

ФУНКЦИИ ЗАГОЛОВКОВ НОВОСТЕЙ НА САЙТАХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ГОРТЕ Анастасия Владимировна

студент

Алтайский государственный педагогический университет
г. Барнаул, Россия

В 2026 г. цифровая среда высшего образования характеризуется предельной концентрацией информационных потоков, где официальный сайт вуза выступает ядром стратегических коммуникаций. Заголовок новости перестает быть просто названием текста, становясь самостоятельной тематической единицей – диктемой. Обладая стилистической окраской и направленностью на адресата, такой заголовочдиктема выполняет не только базовые информативную и прагматическую функции, но и формирует первичный вектор восприятия всей организации.

Ключевые слова: новостной заголовок, функции новостного заголовка, специфика новостного заголовка, интернет-коммуникация, вузовский дискурс.

В современной лингвистической парадигме 2026 г. заголовок перестал рассматриваться как вспомогательный элемент текста. В условиях избыточности информационных потоков и доминирования «клипового» потребления контента он обретает статус автономной, семантически завершенной единицы.

Согласно теоретическим положениям Н.С. Цыбиковой, заголовок в интернет-дискурсе выступает как самостоятельная коммуникативная единица – диктема. Автор определяет её как «минимальную тематическую единицу текста, состоящую из одного или нескольких предложений, объединенных общей микротемой и стилистической окраской» [6, с. 91].

Если Н.С. Цыбикова предлагает двухуровневую модель, выделяя информативную и прагматическую функции [6, с. 94], то для детального анализа вузовского контента более продуктивной представляется классификация Э.А. Лазаревой [4], выделяющей семь ключевых функций:

1. Графически-выделительная функция. В условиях интернет-коммуникаций 2026 года эта функция приобретает первостепенное значение. Это воздействие на произвольное внимание читателя, которое «первично и сменяется произвольным, контролируемым сознанием».

2. Номинативная функция. Основная задача

данной функции – дать имя тексту. По мнению А.А. Маркова, точность номинации критически важна: заголовок не должен вводить в заблуждение или противоречить содержанию [5, с. 105].

3. Информативная функция. Заголовок транслирует пресуппозицию текста. Е.С. Дорошук подчеркивает, что информативность – залог доверия аудитории к источнику [2, с. 44].

4. Рекламная функция. В условиях жёсткой конкуренции вузов за абитуриентов рекламный потенциал заголовка становится инструментом маркетинга.

5. Оценочно-экспрессивная функция. Данная функция наиболее интересна с точки зрения лингвистики, так как она напрямую связана с эмоциональным воздействием.

6. Интегративная функция. Она обеспечивает связь заголовка с текстом на лексическом и грамматическом уровнях. Е.Н. Широкова отмечает, что нарушение этой связи (например, «кликбейт») ведёт к деструкции медиаобраза организации [7, с. 125].

7. Композиционная функция. Заголовок прогнозирует архитектуру будущего сообщения. Как указывает А.В. Колесниченко, заголовок подготавливает читателя к восприятию структуры текста (например, интервью, репортажа или аналитической статьи) [3, с. 112].

Рассматривая эти функции в комплексе, следует согласиться с мнением Е.В. Долговой, ко-

торая отмечает, что в интернет-дискурсе происходит «прагматическая диффузия»: функции редко встречаются в чистом виде, чаще они накладываются друг на друга [1, с. 56].

Таким образом, функциональное поле но-

востного заголовка на сайте вуза представляет собой сложную систему, где графическое выделение и именование факта сочетаются с рекламным воздействием и формированием эмоционального образа организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Долгова, Е. В. Прагматический потенциал заголовков новостного интернет-дискурса / Е. В. Долгова // ТЯиМК. – 2021. – № 1 (40). – С. 54-64.
2. Дорошук, Е. С. Основы теории журналистики. Практикум : учебное пособие / Е. С. Дорошук. – Казань : Казан, 2014. – 136 с.
3. Колесниченко, А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесниченко. – Москва : Юрайт, 2020. – 292 с.
4. Лазарева, Э. А. Заголовок в газете : учебная литература / Э. А. Лазарева – Свердловск : Урал, 1989. – 94,[2] с.
5. Марков, А. А. Теория и практика массовой информации : учебник / А. А. Марков, О. И. Молчанова, Н. В. Полякова. – Москва : ИНФРА-М, 2014. – 252 с.
6. Цыбикова, Н. С. Медиация в тексте интернет-новостей / Н. С. Цыбикова // Язык и культура. – 2013. – № 2 (22). – С. 90–100.
7. Широкова, Е. Н. Новостные интернет-заголовки: онтологический и ортологический аспекты / Е. Н. Широкова // Научный диалог. – № 12. – С. 122-138.

NEWS HEADLINE FUNCTIONS ON THE WEBSITES OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

GORTE Anastasia Vladimirovna

Student

Altai State Pedagogical University

Barnaul, Russia

In 2026, the digital environment of higher education is characterized by an extreme concentration of information flows, with the university's official website serving as the core of strategic communications. A news headline ceases to be simply the title of a text, becoming an independent thematic unit – a dicteme. Possessing a stylistic flavor and a specific focus on the recipient, such a dicteme headline not only fulfills basic informational and pragmatic functions but also shapes the primary vector of perception for the entire organization.

Key words: news headline, function of news headline, characteristics of news headline, Internet communication, university discourse.