, в данном случае устаревшей, не так частотно в «Русском репортере», что придает этой модели особую яркость, лаконичность, вызывает интерес читателя, отсылает к его фоновым знаниям, создает особый эффект восприятия репортажного материала. Также необходимо отметить, что среди заголовков глагольных моделей преобладают предложения с глаголом в форме повелительного наклонении со значением призыва, побуждения.

Неопределенно-личные предложения – тип простого односоставного предложения, где указывается на действие неопределенного лица [1; с. 507]. Примером таких конструкций может послужить заголовок «*Украину вернули в XVI в.*». Средством привлечения внимания для читателя будет отсутствующий субъект действия, который и будет для него представлять особый интерес.

Иногда в качестве апеллятивного заголовков могут выступать особые единицы – фразеологизмы, взятые в их первоначальном виде, без вторичного переосмысления. Примером использования фразеологизмов в апеллятивных заголовках можно назвать выражение «*Дать зеленый свет*». Стилистически фразеологическую конструкцию относят к разговорному типу, что вполне объяснимо его этимологической подоплекой – пришло в русский язык из речи транспортов. Подобного рода заголовки не свойственны для журнала «Русский репортер» и представлены единичным случаем.

Таким образом, можно заключить, что глагольные односоставные заголовки представлены практически во всех своих типах, за исключением безличных конструкций. Заголовки новостных репортажей журнала представлены определенно-личными, неопределенно-личными, инфинитивными предложениями, призванных актуализировать обозначенное действие, воззвать к самому процессу действия посредством независимой глагольной формы. В исследуемом материале наблюдается преобладание инфинитивных заголовков над заголовками других синтаксических конструкций, что объясняется более широким спектром выполняемых ими функций. Анализ текстов показал, что апеллятивную функцию выполняют 35% (или 175 примеров) заголовков новостного репортажа, в 10% из которых данная функция передается побудительными предложениями в форме повелительного наклонения с включенным в конструкцию обращением; 20% составляют односоставные предложения глагольного типа различных видов с инфинитивом в роли главного члена грамматической основы; 5% от числа рассмотренных заголовков реализуют указанную функцию посредством особых моделей (фразеологические единицы), используемых как в первичном виде, так и в измененном структурно журналистом.

*Экспрессивная функция* призвана характеризовать личность журналиста сквозь призму обращенности к читателю, с целью сформировать и вызвать определенное отношение к сообщаемому. Способы реализации данной функции в заголовках репортажей могут быть различными. Классическим примером может служить пар-

целлированная конструкция «Короткое. Долгое. Вечное». Яркий, вызывающий интерес и способствующий эффективному восприятию, заголовок интересен еще и тем, что в нем заключена антитеза «короткое – долгое». Семантическое противопоставление является отправной точкой для еще одного средства выразительности и привлечения внимания – градации. Подобного рода парцеллированные конструкции могут служить экспрессивным средством и являются показателем доминантности личности говорящего [4].

Структурно-семантические особенности заголовка «Очень страшное кино» обусловлены использованием наречия-интенсификатора «очень», передающим степень качества чувства страха. Такого рода заголовки порождают в читателе определенный интерес к содержанию предмета разговора.

В ходе исследования было выявлено незначительное количество простых неполных конструкций – 4% от общего корпуса заголовков (например, «Лайкнул – в тюрьму»). Такие заголовки призваны предопределить читательский интерес и помочь реципиенту домыслить недостающую часть высказывания, стать сотворцом (авт.) публикуемого материала. Такие заголовки лаконичны, экспрессивны, побуждают к сотворчеству – домысливанию.

Особую экспрессию заголовку придают синтаксические конструкции с инверсированным порядком слов (например, «У тебя есть всегда», «Как переплавить город», «Как выглядит чудо в наше время»). Последние два заголовка графически не обозначены вопросом, но сама интонация вопросительности конструкций передается при помощи местоименного наречия «как». В других примерах вопросительно-побудительная интонация передается посредством союзного слова «что», например, «Что такое российский князь». В отдельных заголовках подобную интонацию вносит частица «ли», как, например, «Есть ли жизнь после экзамена». Однако, находясь в позиции «после сказуемого», подобная синтаксическая модель заставляет читателя домыслить вероятностный отрицательный ответ, что вызовет несомненный интерес к материалу.

Отдельного внимания заслуживают модели двусоставных предложений, в которых сказуемое выражено именной частью. Так, в заголовке «*Когда Бог силен в твоём теле*», препозиционное наречие «*когда*» включает в себе далеко не вопрос, как в вышеприведенных примерах, а скорее как утверждение-усиление, причем интерес к заголовку усиливается благодаря двум стоящим рядом лексемам-антиномиям «Бог» и «в теле» (духовное, бестелесное в материальной оболочке), порождающих определенные смыслы и вызывающих аналогии.

В отдельных случаях сказуемое представлено жаргонным словом «*замануха*» в примере «*Любовь – великая замануха жизни*». Использование подобного рода лексики призвано привлекать яркой экспрессией, грубоватым остроумием, живостью для создания определенной тональности [3], в данном случае, юмористической. Такие заголовки всегда живо, эффектно и эффективно формируют интерес читателя и воспринимаются сознанием.

Экспрессивная функция представлена в значительном объеме примеров-заголовков – 40% (200 примеров) от общего корпуса исследуемого материала, из которых 5% составляют заголовки-конструкции-парцелляции; 5% заголовков приходится на односоставные именные модели предложений; 30% заголовков приходится на двусоставные и простые неполные конструкции.

*Графически-выделительная функция* заключается в возможностях ограничения содержания при помощи выделения типом шрифта, его размером, игрой цветовой палитры. В заголовке «ОДИНОЧЕСТВО как способ жизни, смерти и забвенья» ключевое слово фразы «одиночество» визуально схвачено посредством его графического оформления – прописными литерами. В данной синтаксической конструкции именная часть сказуемого «способ жизни, смерти и забвенья» содержит явную семантическую антитезу «жизнь – смерть». Однако смысловая глубина заголовка кроется не только в этом противопоставлении. Риторическое усиление заголовка этой публикации достигается за счет такой стилистической фигуры, как градация, с включенной в нее антитезой («жизнь-смерть»): «*жизни, смерти и забвенья*».

Книжная словоформа «забыть» придает содержанию заголовка особую семантическую наполненность и законченность: «одиночество – прямой путь не столько к физической смерти, но и, что важнее всего, к забвению, духовной смерти, утрате памяти. Анализируемый заголовок интересен тем, что в нем, помимо графо-выделительной функции, реализованы экспрессивная (посредством градации с включенной в нее антитезой) и коммуникативная (сообщение глубокого смысла, конструкция – как сгусток смысла) функции.

*Графически-выделительная функция* в представленных к анализу примерах составляет 12,6% (или 63 примера). Кроме того, следует отметить, что в одном заголовке, кроме указанной функции, в одном заголовке может быть реализовано сразу несколько функций – графически-выделительная, экспрессивная, коммуникативная.

Таким образом, проведенный анализ функционирования различных моделей синтаксических конструкций заголовков новостного репортажа журнала «Русский репортер» позволяет прийти к выводу о полифункциональности синтаксических структур заголовков. Как показал анализ практического материала семантическая полнота, исчерпывающая информативная насыщенность заголовков новостного репортажа передается путем разнообразных типов моделей коммуникативных синтаксических единиц. Именно заголовки привлекают внимание, способствуют формированию мнений и оценок реципиентов. Структурно-семантическая составляющая заголовка послужила предпосылкой реализации экспрессивной, коммуникативной, графически-выделительной и апеллятивной (воздействующей) функций. Авторский заголовок, служащий преддверием основному тексту репортажного текста, призван не только сообщить факт-новость, но, в большей степени, быть лаконичным и одновременно содержательным заголовком, воздействуя, побудить к прочтению текста. Среди синтаксических моделей заголовков новостных репортажей журнала «Русский репортер» следует отметить преобладание номинативных заголовков, акцентирующих внимание на актуальных конкретных смыслах с доминирующими апеллятивной и экспрессивной функциями.

*Список литературы*

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: Советская энциклопедия, 1969. 608 с.
2. Бахарев Н.Е. Структурно-функциональное развитие заголовков: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Алма-Ата, 1979. 26 с.
3. Бессонов А.П. Газетный заголовок. Л.: Наука, 1958. 62 с.
4. Былкова С.В. Русские синтаксические конструкции как средство фатического общения: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2005. 26 с.
5. Виноградов В.В. Основные вопросы синтаксиса предложения // Вопросы грамматического строя. М.: АН СССР, 1955. С. 26-29.
6. Вомперский В.П. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка // Искусство публицистики: пробл. теор. и практ. Алма-Ата, 1966. С. 82–85.
7. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи. М.: Макс-Пресс, 2005. 286 с.
8. Долгирева А.Э. Газетный заголовок в прагмалингвистическом аспекте: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Таганрог, 2002. 26 с.
9. Колесниченко А.В. Практическая журналистика. М.: Изд-во МГУ, 2008. 334 с.
10. Колмакова В.В. Концепция диалогизма М.М. Бахтина в современной рекламной коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. №10-2(40). С. 80–83.
11. Колмакова В.В., Шалков Д.Ю. Особенности русского коммуникативного поведения в начале XXI века // Вестник Пятигорского государственного университета. 2018. №4. С.61-64.
12. Костомаров В.Г. Стилистика. Компендиум лекций, прочитанных в 2003/04 учебным году бакалаврам государственного института русского языка имени А.С. Пушкина. М.: Гос. ин-т рус. языка, 2004. 256 с.
13. Косякова Я.С. Функции имплицитной информации в пресс-релизах банковских услуг в аспекте языкового манипулирования // Вестник иркутского государственного технического университета. Иркутск, 2014. № 8(91) С. 232–235.

14. Мужев В.С. О функциях заголовков // Ученые записи МГПИИЯ им. М. Тореца. 1970. №55. С. 1–8.
15. Подчасов А.С. Функционально-стилистические особенности газетных заголовков: на материале российских и британских газет второй половины 1980–1990 годов. Синтаксический аспект: Дис. ...канд. филол. наук. М., 2001. 187 с.
16. Тер-Минасова С.Г. Синтагматика речи: онтология и эвристика. Общая и английская синтагматика составных номинативных групп: монография. М.: Либроком, 2009. 200 с.
17. Тураева З.Я. Лингвистика текста (Текст: Структура и семантика): монография. М.: Просвещение, 1986. 127 с.
18. Шамелашвили М.А. Функционально-стилистические и лексико-грамматические особенности газетных заголовков: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1982. 24 с.
19. Шведова Н.Ю. О понятии регулярная реализация структурной схемы простого предложения // Мысли о современном русском языке. М.: Просвещение, 1969. С. 67–80.

### References

1. Ahmanova O.S. *Slovar' lingvisticheskikh terminov* [Dictionary of Linguistic Terms]. М.: Sovetskaya enciklopediya, 1969. 608 p.
2. Baharev N.E. *Strukturno-funkcional'noe razvitiye zagolovkov* [Structural and Functional Development of the Headline]. Alma-Ata, 1979. 26 p.
3. Bessonov A.P. *Gazetnyj zagolovok* [Newspaper Headline]. L.: Nauka, 1958. 62 p.
4. Bylkova S.V. *Russkie sintaksicheskie konstrukcii kak sredstvo faticheskogo obshcheniya* [Russian Syntactic Constructions as a Means of Phatic Communication]. Rostov-na-Donu, 2005. 26 p.
5. Vinogradov V.V. *Osnovnye voprosy sintaksisa predlozheniya* [Main Issues of Sentence Syntax]. *Voprosy grammaticheskogo stroya* [Questions of grammatical structure]. М.: AN SSSR, 1955, pp. 26–29.
6. Vomperskij V.P. *K izucheniyu sintaksicheskoy struktury gazetnogo zagolovka* [On Studying the Syntactic Structure of the Newspaper Headline]. *Iskusstvo publicistiki: probl. teor. i prakt.* [Art of journalism: prob. Theor. and prakt.]. Alma-Ata, 1966, pp. 82–85.

7. Dobrosklonskaya T.G. *Voprosy izucheniya mediatekstov: opyt issledovaniya sovremennoj anglijskoj mediarechi* [The Issues of Studying Media Texts: the Experience of Studying modern English Media Speech]. M., Maks-Press, 2005. 286 p.
8. Dolgireva A.E. *Gazetnyj zagolovok v pragmalingvisticheskom aspekte* [The Newspaper Headline in the Pragmalinguistic Aspect]. Taganrog, 2002. 26 p.
9. Kolesnichenko A.V. *Prakticheskaya zhurnalistika* [Practical Journalism]. M.: Izd-vo MGU, 2008. 334 p.
10. Kolmakova V.V. *Koncepciya dialogizma M.M.Bahtina v sovremennoj reklamnoj kommunikacii* [The Dialogism of the Concept Proposed by M.M. Bakhtin in Modern Advertising Communication]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, no 10-2(40) (2014), pp. 80–83.
11. Kolmakova V.V., Shalkov D.Yu. *Osobennosti russkogo komunikativnogo povedeniya v nachale HKHI veka* [Features of Russian Communicative Behavior at the Beginning of the 21<sup>st</sup> Century]. *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo universiteta*, no 4(2018): 61–64.
12. Kostomarov V.G. *Stilistika. Kompendium lekcij, pročitannyh s 2003/04 uchebnym godu bakalavram gosudarstvennogo instituta russkogo yazyka imeni A.S. Pushkina* [Stylistics. The Compendium of lectures delivered in the 2003/04 academic year to the bachelors of the A.S. Pushkin State Institute of the Russian Language]. M.: Gos. in-t rus. yazyka, 2004. 256 p.
13. Kosyakova Ya.S. *Funkcii implicitnoj informacii v press-relizah bankovskih uslug v aspekte yazykovogo manipulirovaniya* [Functions of Implicit Information in Banking Services Press Releases in the Aspect of Language Manipulation]. *Vestnik irkutskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta*. Irkutsk, no 8(91) (2014), pp. 232–235.
14. Muzhev V.S. *O funkciyah zagolovkov* [On Headline Functions]. *Uchenye zapisi MGPIIYA im. M. Toreza*, no 55 (1970), pp. 1–8.
15. Podchasov A.S. *Funkcional'no-stilisticheskie osobennosti gazetnyh zagolovkov: na materiale rossijskih i britanskih gazet vtoroj poloviny 1980–1990 godov. Sintaksicheskij aspekt* [Functional and Stylistic Features of Newspaper Headlines: on the Material of Russian and British Newspapers of the Second Half of 1980–1990. Syntactic aspect]. M., 2001. 187 p.



16. Ter-Minasova S.G. *Sintagmatika rechi: ontologiya i evristika. Obshchaya i anglijskaya sintagmatika sostavnykh nominativnykh grupp* [Speech Syntagmatics: Ontology and Heuristics. General and English Syntagmatics of Composite Nominative Groups]. М.: Librokom, 2009. 200 p.
17. Turaeva Z.Ya. *Lingvistika teksta (Tekst: Struktura i semantika)* [Text Linguistics (Text: Structure and semantics)]. М.: Prosveshchenie, 1986. 127 p.
18. Shamelashvili M.A. *Funkcional'no-stilisticheskie i leksiko-grammaticheskie osobennosti gazetnykh zagolovkov* [Functional-Stylistic and Lexical-Grammatical Features of Newspaper Headlines]. М., 1982. 24 p.
19. Shvedova N.Yu. О ponyatii regulyarnaya realizaciya strukturnoj skhemy prostogo predlozheniya [On the Concept of Regular Implementation of the Simple Sentence Structural Scheme]. *Mysli o sovremennom russkom yazyke* [Thoughts on the modern Russian language]. М.: Prosveshchenie, 1969, pp. 67–80.

#### ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

**Косякова Яна Сергеевна**, старший преподаватель кафедры документоведения и языковой коммуникации  
*Донской государственный технический университет*  
*Гагарина площадь, 1, г. Ростов-на-Дону, 344000, Российская Федерация*  
*Yask\_2018@mail.ru*

**Колмакова Валентина Васильевна**, доктор педагогических наук, доцент, профессор кафедры документоведения и языковой коммуникации  
*Донской государственный технический университет*  
*Гагарина площадь, 1, г. Ростов-на-Дону, 344000, Российская Федерация*  
*vvklm07@mail.ru*

#### DATA ABOUT THE AUTHORS

**Kosyakova Yana Sergeevna**, senior lecturer at the Department of documentation and language communication

*Don state technical University*  
*1, Gagarina square, Rostov-on-don, 344000, Russian Federation*  
*Yask\_2018@mail.ru*  
*ORCID: 0000-0002-3061-5976*  
*SPIN-code: 4657-2756*

**Kolmakova Valentina Vasilyevna**, doctor of pedagogical Sciences, associate Professor, Professor of the Department of documentation and language communication  
*Don state technical University*  
*1, Gagarina square, Rostov-on-don, 344000, Russian Federation*  
*vvklm07@mail.ru*  
*ORCID: 0000-0001-8087-133X*  
*SPIN-code: 9755-3705*