**Структура заголовков и их стилистическая роль в современной периодике (на примере газет «Коммерсантъ» и «Московский комсомолец»)**

**Корнеева Инга Дмитриевна**

**Студентка**

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

факультет Высшая школа перевода, Москва, Россия

89154587744@mail.ru

Современные технологии почти полностью заполнили нашу жизнь, но люди все еще не теряют интерес к новостным изданиям. Однако из-за быстрого темпа жизни, у современного человека недостаточно времени на чтение новостей. Поэтому журналисты всячески стараются привлечь внимание читателей к своим статьям.

Анализ теоретических основ показал, что заголовок – это важный компонент медиатекста, который выполняет ряд функций: номинативную, информативную, экспрессивную, экспрессивно-апелятивную или экспрессивно-оценочную, рекламную, композиционную и графически-выделительную. Причем один заголовок может одновременно выполнять несколько функций.

Классификация заголовков очень обширна. Учёные подразделяют заголовки на виды в соответствии с их функциями, структурой, эмотивной окраской, наличием языковой игры.

По вопросу критериев хорошего заголовка мнение лингвистов разделилось. Некоторые учёные акцентируют внимание на выразительности заголовка. Другие, наоборот, пишут о важности информативных заголовков.

Во второй главе для выполнения поставленных задач было проанализировано по 30 заголовков газет «Коммерсантъ» и «Московский комсомолец» за 2019-2022 гг.

В ходе исследования выявлены основные стилистические особенности заголовков этих газет: наличие авторской позиции, смешение стилей, языковая игра, наличие цитат и прецедентного текста, а также создание интриги. Кроме того, установлено влияние различных стилистических приемов на информативность заголовков. Стилистическим приемом, минимально снижающим информативность заголовка, является использование цитат или прецедентного текста в оригинале или с заменой его компонентов.

Проведенный совокупный анализ информативности заголовков в номерах газет «Коммерсантъ» и «Московский комсомолец» показал наибольшее количество информативных заголовков в последней. Поэтому газета «Московский комсомолец» по нашему мнению является наиболее информативной.

Таким образом, мы в полном объеме выполнили поставленные задачи и достигли цели исследования.

Выводы по полученным результатам исследования указывают на то, что тема стилистической роли заголовков в современной периодике обширна и не теряет своей актуальности.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Артюнова Н.Д. Язык и мир человека / Н.Д. Артюнова, М.: Мир, 1999. – С. 905.
2. Афанасьева А. Р. Метафора в заголовках статей как прием речевого воздействия / А.Р. Афанасьева// Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2014. - № 4 (30). - С. 72-74.
3. Вомперский В.П. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка / В.П. Вомперский. Алма-Ата: Искусство публицистики, 1966. – С. 15.
4. Гаврикова О. А. Кликбейтинг как фактор создания ложного нарратива в политическом медиадискурсе/О.А. Гаврикова//Политическая лингвистика. – 2019. – №. 3. – С. 22-30.
5. Ергалиев К.С. Текжанов К.М., Асанбаева Е.Б. «Функции газетного заголовка» [Электронный ресурс] / К.С. Ергалиев, К.М. Текжанов, Е. Б. Асанбаева. 2014. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsii-gazetnogo-zagolovka-1/viewer>. (дата обращения 29.09.2022).
6. Есакова М. Н. «Кликбейт» как новая форма привлечения внимания читателей / М.Н. Есакова, Ю.Н. Кольцова Я.С. Косякова/ Русский язык и культура в зеркале перевода. – 2021. - №1.- С. 340-348.
7. Жажиева Р. С. Газетный заголовок: рекламный аспект/ Р.С. Жажиева, А.В. Шишкина. Майкоп: Вестник Адыгейского государственного университета, 2014. - № 4 (149). - С. 150-154.
8. Киндеркнехт А. С. Способы привлечения внимания в заголовках СМИ /А.С. Киндеркнехт, В.В. Степанюк. Тамбов: Филологические науки. Вопросы теории и практики, 2016. – №. 8-2 (62). – С. 94-97.
9. Колесниченко А.В. Практическая журналистика / А.В. Колесниченко. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. –С. 334.
10. Коммерсантъ URL: https://www.kommersant.ru/ (дата обращения).
11. Корнилова К. Е. Функции заголовков современных журналистских текстов / К.Е. Корнилова//Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. 2007. – №. S1. – С. 118-119.
12. Косякова Я.С. «Полифункциональность синтаксических структур заголовков новостного репортажа (на материале журнала «Русский репортер») / Я.С. Косякова, В.В. Колмакова/ Современные исследования социальных проблем. Т. 11. 2019. - №5-1.- С. 300-317.
13. Коюда Л.В. Типы языковой игры в структуре заголовков современных СМИ (на материале сайта [www.zagolovki.ru)//](http://www.zagolovki.ru)/) Актуальные проблемы изучения славянских языков. Материалы конференции. – 2017. – С. 95-102.
14. Лазарева Э.А. Заголовок в газете / Э.А. Лазарева. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1989. – С. 94.
15. Московский комсомолец URL: https://www.mk.ru/.
16. Подчасов А.С. Функционально-стилистические особенности газетных заголовков: на материале российских и британских газет второй половины 1980–1990 годов. Синтаксический аспект: дис…к-та филол. наук: 22.06.2001/ А.С. Подчасов, 2001. – 187 с.
17. Солганик Г. Я. Синтаксическая стилистика / Г. Я. Солганик. М.: КомКнига, 2006. − 228 с.
18. Шмидт О. Ю. Заголовок в спортивных СМИ: значение рекламной функции / О.Ю. Шмидт// Вестник Воронежского государственного университета. 2014. - № 1. - С. 241-244.
19. Dor, Daniel, 2003. On newspaper headlines as relevance optimizers. Journal of Pragmatics 35. –Р. 695–721
20. Imena.guru URL https://imena.guru/muzhskie-imena/imya-yaroslav-proishozhdenie-znachenie-i-harakteristika.html (дата обращения 17.05.2023 г.).
21. Reah, D. The Language of Newspapers. –London; New York: Routledge: International Ltd, 1998. – 126 p.
22. Rivers, W.L. The Mass Media: Reporting, Writing, Editing. –New York, Evanston, and London: Library of Congress, 1964. – 531 p.
23. Wolseley, R.E. and Campbell, L.R. Exploring Journalism. –New York: Prentice-Hall, INC, 1946. – 636 p.