



УДК 811.111
ББК 81.432

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЗАГОЛОВКА АНГЛОЯЗЫЧНОГО НОВОСТНОГО ТЕКСТА

Леванова Кристина Игоревна

Магистрант кафедры английской филологии
Волгоградский государственный университет
levanova@mail.com
Проспект Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

Ключевые слова: медиалингвистика, СМИ, массовая коммуникация, пресса, новостной текст, заголовок.

Работа нацелена на анализ прагматического потенциала воздействия заголовка англоязычных новостных текстов на массового читателя. **Актуальность** обращения к данной теме обусловлена значительным вниманием современной лингвистики к проблеме влияния медийной коммуникации на сознание социума. На сегодняшний день написано немало работ, в которых описываются лингводискурсивные и лингвостилистические особенности различных жанров СМИ [1–11 и др.]. Данный научный проект выполнен в рамках таких направлений современной лингвистики, как медиалингвистика, лингвопрагматика, лингвостилистика, которые исследуют институциональные способы воздействия на общество с помощью вербальных и невербальных инструментов, имеющих в распоряжении СМИ.

Научная новизна работы состоит в исследовании прагматической значимости и стилистической вариативности языковых средств в заголовке современных новостных текстов электронного контента британских изданий The Sun (<http://www.thesun.co.uk>), The Guardian (<http://www.guardian.co.uk>), BBC News (<http://www.bbc.co.uk>), созданных в период с 2010 по 2013 гг. Завершение работы предполагает представление типологии приемов информирования читателя о текущем событии в тексте краткого сообщения и обоснование спе-

цифики реализации коммуникативных функций информирования и воздействия.

Практическая ценность исследования видится в разработке алгоритма изучения прагматической и стилистической составляющих заголовка и сравнения особенностей информирования в тексте; данные, полученные в исследовании, могут составить основу для проекта по лингвострановедческому изучению специфики современных СМИ.

Объектом анализа является заголовок новостного текста на английском языке, **предметом** – специфика прагматилистической реализации функций информирования и воздействия в заголовках англоязычных новостных сообщений.

Для достижения поставленной **цели** – исследование коммуникативных функций заголовка новостного текста и анализ прагматилистических особенностей их воплощения в текстах общенациональных информационных изданий Англии – в качестве **задач** выдвинуты следующие: 1) охарактеризовать медийный дискурс как феномен вербальной коммуникации; 2) выделить ценности и коммуникативные функции новостного текста в английском медийном пространстве; 3) описать структурно-содержательные особенности английского новостного текста; 4) определить специфику прагматических функций заголовка английского новостного текста; 5) проана-

лизировать тексты и выявить типовые приемы создания заголовков в английском медийном пространстве.

Для решения поставленных задач применялись следующие **методы**: интерпретативный анализ текста, лингвостилистический анализ языковых единиц, элементы компонентного анализа и метафорического моделирования, культурологический анализ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агапова, А. Н. Заголовок в современной русской прессе : эпистемический и прагматический аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Агапова Анастасия Николаевна. – Волгоград, 2011. – 23 с.
2. Ван Дейк, Т. А. Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. / Т. А. Ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 310 с.
3. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т. Г. Добросклонская. – 2-е изд., стереотип. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
4. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т. Г. Добросклонская. – М. : Едиториал УРСС, 2008. – 202 с.
5. Добросклонская, Т. Г. Язык СМИ: Становление и содержание понятия / Т. Г. Добросклонская // Вестник МГУ. – Серия 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. – №4. – 2007. – С. 9–16.
6. Кожемякин, Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс : к методологии исследования / Е. А. Кожемякин. – Белгород, 2010. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://discourseanalysis.org/st20.html>. – Загл. с экрана.
7. Митягина, В. А. Социокультурные характеристики коммуникативного действия : монография / В. А. Митягина. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2007. – 356 с.
8. Митягина, В. А. Тип коммуникативного действия в дискурсе: верификация в рамках жанра / В. А. Митягина // Вестник Волгоградского государственного университета. – Серия 2, Языкознание. – 2008. – № 1 (7). – С. 116–119.
9. Олянич, А. В. Презентационная теория дискурса : монография / О. В. Олянич. – Волгоград : Парадигма, 2004. – 507 с.
10. Тырыгина, В. А. Жанровая стратификация масс-медийного дискурса : монография / В. А. Тырыгина. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 320 с.
11. Van Dijk, T. News as discourse / T. Van Dijk. – N.Y., 1988. – 208 p.

INFORMATION CAPABILITY OF THE BRITISH NEWS ARTICLE HEADLINE

Levanova Kristina Igorevna

Master Student, English Philology Department
Volgograd State University
levanova@mail.com
Prospect Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

Key words: medialogistics, mass media, mass communication, news media, news article, headline.