



DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-436-452

Научная статья

Особенности газетных заголовков в русскоязычной прессе Армении

Н.И. Мартирян 

*Ереванский государственный университет,
Республика Армения, 0025, Ереван, ул. А. Манукяна, д. 1*

✉ nairamartiryan@gmail.com

Аннотация. Происходящие в мире события по-разному освещаются в прессе. Газетные заголовки дают читателю возможность ориентироваться в огромном газетном материале и судить о наиболее важной и интересной информации. Исследование посвящено анализу заголовков русскоязычных газет Республики Армения. Его актуальность заключается в необходимости изучения заголовков с точки зрения их функций, грамматической структуры, использования в них знаков препинания, семантической составляющей. Цель – выявить и описать языковые особенности и функции заголовков в русскоязычной прессе Армении. Использовались методы сплошной выборки, статистический, описательный, включающий приемы наблюдения и сопоставления, компонентного анализа, сопоставительного анализа. Материалом исследования стали статьи газет «Республика Армения» и «Голос Армении» за июнь – июль 2021 года. Установлено, что в русскоязычной прессе Армении функционируют в качестве заголовка все типы предложений, в заголовках используются практически все знаки препинания, заголовки образуют тематически организованные группы. Особенности заголовков современной русскоязычной прессы Армении определяются такими факторами, как тенденция языка к экспрессии, диалогичности, демократизации, креативности и авторскому началу в оформлении заголовка. Учитывая тенденцию по изменению удельного веса видов речевой деятельности и выдвижению на первый план наиболее затребованного и важного в настоящее время – чтения, изучение языковых особенностей газетно-публицистического стиля, в частности заголовков, весьма актуально. Продолжение исследования и его результаты являются перспективными, поскольку вносят существенный вклад в изучение развития современной русскоязычной прессы Республики Армения.

Ключевые слова: русский язык, публицистический стиль, язык средств массовой информации, структура, семантика заголовков, функции заголовков, прецедентный текст, демократизация языка

История статьи: поступила в редакцию 05.05.2021; принята к печати 18.08.2021.

Для цитирования: *Мартирян Н.И.* Особенности газетных заголовков в русскоязычной прессе Армении // Русистика. 2021. Т. 19. № 4. С. 436–452. <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-436-452>



Введение

В современном мире средства массовой информации (СМИ), прочно войдя в жизнь человеческого общества, оказывают огромное влияние на образ мышления и мировосприятия людей. XXI век – век информации. Регулярно поступающее огромное количество информации привело к тому, что человеку приходится выбирать тот материал, который интересен и актуален для него.

Современные СМИ нацелены на упрощение этого процесса, на максимальное сжатие представляемой информации. В связи с этим большую ценность представляют языковые средства, способствующие продуктивному информированию читателей.

Глобальные изменения политического, экономического и идеологического характера, которые произошли в конце XX – начале XXI веков, в корне изменили жизнь миллионов людей на постсоветском пространстве, в том числе и в Армении.

В языковом плане можно говорить об уменьшении зоны распространения русского языка в республике, что, в частности, привело к резкому сокращению периодических изданий на русском языке. На сегодняшний день регулярно издаются две газеты на русском языке: «Республика Армения» и «Голос Армении».

«Республика Армения» (далее – «РА») – государственная газета на русском языке, имеющая общественно-политическую направленность. Была учреждена постановлением парламента Республики Армения в октябре 1990 года. В качестве русскоязычного варианта газеты «Айастан и анрапетутюн» выходила до ноября 2002 года, далее – как отдельное издание.

«Голос Армении» (далее – «ГА») – независимая общественно-политическая русскоязычная газета, издается в Ереване. Ранее известная как «Коммунист», газета была основана в 1934 году. В советское время она была ежедневным органом ЦК Коммунистической партии Армении и Ереванского городского комитета Коммунистической партии. «Коммунист» стал «Голосом Армении» в августе 1990 года.

Газета «Республика Армения» является проправительственной, газета «Голос Армении» – оппозиционной. В обеих газетах освещаются политические, общественные, экономические, культурно-исторические и спортивные события.

Проблема, поставленная в статье, связана с пониманием того, что, несмотря на несомненный интерес, который представляют языковые средства, используемые в русскоязычной прессе Армении, научных исследований, посвященных этой теме, практически нет. Можно отметить работу Д.И. Алексеенко о типологических особенностях печатных СМИ республики (Алексеенко, 2013), статью В.Н. Арутюнян и А.Ж. Айдинян о языковых особенностях национальной русскоязычной прозы (Арутюнян, Айдинян, 2012), кандидатскую диссертацию А.Ж. Айдинян (Айдинян, 2014), освещающую ту же проблему. Отдельных публикаций о газетных заголовках русскоязычной прессы Армении нет, поэтому необходимость их разностороннего изучения с точки зрения функций, грамматической структуры, использования знаков препинания и семантической составляющей обусловила **актуальность** насто-

ящего исследования. **Новым и перспективным** является понимание пространства языковой сферы русскоязычной прессы Армении в качестве творческой лаборатории для авторских экспериментов, что позволяет в определенной степени восполнять потребность определенного социального слоя для самовыражения и дает возможность излагать свои мысли на классическом русском языке. **Целью** данного исследования является выявление и описание грамматических, семантических, пунктуационных особенностей и функций заголовков в русскоязычной прессе Армении.

Методы и материалы

В качестве методов нами использованы традиционные для лингвистических исследований: сплошной выборки; статистический; описательный, включающий приемы наблюдения и сопоставления; компонентного анализа; сопоставительного анализа. Материалом исследования стали статьи газет из «Республика Армения» и «Голос Армении» за июнь – июль 2021 года. Это материалы газет до и после досрочных выборов в Армении, которые состоялись 20 июня 2021 года. Всего проанализировано 256 заголовков из газеты «Республика Армения» и 288 – из газеты «Голос Армении».

Результаты

Выявлены следующие языковые особенности заголовков русскоязычной прессы Армении:

– грамматическое построение современных газетных заголовков в русскоязычной прессе Армении весьма разнообразно, используются все типы предложения: простые двусоставные и односоставные, неполные, сложные. В современных газетных заголовках русскоязычной прессы Армении чаще всего употребляются простые повествовательные предложения с тенденцией увеличения количества двусоставных предложений;

– все типы предложений по цели высказывания представлены в качестве заголовка. Используемый тип заголовка зависит от темы статьи и структуры новостного сюжета;

– все знаки препинания: запятая, точка, многоточие, тире, двоеточие, вопросительный и восклицательный знаки – применяются в заголовках;

– выделены несколько семантических типов заголовков в зависимости от того, к какой тематической группе лексики они относятся: событийные, персонажные, пространственно-временные, нарративные, предметные, прецедентные;

– газета «Голос Армении» отличается большей экспрессивностью, грамматическим, семантическим и пунктуационным разнообразием заголовков по сравнению с газетой «Республика Армения», которая является более стандартизированной и не стремящейся к инновациям как в целом, так и в отношении заголовков.

Обсуждение

Газетно-публицистический стиль, выполняя две основные функции – сообщение (информационная) и воздействие (волюнтаривная), – свое внимание сосредоточивает на тех вопросах и проблемах, которые больше всего интересуют общество. При этом для усиления эмоциональности и экспрес-

сивности сообщения используются разнообразные выразительные средства, в частности, газетные заголовки. Заголовки вызывают интерес и привлекают внимание прежде всего своей функциональной нагруженностью, так как в печатном издании выполняют различные функции, отражают специфику печатного издания и должны соответствовать его концепции.

В газете заголовок занимает самую сильную, акцентируемую позицию. В краткой форме он передает суть освещаемых событий. Задача журналиста заключается не только и не столько в том, чтобы найти эксклюзивный материал, но и творчески его преподнести, особое внимание уделяя оригинальности заголовка.

Современные производители печатной продукции во всем мире сражаются за привлечение интереса к своему изданию, используя разнообразные средства. «...во-первых, иллюстрации и фотографии, во-вторых, помогают зафиксировать наше внимание издательские приемы – яркий шрифт, необычное расположение текста и т. д., но при этом самым важным элементом текста является заголовок» (Долотова, 2021: 458).

Заголовок – это первое, с чем сталкивается читатель газеты при взаимодействии с текстом, первое, чему он уделяет внимание при просмотре газетной полосы, так как по заголовкам он ориентируется в содержании газеты. Как отмечает Э.А. Лазарева: «Заголовок является первым сигналом, побуждающим нас читать материал или отложить газету в сторону. Исследования психологов показывают, что около 80 % читателей уделяют внимание только заголовкам» (Лазарева, 1989: 3). Е.С. Задровская называет заголовок «квинтэссенцией газетной статьи» (Задровская, 2014: 141).

Исследователи считают заголовок своеобразным «фильтром», который на этапе просмотра газеты дает возможность читателю выбрать интересующий его материал (Луннова, Можяева, 2021: 468) и который вынуждает авторов становиться все искуснее и изобретательнее в выборе названий статьи, чтобы, вступая в конкуренцию с сетевыми ресурсами, не потерять аудиторию (Баева, 2020: 404).

Заглавия могут быть связаны с разными аспектами текста: тематикой, образами, проблематикой. Являясь в какой-то степени эквивалентом текста, заглавие (заголовок) заявляет его основные темы и их возможное решение.

Разнообразным типам газетных заголовков в свете их структурных, семантических, стилистических, прагматических особенностей посвящен ряд исследований¹ (Доценко, 2009; Калинина, 2020; Корнилова, 2007; Лютая, 2008; Ляпун, 1999; Мироненко, 2020; Муртада, 2003; Пасевич, Ли, 2021; Подвалова, Юрина, 2019; Трофимова, Савастенко, 2020; Фаткабратова, 2007; Цуканова, 2018; Шостак, 1998; Gasparyan, 2019; Morley, 2003; White, 2011 и др.).

Заголовок представляет собой сложное структурно-семантическое целое. С точки зрения грамматического статуса оно может выражаться словом, словосочетанием или предложением, но отличаться от них по своим функциям. В целом их можно свести к следующим: номинативная, которая служит для наименования текста; информативно-коммуникативная, сообщающая

¹ Nielsen J. The world's best headlines : BBC News web. URL : <http://www.nngroup.com/articles/worlds-best-headlinesbbc-news> (accessed : 24.07.2021).

о тексте; разделительная, выделяющая заголовок в отдельную позицию; экспрессивная, придающая образность; апеллятивная, выявляющая авторскую позицию; рекламная, привлекающая внимание (Мартирян, 2013: 91).

Грамматические особенности. В грамматическом построении заголовков газет «Республика Армения» и «Голос Армении» используются все типы предложения.

Двусоставные предложения в газетном заголовке отличаются высокой степенью информативности, но у простых нераспространенные предложения эта информативность меньше, чем у распространенных. В связи с этим в собранном материале количество двусоставных распространенных предложений значительно превосходит число нераспространенных (Варзапова, 2020: 76). Данный факт, на наш взгляд, объясняется тем, что в современную публицистику (и не только армянскую) возвращается тенденция посредством заголовка не просто сообщить о событии, или факте, но и проинформировать о содержании озаглавленного текста читателя, который, скорее всего, не будет читать последующую статью. Выше уже говорилось о том, что 80% адресатов читают только газетные заголовки. И вторая тенденция: посредством заголовка сообщить такую информацию, чтобы побудить читателя прочесть весь текст статьи.

Двусоставные предложения: *Блок «Честь имею» заявил о множестве нарушений* («ГА», № 24); *Дядя СЭМ продолжит курс на уничтожение гражданского общества Армении* («ГА», № 26); *Хранители культурного наследия собрались в Ереване* («РА», № 45); *Маэстро Рикардо Мути спустя 20 лет вновь выступил в Армении* («РА», № 50).

Почти все типы односоставных предложений используются в заголовках газет «Республика Армения» и «Голос Армении».

Среди глагольных односоставных предложений преобладают неопределенно-личные. Такие предложения, выступая в качестве заголовков, интересны тем, что выражают независимое действие, акцентируя внимание на глаголе-сказуемом и отодвигая неопределенного деятеля на второй план: *Генерала Хачатурова демобилизуют* («ГА», № 26); *В Табацкури установили хачкар* («ГА», № 27); *Пленных используют в обмен на уступки* («РА», № 47).

Основная функция безличных предложений – акцент на действии и его результате, субъект действия при этом не представляется важным: *Даже писка не слышно* («ГА», № 26); *Кому предлагается?* («ГА», № 27); *Приговорили к 20 годам тюрьмы* («ГА», № 30); *Лесов станет больше* («РА», № 45).

Инфинитивные предложения экспрессивны по своей природе и представляют значительные возможности для эмоционального выражения разных мыслей и чувств. Заголовки, которые мы условно отнесли к инфинитивным, являются не совсем типичными по своему синтаксическому оформлению: *Как вдохнуть жизнь в экономику* («ГА», № 24); *Развивать армянский бизнес в диаспоре* («ГА», № 25).

В определено-личных отсутствует деятель и действие актуализируется формой 1-го лица единственного и множественного числа глагола-главного члена: *«На Олимпийских играх рассчитываем на хорошее место»* («РА», № 47); *«Поражу пастыря...»* («ГА», № 30).

Номинативные предложения, созданы для описания и оценки. Называя предметы, явления, действия и придавая определениям еще большую яркость,

автор дает характеристику действительности, общественно-политической и культурной жизни, историческим событиям, явлениям природы, состоянию героя и т. д. Заголовки номинативного типа наиболее близки к заглавиям художественных произведений, выражая главную мысль текста (и автора) (Доценко, 2009: 16). Встречаются, в основном, распространенные номинативные предложения: *Беспрецедентный концерт* («ГА», № 26); *У каждого времени свои подлецы* («ГА», № 27); *Решающий вклад России* («РА», № 47); *Победные выступления армянских шахматистов* («РА», № 51).

Мы присоединяемся к мнению Ю.С. Долотовой «...о разнообразии, многофункциональности односоставных предложений в роли газетных заголовков как самостоятельного языкового явления» (Долотова, 2021: 459).

По наличию главных членов предложения в большей степени используются двусоставные предложения в «РА» и в равных пропорциях двусоставные и односоставные номинативные в «ГА». В обеих газетах преобладают среди глагольных односоставных неопределенно-личные, а определенно-личные, безличные и инфинитивные предложения немногочисленны.

Заголовки, представляющие с грамматической точки зрения сложные предложения, в русскоязычной прессе Армении встречаются редко. Например: *Кто бы узнал об инциденте, если бы не «репортеры без границ»? («ГА», № 25); Некруглая дата: Конституции 26 лет. Джангирян снова востребован («ГА», № 26); Не говорите, что мы не предупреджали («РА», № 49).*

С точки зрения ряда исследователей, в заголовках современных печатных изданий наблюдается изобилие сложных предложений (Садовникова, 2002), но, по нашим наблюдениям, данный феномен не занял значимого места в газетах «РА» и «ГА». Мы согласны с Н.Д. Лапковским, который считает, что «...заголовок должен быть кратким, поэтому употребление сложных конструкций не актуально в современной прессе» (Лапковский, 2016).

Необходимо отметить, что в анализируемых источниках встречается необычное сочетание заголовков и подзаголовков. Подзаголовок, продолжая предложение, вынесенное в заголовок, превращает его из односоставного в двусоставное: заголовок – *«Защитить культурное наследие Арцаха»*, подзаголовок – *призвали Europa Nostra и Европейская ассоциация археологов* («РА», № 47). Или же: заголовок – *Семимесячные*, подзаголовок – *экспертные отрасли «тормозят» больше всего* («ГФ», № 25).

Использование вопросно-ответных конструкций в газетном заголовке связано, прежде всего, с тем, что любой текст, а тем более публицистический, диалогичен по своей сути. Сложное синтаксическое целое, которое представляет собой группа вопросно-ответных конструкций, создает в качестве газетного заголовка своеобразный микротекст, который приобретает относительную самостоятельность: *Есть ли русофобия в Армении? Нет. Нагнетается ли искусственно? Да.* («ГА», № 28). «Перед нами сложное синтаксическое целое, которое состоит из нескольких самостоятельных предложений, обладая при этом смысловой цельностью и выступая как часть завершенной коммуникации» (Мартирян, 2013: 163) Такие заглавия встречаются редко и привлекают читательское внимание благодаря необычной структуре и не всегда типичному ответу на вопрос.

В заголовках русскоязычных газет Армении наличествуют все типы предложений по цели высказывания. Тема статьи и структура новостного сюжета определяют тип предложения.

Заголовок повествовательного типа представляет собой простое изложение и обычно выражает саму тему журналистского произведения. Задача вопросительного предложения состоит в том, чтобы читатель задумался над проблемой текста еще до его прочтения. Побудительные предложения призывают читателя к каким-то действиям, а восклицательные предложения, как правило, выражают оценку самого автора.

Проведенный анализ показал, что в заголовках «РА» и «ГА», в основном, встречаются повествовательные предложения для информирования общественности по различным темам: *Иран пересматривает свою роль в регионе* («ГА», № 24); *Патрульная служба приступила к работе* («РА», № 51).

Вопросительные конструкции используются для постановки проблемы в виде вопроса, имитации диалога с аудиторией, подчеркивания важности читательского мнения, создания эффекта неожиданности и сенсационности новости: *Курс на самоуничтожение?* («ГА», № 24) *Как действуют соглашения между Россией, Арменией и Азербайджаном? (Выполняются или просто остаются в силе?)* («РА», № 46).

Побудительные предложения-заголовки используются тогда, когда действие должно стать ожидаемой реакцией: *Остановитесь и пропустите поезд!* («ГА», № 28).

Пунктуационные особенности. В современных газетных заголовках русскоязычной прессы Армении используются практически все знаки препинания, кроме скобок и точки с запятой: запятая, точка, многоточие, тире, двоеточие, вопросительный и восклицательный знаки.

Запятая ставится в соответствии с нормами современной пунктуации, например, при соединении слов, тесно связанных в сознании автора и читателя по семантике: *Двусторонние отношения, Карабах, ситуация на границе, возвращение военнопленных* («РА», № 51).

Запятая служит средством обособления согласованных определений или обстоятельств, выраженных причастным или деепричастным оборотами: *Книга, посвященная опере «Алмаст»* («РА», № 49); *Власти, подвергая общество шантажу войной, подготавливают его к новым уступкам* («ГА», № 28).

Запятая используется перед уточняющей конструкцией, при пояснении или перефразировании: *Молоток и морковка, или цена бездарной власти* («ГА», № 27); *Незамеченное проникновение, или логика балагана* («ГА», № 30).

Запятая ставится при сравнении: *Мелодия, как молитва* («РА», № 51).

Запятая отделяет друг от друга части сложного предложения: *Если так будет продолжаться, Кут* (пограничное село в Армении. – М.Н.) *опустеет* («ГА», № 28).

Точка отделяет друг от друга понятия, проявляющие связь только в данном контексте: *Случайных людей в команде нет. Все заняты разрушением государства* («ГА», № 28); *Выборы завершены. Остались отголоски* («РА», № 48).

Многоточие в середине заголовка демонстрирует разрыв или несоответствие между частями предложения: *Штанги... к следующей олимпиаде* («ГА», № 28). В конце заголовка многоточие ставится для обозначения неза-

конченности речи или намеренного умолчания: *Доживем до понедельника...* («РА», № 45).

Вопросительный знак в заголовках служит в качестве побудительного мотива к чтению текста и получению ответа на поставленный вопрос, выражает сомнение, а также способствует созданию интриги, предположений, версий и трактовки событий: *Город Шуши: культурная столица или хищное логово?* («ГА», № 24); *Удастся ли России втиснуть Францию в рамки трехстороннего соглашения?* («РА», № 55).

Восклицательный знак, в основном, используется для выражения императива и разнообразных эмоций: *Остановитесь и пропустите поезд!* («ГА», № 28); *Вот и все!* («РА», № 52).

Тире ставится, если в заголовке:

– есть неполное или эллиптическое предложение: *Армянский фотоэкспресс – в Русском доме в Ереване* («РА», № 48); *Японским школьникам – об армянском дудуке* («РА», № 48);

– есть усиление эффекта неожиданности: *Все для народа – все для блага депутата* («ГА», № 28);

– вторая часть представляет собой вывод из первой части сочетания: *Настрой – боевой (В Армении начался летний призыв)* («РА», № 47);

– нулевая связка между подлежащим и сказуемым: *«Олимпийоник» – мультфильм для всей Армении, и не только* («ГА», № 28); *Дети – скрытые жертвы эпидемии COVID-19* («РА», № 47).

Двоеточие используется в двухчастных предложениях при четком интонационном делении, когда:

– первая часть фразы выражает основную точку зрения о проблеме, событии, герое: *Позор Европы: пока Мишель говорил о мире, в Ерасхе стреляли* («ГА», № 28);

– вторая часть конструкции конкретизирует смысл первой части: *НАН: планы и перспективы* («ГА», № 28); *Транспорт: подход системный* («РА», № 45);

– при прямой речи: *Армен Григорян подтверждает: торг пленными будет продолжаться* («ГА», № 25).

Кавычками в заглавиях оформляются:

– цитаты: *«Член НАТО Турция применила оружие НАТО против Армении»* («РА», № 47 – цитата из речи президента Республики Армения А. Саркисяна); *«На Олимпиаде мы намерены бороться за золото»* («РА», № 49 – заявление армянских спортсменов);

– конструкции с прямой речью: *Блок «Армения»: «Пока не будут развеяны сомнения»* («ГА», № 24); *Аветик Арутюнян: «Арцах ранен, но его сердце, мозг, иммунная система работают»* («ГА», № 26).

Как правило, в подобный заголовок выносятся наиболее эффектные выражения героя статьи.

Кавычки также выполняют выделительную функцию при переносном значении слова: *«Поведение» армянского драма обоснованно и предсказуемо* («РА», № 48); *«Армянская» юность Тургенева* («РА», № 55). Или же это название: *«Дикая симфония» Дэна Брауна в Армении* («ГА», № 28); *Стартова программа «Шаг к дому»* («РА», № 47).

Привлекает внимание еще одна тенденция современных газетных заголовков – шрифтовые выделения. Возникновение эффекта «текста в тексте» –

дополнительная возможность для оценки материала и повышения выразительности заглавия: *КОНДенсированное наследие старого Еревана должно быть сохранено* («РА», № 51). Конд – один из старейших районов Еревана со своеобразной архитектурой.

Иностранные вкрапления в заголовке – весьма распространенный прием экспрессии в современной прессе. В газетах «РА» и «ГА» этот прием используется редко, но наблюдается тенденцию к более частотному употреблению: *Атом VS солнце, гидроэнергетика VS орошение* («ГА», № 28); *В IT-музее DataArt открылась виртуальная выставка «Математические машины Армении»* («РА», № 54).

Итак, можно сказать, что «...важным средством создания экспрессивности газетных заглавий является пунктуация, ибо с помощью разнообразных знаков препинания... намеренно выделяются те компоненты заглавия, на которые читатель должен в первую очередь обратить свое внимание» (Манькова, 2000: 167).

Семантические особенности. Слова, используемые в заголовках газет, входят в тематически организованные группы. На основании их семантики нами выделены несколько типов заголовков.

Первая по распространенности тематическая группа названий статей – это событийные заголовки, или заголовки-обозначения ситуаций. Здесь используется разнообразная палитра названий для ежедневного хода жизни и ее событий: *Обеспечена высокая макроэкономическая стабильность* («РА», № 49); *Перераспределения мандатов не будет* («РА», № 54); *Центр поможет узнать Россию лучше* («ГА», № 25); *«Ардиинбанк» привлек \$20 млн на развитие зеленой энергетики* («ГА», № 26).

Следующую группу составляют заголовки, обозначающие лиц, так называемые персонажные заголовки. Но мы считаем необходимым отметить семантическую неоднородность этой группы и количественную неравнозначность, наблюдаемую среди разных типов заголовков. Наиболее частотными являются заголовки – антропонимы. Нередки заглавия, которые вводят не одно, а два и больше действующих лица, что делает заголовок более насыщенным семантически: *Чехов и великие армяне* («РА», № 54). Герой статьи не всегда обозначается в заголовке только именем собственным. В заглавии может присутствовать какой-либо из признаков героя: атрибут профессии – *Золотой свисток Рубена Мамуляна* («РА», № 52), социальный статус – *Лидер фракции «Гражданский договор» – Айк Конджорян* («РА», № 52), способ представления – *Арам Хачатурян в формате анимации* («ГА», № 28). Иногда имя собственное не выносится в заголовок, используется эмоциональная оценка, как положительная, так и негативная, – *Причастный к тайнам* («ГА», № 24 – о скульпторе Ара Ширазе); *Дестабилизатор* (ГА, № 26 – об и. о. премьер-министра Н. Пашиняне); *Пересмешник в луже* («ГА», № 27 – об и. о. министра экономики В. Керобяне) и т. д.

Следующая большая тематическая группа – заголовки, обозначающие время и пространство. Одной из основ текстового мира является хронотоп, координаты которого – время и место – часто используются в заголовках статей. Временные названия заголовков разнообразны. Это как точное название времени суток, дней недели, месяцев, например: *20 июня снова сдали Шуши*

(«ГА», № 25); *Годовщина событий в ночь с 12 на 13 июля* («ГФ», № 27); *Кинофестиваль «Золотой абрикос» состоится в октябре* («РА», № 49), так и целые хронологические отрезки повествования: *«У нас 9 лет не было такого результата»* («РА», № 48); *Сто лет созидания и «захват будущего»* («РА», № 26), где автор, фиксируя длительный промежуток времени, подчеркивает типичность описываемых им событий.

Место – вторая координата текстового мира. Оно может быть обозначено в заголовке с разной степенью конкретности, скажем: *Природный уголок в центре столицы* («ГА», № 24); *Мероприятия под открытым небом* («РА», № 46). Или же используется конкретный топоним: *На фестиваль в Равенне* («РА», № 47); *Новоселье в селе Варденик* («ГА», № 26).

Нарративные заголовки в обеих газетах – следующая тематическая группа. Они подчеркивают повествовательную, нарративную, природу статьи: *История спасенной картины Мартироса Сарьяна* («РА», № 45); *В красках и образах Мауса Мхитаряна* («ГА», № 25); *Армянский теннис в условиях пандемии* («ГА», № 27); *«Хорошая конфета» Тиграна Петросяна* («ГА», № 28, 9-й чемпион мира по шахматам называл славу хорошей конфетой, без которой можно и обойтись. – М.Н.) и т. д. Все проанализированные нами заголовки данного типа являются заголовками статей о культурных или спортивных событиях.

Группа предметных заголовков в нашем исследовании весьма разнообразна. Здесь и *Алкоголь запрещен* («РА», № 47); *Легендарный паровозик «Танк» стал новой визитной карточкой Гюмри* («РА», № 54); *Кто и как должен строить новый Ноев ковчег* («ГА», № 24); *Буклетно-клубничная война ГД* («ГА», № 24); *Молоток и морковь, или Цена бездарной власти* («ГА», № 27); *В деле пистолет и нож* («ГА», № 28); *Автомобили для полевых условий* («ГА», № 28).

В системе прецедентных заголовков нами выделены следующие типы: заглавия-цитаты из другого текста; заглавия, совпадающие с названиями произведений, служащими сюжетной основой; заглавия, отсылающие сразу к нескольким текстам.

Таможня дает добро («РА», № 46) – соотносится сразу с двумя художественными фильмами: советскому фильму «Белое солнце пустыни» режиссера В. Мотыля и франко-бельгийской кинокомедии 2010 года Дэни Буна «Таможня дает добро».

Доживем до понедельника... («РА», № 45) отсылает к одноименному фильму 1968 года Станислава Ростоцкого. Номер газеты «РА» вышел в свет в пятницу, а в воскресенье, 20 июня, должны были состояться внеочередные парламентские выборы.

В ожидании ГЭДЭ («ГА», № 25). Этот заголовок – перефразированное название драмы «В ожидании Годо» Сэмюэля Беккета. Отметим и игру со звучий *Годо – ГЭДЭ* (партия «Гражданский договор»).

Заголовок статьи о кадровой политике нынешних властей Армении *Какие могут быть претензии к ателье?* («ГА», № 26) отсылает к сцене из фильма «Люди и манекены», в котором Аркадий Райкин получил в ателье абсолютно непригодный костюм, у которого все части: пуговицы, карманы, брюки, рукава – перепутаны местами.

Сахара нет, но вы держитесь! («ГА», № 27) – производное от фразы, произнесенной в мае 2016 года председателем правительства России Дмитрием Медведевым и ставшей крылатой.

Арцах защищали армяне – и точка! («ГА», № 27) восходит к выражению премьер-министра Армении Никола Пашиняна «Арцах – это Армения, и точка!» Заголовок содержит упрек властям Армении, которые проиграли войну и недооценивают героизм армянских солдат.

«Корабль дураков» – новый рейд («ГА», № 27) – заголовок статьи о замысле властей оптимизировать культурные центры отсылает сразу к двум произведениям конца XV века: поэме Себастьяна Бранта (1494) и картине Иеронима Босха (ок. 1490–1500).

Антироссийские силы не прошли в парламент (народ не оценил их скорбный труд) («РА», № 46) – в подзаголовке строчка из бессмертного стихотворения А.С. Пушкина «Во глубине сибирских руд...» и отклика А.И. Одоевского «Струн вещей пламенные звуки...».

Саро Эмирзе: «И мое сердце в горах» («ГА», № 27) – заголовок статьи о германском артисте армянского происхождения Саро Эмирзе (Эмирзяне) отсылает к знаменитому произведению Уильяма Сарояна «В горах мое сердце» о мальчике и его армянской семье, название Сарояна в свою очередь восходит к стихотворению Роберта Бернса «В горах мое сердце».

Ни дня без строчки («ГА», № 28) – перекликается с латинским афоризмом *Nulla dies sine linea* древнеримского историка Плиния Старшего, который приписывал это выражение древнегреческому художнику Апеллесу. Вторая отсылка – книга Юрия Карловича Олеси «Ни дня без строчки».

Все для народа – все для блага депутата («ГА», № 28) – иронически перефразированное лозунг советской эпохи «Все во имя человека, для блага человека».

Готовы ли власти к визиту индийского гостя? («ГА», № 26) – заголовок статьи о штамме индийского вируса иронически переосмысляет арию индийского гостя из оперы Н. Римского-Корсакова «Садко».

«Поражу пастыря...» («ГА», № 30) – восходит к двум библейским текстам: словам Иисуса в Евангелии от Матфея (14:21) «...ибо написано: поражу пастыря, и рассеются овцы стада», которые в свою очередь имеют отправной точкой Книги пророка Захарии (13:7).

Как можно заметить, прецедентные заголовки используются в газете «ГА» во всем разнообразии: библейские тексты, названия художественных произведений, фильмов, музыкальных произведений, афоризмы, лозунги советской эпохи и т. д.

Поскольку СМИ, как известно, являются как средством информирования, так и воздействия, заголовок статьи одновременно выполняет информационную и волонтактивную функции. Представляя собой сжатую модель текстовой ситуации, заголовок, как и сама статья, отражает мнение правительства, оппозиции или издателя, излагая информацию и осуществляя воздействие рациональными и эмоционально-экспрессивными средствами. «В разных типах изданий эти функции могут находиться в различном соотношении – от академической беспристрастности до нескрываемой политической анга-

жированности» (Агапова, 2011: 18). Сравним заголовки статей на одну и ту же тему в обеих газетах: проправительственной «РА» и оппозиционной «ГА»:

День Конституции («РА», № 50) – *Некруглая дата: Конституции 26 лет. Джангирян снова востребован!* («ГА», № 26).

Выборы завершены. Остались отголоски («РА», № 48) – *Самые позорные выборы в истории Армении!* («ГА», № 24).

Самый высокий показатель рабочих мест (зарегистрирован в мае текущего года) («РА», № 47) – *Иллюзия программы (о программе роста экономики в Армении)* («ГА», № 28).

По мнению И.В. Арнольд, газетный заголовок, выполняя определенный социальный заказ, сочетает элементы информации с коннотативными (Арнольд, 2002). «Именно благодаря этому аспекту создаются статьи с «крикливыми», эмоциональными, оценивающими заголовками, исходя из личных побуждений авторов. И наоборот, если создатель публикации (или может быть заказ государства, региона, организации) непосредственно не связан со случившимся, заголовок будет просто констатацией факта без сопровождения эмоциональностью» (Некрасова, 2018).

Либерализация общественной жизни, гендерное равноправие, бунтарские взгляды на искусство и т. д. в огромной степени содействовали демократизации языка печатных (и не только) СМИ, и этот процесс продолжается по сей день, характеризуясь включением разговорной лексики: «Произошедшая в последние десятилетия демократизация общественной и бытовой жизни, революционные изменения в отношениях между полами и внутри полов, в положении женщины, изменения точки зрения на брак, семью и т. д. сильно содействовали демократизации языка СМИ, приходу в него слов и выражений, которые раньше считались грубыми, редко употребляемыми и просто немислимыми в сфере публичных отношений» (Давыдова, 2011: 93). Эта тенденция характерна и для русскоязычной прессы Армении. Приведем примеры употребления в заголовках слов, которые раньше считались недопустимыми в печати, а тем более – в заголовках: *Террористическая сходка в Шуши* («РА», № 45); *Алиев изгаляется в попытках избежать переговоров по Арцаху* («РА», № 49); *Сотни проектов остались на бумаге, или Две хайтек-истории про бардак* («ГА», № 27).

Заключение

Следующие факторы являются основополагающими для заголовков современной русскоязычной прессы Армении: экспрессия, диалогичность, демократизация, креативность.

Диалогичность способствует оформлению заголовков в виде вопросно-ответных комплексов. Демократизация позволяет включать в заголовки разговорную и даже просторечную лексику. Креативность вызывает к жизни новые способы как вербальных, так и невербальных форм выражения.

Сочетание эмоционально-оценочных лексем, прецедентных текстов, стилистически окрашенных синтаксических средств, порядка слов и пунктуации является активным, динамичным процессом, средством выражения авторской позиции и смысловой актуализации заголовка.

Язык СМИ используется сегодня не только как способ информации, но и как мощное средство воздействия, пропаганды и манипуляции. Каждая из

двух русскоязычных газет имеют свою аудиторию, которая на сегодняшний день весьма сдержанно (если не сказать – отрицательно) воспринимает точку зрения противоположной стороны. Авторы публикаций в обязательном порядке учитывают ментальность читателя, его фоновые знания, взгляды на мир в целом и на отдельные события в частности. Вследствие этого язык каждой из газет становится мощным средством воздействия и влияния на читательскую аудиторию, которая, в основном, воспринимает излагаемые события и факты так, как они представлены и изложены в газетных публикациях.

Сужение и изменение сфер использования русского языка, который перестал быть одним из основных языков обучения, языком дело- и судопроизводства и приобрел в республике новый статус, который больше соответствует потребностям времени и общества, наряду с тенденцией выдвижения на первый план одного из видов речевой деятельности – чтения, нашло свое отражение в современных русскоязычных СМИ РА. Продолжение исследования с разных точек зрения заголовков русскоязычных газет Армении и его результаты являются перспективными, поскольку вносят существенный вклад в изучение развития современных русскоязычных СМИ РА, которые регулярно освещают жизнь страны и выражают национально значимые идеи.

Список литературы

- Агапова А.Н.* Заголовок в современной русской прессе : эпистемический и прагматический аспекты : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2011. 24 с.
- Айдинян А.Ж.* Языковые особенности армянской русскоязычной прессы : дис. ... канд. филол. наук. Ереван, 2014. 148 с.
- Алексеевко Д.И.* Некоторые типологические особенности печатных СМИ Республики Армения // Знак : проблемное поле медиаобразования. 2013. № 1 (11). С. 26–31.
- Арнольд И.В.* Стилистика. Современный английский язык. М. : Флинта : Наука, 2002. 384 с.
- Арутюнян В.Н., Айдинян А.Ж.* Особенности национальной русскоязычной прессы // Филологические науки. Социолингвистика. URL : http://www.rusnauka.com/36_PVMN_2012/Philologia/9_120117.doc.htm (дата обращения : 05.05.2021).
- Баева В.Г.* Использование фразеологизмов в заголовках пензенских региональных газет // Языковая политика и вопросы гуманитарного образования : сборник научных статей IV Международной научно-практической конференции. Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 404–406.
- Варзапова В.Ю.* Заголовок англоязычного медиатекста как объект лингвосомиотического исследования (на материале заголовков сетевых версий изданий The Telegraph и The Independent) : дис ... канд. филол. наук. Хабаровск, 2020. 203 с.
- Давыдова С.В.* Язык средств массовой информации // *Lingua mobilis*. 2011. № 2 (28). С. 93–96.
- Долотова Ю.С.* Односоставные предложения в функции газетного заголовка (на материале региональной газеты «Молодой ленинец») // Языковая политика и вопросы гуманитарного образования : сб. науч. ст. V Междунар. науч.-практ. конф. Пенза : Изд-во ПГУ, 2021. С. 457–459.
- Доценко М.Ю.* Синтаксис газетного заголовка : структура, семантика, прогнозирование смыслового развития текста : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2009. 18 с.
- Задровская Е.С.* К проблеме языка заголовков современных СМИ // Международный журнал экспериментального образования. 2014. № 6–2. С. 143–144.
- Калинина М.В.* Газетный заголовок : нормативно-этический аспект (на материале газеты «Московский комсомолец») // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2020. Т. 6. № 1. С. 62–68.

- Корнилова К.Е. Функции заголовков современных журналистских текстов // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. Спецвыпуск. 2007. С. 118–119.
- Лазарева Э.А. Заголовок в газете. Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1989. 96 с.
- Лапковский Н.Д. Синтаксические особенности заголовков в республиканской и региональной газетах. URL : <https://conf.grsu.by/alternant2016/index-31.htm> (дата обращения : 15.06.2021).
- Луннова М.Г., Можжаева Ю.А. Прецедентные единицы в заголовках региональной прессы (на материале печатных СМИ г. Пензы) // Языковая политика и вопросы гуманитарного образования : сб. науч. ст. V Междунар. науч.-практ. конф. Пенза : Изд-во ПГУ, 2021. С. 468–470.
- Лютая А.А. Современный заголовок : структура, семантика, прагматика : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2008. 164 с.
- Ляпун С.В. Лексико-семантические и стилистические особенности современного газетного заголовка (на материале газеты «Комсомольская правда» за 1994–1998) : дис. ... канд. филол. наук. Майкоп, 1999. 185 с.
- Манькова Л.А. Лингвистическая типология газетных заголовков, 90-е годы XX века : дис. ... канд. филол. наук. Симферополь, 2000. 192 с.
- Мартирян Н.И. М. Булгаков : типология заглавий // Лингвистические исследования : сборник статей. Ереван : ЕГУ, 2013. № 4. С. 87–95.
- Мартирян Н.И. Некоторые типы вопросно-ответных конструкций в художественном тексте // Кантех. 2013. № 2 (55). С. 162–167.
- Мироненко Е.С. Особенности стиля газетных заголовков // Филологический аспект : международный научно-практический журнал. 2020. № 5 (61). URL : <https://scipress.ru/philology/articles/osobennosti-stilya-gazetnykh-zagolovkov.html> (дата обращения : 05.08.2021).
- Муртада К.С. Заголовок-вопрос на газетной полосе : дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2003. 141 с.
- Некрасова А.С. Виды, типы, функции газетного заголовка и его место в тексте статьи СМИ // Актуальные проблемы филологии : материалы III Междунар. науч. конф. (г. Казань, май 2018 г.). Казань : Молодой ученый, 2018. С. 27–31. URL : <https://moluch.ru/conf/phil/archive/301/13190/> (дата обращения : 15.07.2021).
- Пасевич З.В., Ли Ж. Прецедентные тексты в заголовках газетных фельетонов дальневосточной эмиграции // Филологический аспект : международный научно-практический журнал. 2021. № 2 (70). URL : <https://scipress.ru/philology/articles/pretsedentnye-teksty-v-zagolovkakh-gazetnykh-feletonov-dalnevostochnoj-emigratsii.html> (дата обращения : 06.08.2021).
- Подвалова А.С., Юрина Е.А. Функции и структурные типы новостных заголовков в современной французской прессе // Огарев-online. 2019. № 6. URL : <http://journal.mrsu.ru/arts/funkcii-i-strukturnye-tipy-novostnykh-zagolovkov-v-sovremennoj-francuzskoj-pressе> (дата обращения : 05.08.2021).
- Садовникова М.Н. Сложноподчиненные предложения в функции газетных заголовков современных русских и французских СМИ : дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2002. 202 с.
- Трофимова Г.Н., Савастенко Р.А. Заголовки текстов СМИ как инструмент обучения РКИ в координатах медиаобразования // Cuadernos de Rusística Española. 2020. № 16. С. 209–218. URL : <https://revistaseug.ugr.es/index.php/cre/article/download/14096/15624> (дата обращения : 08.08.2021).
- Фаткабрарова Ю.М. Структурно-семантическая характеристика кратких газетных сообщений : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 23 с.
- Цуканова Ж.В. Структурные особенности заголовков гуманитарных и технических научных статей (на материале русского языка) // Гуманитарные научные исследования. 2018. № 5. URL : <https://human.snauka.ru/2018/05/24988> (дата обращения : 07.08.2021).

- Шостак М.И. Журналист и его произведение : практическое пособие. М. : ТОО «Гендальф», 1998. 96 с.
- Gasparyan G. The public perception of news headlines' language (a case study) // *Foreign Languages in Higher Education*. 2019. Issue 1 (26). Pp. 16–23.
- Morley J. Truth to tell : form and function in newspaper headlines. Bologna : CLUEB, 2003. 214 p.
- White M. Cracking the code of press headlines : from difficulty to opportunity for the foreign language learner // *International Journal of English Studies*. 2011. Vol. 11. Issue 1. Pp. 95–116.

Сведения об авторе:

Мартирян Наира Игнатиосовна, кандидат филологических наук (PhD), доцент кафедры русского языкознания, типологии и теории коммуникации, Ереванский государственный университет. *Сфера научных интересов:* лексикология, стилистика и культура речи, методика преподавания русского языка как иностранного. Автор более 60 научных публикаций. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8955-3861> E-mail: nairamartiryan@gmail.com

DOI 10.22363/2618-8163-2021-19-4-436-452

Research article

Features of newspaper headlines in the Russian-language press in Armenia

Naira I. Martiryan 

Yerevan State University,
1 Alex Manoogian St, Yerevan, 0025, Republic of Armenia
✉ nairamartiryan@gmail.com

Abstract. The coverage of significant world events in various mass media and the attitude of the journalists differ substantially. Newspaper headlines give the opportunity to navigate in the information flow and find the most important and interesting information. The headlines of the Russian-language newspapers in the Republic of Armenia are analyzed. The relevance of the research lies in the need to study headings from the point of view of their functions, grammatical structure, the use of punctuation marks in them, and their semantic components. The aim of the study is to identify and describe the grammatical, semantic, punctuation features and functions of headings in the Russian-language press in Armenia. The following methods were used: continuous sampling, statistical, descriptive, including methods of observation and comparison, component analysis, comparative analysis. The research material included the articles of the newspapers “Respublika Armenia” and “Golos Armenii” of June – July 2021. Based on the results of the research, the following conclusions were made: in the Russian-language press of Armenia, all types of sentences are used as headlines; almost all punctuation marks are used in the titles; headings form thematically organized groups. The peculiarities of the headlines of the modern Russian-language press in Armenia are determined by such factors as the tendency of the language to expressiveness, dialogue, democratization, creativity and the author's principle in the design of the heading. Taking into account the tendency to change the proportion of types of speech activity and highlight the most demanded and important at the present time – reading, the study of the linguistic features of the newspaper and journalistic style, in particular the headlines, is very relevant. The results of the study are promising, since they make a significant contribution to the study of the modern Russian-language press in the Republic of Armenia.

Keywords: Russian language, journalistic style, media language, structure, semantics and functions of headings, precedent text, democratization of the language

Article history: received 05.05.2021; accepted 18.08.2021.

For citation: Martiryán, N.I. (2021). Features of newspaper headlines in the Russian-language press in Armenia. *Russian Language Studies*, 19(4), 436–452. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-436-452>

References

- Agapova, A.N. (2011). *Headline in the modern Russian press: Epistemic and pragmatic aspects*. [Author's abstr. cand. ped. diss.]. Volgograd. (In Russ.)
- Alekseenko, D.I. (2013). Some typological features of the print media of the Republic of Armenia. *Znak: Problemnoe Pole Mediaobrazovaniya*, 1(11), 26–31. (In Russ.)
- Arnold, I.V. (2002). *Stylistics. Modern English*. Moscow: Flinta Publ., Nauka Publ. (In Russ.)
- Arutyunyan, V., & Aydinyan, A. (2012). Features of the national Russian-language press. *Philological Sciences. Sociolinguistics*. (In Russ.) Retrieved May 5, 2021, from http://www.rusnauka.com/36_PVMN_2012/Philologia/9_120117.doc.htm
- Aydinyan, A. (2014). *Linguistic features of Armenian Russian language press*. (Candidate dissertation, Yerevan). (In Russ.)
- Baeva, V.G. (2020). Use of phraseological units in the headlines of Penza regional newspapers. *Language Policy and Issues of Humanitarian Education: Collection of Scientific Articles on Materials IV International Scientific and Practical Conference* (pp. 404–406). Penza: PSU Publishing House. (In Russ.)
- Davydova, S.V. (2011). Language of mass media. *Lingua Mobilis*, 2(28), 93–96. (In Russ.)
- Dolotova, Yu.S. (2021). One-part sentences as a newspaper headline (based on regional newspaper “Young Leninites”). *Language Policy and Issues of Humanitarian Education: Collection of Scientific Articles on Materials IV International Scientific and Practical Conference* (pp. 457–459). Penza: PSU Publishing House. (In Russ.)
- Dotsenko, M.Yu. (2009). *Newspaper headline syntax: Structure, semantics, forecasting semantic development of the text*. [Author's abstr. cand. ped. diss.]. St. Petersburg. (In Russ.)
- Fatkabrarova, Yu. (2007). *Structural and semantic characteristics of short newspaper messages*. (Candidate dissertation, Moscow). (In Russ.)
- Gasparyan, G. (2019). The public perception of news headlines' language (a case study). *Foreign Languages in Higher Education*, 1(26), 16–23.
- Kalinina M.V. (2020). Newspaper headline: Normative and ethical aspect (based on the material of the newspaper “Moskovsky Komsomolets”). *Theoretical and Applied Linguistics*, 6(1), 62–68. (In Russ.)
- Kornilova, K.E. (2007). Functions of headings of modern journalistic texts. *Izvestiya Vuzov. Severo-Kavkazskii Region. Obshchestvennye Nauki. Special Issue* (pp. 118–119). (In Russ.)
- Lapkovsky, N.D. (2016). *Syntactic features of headings in republican and regional newspapers*. (In Russ.) Retrieved June 15, 2021, from <https://conf.grsu.by/alternant2016/index-31.htm>
- Lazareva, E.A. (1989). *The headline in the newspaper*. Sverdlovsk: Publishing house of the Ural University. (In Russ.)
- Lunnova, M.G., & Mozhaeva, Yu.A. (2021). Precedent units in the headlines of the regional press (on material of print media in Penza). *Language Policy and Issues of Humanitarian Education: Collection of Scientific Articles on Materials IV International Scientific and Practical Conference* (pp. 468–470). Penza: PSU Publishing House. (In Russ.)
- Lyapun, S.V. (1999). *Lexico-semantic and stylistic features of modern newspaper headlines (based on the material of the newspaper “Komsomolskaya Pravda” for 1994–1998)*. (Candidate dissertation, Maikop). (In Russ.)
- Lytaya, A.A. (2008). *Modern headlines: Structure, semantics, pragmatics*. (Candidate dissertation, Volgograd). (In Russ.)
- Mankova, L.A. (2000). *Linguistic typology of newspaper headlines, 90s of the twentieth century*. (Candidate dissertation, Simpheropol). (In Russ.)

- Martiryan, N.I. (2013). M. Bulgakov: Typology of titles. *Linguistic Studies*, (4), 87–95. Yerevan: YSU Publ. (In Russ.)
- Martiryan, N.I. (2013). Some types of question-answer constructions in fictional text. *Kantech*, (2(55)), 162–167. (In Russ.)
- Mironenko, E. (2020). Features of the style of newspaper headlines. *Philological Aspect: International Scientific and Practical Journal*, (5(61)). (In Russ.) Retrieved August 5, 2021, from <https://scipress.ru/philology/articles/osobennosti-stilya-gazetnykh-zagolovkov.html>
- Morley, J. (2003). *Truth to tell: Form and function in newspaper headlines*. Bologna: CLUEB.
- Murtada, K.S. (2003). *Headline – a question on a newspaper page*. (Candidate dissertation, Voronezh). (In Russ.)
- Nekrasova, A.S. (2018). Types, functions of a newspaper headline and its place in the text of a media article. *Actual Problems of Philology: Materials of the III International Scientific Conference (Kazan, May 2018)* (pp. 27–31). Kazan: Molodoy Uchyoniyl Publ. (In Russ.) Retrieved July 15, 2021, from <https://moluch.ru/conf/phil/archive/301/13190/>
- Pasevich, Z.V., & Li, Zh. (2021). Precedent texts in the headlines of newspaper feuilletons of the Far Eastern emigration. *Philological Aspect: International Scientific and Practical Journal*, 2(70). (In Russ.) Retrieved August 6, 2021, from <https://scipress.ru/philology/articles/pretsedentnyy-teksty-v-zagolovkakh-gazetnykh-feletonov-dalnevostochnoj-emigratsii.html>
- Podvalova, A., & Yurina, E. (2019). Functions and structural types of news headlines in the modern French press. *Ogaryov-Online*, (6). (In Russ.) Retrieved August 8, 2021, from <http://journal.mrsu.ru/arts/funkcii-i-strukturnye-tipy-novostnyx-zagolovkov-v-sovremennoj-francuzskoj-presse>
- Sadovnikova, M.N. (2002). *Complex sentences in the function of newspaper headlines modern Russian and French media*. (Candidate dissertation, Rostov-on-Don). (In Russ.)
- Shostak, M.I. (1998). *Journalist and his work: A practical guide*. Moscow: TOO “Gandalf” Publ. (In Russ.)
- Trofimova, G., & Savastenko, R. (2020). Headers of media texts as a tool for teaching Russian as a foreign language at the coordinates of media education. *Cuadernos de Rusística Española*, (16), 209–218. (In Russ.) Retrieved August 8, 2021, from <https://revistaseug.ugr.es/index.php/cre/article/download/14096/15624>
- Tsukanova, Zh. (2018). Structural features of the titles of humanitarian and technical scientific articles (based on the Russian language). *Humanitarian Research*, (5). (In Russ.) Retrieved August 7, 2021, from <https://human.snauka.ru/2018/05/24988>
- Varzapova, V.Yu. (2020). *The headline of the English-language media text as an object of the linguosemiotic research (based on the headings of the online editions of The Telegraph and The Independent)*. (Candidate dissertation, Khabarovsk). (In Russ.)
- White, M. (2011). Cracking the code of press headlines: From difficulty to opportunity for the foreign language learner. *International Journal of English Studies*, 11(1), 95–116.
- Zadrovskaya, E.S. (2014). To the problem of the headline language of modern media. *International Journal of Experimental Education*, (6–2), 143–144. (In Russ.)

Bio note:

Naira I. Martiryan, Candidate of Philology (PhD), Associate Professor of the Chair of Russian Linguistics, Typology and Communication Theory, Yerevan State University. *Research interests*: lexicology, stylistics and culture of Russian speech, methodology of teaching Russian as a foreign language. The author of more than 60 scientific publications. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8955-3861> E-mail: nairamartiryan@gmail.com