



Ксения Новик

*Узбекский государственный университет мировых языков*

## КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

**Аннотация:** До недавнего времени особенности функционирования языка в сфере масс-медиа изучались в рамках таких направлений лингвистической науки, как синтаксис, стилистика, социолингвистика, психолингвистика, лингвистическая прагматика и т.д. Однако потребность в комплексном подходе к анализу и изучению языка средств массовой информации привела к зарождению нового, разработанного на стыке целого ряда наук направления в лингвистике – медиалингвистике.

**Ключевые слова:** коммуникативная компетентность, будущий учитель, общение, высшее образование.

Необходимо отметить, что становление и развитие медиалингвистики как самостоятельного направления в языкознании связано с рядом факторов, как собственно языковых, так и касающихся информационно-технологической и социокультурной сфер общественной жизни.

Важнейшим периодом для формирования и дальнейшего развития общей концепции языка средств массовой информации, когда в сознании ученых закрепляется понятие языка средств массовой информации как самостоятельного явления, можно считать 1990-е гг. В это время появляется значительный объем исследований, в которых язык массовой коммуникации рассматривается как отдельная языковая подсистема и изучается с точки зрения всестороннего комплексного подхода. Согласимся с тем, что проблема воздействия языка на человека, его способ мышления и его поведение напрямую связаны со средствами массовой коммуникации. Язык СМИ по своей сути динамичен, язык СМИ носит массовый характер коммуникации, следовательно, он реагирует на все изменения, происходящие в обществе, отражает состояние человека и формирует его сознание. Таким образом, в языке массмедиа фиксируются многочисленные изменения языковой действительности.

Информационно-аналитические тексты отличаются от новостных тем, что содержат в себе не только сообщающую, но и аналитическую часть, т.е. мнение и оценку автора статьи. Следовательно, данный тип медиатекстов помимо информативной функции выполняет функцию воздействия. Важно



## "INNOVATIVE ACHIEVEMENTS IN SCIENCE 2023"

отметить, что, несмотря на то, что новостные и информационноаналитические тексты могут освещать одно и то же событие, в Интернетизданиях данные типы текстов в силу своих текстовых вариаций представлены в разных разделах: новостные – в «news», информационноаналитические – в «analysis», «opinion», «comment». Наибольшей воздействующей силой в сравнении с рассмотренными типами медиатекстов обладают публицистические тексты, которые в англоязычной журналистике известны как features. В Интернетизданиях для текстов группы features отводится отдельная рубрика с аналогичным названием. К данной категории относится достаточно широкий диапазон текстов разной тематики (спорт, культура, музыка и т.д.) с оценочной и воздействующей составляющими.

Интерес к газетному заголовку как к объекту лингвистического исследования возник в 50–60-е гг. XX века. В последние десятилетия газетный заголовок как сложный феномен все чаще оказывается в центре внимания ученых. Анализ газетного заголовка посвящены многие филологические исследования. Так, А.В. Глаголева определяет роль «чужого слова» в заголовках российской периодической печати исследует функционально-стилистические особенности заголовков российской и британской прессы второй половины 1980–1990 гг. Проводит анализ немецких и русских газетных заголовков в прагмалингвистическом аспекте изучает структурные, функциональные и прагматические особенности газетного заголовка печатной прессы Германии рассматривает испанский газетный заголовок в лингвопрагматическом и национальнокультурном аспектах анализирует трансформированные прецедентные высказывания в заголовках англоязычных медиатекстов онлайн-формата изучает и сопоставляет английские и русские газетные заголовки в функционально-прагматическом аспекте эволюции исследует этнокультурную специфику заголовков французских и российских СМИ. Несмотря на обширный перечень работ, посвященных анализу газетного заголовка, исследование заголовков англоязычных Интернетверсий газет не получило должного освещения с позиции коммуникативнопрагматического аспекта, прагматически обусловленных стратегий построения газетного заголовка, к которым в настоящей диссертации относятся синтаксические, пунктуационные и стилистические особенности. Кроме того, функционирование дейктических элементов в составе заголовков англоязычных Интернет-газет впервые рассматривается в качестве средства прагматического воздействия на читательскую аудиторию. Исследование коммуникативно-прагматических особенностей заголовков англоязычных



## "INNOVATIVE ACHIEVEMENTS IN SCIENCE 2023"

Интернет-изданий не может проводиться в отрыве от заголовков англоязычной печатной прессы. Анализ научного материала, посвященного изучению заголовков англоязычной печатной прессы, позволил выделить точки соприкосновения двух форматов – печатного и электронного. Наиболее полный перечень синтаксических особенностей, на наш взгляд, предложен В.И. Шаховским, по мнению которого, синтаксическая структура английского заголовка может быть представлена следующими моделями:

- 1) повествовательные предложения;
- 2) вопросительные предложения;
- 3) номинативные предложения;
- 4) эллиптические предложения;
- 5) предложения с опущением артиклей;
- 6) глагольные предложения (с использованием инфинитивных, причастных и герундиальных конструкций);
- 7) использование вопросов в форме утверждений;
- 8) сложные предложения;
- 9) заголовки с прямой речью.

Укажем, что многие исследователи рассматривают опущение артикля в качестве грамматической особенности газетных заголовков, в то время как в классификации В.И. Шаховского данная категория является синтаксической особенностью.

Обзор литературы показал, что особое внимание исследователи уделяют лексико-грамматическим особенностям газетных заголовков.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Александрова О.В., Куницина В.А. Принципы сегментации речевого потока (текста): учеб. пособие. – Симферополь: СГУ, 1982. – 136 с.
2. Баранова Л.Л., Празян Н.О. Ирония как часть англоязычного политического дискурса: онтология и эвристика // Актуальные проблемы английского языкознания: сб. науч. ст. К юбилею профессора О.В. Александровой / под ред. Т.А. Комовой, Д.С. Мухортова. – М.: МАКС Пресс, 2012. – С. 129–148.
3. Виноградов В.С. Перевод. Романские языки: общие и лексические вопросы: учеб. пособие. – 4-е изд. – М.: КДУ, 2007. – 238 с