

УДК 811.161.1

***ЛИНГВОКРЕАТИВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ МЕДИАЗАГОЛОВКОВ  
(НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛОВ «MASH» И «ГУБЕРНИЯ |  
ХАБАРОВСК»)***

***Кондрашева Е.В.,***

*старший преподаватель,*

*Тихоокеанский государственный университет,*

*Хабаровск, Россия*

***Айнулова С. Е.,***

*студент,*

*Тихоокеанский государственный университет,*

*Хабаровск, Россия*

**Аннотация**

В статье исследуются лингвокреативные параметры медиазаголовков телеграм-каналов. Медиазаголовки являются одним из ключевых элементов привлечения внимания аудитории в условиях информационного перенасыщения. На примере двух телеграм-каналов – «Mash» и «Губерния | Хабаровск» проводится анализ специфики использования языковых средств, направленных на повышение эффективности коммуникации и формирование уникального имиджа. Выделяются и классифицируются основные лингвокреативные стратегии, применяемые в заголовках, оценивается их воздействие на читательское восприятие. Исследователи приходят к выводу, что лингвокреативные заголовки являются инструментом формирования информационного поля, привлечения внимания аудитории, а также выражением направленности интересов ТГ-канала.

**Ключевые слова:** медиазаголовок, телеграм-канал, лингвокреативность, языковые средства, параметры, привлечение внимания, коммуникация, «Mash», «Губерния | Хабаровск».

***LINGUOCREATIVE PARAMETERS OF MEDIA HEADLINES (BASED  
ON THE TELEGRAM CHANNELS “MASH” AND “GUBERNIA /  
Khabarovsk”)***

***Kondrasheva E. V.,***

*senior lecturer,*

*Pacific State University,*

*Khabarovsk, Russia*

***Ainulova S. E.,***

*student,*

*Pacific State University,*

*Khabarovsk, Russia*

**Annotation**

The article explores the linguocreative parameters of media headlines in Telegram channels. Media headlines are one of the key elements in attracting the audience's attention in an information-saturated environment. Using the example of two Telegram channels, “Mash” and “Gubernia|Khabarovsk”, the article analyzes the specific use of linguistic means aimed at enhancing communication efficiency and creating a unique image. The article identifies and classifies the main linguocreative strategies employed in headlines and evaluates their impact on reader perception. Researchers conclude that linguocreative headlines are a tool for shaping the information field, attracting the audience's attention, and expressing the author's intentions.

**Keywords:** media head, telegram channel, linguistic creativity, language tools, parameters, attracting attention, communication, “Mash”, “Gubernia | Khabarovsk”.

Современное медиaprостранство характеризуется стремительным развитием и высокой конкуренцией за внимание аудитории. Телеграм-каналы, благодаря своей оперативности, интерактивности и возможности персонализированной доставки контента, стали одним из наиболее

Дневник науки | [www.dnevniknauki.ru](http://www.dnevniknauki.ru) | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

востребованных форматов потребления информации. В этом контексте медиазаголовки приобретает особую значимость, выступая в роли своеобразной «визитной карточки» новости и первого контакта читателя с контентом. Эффективность заголовка напрямую влияет на решение пользователя открыть материал, прочитать его полностью и, как следствие, на вовлеченность и лояльность аудитории.

Целью данной статьи является выявление и анализ лингвокреативных параметров медиазаголовков телеграм-каналов на примере двух разноплановых, но популярных в разных категориях ресурсов: «Mash», известного своим провокационным и оперативным стилем (занимает шестую строчку по количеству подписчиков в рейтинге Телеграм-каналов) [6] и «Губерния | Хабаровск», представляющего региональное информационное агентство (имеет значительно меньшее количество подписчиков, но востребовано среди жителей Хабаровского края). Сравнительный анализ позволит выявить как общие тенденции в использовании лингвокреативных стратегий, так и специфические особенности, обусловленные целевой аудиторией, тематикой и позиционированием ТГ-каналов.

Лингвокреативность в медиатекстах является предметом изучения различных научных дисциплин, включая лингвистику, журналистику, семиотику и когнитивную психологию. Под лингвокреативностью понимается «умение носителей языка использовать возможности языка в создании новых слов, трансформации значения имеющихся в языке слов и словосочетаний, тем самым способствуя достижению эмоционального или прагматического эффекта» [3].

«Лингвокреативность <...> становится мощным инструментом в арсенале медиакоммуникаторов» [5], а в сфере медиазаголовков лингвокреативность проявляется в использовании языковых ресурсов не только для передачи информации, но и для создания эмоционального отклика, интриги, привлечения внимания и формирования определенного имиджа канала. Для усиления

Дневник науки | [www.dnevniknauki.ru](http://www.dnevniknauki.ru) | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

образности и эмоциональной насыщенности активно применяются метафоры, метонимии, другие виды тропов, используются неологизмы и окказионализмы. Игра слов, каламбуры и аллюзии служат созданию многозначности, юмора и отсылок к культурному контексту.

Важным приемом является и намеренное, но допустимое нарушение грамматических и синтаксических норм, например, использование эллипсиса или инверсии для динамики и привлечения внимания, словообразовательные редупликации. Эмоциональный резонанс достигается за счет окрашенной лексики, экспрессивных средств, восклицаний и междометий. Вопросительные и восклицательные конструкции помогают формировать интригу и побуждать к действию. При помощи всех перечисленных приемов достигается главная цель – создание заголовков-«крючков», которые вызывают любопытство и побуждают к дальнейшему чтению.

Исследования в области медиалингвистики подчеркивают, что заголовки выполняют ряд важнейших функций: графически-выделительную, информационную, функцию компрессии, создание эмоционального фона, полифоническую (создание динамичности) [4, 196–199]. Лингвокреативные стратегии направлены на усиление этих функций, делая заголовок не просто кратким изложением содержания, но и самостоятельным, воздействующим элементом.

В качестве теоретической базы для классификации лингвокреативных приемов были использованы работы отечественных исследователей в области медиалингвистики и теории коммуникации [1, 2, 3, 5, 7, 8].

Telegram-канал «Mash» позиционирует себя как источник оперативной информации, часто с элементами сенсационности и провокации. Лингвокреативные стратегии, применяемые в заголовках, направлены на максимальное привлечение внимания и создание эффекта «срочности» и «неожиданности».

«Mash» активно использует в качестве заголовков интегрированную метафору – мемы. «Мем – медиаобъект, единица культурной информации, которая может выступить в виде слов и фраз, медиафайлов, статических или динамических визуальных форматов, креативно представляющих информацию» [1, 255].

Например, мем «Вставай, старая, у меня категория В» («Mash», 21.02.2026) предшествует материалу о зумерах, их неспособности к концентрации внимания и нежеланию водить автомобиль. Сам материал начинается словами: «Зумеры – самое пешеходное поколение». Мем «Ты жалок» предшествует материалу, начинающемуся словами: «Гуманоиды пришли». Обзор новостей четверга начинается заголовком «Четверговые итоги подъехали» («Mash», 20.02.2026). В данном случае редупликация суффикса -ов- является примером языковой игры, ставшей уже традиционной для этого ТГ-канала. Подобные и другие случаи словообразовательных экспериментов мы встречаем во многих публикациях: «Будьте аккуратнее на скользко-снежных дорогах и внимательно читайте Mash-дайджест с г-г-главными новостями дня...» («Mash», 22.02.2026). Встречаются интригующие заголовки с оттенком сарказма: «Певец Шаман облизал лёд Байкала – видео не для слабонервных» («Mash», 19.02.2026).

Эффект срочности и неожиданности в заголовках «Mash» создается через использование экспрессивной и оценочной лексики, содержащей слова с яркой эмоциональной окраской, такие как «Шок!», «Жесть!», «Невероятно!» «ВСЁ!», выражающие удивление, возмущение, ужас или восторг: «Параллельный импорт от Adidas – ВСЁ!» («Mash», 13.02.2026).

Для создания эффекта близости к аудитории и неформального тона активно применяется разговорная лексика, включая специфический «медийный» сленг. Интрига формируется с помощью недосказанности и вопросительных конструкций, которые побуждают читателя открыть материал для получения полного ответа. Эмоциональное воздействие усиливается за счет метафор и гипербола, таких как «информационная бомба» или «скандал разгорается». Дневник науки | [www.dnevniknauki.ru](http://www.dnevniknauki.ru) | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

Краткость и лаконичность, часто до двух-трех слов, соответствуют формату быстрой подачи информации. Достоверность публикаций повышается благодаря указанию имен собственных, географических названий, конкретных цифр, а финальный акцент и привлечение внимания достигаются активным использованием восклицательных знаков и написания слов прописными буквами.

Региональный телеграм-канал «Губерния | Хабаровск» ориентирован на освещение региональных новостей, событий и проблем. Его лингвкреативные стратегии направлены на предоставление максимально полной и понятной информации, а также на формирование чувства причастности у местной аудитории. Так как это ТГ-канал в основном дает официальную информацию, то его текстам свойственен документализм, нейтральность стиля, официальность, встречаются определенные медийные клише. Для подчеркивания региональной специфики и привлечения внимания жителей активно используются местные топонимы, названия улиц и организаций, а также имена региональных деятелей. В отличие от ТГ-канала «Mash», стиль «Губерния | Хабаровск» нейтрален и объективен; его цель – донести информацию, а не шокировать или провоцировать. Телеграм-канал «Губерния | Хабаровск» использует в основном предикативные заголовки, сразу вводя читателя в курс дела: «Кого чаще всего обманывают онлайн-мошенники, рассказали в МВД» («Губерния | Хабаровск», 24.02.2026), «Авария на ТМ-33 устранена» («Губерния | Хабаровск», 24.02.2026), «575 младенцев родились в феврале в Хабаровском крае» («Губерния | Хабаровск», 24.02.2026), «Тигр прогулялся по дачам под Хабаровском» («Губерния | Хабаровск», 24.02.2026), «Как прошла ваша Масленица?» («Губерния | Хабаровск», 24.02.2026), «Хабаровчанка попыталась убить мужа, который избил ее» («Губерния | Хабаровск», 25.02.2026), «Интернет-трафик вырос на 60% в малых селах Хабаровского края» («Губерния | Хабаровск», 25.02.2026). По заголовкам понятно, о чем пойдет речь, ясна основная мысль материала. И именно эта ясность, определенность помогает читателю, Дневник науки | [www.dnevniknauki.ru](http://www.dnevniknauki.ru) | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

экономящему время, быстро вникнуть в суть информации; ТГ-канал служит навигатором в поиске нужной информации, востребованной жителем региона.

Употребление разговорной лексики встречается в основном в рекламных материалах, например, «Да чё все едут в этот Китай за зубами?» («Губерния | Хабаровск», 24.02.2026). Мемы используются редко. В качестве единичного примера можно упомянуть мем, изображающий плачущего котика. Изображение, вызывающее умиление или желание помочь, сопровождается текстом: «Это наш админ, когда не видит ваших подписок в Максе» («Губерния | Хабаровск», 24.02.2026).

Для вовлечения читателей в диалог и обсуждение актуальных проблем часто применяются вопросительные конструкции: «Что думаете по этому поводу?» или «Как решить эту проблему?». При этом для обеспечения ясности и полноты информации в заголовки могут включаться пояснительные слова и уточняющие контекст фразы. Лаконичность остается важным принципом, но она не идет идти в ущерб информативности, поэтому часто используются емкие, содержательные словосочетания.

Анализ медиазаголовков «Mash» и «Губерния | Хабаровск» выявляет существенные различия в лингвокреативных параметрах. Различия обусловлены позиционированием ТГ-каналов и целевой аудиторией. Оба канала активно применяют лингвокреативность, но с разными целями и используют разные инструменты. «Mash» делает ставку на шок, оперативность и эмоциональное вовлечение через провокационные и экспрессивные заголовки. В то же время «Губерния | Хабаровск» фокусируется на информативности, доступности и региональной идентичности, используя менее эмоциональные, но при этом не менее эффективные приемы, привлекая подписчиков своей стилистической выдержанностью и сдержанным эмоциональным фоном. Это различие напрямую отражает позиционирование каждого канала. «Mash», как «информационный агрегатор» с элементами расследований и эксклюзивов, нуждается в заголовках, которые мгновенно привлекают внимание в условиях информационного шума.

Дневник науки | [www.dnevniknauki.ru](http://www.dnevniknauki.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

«Губерния | Хабаровск», будучи региональным СМИ, стремится быть максимально полезным и понятным своей аудитории, поэтому его заголовки более информативны и ориентированы на решение конкретных задач читателя. В ТГ-каналах «Mash» и «Губерния | Хабаровск» заголовки выполняют не только графически-выделительную и информационную функции, но и активно работают на функцию компрессии, создают динамичность и определенный эмоциональный фон. Ключевым аспектом является также адаптация к платформе. Формат телеграм-каналов, с его быстрой прокруткой ленты и ограниченным пространством, диктует необходимость лаконичности и максимальной емкости заголовков. Оба канала успешно адаптируются к этим условиям, используя различные лингвокреативные приемы для достижения максимального эффекта.

В заключение можно утверждать, что лингвокреативность медиазаголовков телеграм-каналов является мощным инструментом формирования информационного поля и привлечения внимания аудитории. Анализ на примере «Mash» и «Губерния | Хабаровск» демонстрирует, как различные лингвокреативные стратегии, от провокационной экспрессивности до информативной доступности, служат достижению специфических коммуникативных целей. Понимание этих параметров позволяет не только глубже анализировать медиатексты, но и разрабатывать более эффективные стратегии создания контента, отвечающего вызовам современного информационного общества.

### **Библиографический список:**

1. Дзялошинский И.М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов / И.М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 345 с.

2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учеб. пособие / Т.Г. Добросклонская. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 264 с.

3. Литвишко О.М., Руденко Н.С., Чалая Ю.П. Лингвокреативность в дискурсе электронных СМИ: средства и методы / О.М. Литвишко, Н.С. Руденко, Ю.П. Чалая // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2022. – №1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokreativnost-v-diskurse-elektronnyh-smi-sredstva-i-metody> (Дата обращения 06.02.2026).

4. Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / под ред. Л.Р. Дускаевой; редколл.: В. В. Васильева, Ю. М. Коняева, А.А. Малышев, Т.Ю. Редькина. – 2-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2020. – 440 с.

5. Новосад К.Ю., Юрина Е. А. Феномен лингвокреативности и его реализация в дискурсе СМИ // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2024. – №7. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-lingvokreativnosti-i-ego-realizatsiya-v-diskurse-smi> (Дата обращения 10.02.2026).

6. Рейтинг Телеграм-каналов. Категория «Новости и СМИ». По охвату // Tgstat. ru. [Сайт]. – Режим доступа – URL: <https://tgstat.ru/ratings/channels/news?sort=reach> (Дата обращения 13.02.2026).

7. Филатова А. Г. Лингвокреативные элементы как способ реализации коммуникативных стратегий в политическом плакате / А.Г. Филатова // Гуманитарные и социальные науки. – 2022. – №3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokreativnye-elementy-kak-sposob-realizatsii-kommunikativnyh-strategiy-v-politicheskom-plakate> (Дата обращения 05.02.2026).

8. Шакенова М. Т., Измайлова М. А., Ахметжанова Г. А., Калдыгозова С. Е. Лингвокреативные параметры медиазаголовков (на материале корпуса

русскоязычных казахстанских публикаций) // Вестник ННГУ. – 2022. – №4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokreativnye-parametry-mediazagolovkov-na-materiale-korpusa-russkoyazychnyh-kazahstanskih-publikatsiy> (Дата обращения 25.01.2026).

*Оригинальность 80%*