

О. А. Жарина¹, М. В. Самофалова²

(^{1,2}Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия)

Заголовок как способ речевого воздействия в англоязычном общественно-политическом дискурсе

Рассматривается газетный заголовок как элемент речевого воздействия в англоязычном общественно-политическом дискурсе. На материале онлайн-версий авторитетных англоязычных газет за период 2020–2025 гг. («The New York Times», «The Guardian», «The Washington Post», «The New Yorker») анализируются фонетические, лексические и синтаксические средства, используемые в заголовках для привлечения внимания читателей, формирования общественного мнения и манипулирования восприятием информации. Особое внимание уделяется анализу эмоционально-оценочной лексики, синтаксическим конструкциям, создающим эффект вовлеченности, а также фонетическим приемам, усиливающим запоминаемость и выразительность заголовков. Полученные результаты позволяют сделать вывод о синергии языковых средств в оказании речевого воздействия на читателя.

Ключевые слова: общественно-политический дискурс, речевое воздействие, заголовок, англоязычные СМИ, стратегии дискурса, тактики дискурса, общественное мнение.

8 октября 2025 г.