

Гедгафова Наталья Аслановна, Николаева Марина Николаевна

**ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ГАЗЕТНОГО ЗАГОЛОВКА КАК РЕПРЕЗЕНТАНТА ТЕКСТА ЖАНРА "FEATURES" В БРИТАНСКОЙ КАЧЕСТВЕННОЙ ПРЕССЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТЫ "THE GUARDIAN")**

Статья посвящается исследованию заголовка газетного текста жанра "features", характерного для британской качественной прессы. Заголовок как сильный элемент газетного текста в наибольшей степени заключает в себе интенциональные характеристики текста жанра "features", реализуя воздействующую функцию, являющуюся в данном типе текста доминирующей. Методом лингвистического анализа были выявлены языковые средства синтаксического и лексико-фразеологического уровней, которые способствуют реализации в заголовках функции воздействия на читателя.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2016/9-2/20.html](http://www.gramota.net/materials/2/2016/9-2/20.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2016. № 9(63): в 3-х ч. Ч. 2. С. 72-77. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2016/9-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2016/9-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)  
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

УДК 811.11

*Статья посвящается исследованию заголовка газетного текста жанра “features”, характерного для британской качественной прессы. Заголовок как сильный элемент газетного текста в наибольшей степени включает в себе интенциональные характеристики текста жанра “features”, реализуя воздействующую функцию, являющуюся в данном типе текста доминирующей. Методом лингвистического анализа были выявлены языковые средства синтаксического и лексико-фразеологического уровней, которые способствуют реализации в заголовках функции воздействия на читателя.*

*Ключевые слова и фразы:* заголовок; газетный текст; жанр “features”; воздействующая функция; языковые особенности; синтаксический уровень; лексико-фразеологический уровень.

**Гедгафова Наталья Аслановна**

**Николаева Марина Николаевна**, к. филол. н., доцент

*Московский городской педагогический университет*

*white-dragonfly@yandex.ru; marinik2@yandex.ru*

### **ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ГАЗЕТНОГО ЗАГОЛОВКА КАК РЕПРЕЗЕНТАНТА ТЕКСТА ЖАНРА “FEATURES” В БРИТАНСКОЙ КАЧЕСТВЕННОЙ ПРЕССЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТЫ “THE GUARDIAN”)**

Заголовок и текст газетной статьи, озаглавливаемый им, можно рассматривать как элементы одной структуры, имеющей общий контекст, который определяет их семантику. Эти наблюдения находят подтверждение в том, как некоторые ученые определяют заголовок текста. А. З. Кубанова полагает, что заголовок – это определенный код, одновременно компрессирующий, вбирающий в себя содержание текста, который позволяет дешифровать текст [5]. А. А. Лютая рассматривает заголовок как коммуникативную единицу в позиции перед текстом, которая является его названием, имеет синтаксическое оформление, прямо или косвенно указывающее на содержание текста и отграничивающее одно речевое произведение от другого [6]. Ю. В. Верещинская указывает, что заголовок передает дополнительную смысловую нагрузку, также направленную на реализацию воздействующей функции и определяющуюся отбором информационного материала, который выносится в заголовок, его языковым и графическим оформлением [3].

Заголовок является квинтэссенцией, репрезентантом газетного текста, так как в нем прослеживаются основные черты того или иного функционально-жанрового типа текста, в котором активная роль принадлежит тем компонентам, которые способствуют реализации функции сообщения или функции воздействия с помощью средств и приемов различных языковых уровней. Заголовок современного газетного текста очень редко выполняет только лишь функцию номинации или информирования. Чаще всего заголовок выполняет функцию воздействия. Он призван привлечь внимание адресата, «продать» информацию, содержащуюся в тексте газетной статьи.

Газета – это особый стиль, внутри которого выделяются жанры. Жанровая организация текстов современных печатных изданий играет важную роль в отношении заголовка – текст. Именно жанр текста отражает специфическое использование языка во всех видах газетных публикаций. М. М. Бахтин рассматривает речевой жанр как некую группу текстов, признаки которых обусловлены стандартизированными социокультурными ситуациями, в которых они функционируют, и которые обладают определенными и устойчивыми формами построения целого [1]. Определяется жанр не по какому-нибудь одному из этих признаков, а по всей их совокупности. Некоторые жанры обладают общими чертами. В связи с этим их обычно подразделяют на три большие группы: информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры.

Публикация “features” относится к группе аналитических жанров. Исследователи называют тексты жанра “features” «занимательными статьями» [7], особыми развлекательно-познавательными статьями истории человеческого интереса [9], «корреспонденцией» [10] или публицистикой [4]. В Великобритании текст жанра “features” определяется как развлекательная статья, посвященная частной проблеме, истории из жизни [9]. В печатной англоязычной качественной прессе к текстам данного жанра относятся статьи разного объема, затрагивающие различные темы, имеющие непреходящий интерес: культура, искусство, путешествие, театр, здоровье, мир увлечений. Т. Г. Добросклонская указывает на то, что тексты жанра “features” освещают темы с особой, «занимательной» стороны, добавляя к канве событий элемент человеческого интереса и индивидуально авторское видение. Главными общими признаками для англоязычного газетного текста данного жанра выступают тематика, формат и особый публицистический стиль изложения [4].

В соответствии с типологией газетно-публицистических текстов, предложенной Т. Г. Добросклонской, жанр “features” в большей мере, по сравнению с новостными или информационно-аналитическими, реализует функцию воздействия. В этой связи заголовок, в котором все чаще функция воздействия выступает на первое место и становится частью текста жанра “features”, является интересным материалом для изучения приемов воздействия, применяемых в современной британской качественной прессе.

Данная статья направлена на исследование лингвистических особенностей газетных заголовков текстов жанра “features” англоязычных периодических изданий. Иллюстративным материалом установления языковой специфики заголовка как репрезентанта текстов жанра “features”, в котором в концентрированном виде

представлены приемы реализации воздействующей функции, послужили заголовки статей, опубликованных в британском еженедельном издании *The Guardian* за 2016 год.

Анализ языкового материала показал, что в заголовке, выступающем репрезентантом жанровой специфики текста статьи, отмечается ряд особенностей, связанных с функционированием средств и приемов разных языковых уровней.

Так, на синтаксическом уровне одной из характерных черт заголовков текстов жанра “features” является употребление номинативных синтаксических конструкций. Частота использования номинативных конструкций в заголовках исследуемого жанра статей намного выше по сравнению с другими жанрами. Специфика заключается в том, что в жанре “features” заголовки номинативной структуры чаще всего выступают в качестве средств экспрессии, а в новостных жанрах номинативная структура применяется с целью объективного беспристрастного отображения событий и связана с общей тенденцией к экономии языковых средств. В большинстве случаев в “features” заголовках содержатся элементы образной номинации, функционирующие в качестве инструмента художественно-эстетического воздействия и придающие обозначенным заголовкам особую экспрессивность и эмоциональность, например:

*The restaurant king of Harlem* (The Guardian, 15 May, 2016) [42] / Король ресторана Гарлем (здесь и далее перевод авторов статьи – Н. Г., М. Н.) (речь в статье идет о Маркусе Самуэльсоне (Marcus Samuelsson), лучшим шеф-поваре в США, который готовит для президента страны Барака Обамы);

*The forgotten star of pop art* (The Guardian, 03 May, 2016) [25] / Забытая звезда ПОП-АРТа (в статье говорится о Марии Соль «Марисоль» Эскобар, венесуэльском и американском скульпторе, работающей в стиле поп-арт);

*Queen of Teen dethroned* (The Guardian, 11 February, 2016) [34] / Королева подростков свергнута с престола (в статье речь идет об авторе по имени James Dawson и его награде);

*Jim Harrison obituary: author of Legends of the Fall* (The Guardian, 30 March, 2016) [17] / Автор Легенд осени (статья посвящена американскому писателю Джиму Харрисону, наиболее известному по его произведению «Легенды осени»).

Другой характерной чертой заголовков текстов жанра “features” является использование средств «экспрессивного синтаксиса» [5], которые способствуют наибольшей реализации функции воздействия средствами синтаксического уровня языка. В их числе:

– парцеллирующие конструкции – графическое разделение высказывания на части, в которых парцеллы имеют общее значение уточнения или добавления:

*A letter to... My birth mother, who left me in a hedge as a baby* (The Guardian, 14 May, 2016) [44] / Письмо к... Маме, которая оставила меня сразу после рождения;

*‘There’s nothing like it in comics’... how Love and Rockets broke the rules* (The Guardian, 10 May, 2016) [13] / Такого Вы в комиксах не встретите... как Любовь и Ракеты ломают стереотипы;

*Five of the best... new art shows* (The Guardian, 6 May, 2016) [33] / Лучшая пятёрка... новые арт-шоу;

*In praise of... primetime gameshows* (The Guardian, 23 May, 2016) [37] / Во славу... лучшего эфирного времени для телевикторин;

– эллиптические конструкции, чаще всего эллиптические вопросительные конструкции:

*The key to being a successful woman? Knowing what not to do* (The Guardian, 13 May, 2016) [31] / Каков же ключ к женскому счастью? Знай, что не нужно делать;

*Streep, Depp, Fallon, who to be the top Trump impersonator?* (The Guardian, 08 June, 2016) [14]? / Стрип, Депп, Фэллон, кто же будет во главе колоды Трампа?;

– использование усеченных высказываний в форме повествовательных предложений. Н. М. Вахтель указывает на то, что такие высказывания содержат суть важной информации, детализирующейся в последующем тексте [2]. Эта информация может быть интерпретирована реципиентом как инструкция, совет или рекомендация. Подобные заголовки моментально вызывают у читателя живой интерес, который продиктован жаждой знания правды или советом для последующих конкретных собственных действий:

*Aquajogging: how, when and why to try it* (The Guardian, 16 May, 2016) [47] / Бег в воде: как, когда и зачем его стоит попробовать;

*Why the US embrace of Eurovision is good news for planet Earth* (The Guardian, 15 May, 2016) [45] / Почему объятия США на Евровидении это хороший знак для всех;

*Art meets audience: how to create unique, immersive experiences* (The Guardian, 13 May, 2016) [12] / Искусство встречает аудиторию: как создать уникальную, захватывающую работу;

*Why the Bank of England was right to reveal Brexit anxiety* (The Guardian, 16 June, 2016) [38] / Почему Банк Англии был прав, когда пролил свет на беспокойство по поводу выхода Великобритании из Европейского Союза.

Стоит отметить, что на синтаксическом уровне наиболее частым стилистическим приемом для создания юмористического эффекта в заголовке текста жанра “features” является псевдозевгматическое перечисление, представляющее собой стилистическую фигуру, состоящую из цепочки семантически неоднородных членов предложения, занимающих одинаковую синтаксическую позицию (при отсутствии опорного слова):

*Yves Klein and the birth of the blue* (The Guardian, 13 May, 2016) [16] / Ив Кляйн и рождение голубого;

*Crepes, cocktails and the ghosts of Soho’s long-gone restaurants* (The Guardian, 16 May, 2016) [20] / Блинчики, коктейли и призраки давно ушедших ресторанов Сохо;

*Ham and the curse of ‘first world problems’* (The Guardian, 12 May, 2016) [41] / Ветчина и проклятие первых мировых проблем;

*Montreal city guide: the best bars, food and music* (The Guardian, 21 May, 2016) [36] / Гид по Монреалю: лучшие бары, еда и музыка.

К особенностям, проявляющимся в заголовках текстов жанра “features” на лексико-фразеологическом уровне, можно отнести использование культурно-маркированной лексики. Примером такой лексики могут служить имена известных людей, персонажей, названия организаций, политических партий, событий. М. Н. Николаева подчеркивает факт широкого применения в газетных текстах, в том числе и в заголовках, единиц культурно-маркированной лексики, выполняющих ряд прагматических и стилистических функций, в частности, «информирование читателей и расширение их общественно-политического кругозора, создание правдоподобного, национально-окрашенного описания британской действительности, поддержание имиджа благополучия страны» [8, с. 408].

*Margot Robbie’s Harley Quinn to lead female-centric DC Comic movie* (Харли Квинн Марго Робби возглавляет женский список злодеек в линейке комиксов Марвел) (The Guardian, 17 May, 2016) [18] / Margot Robbie’s Harley Quinn – один из персонажей комиксов Marvel «Отряд самоубийц» Харли Квин, которую в фильме играет Марго Робби;

*Haircuts and fanclubs: backstage with the Rolling Stones – in pictures* (The Guardian, 10 May, 2016) [28] / Стрижки и фанклубы: бэкстейдж от Роллинг Стоунз – в картинках (Rolling Stones – известная рок-группа);

*Never before seen footage of the Beatles backstage in 1965* (The Guardian, 26 May, 2016) [30] / Никогда не видевшие свет закулисные кадры «Битлз» 1965 года (The Beatles – известная рок-группа);

*Experts testifies Stairway to Heaven chord progression used 300 years ago* (The Guardian, 18 June, 2016) [43] / Эксперты говорят, что аккорды знаменитой песни Stairway to Heaven использовались более 300 лет тому назад (*Stairway to Heaven* – одна из самых величайших гитарных песен группы Led Zeppelin).

Другими яркими примерами могут служить заголовки, содержащие культурно-маркированные единицы, выступающие в качестве компонентов аллюзии. Употребление таких языковых единиц в некоторой степени характерно для всех жанров текстов британской прессы, однако в текстах жанра “features”, которые в большей степени ориентированы на воздействие, использование наименований реалий и артефактов, относящихся к определенной культуре и языковому коллективу, носит более креативный характер:

*Red Zeppelin or rioja roll? Match your wine to music* (The Guardian, 15 May, 2016) [54] / Красные Цепелины или Риолла-Ролл? Соответствует ли любимое вино вашим музыкальным предпочтениям (*Red Zeppelin* – аллюзия на известную британскую рок-группу *Led Zeppelin*);

*Men in rollers* (The Guardian, 7 May, 2016) [11] / Люди в бигуди (заголовок представляет собой перифраз названия фильма *Men in black*);

*Back in the USSR. Top 10 Soviet-are experiences in St Petersburg* (The Guardian, 5 May, 2016) [40] / Назад в СССР. Топ-10 советских впечатлений о Санкт-Петербурге (*Back in the USSR* – аллюзия на известную песню группы *The Beatles*);

*All you need is less* (The Guardian, 21 June, 2016) [49] / Всё что Вам нужно это малость (данный пример представляет собой аллюзию на известную песню группы *The Beatles* “*All you need is love*”);

*Color in the city: Ramin Nasibov’s vibrant urban photography* (The Guardian, 18 June, 2016) [23] / Цвет в большом городе: яркие городские фотографии Рамина Насибова (перифраз названия нашумевшего американского телесериала и одноименного фильма *Sex in the city*);

*Fast and furious: Madeira’s pulse quickens with its extreme sports breaks* (The Guardian, 18 June, 2016) [22] / Быстрые и яростные: пульс учащается от экстремальных видов спорта на Мадейре (*Fast and furious* – аллюзия на название фильма Форсаж);

*Wake up and smell the Manifesta: piles of poo and a look inside Houellebecq’s head* (The Guardian, 17 June, 2016) [46] / Проснись и почувствуй запах Манифеста: куча неприятностей и неразбериха в мыслях Уэльбека (*wake up and smell the Manifesta* – перифраз названия песни группы *The Cranberries* “*Wake up and smell the coffee*”).

В исследуемом материале заголовков отмечается частотное использование цитат как с эксплицитно, так и с имплицитно выраженной оценкой, применяемых для реализации функции воздействия. Анализ языкового материала позволил выявить три основные формы экспликации цитаты в заголовке текста жанра “features”:

1. Заголовки, в которых первая часть представлена именем героя статьи, а вторая содержит высказывание, принадлежащее этому герою:

*Patric Marber on five years of writer’s block: ‘We were in debt. I was depressed. It was awful’* (The Guardian, 16 May, 2016) [15] / Пятилетний творческий кризис Патрика Марбера: «Мы были в долгах. Я в депрессии. Всё было ужасно» (*Patric Marber* – популярный английский комик);

*Mary Portas: ‘I put a shell round myself to get through life’* (The guardian, 15 May, 2016) [19] / Мэри Портас: «Я нацепила на себя панцирь от жизненных невзгод» (*Mary Portas* — английский розничный продавец, больше известна своими телевизионными шоу);

*Twiggy: ‘I would never use Botox’* (The Guardian, 18 June, 2016) [29] / Твигги: «Ботокс. Никогда!» (*Twiggy* – британская актриса, супермодель).

2. Заголовки, в которых представлена цитата без указания авторства, однако в заголовке такая цитата графически выделена кавычками:

*‘Bookslut was born in an era of internet freedom. Today’s web has killed it’* (The Guardian, 16 May, 2016) [21] / «Bookslut рожден в эпоху свободного интернета. Сегодняшняя паутина положит этому конец».

3. Заголовки, в которых цитируются лишь отдельные фразы, эпитеты, крылатые выражения; в таком случае эти элементы цитаты в тексте заголовка графически выделяются курсивом и кавычками:

*The Durrells get new biography that ‘they would enjoy’* (The Guardian, 16 May, 2016) [26] / У Дюрель новая биография, которую «они оценят»;

Arts research and development tips – ‘double your dev time’ (The Guardian, 10 May, 2016) [53] / Исследования и советы по развитию – «удвой своё времяпровождение».

Часто в заголовках исследуемого жанра газетного текста происходит дефразеологизация устойчивых выражений: идиом, пословиц, крылатых фраз, позволяющая создать в заголовке яркий и запоминающийся образ, привнести дополнительную выразительность, однако аллюзия на устойчивое выражение остается узнаваемой.

*No smoke without fire: how to barbecue low and slow* (The Guardian, 08 May, 2016) [39] / Нет дыма без огня: как приготовить барбекю (данный пример содержит трансформированную пословицу: *there's no smoke without fire*);

*Something old, something new. 15 brilliant Nigel Slater recipes from 2001 to today* (The Guardian, 15 May, 2016) [48] / Всё новое это хорошо забытое старое. 15 изумительных рецептов Нигеля Слэтэра начиная с 2001 года (в заголовок вынесена первая часть известной английской приметы о том, что на свадьбе в одежде подружек невесты должно быть что-то из старого, нового, взятого взаймы и голубого "something old and something new, something borrowed and something blue");

*Christo's Floating Piers: walking on water, Lake Iseo, Italy* (The Guardian, 16 June, 2016) [51] / Плавающий пирс Христо: хождение по воде, озеро Изео, Италия (*walking on water* – широко известная фраза для обозначения невыполнимой задачи, также представляет собой аллюзию на библейский факт хождения Иисуса по воде).

Для анализируемых заголовков жанра “features” характерно использование метафор, метонимии и образного сравнения в качестве компонента заголовка или полностью составляющих весь текст газетного заголовка. В большинстве случаев полная семантизация таких заголовков происходит только после прочтения всего текста газетной статьи:

*Turmeric latte: the ‘golden milk’ with a cult following* (The Guardian, 11 May, 2016) [32] / Латте с куркумой: «золотое молоко» с последующим поклонением (*‘golden milk’* – сочетание орехового молока с соком корня куркумы; употребление слова *golden* в переносном значении оправдано тем, что молоко от сока куркумы приобретает золотистый цвет);

*British Airways considers ditching free food in economy class* (The Guardian, 16 May, 2016) [52] / Британские авиалинии считают бесплатное питание в эконом классе провальной идеей (в данном примере наблюдается прием метонимии, словосочетание *British Airways* используется вместо обозначения руководства британской авиакомпании);

*The police shouted at us to come down* (The Guardian, 17 June, 2016) [27] / Чтобы успокоить нас, полиции пришлось кричать (*police* – прием метонимии, замещает выражение сотрудники полиции);

*HIGH HEEL HELL: I was sent home without pay for NOT wearing heels to work* (The Guardian, 11 May, 2016) [35] / АД на высоких каблуках: Меня отправили домой с работы, не заплатив, из-за того, что я была не на каблуках (чтобы показать всю абсурдность ситуации, автор прибегает к метафоре, через использование слова *hell* – ад).

Одной из основных функций текстов жанра “features” является развлечение читателя. В связи с этим в заголовках оправдано употребление определенных языковых средств лексико-семантического уровня, направленных на создание юмористического эффекта, в частности, многозначных слов, контекстуальное значение которых раскрывается после прочтения текста статьи:

*Ambulance crew drives in high spirits* (The Guardian, 10 May, 2016) [24] / Бригада скорой помощи была подшофе (в заголовке автор обыгрывает значение слова *spirits* – душевное состояние, настрой; спиртной напиток);

*A hundred years of Bill* (The Guardian, 12 May, 2016) [50] / Столетний Биль (слово *bill* имеет два значения. В одном случае оно может обозначать мужское имя, в другом – документ, законопроект).

Таким образом, синтаксические и лексико-фразеологические особенности заголовков, которые были рассмотрены в статье, в некоторой степени присутствуют во всех жанрах текстов англоязычной прессы, но в жанре “features”, в котором форма преобладает над содержанием, они проявляются в большей степени, что обусловлено воздействующей функцией этого жанра. Заголовок текста жанра “features” имеет более тесную семантическую связь с текстом, в отличие от заголовков текстов новостных и информационно-аналитических жанров. Он в компрессированном виде сочетает в себе основные языковые черты, которые способствуют реализации прагматической функции воздействия, и поэтому может рассматриваться в качестве репрезентанта текста жанра “features”.

#### Список литературы

1. Бахтин М. М. Проблемы речевых жанров. М.: Искусство, 1979. 424 с.
2. Вахтель Н. М. Высказывание в позиции газетного заголовка: дисс. ... д. филол. н. Волгоград, 2005. 271 с.
3. Верещинская Ю. В. Испанский газетный заголовок: лингвопрагматический и национально-культурный аспекты: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2013. 22 с.
4. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2008. 264 с.
5. Кубанова А. З. Субстантивное словосочетание как единица синтаксической номинации в роли газетного заголовка: автореф. дисс. ... к. филол. н. Таганрог, 2007. 16 с.
6. Лютая А. А. Современный заголовок: структура, семантика, прагматика: дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 2008. 164 с.
7. Минаева Л. В., Морозов А. Ю. Роль речевой коммуникации в создании имиджа // Вестник МГУ. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2000. Вып. 7. Ч. 1. С. 55-72.
8. Николаева М. Н. Межкультурный аспект лингвистического анализа текстов современных британских газет // Диалог культур. Культура диалога: в поисках передовых социогуманитарных практик: материалы первой международной научно-практической конф. (Москва, 14-16 апреля 2016 г.) / отв. ред. Е. Г. Тарева, Л. Г. Викулова. М.: Изд-во Языки народов мира, 2016. С. 404-408.

9. **Смотрова И. В.** Функционирование публицистического текста в современной англоязычной прессе: на материале качественных газет Англии и США 1990-х – 2000-х гг.: дисс. ... к. филол. н. Воронеж, 2005. 175 с.
10. **Федорова О. Н.** Электронный язык в аспекте жанрово-сетевой организации текстов (на материале британской новостной интернетики) [Электронный ресурс] // cyberleninka.ru: научная электронная библиотека. М., 2014-2016. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/elektronnyy-yazyk-v-aspekte-zhanrovo-setevoy-organizatsii-tekstov-na-materiale-britanskoj-novostnoy-internetiki> (дата обращения: 23.04.2016).
11. **Alidina Sunya.** Men in rollers [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2016/may/07/men-in-rollers-in-pictures> (дата обращения: 07.05.2016).
12. **Banks Mimi.** Art meets audience: how to create unique, immersive experiences [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/culture-professionals-network/2016/may/13/art-audience-how-to-create-unique-immersive-experiences> (дата обращения: 13.05.2016).
13. **Barnett D.** 'There's nothing like it in comics' ...how Love and Rockets broke the rules' [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/books/2016/may/10/theres-nothing-like-it-in-comics-how-love-and-rockets-broke-the-rules> (дата обращения: 10.05.2016).
14. **Bradshaw P.** Streep, Depp, Fallon, who to be the top Trump impersonator? [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/film/2016/jun/08/who-is-top-donald-trump-impersonator-meryl-streep-johnny-depp-jimmy-fallon-snl> (дата обращения: 08.06.2016).
15. **Brooks X.** Patric Marber on five years of writer's block: 'We were in debt. I was depressed. It was awful' [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/stage/2016/may/16/patrick-marber-after-miss-julie-by-nightfall-theatre> (дата обращения: 16.05.2016).
16. **Calvocoressi R.** Yves Klein and the birth of the blue [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2016/may/13/yves-klein-london-birth-blue> (дата обращения: 13.05.2016).
17. **Jim Harrison obituary: author of Legends of the Fall** [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/books/2016/mar/30/jim-harrison-obituary-legends-of-the-fall-author> (дата обращения: 30.03.2016).
18. **Child B.** Margot Robbie's Harley Quinn to lead female-centric DC comic movie [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/film/2016/may/17/margot-robbie-harley-quinn-female-dc-comics-book-movie> (дата обращения: 17.05.2016).
19. **Clark A.** Mary Portas: 'I put a shell round myself to get through life' [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/may/15/mary-portas-i-put-a-shell-round-myself-interview> (дата обращения: 15.05.2016).
20. **Cooke R.** Crepes, cocktails and the ghosts of Soho's long-gone restaurants [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/may/16/soho-long-gone-restaurants-cocktails-crepes> (дата обращения: 16.05.2016).
21. **Crispin J.** 'Bookslut was born in an era of internet freedom. Today's web has killed it' [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/books/booksblog/2016/may/16/bookslut-was-born-in-an-era-of-internet-freedom-todays-web-has-killed-it> (дата обращения: 16.05.2016).
22. **Dixon R.** Fast and furious: Madeira's pulse quickens with its extreme sports breaks [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/travel/2016/jun/18/madeira-glamping-hotels-mountains-coast-camping> (дата обращения: 18.06.2016).
23. **Dunne D.** Color in the city: Ramin Nasibov's vibrant urban photography [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2016/jun/18/colour-in-the-city-ramin-nasibovs-vibrant-urban-photography-in-pictures> (дата обращения: 18.06.2016).
24. **Elgot J.** The making of a hangover: the true impact of one night out [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/society/2016/jan/23/the-making-of-a-hangover-the-true-impact-of-one-night-out> (дата обращения: 10.05.2016).
25. **Farago J.** The forgotten star of pop art [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2016/may/03/marisol-dies-pop-art-sculpture-andy-warhol-gloria-steinem> (дата обращения: 03.05.2016).
26. **Flood A.** The Durrells get new biography that 'they would enjoy' [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/books/2016/may/16/the-durrells-new-biography-that-they-would-enjoy-corfu-tv> (дата обращения: 16.05.2016).
27. **Forster K.** The police shouted at us to come down [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2016/jun/17/the-police-shouted-at-us-to-come-down-we-refused-the-queens-coronation-1953> (дата обращения: 17.06.2016).
28. **Gilbert S.** Haircuts and fanclubs: backstage with the Rolling Stones – in pictures [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2016/may/10/haircuts-and-fanclubs-backstage-with-the-rolling-stones-in-pictures> (дата обращения: 10.05.2016).
29. **Greenstreet R.** Twiggy: 'I would never use Botox' [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/fashion/2016/jun/18/how-i-get-ready-twiggy> (дата обращения: 18.06.2016).
30. **Guardian Music.** Never before seen footage of the Beatles backstage in 1965 [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/culture/video/2016/apr/26/never-before-seen-footage-of-the-beatles-backstage-in-1965-video> (дата обращения: 26.05.2016).
31. **Hinsliff G.** The key to being a successful woman? Knowing what not to do [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/may/13/successful-women-pursuit-perfection> (дата обращения: 13.05.2016).
32. **Imtiaz S.** Turmeric latte: the 'golden milk' with a cult following [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/may/11/turmeric-latte-golden-milk-cult-following-alternative-coffee> (дата обращения: 11.05.2016).
33. **Jones J.** Five of the best... new art shows [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2016/apr/15/five-of-the-best-art-shows> (дата обращения: 15.04.2016).
34. **Kelly C.** Queen of Teen dethroned [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/books/childrens-books-site/2016/feb/11/queen-of-teen-dethroned> (дата обращения: 11.02.2016).

35. **Khomami N.** HIGH HEEL HELL: I was sent home without pay for NOT wearing heels to work [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/uk-news/2016/may/11/receptionist-sent-home-pwc-not-wearing-high-heels-pwc-nicola-thorp> (дата обращения: 11.05.2016).
36. **Millar A.** Montreal city guide: the best bars, food and music [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/travel/2016/may/21/montreal-city-guide-hotels-restaurants-bars-music> (дата обращения: 21.05.2016).
37. **Moylan B.** In praise of... primetime gameshows [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/tvandradioblog/2016/may/23/price-is-right-primetime-game-shows> (дата обращения: 23.05.2016).
38. **Pratley Nils.** Why the Bank of England was right to reveal Brexit anxiety [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/business/nils-pratley-on-finance/2016/jun/16/bank-of-england-brexit-anxiety-eu-referendum-vote-mark-carney-vote-leave> (дата обращения: 16.06.2016).
39. **Rankin Neil.** No smoke without fire: how to barbecue low and slow [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/may/08/tips-and-recipes-for-barbecue-food> (дата обращения: 08.05.2016).
40. **Raspopina S.** Back in the USSR. Top 10 soviet-era experiences in St Petersburg [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/travel/2016/may/05/top-10-soviet-era-experiences-st-petersburg-russia> (дата обращения: 05.05.2016).
41. **Rayner J.** Ham and the curse of 'first world problems' [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/may/12/ham-and-the-curse-of-first-world-problems> (дата обращения: 12.05.2016).
42. **Rayner J.** Marcus Samuelsson: The Restaurant King of Harlem [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/may/15/marcus-samuelsson-the-restaurant-king-of-harlem> (дата обращения: 15.05.2016).
43. **Reuters.** Experts testifies Stairway to Heaven chord progression used 300 years ago [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/music/2016/jun/17/music-expert-testifies-stairway-to-heaven-led-zepplin-trial> (дата обращения: 18.06.2016).
44. **Richmond L.** A letter to ... My birth mother, who left me in a hedge as a baby [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/may/14/a-letter-to-my-birth-mother-who-left-me-in-hedge-as-a-baby> (дата обращения: 14.05.2016).
45. **Schilling D.** Why the US embrace of Eurovision is good news for planet Earth [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2016/may/15/eurovision-song-contest-us-global-culture> (дата обращения: 15.05.2016).
46. **Searle A.** Wake up and smell the Manifesta: piles of poo and a look inside Houellebecq's head [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2016/jun/17/manifesta-11-zurich-review-sewage-sculpture-michel-houellebecq> (дата обращения: 17.06.2016).
47. **Shelley Jake.** Aquajogging: how, when and why to try it [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/the-running-blog/2016/may/11/aquajogging-how-when-and-why-to-try-it> (дата обращения: 11.05.2016).
48. **Slater N.** 15 brilliant Nigel Slater recipes from 2001 to today [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/may/15/nigel-slater-15-favourite-recipes> (дата обращения: 15.05.2016).
49. **Somerville M.** All you need is less [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/jun/21/all-you-need-is-less-final-column-best-comments> (дата обращения: 21.06.2016).
50. **The Guardian** [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/film/video/2015/nov/30/gabo-bill-clinton-gabriel-garcia-marquez-documentary-video> (дата обращения: 12.05.2016).
51. **The Guardian.** Christo's Floating Piers: walking on water, Lake Iseo, Italy [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/travel/picture/2016/jun/16/christos-floating-piers-lake-iseo-italy-art-installation> (дата обращения: 16.06.2016).
52. **Topham G.** British Airways considers ditching free food in economy class [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/business/2016/may/16/british-airways-food-economy-class-short-haul> (дата обращения: 16.05.2016).
53. **Ukleja A.** Arts research and development tips – 'double your dev time' [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/culture-professionals-network/2016/may/10/arts-research-development-r-and-d-tips> (дата обращения: 10.05.2016).
54. **Williams D.** Red Zepplin or rioja roll? Match your wine to music [Электронный ресурс] // theguardian.com. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/may/15/red-zepplin-match-wine-to-music> (дата обращения: 15.05.2016).

**LINGUISTIC PECULIARITIES OF A NEWSPAPER HEADLINE AS REPRESENTATIVE  
OF THE "FEATURES" GENRE TEXT IN THE BRITISH QUALITY PAPERS  
(BY THE MATERIAL OF THE NEWSPAPER "THE GUARDIAN")**

**Gedgafova Natal'ya Aslanovna**

**Nikolaeva Marina Nikolaevna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor

*Moscow City University*

*white-dragonfly@yandex.ru; marinik2@yandex.ru*

The article is devoted to studying the headline of the newspaper text of "features" genre, peculiar to the British quality papers. The headline as a strong element of the newspaper text includes intentional characteristics of the "features" genre text to the greatest extent, implementing the influencing function, which is domineering in this kind of text. By applying the method of linguistic analysis the language features of syntactic and lexical-phraseological levels are revealed, which contribute to the realization of the function of influencing the reader in the headlines.

*Key words and phrases:* headline; newspaper text; genre "features"; influencing function; linguistic peculiarities; syntactic level; lexical-phraseological level.