



Эволюция заголовков в эпоху цифровых средств массовой информации: семантика, синтаксис, прагматика (на материале итальянских заголовков)

А. В. Горбылева

*Дипломатическая академия МИД России, Москва, Россия
a.gorbyleva@dipacademy.ru*

Аннотация. Цель исследования – выявить тенденции в изменениях заголовков в итальянской прессе в цифровую эпоху и пути их адаптации к современным медиаформатам. Для достижения этой цели использованы методы структурного, семантического и прагматического анализа заголовков. Материалом исследования послужили заголовки ведущих итальянских изданий. На основе установленных структурных изменений заголовков, особенностей тема-рематической организации и роли пунктуации в их оформлении, разработана типология номинальной темы и установлены ее структурные модели (односоставные, двусоставные и трехсоставные) и ключевые особенности: экспрессивность и коммуникативная автономность.

Ключевые слова: заголовки, итальянская пресса, тема-рематическая организация, цифровая журналистика, актуальное членение предложения, пунктуация, заголовочное чтение, новостной дискурс

Для цитирования: Горбылева А. В. Эволюция заголовков в эпоху цифровых средств массовой информации: семантика, синтаксис, прагматика (на материале итальянских заголовков) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2025. Вып. 7 (901). С. 25–32.

Original article

Evolution of Headlines in the Digital Media Era: Semantics, Syntax, Pragmatics (based on Italian headlines)

Anastasia V. Gorbyleva

*Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Moscow, Russia
a.gorbyleva@dipacademy.ru*

Abstract. The paper analyzes the structure of headlines in the Italian press in the digital era. The goal is to identify trends in headline transformation and their adaptation to modern media formats. To achieve this goal, we employed methods of structural, semantic and pragmatic analysis of headlines. The research material consists of headlines of Italian media. The findings reveal structural changes in headlines, their theme-rheme organization features and the role of punctuation in their composition. The study develops a typology of nominal themes, identifying structural models of themes (single-component, two-component, and three-component). Key trends include increased expressiveness and communicative autonomy.

Keywords: headlines, Italian press, theme-rheme organization, digital journalism, functional sentence perspective, punctuation, headline reading, news discourse

For citation: Gorbyleva, A. V. (2025). Evolution of headlines in the digital media era: semantics, syntax, pragmatics (based on Italian headlines). Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(901), 25–32. (In Russ.)

ВВЕДЕНИЕ

Современная журналистика претерпела значительные трансформации под влиянием цифровых технологий, социальных сетей и новых моделей потребления информации. Традиционные газетные формы, рассчитанные на внимательное погруженное чтение, уступили место динамичным, кратким и часто сенсационным материалам, адаптированным под новые цифровые платформы.

Одним из наиболее заметных аспектов этих изменений стала эволюция заголовков. В традиционных газетах заголовки служили преимущественно информационной функции, обеспечивая читателя кратким, но емким представлением о содержании статьи. Однако в условиях цифровой среды заголовки, которые всегда играли важную роль в привлечении внимания читателя, стали не просто анонсом текста, но самостоятельным инструментом манипулирования вниманием и восприятием информации. Они приобрели дополнительные функции: привлечение внимания, увеличение кликабельности, оптимизация под алгоритмы поисковых систем и социальных сетей. Эти трансформации во многом обусловлены феноменом «заголовочного чтения» (headline reading), когда аудитория потребляет новости преимущественно по заголовкам, не углубляясь в основной текст [Boczkowski, Mitchelstein, Matassi, 2018]. В результате произошел сдвиг в языковых и стилистических особенностях журналистских текстов. Современные заголовки стали короче и эмоциональнее, а сами статьи – более фрагментированными и ориентированными на быстрое потребление. Как отмечает А. И. Назаренко, «одной из особенностей языка итальянских средств массовой информации является постоянно усиливающаяся тенденция к его превращению в своего рода метаязык, понимание которого становится труднодоступным для большинства читателей и телезрителей» [Назаренко, 2024, с. 73].

Цель исследования – анализ синтаксических, семантических и прагматических особенностей заголовков в современных итальянских СМИ под влиянием цифровых технологий и изменения моделей потребления информации. Исследование основано на комплексном подходе, включающем следующие методологические подходы:

- структурный анализ: исследование синтаксических особенностей заголовков и их тема-рематической организации;
- семантический анализ: использования ключевых слов, экспрессивной лексики и эмоционально окрашенных выражений;
- прагматический анализ: выявление коммуникативных стратегий, направленных на

привлечение внимания аудитории, манипуляцию читательским восприятием и адаптацию заголовков к цифровой среде.

Материалом исследования послужили заголовки итальянской прессы, опубликованные на официальных сайтах таких ведущих национальных изданий, как «ANSA», «Il Sole 24 Ore» и «RaiNews». Для анализа были отобраны заголовки, освещающие преимущественно политические, а также экономические и социальные события. В качестве вспомогательных данных использовались отчеты и исследования, посвященные влиянию заголовочного чтения на восприятие информации.

ЗАГОЛОВОК КАК НЕЗАВИСИМАЯ ЕДИНИЦА

Заголовок в журналистике традиционно рассматривался как часть статьи, вводящая читателя в ее содержание. В эпоху цифровых СМИ заголовки приобрели определенную автономию, так как они стали существовать отдельно от основного текста, функционируя как самостоятельные носители информации. Это обусловлено рядом факторов, связанных с их лингвистическими, когнитивными и прагматическими функциями.

Во-первых, исследования показывают, что значительная часть пользователей социальных сетей делится новостями, основываясь исключительно на заголовках, не читая полный текст статьи. Так, исследование 2016 года, проведенное учеными из Колумбийского университета и Французского национального института, выявило, что 59% ссылок, которыми делятся в социальных сетях, распространяются без фактического прочтения содержимого [Gabrielkov et al., 2016]. Это явление усиливает роль заголовков как самостоятельных носителей информации, способных формировать мнение аудитории без необходимости обращения к полному тексту статьи.

Во-вторых, заголовки могут быть адаптированы под разные платформы и социальные сети, а основной текст остается неизменным. Согласно «Digital News Report 2023» от исследовательского института Рейтер (Reuters Institute), современные читатели чаще сталкиваются с новостями через социальные сети и агрегаторы, что приводит к изменению стратегий заголовочного оформления [Reuters Institute Digital News Report, 2023]. В отчете отмечается, что заголовки адаптируются для максимального вовлечения пользователей, включая персонализированные формулировки и акцент на эмоциональность. В то же время основной текст статьи остается неизменным, что подчеркивает важность заголовков как самостоятельных единиц информации.

В-третьих, исследования показывают, что заголовки формируют первичное впечатление о новости и могут влиять на восприятие фактов независимо от содержания статьи [Molyneux, Coddington, 2019].

В результате журналисты вынуждены конструировать заголовки так, чтобы они не просто отражали суть материала, но и сами по себе создавали эффект заверщенного высказывания.

СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

Современные заголовки часто ориентированы не только на передачу информации, но и на эмоциональное воздействие на аудиторию. Итальянские журналисты в борьбе за клики используют слова, вызывающие тревогу, любопытство или возбуждение: *shock, incredibile, allarme, ecco la verità (шок, невероятно, тревога, вот правда)*. Клики представляют собой количество нажатий пользователем на заголовок или ссылку, а кликабельность (CTR – Click-Through Rate) измеряет соотношение числа кликов к числу показов заголовка:

Allerta rossa in Calabria e Sardegna. Danni per milioni di euro alle Eolie (*RaiNews*. 18.01.2025). – Красный уровень опасности в Калабрии и Сардинии. Ущерб на миллионы евро на Эолийских островах¹.

Чем выше кликабельность, тем больше пользователей переходит на статью, что делает заголовки важным инструментом в конкуренции за внимание аудитории. Этот подход увеличивает число кликов, но снижает достоверность новостей и способствует распространению дезинформации [Zhou et al., 2020].

ТЕМА-РЕМАТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

Актуальное членение предложения играет ключевую роль в формировании заголовков в итальянской прессе, определяя, какая информация представляется как известная (тема), а какая – как новая (рема). Эта структура влияет на восприятие и интерпретацию читателем содержания статьи.

В итальянском языке порядок слов относительно свободен, что позволяет журналистам манипулировать структурой заголовка для выделения ключевой информации. Несмотря на гибкость порядка слов, в итальянских заголовках часто сохраняется тематическая препозиция для обеспечения ясности и прямоты сообщения:

La Turchia pianifica un muro al confine con Grecia e Bulgaria (*ANSA*. 05.03.2025). – Турция планирует построить стену на границе с Грецией и Болгарией.

¹Здесь и далее перевод наш. – А. Г.

Здесь *La Turchia* – тема, *a pianifica un muro* – рема.

Функции запятой и двоеточия

в актуальном членении заголовков

Одной из наиболее заметных особенностей итальянских заголовков является частое использование запятой или двоеточия, которые структурируют информацию, помогая выделять тему и ремю. Таким образом, для итальянских СМИ характерны сложные заголовки, состоящие из двух сегментов, разделенных запятой, двоеточием, реже – точкой. При этом первый сегмент обычно представляет тему – информацию, которая вводит читателя в контекст и часто выражена именем существительным (номинальная структура). Второй сегмент – рема, содержащая новую информацию, которая может быть выражена либо существительным (номинальная рема), либо глагольной конструкцией (вербальная рема).

Запятая создает эффект быстрой подачи информации, характерной для газетных заголовков. Такой формат помогает быстро воспринимать информацию и делает заголовок более компактным. Например:

Mar Rosso, Marina italiana assume comando task force (*ANSA*. 05.04.2024). – Красное море, итальянский флот принимает командование оперативной группой.

Темой выступает место события *Mar Rosso* (*Красное море*), а ремой – событие.

Двоеточие в подобной структуре выполняет функцию разъяснения или отделяет говорящего от его заявления, например:

Mattarella: 'Serve un ordine mondiale libero, aperto, inclusivo' (*ANSA*. 05.03.2025). – Маттарелла: Нужен свободный, открытый и инклюзивный мировой порядок.

Темой выступает автор высказывания – в данном случае президент республики Серджо Маттарелла. Рема – его высказывание. Здесь двоеточие как бы заменяет слова *Маттарелла заявил, что...* или *Маттарелла сказал, что...*, делая заголовок более лаконичным.

Точка в заголовках используется реже, так как она создает более жесткое разделение между частями фразы и снижает связность. Например:

In Italia coalizioni divise. Vertice da Meloni con i vice (*ANSA*. 04.03.2025). – В Италии разногласия в коалиции. Встреча Мелони с вице-премьерами.

Здесь тема – утверждение о том, что коалиции в Италии разделены. Рема – дополнительная информация: в связи с этим у Дж. Мелони проходит встреча с вице-премьерами. Точка делает заголовок более выразительным, создавая эффект краткого, но информативного сообщения. Если заменить ее запятой, предложение станет более мягким и потеряет часть своей драматичности.

Десять типов номинальной темы в итальянских заголовках

Первая часть заголовка, как правило, представлена существительным, которое может быть именем собственным, и определяет тему. Это помогает быстро сориентировать читателя в контексте сообщения.

Borsa: Milano peggiora ancora e cede il 3 % (ANSA. 04.03.2025). – Биржа: Милан снова ухудшает позиции и теряет 3 %.

Borsa – это общий тематический указатель (в данном случае – фондовый рынок), *Milano peggiora ancora e cede il 3 %* – основное сообщение, поясняющее, что именно происходит на рынке Милана.

Первая часть заголовка зависит от контекста и содержания статьи. В связи с этим мы выделили несколько типов номинальной темы.

1. **Название страны или региона** используется для обозначения новостей, связанных с определенным государством, например:

Messico, 'risultato senza precedenti sospensione dazi Usa' (ANSA. 06.03.2025). – Мексика, «беспрецедентный результат – приостановка пошлин США».

В данном случае топоним (Мексика) служит вводным элементом, указывающим на место действия.

2. **Название двух стран.** Нередко журналисты для введения темы используют двойную структуру, соединенную дефисом, образуя конструкцию «место + место». Этот прием часто встречается в итальянской прессе и служит для обозначения международных встреч, переговоров и дипломатических отношений между двумя странами, например:

Italia-Israele, l'arrivo del presidente Herzog a Palazzo Chigi per l'incontro con Meloni (ANSA. 19.02.2025). – Италия – Израиль: прибытие президента Герцога в Палаццо Киджи для встречи с Мелони.

Первая часть заголовка указывает на тематику: речь идет о взаимодействии между Италией и Израилем. Вторая часть раскрывает суть новости:

прибытие президента Израиля Ицхака Герцога в Палаццо Киджи для встречи с Джорджией Мелони.

Italia-Emirati Arabi Uniti, l'arrivo di Meloni e Zayed a Palazzo Chigi (ANSA. 24.02.2025). – Италия – Объединенные Арабские Эмираты: прибытие Мелони и бин Заида в Палаццо Киджи.

Тема заголовка указывает на двусторонний формат: встреча между Италией и ОАЭ. Рема раскрывает содержание. Двойная конструкция сразу дает читателю понять, о каком международном взаимодействии идет речь, и подчеркивает дипломатический контекст заголовка, объединяя две страны в рамках одного события. Такие заголовки демонстрируют специфический дипломатический стиль, который подчеркивает важность двусторонних отношений. Это позволяет быстро ориентироваться в новостной повестке и мгновенно понять, какие страны и лидеры задействованы в событии.

3. **Название города** обозначает события, происходящие в конкретном городе, например:

Mosca, 'Macron è disconnesso dalla realtà' (ANSA. 06.03.2025). – Москва: «Макрон оторван от реальности».

Тема указывает на источник высказывания – Москва, т. е. российские власти или официальные представители. В этом контексте под Москвой подразумевается официальная позиция России по отношению к Э. Макрону. Рема представляет собой прямую речь, содержащую оценочное суждение в адрес президента Франции Э. Макрона. Фраза *disconnesso dalla realtà* (оторван от реальности) несет негативный оттенок, подразумевая, что Макрон неадекватно воспринимает ситуацию. Этот заголовок является классическим примером информационно-оценочного заголовка в итальянской прессе. Он лаконичен, структурирован и привлекает внимание за счет краткости, цитаты и политического контекста.

4. **Фамилия человека.** Главным объектом сообщения является известная личность, будь то политик, артист, спортсмен или другой публичный деятель, например:

Macron, 'dazi imposti da Stati Uniti sono incomprensibili' (ANSA. 05.03.2025). – Макрон: «Пошлины, введенные Соединенными Штатами, необъяснимы».

Scholz, rivedere regole Patto per garantire spese difesa (ANSA. 06.03.2025). – Шольц: «Необходимо пересмотреть правила Пакта для обеспечения оборонных расходов».

5. **Фамилия двух людей.** В ряде заголовков выделяется двойная структура темы «лидер + лидер», создаваемая за счет использования двух имен собственных в первой части заголовка. Примеры:

Mattarella a bin Zayed, amicizia e più intensa collaborazione (ANSA. 24.02.2025). – Маттарелла – бин Заид: дружба и более тесное сотрудничество

Mattarella a Vucic, rafforziamo rapporti fra Italia e Serbia (ANSA. 05.03.2025). – Маттарелла Вучич: укрепим отношения между Италией и Сербией

Первый элемент темы – субъект, от которого исходит действие (президент Италии Серджо Маттарелла), второй элемент темы – адресат (президент ОАЭ Мухаммед бен Заид или президент Сербии Александр Вучич). Предлог подчеркивает направление общения, указывая, что речь идет о дипломатическом диалоге между двумя лидерами. Рематическая часть раскрывает основное сообщение – дружба и усиление сотрудничества между Италией и ОАЭ в первом случае или намерение укрепить отношения между странами во втором случае. Использование абстрактных понятий *amicizia*, *collaborazione* (дружба, сотрудничество) создает позитивную дипломатическую тональность. Использование глагола *rafforziamo* (укрепим) делает заголовок более динамичным. Двойная структура темы «лидер – лидер» подчеркивает равноправие сторон и важность двустороннего сотрудничества.

6. **Фамилия человека и название города (места)** – это еще один подтип двойной номинальной структуры – «лидер + место», например:

Tajani a Riad, summit con Blinken su Gaza (ANSA. 29.04.2024). – Таяни в Эр-Рияде, саммит с Блинкеном по Газе.

Первый элемент темы указывает на главного субъекта новости – министра иностранных дел Италии Антонио Таяни. Второй элемент темы указывает место события – Эр-Рияд (столицу Саудовской Аравии). Предлог *a* подчеркивает физическое присутствие политика в данном месте, что важно для дипломатических встреч. В реме основное событие представлено через ключевое слово *summit*, что подчеркивает высокий статус встречи. Двойная конструкция темы «лидер + место» подчеркивает важность физического присутствия политика в локации.

7. **Название организации или органа** подчеркивает, что основным объектом новости является какая-либо официальная или общественная структура, например:

Fmi, dazi Ue su auto elettriche cinesi pesano su Pil (ANSA. 24.10.2024). – МВФ: пошлины ЕС на китайские электромобили негативно сказываются на ВВП.

Упоминание МВФ в качестве темы придает новости авторитетность и глобальное значение. Сообщение о влиянии пошлин на экономический рост (ВВП) составляют ключевой элемент ремы.

Unicef, acqua pulita per 364.000 bambini nell'est del Congo (ANSA. 05.03.2025). – ЮНИСЕФ: чистая вода для 364 000 детей на востоке Конго.

Используется название организации в качестве темы. Число 364 000 делает новость более конкретной и подчеркивает масштаб инициативы.

Governo, sulla giustizia aperti al dialogo con magistrati (ANSA. 25.02.2025). – Правительство: открыты к диалогу с судьями по вопросам правосудия.

Использование общего термина *governo* (правительство) вместо конкретных фамилий подчеркивает официальную позицию. Фраза *aperti al dialogo* (открыты к диалогу) смягчает тон новости, создавая впечатление гибкости и готовности к обсуждению.

Cremlino, d'accordo con Rubio, stop alla guerra per procura (ANSA. 06.03.2025). – В Кремле согласились с призывом Рубио остановить прокси-войну.

Тема выражена названием Кремля, обозначая официальную позицию России. Упоминание М. Рубио (американского политика) делает заголовок резонансным, указывая на неожиданное совпадение мнений.

Все четыре заголовка следуют тема-рематической модели, начинаясь с ключевого субъекта (организация, институт). Эта модель может применяться для разных видов новостей, в зависимости от содержания темы: организации – для международных гуманитарных новостей, органы власти – для официальных политических заявлений.

8. **Название события или происшествия** – заголовок обращается к событию, которое становится темой новости.

G20, Giorgetti a Città del Capo per "cogliere opportunità e capire rischi" (ANSA. 26.02.2025). – G20: Джорджетти в Кейптауне, чтобы «воспользоваться возможностями и понять риски».

Тема содержит главный элемент контекста – саммит «Большой двадцатки», что подчеркивает глобальный масштаб новости. В реме вводится цель визита и обозначаются позитивный аспект *opportunità* (возможности) и предостерегающий аспект *rischi* (риски). Таким образом, создается баланс, отражающий двойственную природу обсуждаемых вопросов.

9. Название события и фамилия человека. В ряде заголовков тема обладает двойной конструкцией «событие + лидер», создаваемой за счет сочетания названия события и имени собственного политика, например:

Vertice di Londra, Starmer: “Momento importante per la sicurezza dell’Europa” (ANSA. 02.03.2025). – Лондонский саммит, Стармер: «Важный момент для безопасности Европы».

Первый элемент темы указывает на основное событие – саммит в Лондоне, второй элемент содержит имя Кира Стармера, лидера Лейбористской партии Великобритании. Двоеточие после фамилии вводит прямую речь.

10. Название события и фамилии двух людей. Некоторые заголовки используют трехсоставную модель темы «событие + лидер + лидер», например:

G20, Meloni a Lula: imprese italiane pronte a investire 40 mld euro (Il Sole 24 Ore. 17.11.2024). – G20, Мелони – Лула: итальянские компании готовы инвестировать 40 миллиардов евро.

Первый элемент темы указывает контекст события – «саммит G20», что сразу задает международную перспективу. Второй и третий элементы обозначают ключевых участников встречи: адресант – Джорджия Мелони, премьер-министр Италии, и адресат – Луис Инасиу Лула да Силва, президент Бразилии. Использование трехсоставной конструкции темы «событие + лидер + лидер» подчеркивает дипломатический уровень новости и двусторонний характер переговоров.

Номинальная и вербальная ремы

Рема – это основное сообщение, передаваемое после темы и несущее новую информацию. Выделяются два типа ремы. Номинальная рема выражена существительным. Она представляет собой сущностное утверждение, без действия, например:

Guterres, Gaza parte integrante di uno Stato palestinese (ANSA. 05.03.2025). – Гутерриш: Газа – неотъемлемая часть палестинского государства.

В реме передается утверждение о статусе Сектора Газа. Структурно оно выражено двумя конструкциями «существительное + прилагательное»: 1) констатация *parte integrante* (неотъемлемая часть) и 2) пояснение *di uno Stato palestinese* (часть палестинского государства). Такой тип ремы часто используется в дипломатических заявлениях, где не предполагается активное действие, а выражается позиция. Этот тип ремы делает заголовок формальным и нейтральным. В данном случае новость просто передает мнение А. Гутерриша, а не говорит о конкретных шагах или требованиях.

Вербальная рема выражена глагольной конструкцией и сообщает о действии.

Ultimatum di Trump: ‘ Hamas liberi i rapiti e lasci Gaza’ (ANSA. 07.03.2025). – Ультиматум Трампа: «ХАМАС должен освободить заложников и покинуть Газу»

Ядром ремы в данном примере выступают два глагола *liberi* (освободить) и *lasci* (покинуть). Использование глаголов делает утверждение динамичным, указывая на конкретные действия, а форма сослагательного наклонения задает требовательный тон. В данном случае Д. Трамп не просто делает заявление, а требует действий. Такой тип ремы делает заголовок динамичным и эмоциональным, создавая ощущение срочности, ультимативности, давления. Это типично для заголовков, отражающих конфликты.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование показало, что заголовки в итальянской прессе претерпели значительные изменения под влиянием цифровых технологий, адаптируясь к новой модели потребления информации. Заголовки стали более автономными, приобрели самостоятельную коммуникативную ценность и активнее воздействуют на восприятие читателя. Эти изменения были рассмотрены с трех аспектов: синтаксического, семантического и прагматического.

Синтаксический аспект демонстрирует, что заголовки обладают высокой степенью структурной автономности, существуя независимо от основного текста статьи. Разделение элементов заголовка с помощью пунктуационных знаков (запятая, двоеточие, точка) играет важную роль в структурировании информации, помогая выделять смысловые акценты. Структура заголовков в итальянской прессе определяется тема-рематической организацией, где первый сегмент (тема) вводит читателя в контекст, а второй (рема) содержит основное сообщение. В ходе анализа разработана

типология номинальной темы: 1) страна, 2) город, 3) место + место, 4) лидер, 5) лидер + лидер, 6) лидер + место, 7) организация, 8) событие, 9) событие + лидер, 10) событие + лидер + лидер; типы объединяются в структурные модели: односоставные, двусоставные и трехсоставные.

Семантический анализ позволил выявить, что современные заголовки приобрели экспрессивность и эмоциональную насыщенность. Использование оценочной лексики служит для привлечения внимания. Отмечено активное применение номинативных конструкций для лаконичного представления информации. Семантическая структура заголовков направлена на формирование первичного

восприятия статьи, что особенно важно в условиях «заголовочного чтения».

Прагматический анализ показал, что заголовки не только информируют, но и управляют вниманием читателя, формируя определенное восприятие события еще до прочтения статьи. Они адаптируются под алгоритмы поисковых систем и особенности социальных сетей.

Таким образом, заголовки в цифровую эпоху стали не просто кратким анонсом статьи, а мощным инструментом влияния на аудиторию. Понимание этих процессов важно для журналистики, медиаменеджмента и цифрового маркетинга, что делает данное исследование актуальным и практически значимым.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Boczkowski P.J., Mitchelstein E., Matassi M. News comes across when I'm in a moment of leisure: Understanding the practices of incidental news consumption on social media // *New Media & Society*. 2018. Vol. 20 (10). P. 3523–3539. DOI 10.1177/1461444817750396.
2. Назаренко А. И. Экономичность выражения смысла в языке итальянских средств массовой информации // *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*. 2024. Вып. 6 (887). С. 72–77.
3. Gabielkov M. et al. Social Clicks: What and Who Gets Read on Twitter? / M. Gabielkov, A. Ramachandran, Au. Chaintreau, A. Legout // *ACM SIGMETRICS Performance Evaluation Review*. 2016. Vol. 44 (1). P. 179–192. DOI: 10.1145/2964791.2901462.
4. Reuters Institute Digital News Report 2023 / N. Newman et al. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2023. DOI 10.60625/risj-p6es-hb13.
5. Molyneux L., Coddington M. Aggregation, clickbait and their effect on perceptions of journalistic credibility and quality // *Journalism Practice*. 2019. Vol. 14 (4). P. 429–446.
6. Zhou X. et al. Fake News Early Detection: A theory-driven model / X. Zhou, A. Jain, V. V. Phoha, R. Zafarani // *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence*. 2020. Vol. 1. No. 1. P. 1–25. DOI 10.48550/arXiv.1904.11679.

REFERENCES

1. Boczkowski, P. J., Mitchelstein, E., Matassi, M. (2018). News comes across when I'm in a moment of leisure: Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New Media & Society*, 20(10), 3523–3539. DOI 10.1177/1461444817750396.
2. Nazarenko, A. I. (2024). Manifestation of the Economy Principle in the Italian media discourse. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 6(887), 72–77. (In Russ.)
3. Gabielkov, M., Ramachandran, A., Chaintreau, Au., Legout, A. (2016). Social clicks: what and who gets read on Twitter? *ACM SIGMETRICS Performance Evaluation Review*, 44(1), 179–192. DOI 10.1145/2964791.2901462.
4. Newman, N. et al. (2023). Reuters Institute Digital News Report 2023. Reuters Institute for the Study of Journalism. DOI: 10.60625/risj-p6es-hb13.
5. Molyneux, L., Coddington, M. (2019). Aggregation, clickbait and their effect on perceptions of journalistic credibility and quality. *Journalism Practice*, 14(4), 429–446.
6. Zhou, X., Jain, A., Phoha, V. V., Zafarani, R. (2020). Fake News Early Detection: A Theory-Driven Model. *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence*, 1(1), 1–25. DOI 10.48550/arXiv.1904.11679.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Горбылева Анастасия Васильевна

кандидат филологических наук

доцент кафедры европейских языков

Дипломатической академии МИД России

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Gorbyleva Anastasia Vasilevna

PhD (Philology)

Associate Professor at the Department of European Languages

Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

12.05.2025
30.05.2025
12.06.2025

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication