

А. К. Денисеня

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ВОПРОСИТЕЛЬНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

В рамках медийной среды вопросительные предложения играют важную роль, являясь одним из ключевых инструментов воздействия на читателей. Их прагматические функции могут быть разнообразными и могут служить различным целям, включая привлечение внимания, убеждение, создание эмоциональной окраски и формирование определенных установок.

Традиционно, в грамматике выделяют 4 типа вопросительных предложений в зависимости от характера выражаемого вопроса: общий вопрос, специальный вопрос, альтернативный вопрос и разделительный вопрос.

Мы проанализировали 50 медийных аналитических статей разной тематики. Проводя структурный анализ вопросительных предложений, содержащихся в данных статьях, мы опирались на наиболее традиционную и распространенную классификацию. Общее количество проанализированных нами вопросов составляет 173 в 50 статьях.

Преобладающими были специальные вопросы. Общее их количество в статьях составляет 100 вопросов. Мы считаем, что авторы статей склонны использовать специальные вопросы чаще, чем общие, поскольку специальные вопросы направлены на конкретные аспекты и детали темы.

Мы проанализировали количество использованных вопросительных слов и выяснили, что наиболее употребительным словом является *what*. Данное слово содержится в 41 специальном вопросе. Это универсальное

вопросительное слово, которое может быть применено к различным аспектам. Оно помогает установить контакт с читателем, заставляет его задуматься, активизировать мыслительные процессы. Вопросительные слова *who*, *which* и *where* встречались не так часто. На наш взгляд, это можно объяснить семантическими особенностями данных слов.

Можно выделить две первостепенные функции вопроса: прямая (собственно вопросительная) и вторичная (невопросительная). Мы можем выделить следующие вторичные функции:

1. Функция привлечения внимания читателя.

Данная функция встретилась в 89 вопросах. В большинстве случаев вопросы в данной функции встречались именно в заголовках статей.

2. Функция управления читателем.

Вопросы могут помочь поддерживать интерес читателя к статье, заставляя его задумываться и искать ответы на поставленные вопросы.

3. Функция симуляции диалога с читателем.

Функция симуляции диалога с читателем заключается в имитации реального диалога с читателем.

Таким образом, вопросительные предложения выполняют различные функции в медийных текстах. Основной вторичной функцией вопросительных предложений в проанализированных текстах оказалась функция привлечения внимания читателя.