

# Языковые особенности заголовков статей на тему «мода» в англоязычном медийном дискурсе

Простякова Е.С.

(студентка 2-го курса  
факультета иностранных языков,  
УО «ГГУ им. Ф. Скорины»,  
Беларусь)

Научный руководитель: **Сажина Е.В.**,  
к.ф.н., доцент,  
декан факультета иностранных языков,  
УО «ГГУ им. Ф. Скорины»

Понятие дискурса масс-медиа в научной исследовательской практике закрепилось благодаря трудам Т.Г. Добросклонской, по мнению которой он является сообщением, построенным с учетом различных компонентов коммуникации таких как, например, отправитель, получатель сообщения, канал, и т.д. [1]. Дискурс масс-медиа чувствителен к социальному контексту, отличается специфической, поэтому привлекает внимание лингвистов с точки зрения установления его особенностей.

В настоящем исследовании мы обращаемся к анализу статей на тематику моды из британской газеты «The Guardian», отобранных методом сплошной выборки, с целью анализа такого их структурного компонента, как заголовок, поскольку этот структурный элемент в краткой спрессованной форме отражает сущность описываемых в тексте событий. Именно заголовок привлекает к последующему тексту внимание. Часто только по названию читатель решает, стоит ли тратить время на материал, несет ли он информацию, представляющую интерес.

В настоящем исследовании внимание обращено установлению языковых особенностей заголовков статей, посвящённых моде. Как показал анализ, в заголовках статей о моде наблюдается частое употребление прилагательных в сравнительной и превосходной степени, что позволяет говорить о наличии разных точек зрения в мире моды, что требует проведения сравнения. Так, в примере заголовка мы видим, что автор намеревается рассказать читателям о наличии самых лучших цветочных принтов для любого возраста.

Главным отличительным признаком заголовков в исследуемом материале является употребление эллиптических предложений, для более чёткой, сжатой передачи основного, ключевого содержания статьи. Например: В этом примере мы можем увидеть, что автор намеревается поведать о том, что носят люди на улицах Лондона во время недели моды.

Поскольку мир моды и его новости не должны оставлять равнодушными читательскую аудиторию, автору статьи приходится прибегать к употреблению экспрессивной лексики. Таким образом, в примере мы наблюдаем употребление прилагательного, которое призвано вызвать у читателя любопытство, интерес, восхищение и желание прочесть статью.

Проанализировав материал, мы также приходим к выводу, что для исследуемых заголовков характерно употребление модальных глаголов в значении настоятельной рекомендации, а также имеющейся возможности, как в следующем примере:

---

Также было установлено, что для заголовков на синтаксическом уровне характерно употребление двоеточия. Оно употребляется для пояснения смысла предыдущей части высказывания, которое стоит за двоеточием. Так, в примере,

часть высказывания, стоящая после двоеточия поясняет, о каком микронаправлении в моде пойдёт речь в статье.

Таким образом, подводя итог проведённого исследования, мы приходим к выводу, что для заголовков статей о моде в англоязычном масс-медийном дискурсе характерно употребление прилагательных в сравнительной и превосходной степени, эллиптических предложений, экспрессивной лексики, употребление модальных глаголов и двоеточия, что можно объяснить жанровыми особенностями исследуемого материала.

#### **Список использованных источников**

1. Добросклонская, Т.Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского ун-та. Серия 10. Журналистика. — № 2. — 2006. — С. 20–33.