



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ

ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра английского языка и литературы

## ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему «Функционально-синтаксические особенности заголовка в блогах (на материале современных англоязычных блогов)»

Исполнитель Адамбаева Насиба Аминовна

(фамилия, имя, отчество)

Руководитель \_\_\_\_\_ к.ф.н., \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Потапова Ольга Евгеньевна \_\_\_\_\_

(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ к.ф.н., доцент \_\_\_\_\_

(ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ Родичева Анна Анатольевна \_\_\_\_\_

«24» июня 2022г.

Санкт-Петербург

2022

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
Глава 1. Теоретические основы функционально-синтаксических особенностей заголовков в информационных текстах Интернет-дискурса .....	6
1.1 Понятие и функции заголовков в информационных текстах .....	6
1.2 Виды заголовков в информационных текстах Интернет-дискурса .....	11
Выводы по 1 главе.....	17
Глава 2. Практический анализ функционально-синтаксических особенностей заголовков современных англоязычных блогов.....	18
2.1 Структурные особенности заголовков современных англоязычных блогов	18
2.2 Анализ основных функционально-синтаксических особенностей заголовков современных англоязычных блогов .....	37
Выводы по 2 главе.....	40
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	41
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	455

## ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе в лингвистике существенно возрос интерес к изучению функциональных систем языка, которые выполняют важные функции в коммуникации, в формировании определенных ценностей и выполняют важную социальную функцию. К таким системам относятся средства массовой информации, которые также претерпели существенные изменения за последнее десятилетие. Существенно изменились формы коммуникации, и ведущим блоком в средствах массовой информации стала коммуникация посредством сети Интернет. Общение в социальных сетях, ведение блогов и другие формы коммуникации, оказывают огромное влияние на современную коммуникацию.

Блог является сравнительно новым жанром в сети Интернет, который демонстрирует собственные закономерности построения текста, лексические, грамматические и семантические особенности. Ведение блогов осуществляется по определенным закономерностям, в рамках которых выявляются специфические особенности построения текста. Причем заголовок выполняет ключевую функцию в тексте блога, роль своеобразного «указателя» на сам текст и обладает двусторонней связью с текстом и с отражаемой действительностью.

**Актуальность темы исследования** обусловлена тем, что только от заголовка зависит будет ли аудитория читать конкретный блог, с учетом огромного количества различных блогов в Интернете. Следовательно, в заголовке современных блогов в сети Интернет концентрируется не просто содержание, но другие элементы, направленные не просто на передачу сообщения, но на привлечение аудитории и на оказание влияния.

Заголовок современного блога, являясь элементом текста, содержит несколько элементов – языковой материал, цель высказывания, направленность. Однако с учетом цели привлечения как можно большего количества аудитории заголовок современного блога обладает специфическими особенностями.

Анализ функционально-синтаксических особенностей заголовка в современных англоязычных блогах позволит выделить такие особенности,

которые позволяют выделять заголовки блогов отдельную категорию текста и анализировать как отдельное языковое явление. Изучение функционально-синтаксических особенностей англоязычных заголовков в блогах позволит сформировать практическую базу для дальнейшего теоретического осмысления и определения роли и функции заголовка в современной лингвистике.

**Теоретическая база исследования.** В теоретической части работы были изучены учебные пособия, статьи, диссертации таких авторов, как Бабенко Л.Г., Богданова О.Ю., Добросклонская Т. Г., Косякова Я.С., Колмакова В.В., Подчасов А.С., Некрасов Д.В. Пономаренко Е.Б., Селезнева Л.С., Тер-Минасова С.Г., Шамелашвили М.А., Церюльник А.Ю. и других авторов.

**Цель исследования** – выявить функционально-синтаксические особенности заголовка в современных англоязычных блогах.

Данная цель позволила выдвинуть **задачи исследования:**

- изучить понятие и функции заголовков в информационных текстах;
- рассмотреть виды заголовков в информационных текстах Интернет-дискурса;
- выявить функционально-синтаксические особенности заголовков современных англоязычных блогов и выделить синтаксические модели;
- выявить структурные и семантико-стилистические особенности заголовков современных англоязычных блогов.

**Объект исследования** – заголовки современных англоязычных блогов.

**Предмет исследования** – функционально-синтаксические особенности заголовков современных англоязычных блогов.

**Методологической базой исследования** послужили работы ученых в сфере исследования заголовков, в частности, Подчасов А.С. «Функционально-синтаксические особенности газетных заголовков: на материале российских и британских газет второй половины 1980-1990 годов, синтаксический аспект», Пономаренко Е.Б. «Структурные и семантико-стилистические особенности текстов английских и русских информационных сообщений: сопоставительный аспект», Шамелашвили М.А. «Функционально-синтаксические и лексико-

грамматические особенности газетных заголовков (на материале прессы Великобритании и США)», Некрасов Д.В. «Функционально-прагматические характеристики заголовков новостных текстов в Интернете», Церюльник А.Ю. Структурно-семантическое своеобразие заголовочного комплекса в организации гипертекста дискуссионного блога».

**Методы исследования.** В работе использовались метод сплошной выборки, метод наблюдения, метод обобщения и описания, сравнительно-сопоставительный метод, лингвистический и структурный анализ заголовков, стилистический и функциональный анализ заголовков.

**Практическая значимость работы** определяется возможностью использования результатов исследования в практике преподавания английского языка в средних и старших классах общеобразовательной школы в рамках изучения стилистики текста, лингвистики текста и лексикологии.

**Материал исследования.** В практической части работы проводится анализ заголовков популярных блогов методом сплошной выборки. Выбираются наиболее популярные блоги при помощи различных Интернет-ресурсов:

<https://mediakix.com/blog/top-lifestyle-bloggers-everyone-should-know/>

<https://www.seekahost.com/top-american-bloggers-blog-list/> и других ресурсов.

**Структура исследования** основана на целях и задачах исследования, работа состоит из введения, двух глав и четырех взаимосвязанных параграфа по теме исследования, заключения и списка использованной литературы.

**Апробация работы.** Работа прошла апробацию в виде сообщения на студенческой научной конференции института «Полярная академия» в Российском государственном гидрометеорологическом университете.

# **Глава 1. Теоретические основы функционально-синтаксических особенностей заголовков в информационных текстах Интернет-дискурса**

## **1.1 Понятие и функции заголовков в информационных текстах**

Текст можно рассматривать с точки зрения заключенной в тексте информации как информационное единство; с точки зрения психологии создания текста, как творческий акт автора, также текст можно рассматривать с позиций прагматики как материал для восприятия, интерпретации, характеризовать со стороны структуры, речевой организации, стилистики.

К исследованию текста существует множество подходов [8, с.34]:

- текстовой (Гальперин И.Р., Новиков А.И. и др.);
- синтаксический (Москальская О.И., Солганик Г.Я. и др.);
- стилистический (Одинцов В.В., Крылова О.А. и др.);
- семантический (Арнольд И.В., Тураева З.Л. и др.);
- коммуникативный (Болотова Н.С. и др.);
- психолингвистический (Белянин В.П., Сорокин Ю.А. и др.);
- культурологический (Сметанина С.И. и др.).

Текст в настоящее время является объектом лингвистики текста, в рамках которой находит многоаспектное описание данного явления:

- со стороны синтактики текста рассматривается в аспекте связности;
- со стороны семантики текст рассматривается в аспекте цельности, содержательных параметров,
- со стороны прагматики текст анализируется в аспекте отношений между автором, адресатом и теми ситуациями, в которых текст используется [7, с.21].

В отношении определения текста можно подчеркнуть, что основанием для определения текста является авторская интенция, то есть следует понимать, что текст создается тогда, когда определенное речевое произведение реализует определенную авторскую установку, авторское намерение, что находит выражение в целостности и связанности этого речевого произведения.

Многоаспектность исследования текста объективно вытекает из сложности устройства как лингвистического и семиотического феномена. Всестороннее изучение текста требует синтеза разнообразных подходов. Только комплексный анализ текста, учет достижений всех направлений исследования позволит приблизиться к адекватному пониманию феномена текста.

Именно наличие мощного коммуникативного фона в сочетании с объемной многослойной структурой привело к тому, что медийные тексты оказались в центре внимания дискурсивных исследований. Несмотря на ряд негативных моментов, происшедшие в заголовках перемены во многом были благоприятны. В современных условиях усилившейся борьбы сайтов, ресурсов и блогов в сети Интернет за пользователями, создатели текстов занялись поиском оригинальных форм и приемов, что особенно отразилось в заголовках.

Также тенденцией современного времени является тот факт, что интерес к опыту англоязычных журналистов и ученых необычайно вырос. Однако часто интерес ученых сталкивается с недостатком новейших данных и отсутствием соответствующих типологических исследований. В отличие от сравнительно-исторического языкознания, занимающегося исследованием родственных языков, типология занимается исследованием типологических характеристик и свойств не только и не столько языков родственных, сколько неродственных.

Особенно актуальным направлением в информационных текстах является типологическое исследование газетных заголовков на материале разных языков в сопоставительном плане. Целью изучения заголовков является выявление и описание особенностей стиля и функционирования заголовков в основном тексте, причем заголовок выполняет особенные функции в тексте [15, с.146].

1. Заголовки выполняют роль «указателей» на текст, привлекая читателя, однако заголовки целесообразно рассматривать не отдельно текста, но именно в общей структуре информационного текста. В отличие от титров в фильмах, наклеек и вывесок, у которых в качестве опоры выступает не письменная речь, но материальная среда или привычная ситуация, заголовки всецело зависят от текста и не должны рассматриваться отдельно от основного текста.

С позиций современного уровня развития лингвистической науки появились возможности подойти к изучению структурно-функциональных особенностей заголовков в широком плане – через соотнесение роли заголовков с общей теорией коммуникации. При этом логично признать несостоятельным отождествление роли заголовков с функцией только «надписей-ярлыков», как отмечает Шамелашвили М.А., лишаящее заголовки коммуникативной значимости, связи с содержанием озаглавленного текста. Важно учитывать специфику заголовков, которая заключается в том, что заголовки являются частью информационного текста (блога, как уникального средства массовой коммуникации и обладают двусторонней связью как с текстом самого блога), так и с самими фактами действительности [16, с.48].

Учеными, в частности, Косяковой Я.С. и Колмаково В.В. был предложен принцип, предполагающий рассмотрение заголовков с точки зрения адресата и адресанта сообщения. Относительно связи с текстом, был сделан вывод о двойной природе заголовков, которые могут функционировать как самостоятельно, так и в зависимости от озаглавленного текста. Подчеркивается, что заголовок, с одной стороны, зависит от озаглавленного текста, при этом заголовок может иметь смысл вне связи с текстом, ради которого заголовок был изобретен. То есть заголовок может существовать, как в тексте, так и вне текста, как самостоятельное произведение словесной формы [9, с.302].

Ученый Некрасов Д.В. в своей работе «Функционально-прагматические характеристики заголовков новостных текстов в Интернете» анализирует характеристики заголовков в сети Интернет. В данном подходе отмечается, что заголовок является целостной единицей речи и имеет фиксированное положение в тексте, при этом заголовок содержит компрессированное, нераскрытое содержание самого текста. Заголовок имеет двойственную природу и сочетает две функции – функцию номинации и функцию предикации [10, с.118].

Функция номинации заголовка заключается в том, что заголовок содержит в себе название информационного текста, функция предикации заключается в том, что заголовок устанавливает связь между субъектом и предикатом.



Выделяется при этом несколько функций заголовка:

- номинативная функция (заголовок является «именем» текста);
- информативная функция (заголовок сжато содержит информацию о том, что в тексте);
- дейктическая функция (представляет текст другим);
- рекламная функция (привлекает читателя);
- апеллятивно-экспрессивная функция (заголовок оказывает влияние на читателя, передавая точку зрения автора);
- делимитативная функция (отделяет текст один от другого).

Заголовок при этом понимается, как неоднородное явление, для практического анализа важным является возможность выделять отдельные элементы заголовков блогов в соответствии с элементами [10, с.120]:

- заголовок,
- подзаголовок,
- расширение заголовка,
- возможные комментарии.

При этом в заголовке, как в основной части информационного текста, важно проанализировать следующие особенности: синтаксические особенности, морфологические особенности, лексические особенности, а также особенности семантической структуры.

Ученый Церюльник А.Ю. в своей работе «Структурно-семантическое своеобразие заголовочного комплекса в организации гипертекста дискуссионного блога» рассматривает заголовок как заголовочный комплекс.

В данном направлении подчеркивается, что можно употреблять понятие «название» и «заголовок», как тождественные. Таким образом, при анализе заголовка на первое место выходят функции номинации в информационном тексте, и анализ заголовка переходит в теорию номинации. Однако современные блоги в сети Интернет содержат заголовки совершенно различных видов.

Ученый Пономаренко Е.Б. в своей работе «Структурные и семантико-стилистические особенности текстов английских и русских информационных

сообщений: сопоставительный аспект» понимает информационное сообщение, как особый жанр медиатекста. Выделяется специфика информационного сообщения, как жанра, «информационное сообщение» и «новость» употребляются, как тождественные. Информационные сообщения передают лингвистически и прагматически организованную и направленную информацию. При этом отмечается, что английские и русские информационные сообщения обладают этнокультурными особенностями [12, с.78].

При таком подходе становится возможным выявление структурных и семантико-стилистических особенностей (различий) информационных сообщений. Пономаренко Е.Б. выявлена классификация лексико-фразеологических средств, которые применяются как эмоционально-оценочный компонент в информационных сообщениях на русском и английском языке.

Информационным текстам присуща стандартизованность, однако чаще всего встречаются следующие особенности заголовков:

- эмоционально-оценочная лексика,
- экспрессивная лексика,
- элементы разговорного стиля,
- фразеологизмы,
- метафоры,
- эвфемизмы.

Таким образом, при анализе заголовков необходимо изучать различные применяемые языковые средства, применяемые для повышения выразительности. Однако важным является анализа не только функционально-синтаксических особенностей заголовков, необходим также анализ экстралингвистических факторов. Также в рамках анализа экстралингвистических факторов информационных сообщений, важно понимать, что в заголовках применяются средства манипулирования общественным сознанием; средства, которые отражают идеологию.

## 1.2 Виды заголовков в информационных текстах Интернет-дискурса

Ученые, занимающиеся вопросами изучения заголовков, выделяют различные виды заголовков на основании различных критериев классификации.

По мнению Церюльник А.Ю. заголовки информационных сообщений и информационных текстов могут быть разных видов [15, с.148]:

- заголовок-символ;
- заголовок-тезис;
- заголовок-цитата;
- заголовок-сообщение;
- заголовок-намек.

Относительно блога, как информационного текста Интернет-дискурса создание эффективного заголовочного комплекса оказывает прямое влияние на успешность функционирования самого блога. В заголовочный комплекс входит:

- заголовок блога,
- подзаголовок,
- заголовки записей блога,
- рубрики и пояснения.

При этом учеными выделяется внешний уровень гипертекста блога и внутренний уровень гипертекста блога. В практическом исследовании целью является исследование структурных элементов заголовочного комплекса и структурно-семантическую систематизацию заголовков блогов [15, с.151].

Исследование структурно-семантической организации заголовочного комплекса современных блогов в сети Интернет обусловлено необходимостью выделения структурных единиц, которые обладают определенной семантической значимостью. Выделяют группы заголовков:

- 1) Непридикативные конструкции:
  - номинативные конструкции (существительное как заголовок),
  - субстантивированное прилагательное,
  - адвербальные конструкции (наречие, как заголовок),

- местоименные конструкции (местоимение, как заголовок),
- нумеральные конструкции (число, как заголовок),
- осколочные конструкции (часть предложения).

2) Предикативные конструкции – отглагольные конструкции (Verb / Verb), субъект + предикат.

3) сложные предикативные конструкции:

- фраза, сложное синтаксическое целое,
- иноязычные конструкции.

При этом выделяют семантические группы заголовков [13, с.16]:

- 1) бытийная (предметная) семантика,
- 2) признаковая семантика,
- 3) модальная семантика,
- 4) абстрактная семантика.

Ученый Шамелашвили М.А. в своей работе «Функционально-синтаксические и лексико-грамматические особенности газетных заголовков (на материале прессы Великобритании и США)» рассматривает функции заголовков исследователь рассматривает в двух планах [16, с.82]:

- по отношению к получателю информации (прагматическая функция заголовка),
- по отношению к озаглавливаемому тексту.

Прагматическая функция заголовка может заключаться в том, чтобы привлечь внимание читателей, заинтересовать, заинтриговать читателей, дать краткую информацию о содержании озаглавливаемого текста, дать оценку описываемым событиям, лицу, явлению, предмету, о котором идет речь в сообщении, навязать читателю точку зрения, разделяемую автором информации.

В рамках данного направления выделяются [16, с.87]:

- информативная функция заголовка,
- экспрессивно-оценочная функция заголовка,
- побудительная функция заголовка,
- рекламная функция заголовка.

В подходе ученого Шамелашвили по отношению к тексту заголовков может выполнять следующие функции [16, с.94]:

- представлять собой краткое изложение содержания озаглавливаемого текста (заголовок-резюме);
- содержать суждение относительно подаваемой информации (заголовок-суждение);
- содержать оценку действия, лица, предмета, события, явления, которые являются предметом информации (резюме-оценка);
- содержать призыв к действию (заголовок-лозунг),
- высвечивать самое интересное место из текста (заголовок-светлое пятно),
- включать в себя прямую речь или часть прямой речи из текста (заголовок-цитата).

Можно четко увидеть, что речь идет о полифункциональности заголовков: заголовок выполняет несколько функций разного характера.

Ученый Подчасов А.С. в своей работе «Функционально-синтаксические особенности газетных заголовков: на материале российских и британских газет второй половины 1980-1990 годов, синтаксический аспект» анализировал газетные заголовки на материале британских газет 1980-1990 годов и выделил функционально-синтаксические особенности заголовков [11, с.68].

Выявление функционально-синтаксических особенностей заголовков информационных текстов основывается на функциональном методе, полагая, что языковая структура – не замкнутая система, но образуется в соответствии с отношениями иерархии, объединяя языковые компоненты в структуру.

Заголовки должны анализироваться с учетом факторов:

- языковой материал (заголовок);
- личность автора текста;
- цель высказывания (текста).

Заголовки блога в рамках Интернет-дискурса выполняют роль «указателей» на текст, однако не должны анализироваться отдельно от текста. Заголовки обладают двусторонней связью с текстом и с действительностью.

В работах ряда ученых заголовки рассматриваются как с точки зрения роли в информационном тексте, так и с точки зрения адресата и адресанта сообщения.

В данной связи важно понимать, что восприятие текста представляет собой поэтапный процесс. На первом, дотекстовом, этапе читатель обращается к заглавию, задача которого в том, чтобы вызвать интерес, пробудить внимание аудитории. На данном этапе реализуется рекламная функция заголовка.

На втором основном этапе читатель знакомится с информацией, содержащейся в тексте блога. В данном случае заголовок реализует наиболее богатый набор функций: информативную, оценочно-экспрессивную, интегративную, композиционную. Последний этап наступает после того, как читатель прочитает текст, заголовок представляется компрессией текста.

Основной функцией заголовка на последнем этапе является номинативная. Характеризуя основной этап восприятия текста, важно подчеркнуть, что заголовок блога, как информационного текста Интернет-дискурса является элементом объемно-прагматического членения текста (наряду с зачином, серединой и концовкой), называемого архитектурой текста. Заголовок следует рассматривать как в качестве самостоятельной речевой единицы, понятной еще до прочтения текста, так и на фоне содержания прочитанного текста [13, с.72].

Выделяются следующие виды заголовков [8, с.102]:

1) однонаправленные заголовки, которые имеют один элемент смысловой структуры текста, которая связана либо с темой, либо с выводом автором;

2) комплексные заголовки, которые имеют несколько элементов структурной схемы текста одновременно, комплексные заголовки, соотносятся с несколькими элементами структурной схемы текста блога одновременно.

В отличие от однонаправленного, комплексный заголовок актуализирует два или несколько смысловых компонентов текста, степень информативности таких заголовков выше. Предлагается более сложная классификация заголовков:

1) полноинформативные (полностью выражающие смысловой компонент);  
2) неполноинформативные (не полностью выражающие смысловой компонент текста);

3) подтекстные заголовки, которые не выражены в тексте, но связаны с содержанием текста;

4) текстовые заголовки, значение которых можно полностью понять только после прочтения всего текста [6, с.84].

При этом учеными выделяются отдельно так называемые «дефектные» заголовки, содержащие стилистическую погрешность, которая мешает воспринимать текст, формирует негативное отношение к тексту блога со стороны читателя. Такие заголовки получают оценку «не понравилось».

Таким образом, заголовки блога, как информационного текста Интернет-дискурса могут рассматриваться либо с точки зрения той роли, которую заголовки выполняют по отношению к тексту, либо с точки зрения адресата и адресанта сообщения. В работах некоторых ученых два подхода предлагается объединить, анализируя таким образом роль заголовка, как по отношению к озаглавливаемому тексту, так и по отношению к получателю информации.

При этом следует подчеркнуть, что реализация в заголовках прагматической функции останется непонятной, если ограничиться рассмотрением буквального, поверхностного содержания.

Дело в том, что заголовки блога действительно отражают подтекст, создающийся Интернет-дискурсом. Необходимо при анализе учитывать принадлежность заголовков к стилю блога в рамках Интернет-дискурса и стремление оказать на читателей определенное речевое воздействие, заданное принятой шкалой ценностей и стилем речевого поведения.

При этом необходимо выделение типологических особенностей заголовков англоязычных блогов на уровне синтаксиса [4, с.98].

Особенно важным является выделение функционально-синтаксических особенностей наиболее распространенных синтаксических моделей заголовков блога, как информационного текста Интернет-дискурса.

Анализ функционально-синтаксических особенностей заголовков позволяют выделить различные виды заголовков блога, как информационного текста Интернет-дискурса [2, с.117]:

- предложение с простым глагольным сказуемым;
- номинатив с несогласованным определением;
- неполное предложение;
- присоединительное предложение;
- двусоставное предложение с именным сказуемым;
- одиночный номинатив.

При этом с точки зрения адресанта можно выделить следующие виды заголовков блога, как информационного текста Интернет-дискурса:

- 1) информативный заголовок,
- 2) привлекательный заголовок,
- 3) информативно-привлекательный заголовок,
- 4) дезориентирующий заголовок,
- 5) дефектный заголовок.

Информативные заголовки составляются автором блога с единственной целью дать максимально полную информацию о содержании или теме текста. При этом чаще всего информативные заголовки блога, как информационного текста Интернет-дискурса представляют собой глагольные конструкции:

- предложение с простым глагольным сказуемым,
- двусоставное предложение с именным сказуемым,
- двусоставное предложение со сложным глагольным сказуемым,
- неопределенно-личное предложение.

Заголовки привлекательного типа составляются с целью побудить читателей к приобретению товара или услуги. Данные заголовки выступают в качестве рекламной константы и напоминают рекламные предложения.

Привлекательные заголовки чаще всего встречаются в среде массовой культуры, информационно-рекламных и общественно-политических блогах. Обычно привлекательные заголовки выражены [1, с.202]:

- сложноподчиненными предложениями,
- обобщенно-личными предложениями,
- определенно-личными предложениями.



## Выводы по 1 главе

В английских блогах сказуемое в привлекательных заголовках нередко выражается глаголом в форме настоящего продолженного времени. Также такие грамматические особенности характерны и для заголовков, состоящих из нескольких предложений. Восприятие заголовков осложняется факторами:

- 1) перегруженностью знаками препинания;
- 2) злоупотреблением иноязычными вкраплениями;
- 3) несоответствием заголовка стилю и жанру текста.

Ученые выделяют следующие виды заголовков блога, как информационного текста Интернет-дискурса [9, с.304]:

1. Заголовки, предсказуемость которых сведена к минимуму, такие заголовки связаны не столько с текстом блога, сколько с подтекстом статей, чаще всего такие заголовки связаны с внетекстовой ситуацией.

2. Заголовки, представляющие собой один из тезисов блога, такие заголовки обычно не отражают суть текста блога, порой и противоречат самому блогу. Однако такие заголовки бывают выразительными и интригующими.

3. Заголовки, представляющие собой прямое искажение, подтасовку содержащихся в тексте блога фактов. Данная группа являются наиболее многочисленной в современных англоязычных блогах

4. Дефектными являются заголовки, содержащие стилистическую погрешность, которая мешает воспринимать текст блога, формирует негативное отношение к блогу, как тексту Интернет-дискурса, со стороны читателя.

Заголовки информативно-привлекательного типа сочетают в себе черты информативных и привлекательных заголовков, в таких заголовках часто используются лексические, синтаксические и стилистические приемы и средства. При этом в заголовках блога, как информационного текста, часто используются фразеологизмы, метафора, разговорные слова и выражения, синтаксические модели, имеющие наибольшую стилистическую маркированность.

## **Глава 2. Практический анализ функционально-синтаксических особенностей заголовков современных англоязычных блогов**

### **2.1 Функционально-синтаксические особенности заголовков современных англоязычных блогов**

Практический анализ проводится методом сплошной выборки англоязычных блогов с выделением заголовков различных типов.

Анализ заголовков проводился на примере популярных англоязычных блогов методом сплошной выборки, наиболее популярные блоги выбирались при помощи различных популярных Интернет-ресурсов. В ходе анализа выделялись следующие структурные особенности заголовков:

- 1) однонаправленные заголовки, которые имеют один элемент смысловой структуры текста, которая связана либо с темой, либо с выводом автором;
- 2) комплексные заголовки, которые имеют несколько элементов структурной схемы текста одновременно.

В заголовках выделялись следующие стилистические особенности:

- эмоционально-оценочная лексика,
- экспрессивная лексика,
- элементы разговорного стиля,
- фразеологизмы, метафоры, эвфемизмы,
- экстралингвистические факторы.

При этом определялся тип заголовка:

- 1) полноинформативные (полностью выражающие смысловой компонент);

2) неполноинформативные (не полностью выражающие смысловой компонент текста);

3) подтекстные заголовки, которые не выражены в тексте, но связаны с содержанием текста;

4) текстовые заголовки, значение которых можно полностью понять только после прочтения всего текста.

Все заголовки подразделялись по следующим функционально-синтаксическим особенностям и синтаксическим моделям:

- предложение с простым глагольным сказуемым (глагольных заголовков больше всего, наиболее часто употребляемые глаголы *ban, bid, claim, clash, crack, crash, cut, hit, move, pact, plea, quit, soar, slump, slam, blast*);

- номинатив с несогласованным определением;

- неполное предложение;

- присоединительное предложение;

- двусоставное предложение с именным сказуемым;

- одиночный номинатив.

Функциональные особенности заголовков определялись по различным типам с точки зрения адресанта

- информативный заголовок,

- привлекательный заголовок,

- информативно-привлекательный заголовок,

- дезориентирующий заголовок,

- дефектный заголовок.

Заголовки англоязычных блогов включали выделение следующих стилистических особенностей:

- эмоционально-оценочная лексика,

- экспрессивная лексика,

- элементы разговорного стиля,

- фразеологизмы,

- метафоры, эвфемизмы,

- экстралингвистические факторы

Следует обратить внимание на лексические особенности заголовков современных англоязычных блогов. Очень часто в заголовках блогов встречаются семантические трансформации и использование специальных слов: ban, bid, claim, crack, crash, cut, dash, hit, move, pact, probe, quit, quiz, rap, rush, slash, причем употребляются слов с характерной особенностью.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
Culture Ministry to Probe «Facebook» [37]	Министерство культуры проведет проверку «Фейсбук»	Однонаправленный заголовок, информативный	Фразеологизмы Экстралингвистические факторы

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

Также заголовок является полностью информативным, так как содержит всю информацию о том, что будет автором освещаться в блоге.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовке использовались выделенные стилистические компоненты: фразеологизм, экстралингвистические факторы. К фразеологизмам можно отнести использование глагола «to probe» (дословно исследовать, брать пробы) в значении «провести проверку» социальной сети «Фейсбук».

Заголовок усиливает акцент автора блога на наличие цензуры, к экстралингвистическим факторам относится само упоминание социальной сети, которая должна быть известна читателям своим свободным содержанием.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
J&K activist «killer» to be extradited [37]	Убийца активиста «Джей/Кей» будет активирован	Однонаправленный заголовок, информативный	Метафора

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

При этом заголовок является не информативным, так как не содержит всю информацию о том, что будет автором освещаться в блоге. Читателю непонятно, кто такой «J&K» и узнать об этом можно только прочитав блог.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовке использовались – метафора и экстралингвистические факторы. Читатель блога должен знать, кто такой «J&K», имя употреблено в метафорическом смысле.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
FURNITURE FACTORY PAY CUT ROW [38]	Спор по поводу снижения оплаты труда на мебельной фабрике	Комплексный заголовок, информативно-привлекательный	Заглавные буквы, обратный порядок слов

По функциональным особенностям заголовок является комплексным и имеет несколько элементов смысловой структуры текста.

Также заголовок является информативно-привлекательным, так как содержит информацию о том, что будет в блоге и привлекает внимание.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовке использовались стилистические компоненты – заглавные буквы. Очень часто в популярных англоязычных блогах используются заглавные буквы для всего заголовка, чтобы привлечь внимание читателя.

Кроме того, заголовок построен в обратном порядке. Для понимания данного предложения нужно попытаться прочитать в обратном направлении.

Нарушение грамматических и синтаксических правил является одним из известных приемов в заголовках современных англоязычных блогов привлечь внимание. В частности, использование заглавных букв часто сочетается со специальным использованием неправильного времени глагола.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
BLIND MAN CLIMBS ELBRUS [38]	Слепой мужчина поднялся на Эльбрус (должно быть прошедшее время)	Комплексный заголовок, информативно-привлекательный	Заглавные буквы, упрощение за счет применения более простой глагольной формы

По функциональным особенностям заголовок является комплексным и имеет несколько элементов смысловой структуры текста.

Также заголовок является полностью информативно-привлекательным, так как содержит всю интересную информацию для читателя блога.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовке использовались стилистические компоненты – заглавные буквы и упрощение посредством применения более простого глагола в настоящем времени «climbs», хотя по грамматическим правилам должно было быть «had climbed».

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
5 Best Fabrics for the Prom Dress [37]	5 (пять) лучших тканей для выпускного платья	Однонаправленный заголовок, информативно-привлекательный	Использование цифр для конкретики

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

Также заголовок является информативно-привлекательным, так как содержит всю информацию и привлекает внимание интересными данными.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовке использовались стилистические компоненты – цифры вместо слов (5 вместо «five»). В популярных англоязычных блогах часто используются цифры в заголовке, чтобы повысить точность предлагаемой информации.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
10 Most Friendliest Dog Breeds [38]	10 (десять) самых дружелюбных пород собак	Однонаправленный заголовок, информативно-привлекательный	Использование цифр для конкретики

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

Также заголовок является информативно-привлекательным, так как содержит всю информацию и привлекает внимание интересными данными.

По стилистическим особенностям в заголовке использовались стилистические компоненты – цифры вместо слов (10 вместо «ten»), прием позволяет усилить значение (выявленные статистические особенности).

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
Effortless and Fun Ways to Style a Crop Top [38]	Легкие и забавные способы укорачивания топа.	Однонаправленный заголовок, информативно-привлекательный	Использование эмоционально-оценочной лексики, элементы разговорного стиля.

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

Также заголовок является информативно-привлекательным, так как содержит всю информацию и привлекает внимание новыми данными.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовке использовались стилистические компоненты – эмоционально-оценочная лексика, автор подчеркивает получение положительных эмоций «fun» и элементы разговорного стиля, выражение «crop top» является разговорным названием отрезания части одежды, чтобы сделать топ.

Эмоционально окрашенная лексика является одной из ключевых особенностей заголовков современных англоязычных блогов. К данной лексике относятся жаргонные слова и выражения, специальные идиоматические выражения, неожиданные словосочетания.

Характерно для заголовков современных англоязычных блогов и использование неологизмов – слов, созданных для обозначения новых понятий политического, научного или общеупотребительного характера.



Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
Old pals' act will give us a lift [37]	Выступление старых «дружков» подбодрит нас	Однонаправленный заголовок, привлекательный	Использование эмоционально-окрашенной лексики, сленга и разговорного стиля.

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

Также заголовок является привлекательным, так как не содержит значимой информации, но привлекает внимание интересными данными.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовке не использовались стилистические компоненты – использование эмоционально-окрашенной лексики, разговорного стиля, неологизмов и сленга.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
Why Does My Dog Eat Bones? [38]	Почему моя собака есть кости?	Однонаправленный заголовок, информативно-привлекательный	Использование вопросительной формы

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

Заголовок является информативно-привлекательным, так как содержит интересную информацию и привлекает внимание интересными данными.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовке не использовались стилистические компоненты – использование вопросительной формы. Такой подход позволяет заинтересовать читателя, так как вопрос в заголовке блога привлекает внимание и усиливает ожидание.

Часто в заголовках современных англоязычных блогов употребляются неологизмы, образованные при помощи продуктивных и непродуктивных аффиксов: -ize (to atomize), -ship (craftsmanship), anti- (anti-American).

Также часто в заголовках современных англоязычных блогов употребляются аллюзии и образные выражения.

Целью употребления аллюзий и образных выражений в заголовках блогах является придание заголовку большей силы воздействия на читателя. Очень часто заголовки с аллюзиями и образными выражениями не имеют особого информативного смысла, однако привлекают внимание. Данный прием встречается обычно на развлекательных англоязычных блогах.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
Gwynnie gives her «wasband» a loving hug [37]	Гвинни с любовью обнимает свою «wasband» (бывшая групп)	Однонаправленный заголовок, привлекательный	Использование образного выражения

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

Также заголовок является привлекательным, так как не предлагает содержательной информации, но привлекает внимание интересными данными.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовке использовались стилистические компоненты – образное выражение «wasband».

Можно отметить, что в данном примере автор блога использует образное выражение «wasband» (слияние двух слов – была группа, бывшая музыкальная группа), чтобы придать броскость и комичность заголовку. Такой прием действительно существенно повышает читаемость блога.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
Science Hacks for a Perfect Marriage [37]	Научные «хаки» для идеального брака	Однонаправленный заголовок, информативно-привлекательный	Использование неологизмов

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста. Заголовок является информативно-привлекательным, так как содержит интересную информацию и привлекает внимание интересными данными.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовке не использовались стилистические компоненты – использование неологизмов и образных выражений. Причем используется уже известное в Интернет-коммуникации слово «haks», которое используется очень часто.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
Breakfast with Pixie in pearls [37]	5 (пять) лучших тканей для выпускного платья	Однонаправленный заголовок, привлекательный	Использование метафоры

По функциональным особенностям заголовков является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

Заголовок является привлекательным, так как неизвестно, какую предлагает информацию, но привлекает внимание именно метафора.

По стилистическим особенностям в заголовке не использовались стилистические компоненты – метафора. В блоге рассказывается об образе актрисы Одри Хепберн и используется отсылка к фильму «Завтрак у Тиффани».

В заголовках современных англоязычных блогов часто используется слияние двух слов для привлечения внимания и усиления воздействия.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
MarkTech SightSequel [38]	Технологии Марка Продолжение зрелища	Однонаправленный заголовок, дезориентирующий	Использование слияния двух слов

По функциональным особенностям заголовки являются однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

Однако приведенные заголовки являются дезориентирующими, так как совершенно непонятно, о чем будет идти речь в тексте блога.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовках используются стилистические компоненты – слияние слов.

Следует отметить, что для заголовков современных англоязычных блогов более серьезных изданий е типично употребление традиционных перифразов,. Также заголовки англоязычных блогов используют особый фамильярны стиль.

Заголовки англоязычных блогов часто применяют образные выражения и устойчивые фразеологизмы, чтобы привлечь внимание.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
Buying an Elephant: Everything You Need to Know [37]	Покупка слона: все что Вам нужно знать	Однонаправленный заголовок, информативно-привлекательный	Использование фразеологизма, образного выражения

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

Также заголовок является информативно-привлекательным, так как содержит всю информацию и привлекает внимание интересными данными.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовке не использовались стилистические компоненты – образное выражение.

Употребленное выражение «buying an elephant» обычно означает покупку чего-то крупного и неизвестного, наиболее близкое значение на русском языке «купить кота в мешке».

Важно подчеркнуть, что часто встречаются дезориентирующие и дефектные заголовки в современных англоязычных блогах.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
Loving family man' knifed to death in random attack [37]	Любящий семьянин зарезан в результате случайного нападения	Однонаправленный заголовок, привлекательный	Использование синтаксических нарушений – пропуск глагола-связки «be»

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста. Также заголовок является привлекательным, так как привлекает внимание эмоциональным событием.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовке не использовались стилистические компоненты – намеренные глагола «be».

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
No rejects the invitation [39]	Нет отказа от приглашения	Однонаправленный заголовок, привлекательный	Использование синтаксического нарушения – намеренный пропуск «there is»

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста. Заголовок является привлекательным, привлекает внимание интересными данными.

По стилистическим особенностям в заголовке не использовались стилистические компоненты – намеренное опущение оборота «there is».

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
5 Best Fabrics for the Prom Dress [37]	5 (пять) лучших тканей для выпускного платья	Однонаправленный заголовок, информативно-привлекательный	Использование цифр для конкретики

По функциональным особенностям заголовков является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

Также заголовок является информативно-привлекательным, так как содержит всю информацию и привлекает внимание интересными данными.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовке не использовались стилистические компоненты – цифры вместо слов (5 вместо «five»). В популярных англоязычных блогах часто используются цифры в заголовке, чтобы повысить точность предлагаемой информации.

Часто в заголовках современных англоязычных блогов применяется опущение знаменательных глаголов.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
Maria still the prime-time queen [37]	Мария по-прежнему королева «прайм-тайма»	Однонаправленный заголовок, информативно-привлекательный	Использование опущения знаменательного глагола (is) для краткости

По функциональным особенностям заголовков является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

Также заголовок является информативно-привлекательным, так как содержит всю информацию и привлекает внимание интересными данными.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовке не использовались стилистические компоненты – намеренное опущение знаменательного глагола «there is», для выразительности.

Так как место для заголовка в англоязычных блогах ограничено, лексические слова, обладающие собственным значением (существительные, глаголы, прилагательные, наречия) куда более полезны, чем грамматические

слова, передающие грамматические отношения (определяющие слова - the, this, that; вспомогательные глаголы - be, have, do и др).

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
I haven't giving up hope of winning it again!	Я не теряю надежды выиграть его снова!	Комплексный заголовок, информативно-привлекательный	Использование глагольного заголовка (преобладание глаголов)
Take it or leave it	Берите или уходите	Комплексный заголовок, привлекательный	
Expert 'fails to get doctors to reconsider	Эксперт не смог заставить докторов пересмотреть решение	Комплексный заголовок, информативно-привлекательный	
Too many wonderful women to count	Слишком много замечательных женщин (не сосчитать)	Комплексный заголовок, информативно-привлекательный	

В современных англоязычных блогах часто используются предикативные (глагольные) заголовки, в таких заголовках наблюдается преобладание глагольных структур над именными (глаголов в заголовке намного больше, чем существительных). Глагольные структуры описывают события, о которых идет речь в блоге. В данных заголовках часто на первом месте ставится глагол, так как именно действие представляет наибольший интерес для читателя, помимо этого, такое расположение делает заголовок более выразительным.

По функциональным особенностям все приведенные заголовки являются комплексным и имеют несколько элементов смысловой структуры текста.



Все глагольные заголовки является информативно-привлекательным, так как содержит всю информацию и привлекает внимание интересными данными.

По стилистическим особенностям можно отметить, что в заголовке не использовались стилистические компоненты – глагольная конструкция, преобладание глаголов над существительными, чтобы привлечь внимание.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
Apple vs. Android: The Epic Battle [38]	Аплл против Андроида: эпическая битва	Однонаправленный заголовок, информативно-привлекательный	Использование названий известных компаний

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

Также заголовок является информативно-привлекательным, так как содержит всю информацию и привлекает внимание интересными данными.

По стилистическим особенностям в заголовке использовались стилистические компоненты – использование названий известных компаний, названия «Apple» и «Android» однозначно привлекает внимание.

В плане нарушений грамматических и стилистических норм английского языка в заголовках англоязычных блогов следует отметить особенности использования временных форм. В современных англоязычных блогах при написании заголовка используются неперфектные времена.

Речь идет об упрощении грамматики для простоты восприятия текста. Время Present Simple обычно употребляется вместо времен Past Simple или Present Perfect. Время Past Simple употребляется в заголовках англоязычных блогов, относящихся к прошлым событиям в тех случаях, когда в заголовке есть

обстоятельство времени или если читателю просто известно, что событие совершенно точно относится к прошлому. Кроме того, использование простых времен сокращает заголовок и делает его более выразительным, употребление сложных перфектных времен затрудняет восприятие.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
Binned contract costs £24m [37]	Заклученный контракт обходится (обошелся) в 24 млн фунтов стерлингов	Однонаправленный заголовок, информативный	Нарушение употребления времени глагола

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста. Заголовок является информативно, так как содержит всю информацию о конкретном событии.

По стилистическим особенностям в заголовке использовались стилистические компоненты – грамматические нарушение (употребленное время Present Simple вместо прошедшего времени). Очевидно, что речь в заголовке идет об уже свершившемся событии, контракт был заключен.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
Risking a baby's health for the sake of having a natural birth is responsible [37]	Рисковать здоровьем ребенка ради естественных родов – это ответственность	Однонаправленный заголовок, информативный	Нарушение употребления времени глагола

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста. Заголовок является информативным, так как содержит всю информацию о конкретном событии.

По стилистическим особенностям в заголовке использовались стилистические компоненты – грамматическое нарушение употребления глагольного времени. Present Participle обычно указывает на действие, которое происходило на момент публикации заголовка, соответствуя временам Present Continuous или Present Perfect Continuous.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
Elliot can face Giants despite ban [38]	«Элиот» может встретиться с «Гигантами», несмотря на запрет	Однонаправленный заголовок, информативно-привлекательный	Использование кратких слов

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста. Заголовок является информативно-привлекательным, так как содержит всю информацию о конкретном событии и является привлекательным

По стилистическим особенностям в заголовке использовались стилистические компоненты – использование кратких емких слов.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	

No look yet at cops' slay vid [38]	Еще не смотрел убийство «копов»	Однонаправленный заголовок, привлекательный	Применение сленга в заголовке
--	------------------------------------	---	-------------------------------------

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

Заголовок является привлекательным и усиливает воздействие.

По стилистическим особенностям в заголовке использовались стилистические компоненты – использование сленга и разговорных слов. применяется сокращение «vid» от видео и «cops» вместо policemen.

Заголовок на английском языке	Перевод на русский язык	Функционально-синтаксические особенности	
Oregon legalizes pot and nobody blinks [37]	Еще не смотрел убийство «копов»	Однонаправленный заголовок, привлекательный	Применение сленга и фразеологизма

По функциональным особенностям заголовок является однонаправленным и имеет один элемент смысловой структуры текста.

Заголовок является привлекательным и усиливает воздействие.

По стилистическим особенностям в заголовке использовались стилистические компоненты – использование сленга и фразеологизма, используется сленговое выражение «pot» (травка) и применяется фразеологизм «nobody blinks» (никто и не моргнет), означает «никому нет дела».

## 2.2 Анализ основных функционально-синтаксических особенности заголовков современных англоязычных блогов

Таким образом, в работе были выделены функциональные и стилистические особенности заголовков современных англоязычных блогов.

Таблица 2.1 – Функциональные особенности заголовков современных англоязычных блогов

	Количество	Доля, %
Однонаправленные заголовки	21	75,0
Комплексные заголовки	7	25,0
Информативные заголовки	4	14,0
Привлекательные заголовки	8	28,0
Информативно-привлекательные заголовки	15	54,0
Дезориентирующие заголовки	1	4,0
Дефектные заголовки	-	-
Всего заголовков	28	

Проведенный анализ показал, что однонаправленные заголовки намного чаще применяются в заголовках современных англоязычных блогов и используется в % от всех изученных примеров.

Комплексные заголовки применяются в 25,0 % от всех изученных примеров в заголовках современных англоязычных блогов.

Информативно-привлекательные заголовки в заголовках современных англоязычных блогов встречаются намного чаще, анализ показал, что данные заголовки используются в 54,0 % от всех изученных примеров.

Привлекательные заголовки встречаются часто в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 28,0 % от всех изученных примеров.

Информативные заголовки реже применяются в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 14,0 % от всех изученных примеров.

Также можно отметить, что дезориентирующие заголовки не являются распространенным явлением и применяются в заголовках современных англоязычных блогов только в 4,0 % от всех изученных примеров.

Дефектные заголовки не применяются в заголовках современных англоязычных блогов не используется в 0,0 % от всех изученных примеров.

Таблица 2.2 – Функционально-синтаксические особенности заголовков современных англоязычных блогов

	Количество	Доля, %
Эмоциональное-оценочная лексика	3	10,7
Экспрессивная лексика	4	14,3
Элементы разговорного стиля, сленг	2	7,1
Фразеологизмы, метафоры, афоризмы	3	10,7
Экстралингвистические факторы	1	3,5
Заглавные буквы (для всего заголовка)	3	10,7
Обратный порядок слов	1	3,5
Глагольные конструкции	4	14,3
Использование названий известных компаний	1	3,5
Вопросительная форма	1	3,5
Слияние слов	2	7,1
Использование цифр в заголовках	1	3,5
Грамматические и синтаксические нарушения	2	7,1
Всего заголовков	28	100,0

Таким образом, в работе были выделены функционально-синтаксические особенности в заголовках современных англоязычных блогов.

Такой стилистический прием, как эмоциональное-оценочная лексика является распространенным приемом в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 14,3 % от всех изученных примеров.

Можно отметить, что экспрессивная лексика также является довольно распространенным приемом в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 10,7 % от всех изученных примеров.

Также было отмечено, что фразеологизмы, метафоры, афоризмы являются распространенным приемом в заголовках современных англоязычных блогов и используются в 10,7 % от всех изученных примеров.

Заглавные буквы (для всего заголовка) являются распространенным приемом и очень часто применяются в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 10,7 % от всех изученных примеров.

Элементы разговорного стиля часто используются в заголовках современных англоязычных блогов в 7,1 % от всех изученных примеров.

В работе было определено, что экстралингвистические факторы используются очень редко в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 3,5 % от всех изученных примеров.

Обратный порядок слов редко применяются в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 3,5 % от всех изученных примеров.

Глагольные конструкции редко применяются в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 14,3 % от всех изученных примеров.

Использование названий известных компаний часто применяются в заголовках современных англоязычных блогов, 3,5 % от всех примеров.

Вопросительная форма встречается редко в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 3,5 % от всех изученных примеров.

Слияние слов часто применяются в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 7,1 % от всех изученных примеров.

Использование цифр в заголовках редко применяются в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 3,5 % от всех примеров.

Отмечалось, что грамматические и синтаксические нарушения часто применяются в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 7,1 % от всех изученных в работе примеров.

## Выводы по 2 главе

Элементы разговорного стиля часто используются в заголовках современных англоязычных блогов в 7,1 % от всех изученных примеров.

Экстралингвистические факторы используются очень редко в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 3,5 % от всех изученных примеров. Обратный порядок слов редко применяются в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 3,5 % от всех изученных примеров. Глагольные конструкции редко применяются в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 14,3 % от всех примеров.

Использование названий известных компаний часто применяются в заголовках современных англоязычных блогов, 3,5 % от всех примеров.

Вопросительная форма встречается редко в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 3,5 % от всех изученных примеров.

Слияние слов часто применяются и используется в 7,1 % от всех изученных примеров. Использование цифр в заголовках редко применяются и используется в 3,5 % от всех примеров. Грамматические и синтаксические нарушения часто применяются в заголовках современных англоязычных блогов и используется в 7,1 % от всех изученных в работе примеров.

В современных англоязычных блогах часто используются предикативные (глагольные) заголовки, в таких заголовках наблюдается преобладание глагольных структур над именными (глаголов в заголовке намного больше, чем существительных). Глагольные структуры описывают события, о которых идет речь блоге. В данных заголовках часто на первом месте ставится глагол, так как именно действие представляет наибольший интерес для читателя, помимо этого, такое расположение делает заголовок более выразительным.

По функциональным особенностям все приведенные заголовки являются комплексным и имеют несколько элементов смысловой структуры текста, что делает их информативно-привлекательными, так как содержат всю информацию и привлекают внимание интересными данными.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Традиционные средства массовой коммуникации постепенно вытесняются электронными средствами связи, которые имеют способность не только ускорять коммуникацию, но и устанавливать новые особые формы и границы вербального и невербального общения.

Такие кардинальные изменения, в свою очередь, не могли не коснуться и медиатекста в традиционном его понимании, под которым изначально понималась крайне разнообразная информация по форме представления, каналу распространения и языковым особенностям: от текстов эфиров на радио до научных статей в газетах и журналах.

Позднее было выявлено, что медиатекст обозначает своего рода письменный текст с ярко выраженной социальной направленностью, полной структурой, а также сложную изменяющуюся единицу высшего порядка, при помощи которой может осуществляться речевое общение в сфере массовой, а также сложную изменяющуюся единицу информации.

Заголовок – один из важнейших компонентов статьи блога: предваряя текст, он формирует представление о его структуре, содержании и характеристике.

Заголовочный комплекс - это структурно-семантическое объединение элементов текста, по определению предваряющих его и концептуально связанных с основным массивом медиатекста. Заголовок – это первое, на что обращает внимание читатель, следовательно, его главная задача - привлечь внимание, создать таким образом интерес к публикуемому в периодическом издании материалу.

Для придания выразительности и яркости заголовку авторы используют различные средства его актуализации: лексико-фразеологические, синтаксические и грамматические средства. Проведенное исследование позволяет выявить функции, выполняемые заголовком: номинативную, рекламную, информативную и графически-выделительную. Каждая из них

может выступать главной функцией в зависимости от задач того или иного блога. Одним из эффективных и эффектных средств синтаксического оформления заголовка является сегментированная конструкция.

В работе изучались функционально-синтаксические особенности заголовков современных англоязычных блогов. Проведенный анализ позволил сделать следующие выводы.

Характеризуя основной этап восприятия текста, важно подчеркнуть, что заголовок блога, как информационного текста Интернет-дискурса является элементом объемно-прагматического членения текста (наряду с зачином, серединой и концовкой), называемого архитектурой текста. Заголовок следует рассматривать как в качестве самостоятельной речевой единицы, понятной еще до прочтения текста, так и на фоне содержания прочитанного текста.

Заголовок является частью текста, построенного по определенным законам, отвечающим соответствующему функциональному стилю, поэтому особенности заголовков определяются стилевой принадлежностью обозначаемых ими текстов. Важнейшим лингвистическим, конструктивным признаком стиля, обусловленного осуществляемыми функциями и условиями создания статьи блога (оперативностью), является сочетание двух тенденций – тенденции к экспрессии и тенденции к стандарту. Данные тенденции проявляются в тесном взаимодействии выразительных, эмоционально воздействующих речевых и стандартных средств, широко употребляемых в данном стиле языка. Стандартные средства как чисто информативные и интеллектуальные противопоставляются экспрессивным средствам как эмоционально воздействующим. Автор блога не только высказывает свое отношение к сообщаемой информации, но и выражает мнение определенной социальной группы людей, характеризующееся выразительным в эмоционально-экспрессивном отношении стилистическим оформлением, чтобы максимально эффективно воздействовать на читателей своего блога.

Анализ заголовков проводился на примере популярных англоязычных блогов методом сплошной выборки, наиболее популярные блоги выбирались

при помощи различных популярных Интернет-ресурсов. В ходе анализа выделялись следующие структурные особенности заголовков:

- 1) однонаправленные заголовки, которые имеют один элемент смысловой структуры текста, которая связана либо с темой, либо с выводом автором;
- 2) комплексные заголовки, которые имеют несколько элементов структурной схемы текста одновременно.

Функциональные особенности заголовков определялись по различным типам с точки зрения адресанта (информативный заголовок, привлекательный заголовок, информативно-привлекательный заголовок, дезориентирующий заголовок, дефектный заголовок). Нарушение грамматических и синтаксических правил является одним из известных приемов в заголовках современных англоязычных блогов, чтобы привлечь внимание.

Выявление функционально-синтаксических особенностей заголовков информационных текстов основывается на функциональном методе, полагая, что языковая структура – не замкнутая система, но образуется в соответствии с отношениями иерархии, объединяя языковые компоненты в структуру.

На основании проведенного анализа примеров заголовков в настоящей работе были выделены функционально-синтаксические особенности в заголовках современных англоязычных блогов.

Некоторые заглавия кратко передают содержание информации. Отличительная черта – только краткость: опущение глагола, употребление буквенной аббревиатуры. Читатель не нуждается ни в какой информации о ситуации. В данном случае, считаем возможным говорить об информативной функции заголовка. Графически-выделительная функция характерна для большинства заголовков статей блогов. Кроме того, многие заголовки хорошо запоминаются из-за рифмовки и четкого ритма. Эмоциональная функция характерна для заголовков, из которых трудно понять, о чем пойдет речь в статье. Однако, они ориентируют читателя в смысле отношения к описываемым фактам, их оценки.

Заголовки также могут нести воздействующую функцию. Заглавия такого типа рассчитаны на читателей, любящих сенсационный материал. Основная идея представлена в одном предложении и раскрыта точно и кратко, но довольно загадочно и заставляет прочесть статью блога. Следовательно, для заголовков рассмотренных англоязычных статей характерны информативная и воздействующая функции, однако нередко встречаются эмоциональная и графически-выделительная. Таким образом, доминирующими функциями газетных заголовков являются воздействующая и информативная. Кроме того, названия статей выполняют следующие функции: графически-выделительную, рекламную и оценочную.

По функциональным особенностям все приведенные заголовки являются комплексным и имеют несколько элементов смысловой структуры текста, что делает их информативно-привлекательными, так как содержат всю информацию и привлекают внимание интересными данными.

Проведенный анализ показал, что однонаправленные заголовки намного чаще применяются в заголовках современных англоязычных блогов. Распространены также комплексные заголовки.

Информативно-привлекательные заголовки в заголовках современных англоязычных блогов встречаются намного чаще, в то время как дезориентирующие заголовки не являются распространенным явлением и применяются в заголовках современных англоязычных блогов.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бабенко, Л. Г. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практикум: учебник, практикум / Л.Г. Бабенко – Москва: Наука: Флинта, 2004. – 496 с.
2. Богданова, О. Ю. Заголовок как элемент текста // Вестник Костромского Государственного Университета. Языкознание. – 2007. – №4. – С.116-119.
3. Бочарникова, Е. А. О соотношении понятий «текст» и «дискурс» в лингвистике : статья / Е. А. Бочарникова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Изд-во Грамота, 2010. – No. 1. – С. 50–52.
4. Ван Хао. Особенности структуры газетных текстов : // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, Аспирантские тетради. – СПб. : 2008. – С. 97–103.
5. Виноградов, В. В. Итоги обсуждения вопросов стилистики : статья / В. В. Виноградов, С. Г. Бархударов // Вопросы языкознания. – М. : Изд-во Академии наук СССР, 1955. – С. 60-88.
6. Вомперский, В. П. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка // Искусство публикации (проблемы теории и мастерства). Тезисы докладов республиканской научной конференции. – Алма-Ата, 1966. – С. 82-85.
7. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин – Москва : Изд-во КомКнига, 2007. – 144 с.
8. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи: монография / Т. Г. Добросклонская – Москва: Макс-Пресс, 2005. – 286 с.
9. Косякова, Я. С., Колмакова, В. В. Полифункциональность синтаксических структур заголовков новостного репортажа // Современные исследования социальных проблем. – 2019. – Том 11. – №4. – С.300-317.
10. Некрасов, Д. В. Функционально-прагматические характеристики заголовков новостных текстов в Интернете // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – №1(31). – С.117-123.

11. Подчасов, А. С. Функционально-синтаксические особенности газетных заголовков: на материале российских и британских газет второй половины 1980-1990 годов, синтаксический аспект : специальность 10.01.10 «Журналистика»: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Подчасов Алексей Сергеевич; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова. – Москва, 2001. – 187 с.

12. Пономаренко, Е. Б. Структурные и семантико-стилистические особенности текстов английских и русских информационных сообщений: сопоставительный аспект: специальность 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Пономаренко Елена Борисовна; Московский государственный гуманитарный университет им. М.А. Шолохова. – Москва, 2011. – 176 с.

13. Селезнева, Л. С. Синтаксические особенности текста комментариев в социальных сетях // Исследования молодых ученых. – 2020. – №2(18). – С.12-18.

14. Тер-Минасова, С.Г. Синтагматика речи: онтология и эвристика. Общая и английская синтагматика составных номинативных групп: монография / С. Г. Тер-Минасова – Москва : Либроком, 2009. – 200 с.

15. Церюльник, А. Ю. Структурно-семантическое своеобразие заголовочного комплекса в организации гипертекста дискуссионного блога // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – №29 (320). – С.146-153.

16. Шамелашвили, М. А. Функционально-синтаксические и лексико-грамматические особенности газетных заголовков (на материале прессы Великобритании и США): специальность 10.02.04 «Германские языки» : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Шамадашвили Мзия Абрамовна: Московский государственный педагогический институт иностранных языков. – Москва, 1982. – 164 с.

17. Пономаренко Е.М. О принципах синергетического исследования речевой деятельности // Вопросы филологии, 2017, №1. С. 14–23.

18. Сон Л.В. Особенности языка red (web) коммуникаций (на материале испанского языка) // Мир перевода. – 2008. – №2 (20) . – С. 55-57.
19. Садохин А.П. Введение в межкультурную коммуникацию. – М.: Гардарики, 2005. – 262 с.
20. Соловьева А.К. О некоторых общих вопросах диалога // Вопросы языкознания, 1965, №6. С.103-110.
21. Большой оксфордский толковый словарь английского языка. / под ред. А. Делаханты, Ф. Макдонольда. – М.: Астрель, 2007 – 807
22. Мюллер В.К. Большой англо-русский словарь/ сост. В.К. Мюллер, А.Б. Шевнин, М.Ю. Бродский. – Екатеринбург.: У – Фактория, 2007. – 1536 с.
23. Безуглова О. А. Проблемы перевода английских юридических терминов в художественной литературе // Филология и культура. – Казань: КФУ. – 2013. – № 4 (34). – С. 27–30.
24. Большой юридический энциклопедический словарь / Под. ред. А. Б. Барихина. – М.: Книжный мир, 2006.
25. Глинская Н. Р. Юридическая терминология в разных функциональных стилях английской речи: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2002. – 209 с
26. Замалетдинов Р. Р., Замалетдинова Г. Ф. Язык – культурный код нации и ключ к культуре всего человечества // Филология и культура. – 2012. – № 2 (28). – С. 49–53.
27. Лутцева М. В. Английская юридическая терминология и способы ее перевода на русский язык // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2007. – № 2-1. – С. 110–113.
28. Солнышкина М. И. Основные тенденции профессионального словообразования // Ученые записки Казанского университета. Серия: гуманитарные науки. – 2006. – Том 148. – № 3. – С. 146–153.
29. Безуглова О. А. Английская юридическая терминология в контексте художественного перевода // Перевод в меняющемся мире: Материалы

Международной научно-практической конференции.– М.: Издательский центр «Азбуковник», 2015. – С. 16-20.

30. Brown P, Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. – Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1987. – 345 p.

31. Catford J.C. A Linguistic Theory of Translation. – Oxford: Oxford University Press, 1965. – 276 p.

32. Dijk T. A. van. Studies in the Pragmatics of Discourse // *Janualinguarum. Series Maior*; 101. – New York: Mouton Publishers – 1981. – 331 p.

33. Duranti A. Ethnography of speaking: Toward a linguistics of praxis // *Linguistics: the Cambridge survey*. Cambridge, 1988. - P. 210-228.

34. Rosch E.H. Cognitive Representation of Semantic Categories / E.H. Rosh // *Journal of Experimental Psychology: General*. 1975. Vol.104. No 3. P.192-233.

35. Rosch E.H. Principles of Categorization / E.H. Rosh // *Cognition and Categorization*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum, 1978. P.27-48.

36. Tversky B. Where Partonomies and Taxonomies Meet / B. Tversky // *Meanings and Prototypes: Studies in Linguistic Categorization*. Oxford: Routledge, 1990. P.334-344.

37. <https://mediakix.com/blog/top-lifestyle-bloggers-everyone-should-know/>

38. <https://www.seekahost.com/top-american-bloggers-blog-list/>