

ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЯЗЫКОЗНАНИЯ (ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ)

Научная статья

УДК 81.42

ФУНКЦИИ И СТРУКТУРНЫЕ ТИПЫ ЗАГОЛОВКОВ ВИДЕОБЛОГОВ В СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Елена Николаевна Галичкина

Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, Астрахань,
Россия

elenagalich@rambler.ru

Аннотация. Описаны функции и синтаксические модели организации заголовков видеоблогов. Дано определение видеозаголовка, который рассматривается как лингвовизуальный комплекс, представляющий собой свёрнутый знак, выраженный вербальными (текст) и невербальными (визуальный ряд, звук) компонентами и обладающий относительной коммуникативной самостоятельностью. Материалом для исследования послужили 200 русских заголовков видеоблогов, посвящённых игре Майнкрафт, отобранных методом сплошной выборки на платформе Rutube за период 2024–2025 годов. Выделены доминирующие функции видеозаголовков: информативная и аттрактивно-прагматическая. Прагматическая функция заголовка видеоблога реализуется через смысловое свёртывание содержания видео, что наиболее наглядно проявляется в двух основных типах: заголовок-интрига, использующий ключевую фразу из видео, и заголовок-резюме, прямо формулирующий ключевую тему видеоролика.

Ключевые слова: заголовок, видеоблог, интернет-дискурс, компьютерно-игровой дискурс, видеозаголовок

Для цитирования: Галичкина Е. Н. Функции и структурные типы заголовков видеоблогов в сетевой коммуникации // Евразийский филологический вестник. 2025. Вып. 4 (12). С. 19–32.

GENERAL QUESTIONS OF LINGUISTICS (PHILOLOGICAL SCIENCES)

Original article

UDC 81.42

FUNCTIONS AND STRUCTURAL TYPES OF VIDEOBLOG HEADLINES IN NETWORK COMMUNICATION

Elena N. Galichkina

Astrakhan State university named after V. N. Tatishchev, Astrakhan, Russia

elenagalich@rambler.ru

Abstract. The article describes the functions and syntactic models of videoblog headings. The author provides the definition of a video heading, which is considered as a linguo-visual complex representing a condensed sign expressed through verbal (text) and non-verbal (visuals, sound) means, possessing relative communicative autonomy. The research material comprises 200 Russian Minecraft videoblog headings selected through continuous sampling on the RuTube platform during the 2024–2025 period. The study identifies the dominant functions of video headings: informative and pragmatic. The latter is realized through semantic condensation of the video content, most clearly manifested in two main types: an intrigue-based heading, utilizing a key phrase from the video, and a summary-based heading, which directly formulates the video's central theme.

Keywords: heading, videoblog, digital discourse, computer-game discourse, video heading

For citation: Galichkina E. N. Functions and structural types of videoblog headlines in network communication // Eurasian Philological Bulletin. 2025; 4 (12): 19–32. (In Russ.).

Введение

В современном интернет-пространстве наблюдается стремительный рост популярности видеоконтента, что объясняется особенностями восприятия современного пользователя – стремлением к получению информации быстро и в удобном формате (картинка + звук). Перед блогерами, как авторами контента, стоит двоякая задача: с одной стороны, необходимо создать информативные, а с другой – привлекательные видеозаголовки в условиях высокой конкуренции. Поэтому исследование функций и структурных типов видеозаголовков в условиях интернет-коммуникации приобретает особое значение.

В научном сообществе очевиден растущий интерес к интернет-дискурсу, однако функциональная специфика и прагматические особенности заголовков видеоблогов остаются недостаточно изученными и требуют целостного теоретического осмысления. Этим и определяется актуальность представленного исследования.

Цель исследования – описать функции заголовков видеоблогов, выделить их структурные типы и синтаксические средства реализации.

Исследовательские результаты и их интерпретация

Лингвистическая традиция изучения заголовков сложилась в рамках анализа печатных СМИ, в первую очередь – газет. По мнению Ю. А. Беловой, заголовок представляет собой свёрнутый лингвосемиотический знак, графически обособленный и обладающий относительной коммуникативной самостоятельностью. Занимая абсолютно начальную позицию и будучи единым для всего текста, он реализует комплекс функций: номинативную, характеризующую, прогностическую и интерпретационную, наделяя текст

имплицитными смыслами [1, с. 87]. Эмоционально-оценочная окраска заголовка обеспечивает привлечение и удержание внимания реципиента [6, с. 609]. По образному выражению А. П. Бессонова, заголовок является «вывеской», чья способность привлечь читателя определяется уровнем её эмоционально-оценочной окраски [2, с. 14]. Исследователь отмечает, что заголовок – это номинативная единица, которая в лаконичной и точной форме актуализирует ключевую концепцию публикации [2, с. 40].

К базовым функциям заголовка ряд исследователей относит: номинативную, информационную, экспрессивно-апеллятивную, рекламную и разделительную [8, с. 89]. Реализация определённой функции обусловлена стилевыми и жанровыми характеристиками публикации [7, с. 47], в этой связи заголовок может актуализировать как одну, так и несколько функций одновременно [8, с. 88].

Согласно классификации В. П. Вомперского, заглавию присущи четыре основные функции: коммуникативная, апеллятивная (или воздействующая), экспрессивная и графически-выделительная [4, с. 83]. Г. О. Винокур определяет три ключевые функции заглавия: обозначающую, указательную и рекламную [3, с. 100]. З. Я. Тураева, в свою очередь, выделяет схожие базовые функции, предлагая иную терминологию: номинативная, информационная и рекламная [9, с. 48]. Отметим, что все авторы представленных классификаций сходятся во мнении о том, что базовыми функциями заголовка являются: номинативная (идентификационная), информативная и экспрессивно-апеллятивная.

Феномен заголовка традиционно рассматривался в контексте газетных публикаций, его роль в цифровых медиа, в частности в видеоконтенте, приобретает новое значение. Применительно к материалу данного исследования видеозаголовки может быть определён как лингвовизуальный комплекс, представляющий собой свёрнутый знак, выраженный вербальными (текст) и невербальными (визуальный ряд, звук) средствами, обладающий относительной коммуникативной самостоятельностью.

Материалом для исследования послужили 200 заголовков русских видеоблогов, посвящённых игре Майнкрафт и отобранных методом сплошной выборки на платформе Rutube за период 2024–2025 годов. Выбор материала исследования обусловлен следующими причинами: 1) изучение заголовков видеоблогов позволяет систематизировать их характерные особенности и проанализировать ключевые функции, реализуемые в новых медиа; 2) исследование заголовков видеоблогов помогает определить наиболее значимые темы для русскоязычного сообщества игроков в Майнкрафт, интересы и характерные черты языковой культуры.

Майнкрафт – это компьютерная игра в жанре песочницы с элементами выживания и открытым миром. Её ключевой особенностью является сочетание трёхмерной графики и нового подхода к взаимодействию с игровым миром, где игрок может творчески конструировать виртуальное пространство посредством размещения и разрушения блоков. Возможность модификации игрового процесса превратила игру Майнкрафт в масштабную культурную и образовательную платформу. Авторы видеоблогов, посвящённых игре, стали ключевыми субъектами компьютерно-игрового дискурса.

В условиях высокой конкуренции на Rutube блогеры используют заголовки в качестве основного способа для привлечения аудитории. Проведённый количественный анализ показал, что оптимальными для восприятия информации являются заголовки длиной от 5 до 11 слов. Доминирующей функцией видеозаголовков является информативная, которая заключается в способности кратко передавать основное содержание видеоролика. Наиболее полно эту задачу реализуют двусоставные повествовательные предложения. Приведём показательные примеры с сохранением авторского написания:

Я прожил 100 дней на Одном Блоке в Майнкрафт Хардоре

Я построил замок за 100 дней в Майнкрафт Хардоре

Я с друзьями победил Дракона без брони в Хардоре

В первом заголовке речь идёт об экстремальном выживании в условиях ограничения («на одном блоке»), которое лишает игрока всех базовых возможностей: нельзя добывать ресурсы с земли, строить укрытие. «100 дней» подчёркивает длительность испытания на прочность и терпение. Второй заголовок сообщает о грандиозном событии (строительстве замка) в условиях опасности. В третьем заголовке говорится о слаженной работе команды игроков, которые достигли высокого результата в ходе сложного тактического сражения. Использование грамматически полных предложений (двусоставных, распространённых) создаёт эффект личного рассказа, основанного на прожитом опыте, что способствует усилению доверия и вовлечённости аудитории.

Следующей важной функцией видеозаголовка является аттрактивно-прагматическая, которая направлена на воздействие на аудиторию: она призвана вызвать эмоциональный отклик, создать интригу и побудить к просмотру. Примером её реализации служат заголовки двух тематических групп.

Первая тематическая группа с «Это» и «Вот что случилось»:

Я ВЫКОПАЛ 20000 БЛОКОВ И НАШЕЛ ЭТО ...

Я ВЫКОПАЛ 10000 БЛОКОВ И НАШЕЛ ЭТО в Майнкрафт

*Я Добавил САМЫХ *МЕМНЫХ* МОБОВ в Майнкрафт и Вот Что Получилось!*

*Я Добавил САМЫЕ *ГЛУПЫЕ* МОДЫ в Майнкрафт и Вот Что Произошло!*

*Я Испытал Самые *БЕЗУМНЫЕ* МОДЫ в Майнкрафт и Вот Что Вышло!*

Использование местоимения «это» в конструкции «Вот что произошло / получилось / вышло» указывает на результат, но намеренно скрывает объект, вызывая у зрителя сильное желание посмотреть видео и узнать разгадку.

Вторая тематическая группа с использованием слов «запрещённый», «секретный»:

*Я УЗНАЛ СЕКРЕТЫ *ЗАПРЕЩЁННЫХ* МОДОВ в Майнкрафт И ПОКАЗАЛ ВСЕМ!*

*Я Испытал Самые *СЕКРЕТНЫЕ* МОДЫ в Майнкрафт и Вот Что Случилось!*

Лексические единицы «запрещённые» и «секретные» апеллируют к подсознательному стремлению зрителей обладать эксклюзивной информацией. В результате анализа словарных дефиниций («запрещённый – 1. прич. страд. прош. от запретить; 2. в знач. прил. попавший под запрет, недозволенный» [Ефремова 2000: 59]; «секретный – такой, который является секретом, тайной для других, который держится в секрете» [5, с. 132]) были выявлены следующие семы: «наличие ограничения, запрета», «недозволенность, невозможность совершения действия», «нарушаемость», «наличие скрытой информации», «утаивание информации», «ограниченный круг посвящённых», «важность информации».

Функция заголовка видеоблога заключается в «свёртывании» основного смысла видео. Наиболее наглядно это свойство реализуется в двух распространённых типах: заголовок-интрига, использующий яркую фразу из видео, и заголовок-резюме, который прямо формулирует главную тему видео.

Большая часть проанализированных заголовков (84 %) построены как неполные предложения с опущением подлежащего:

Выжил 1000 НОЧЕЙ в Лесу

Выжил на ОСТРОВЕ ОБНОВЛЕНИЙ в Майнкрафт!

Построил Самый КРУГЛЫЙ САМОЛЕТ в ИГРЕ

Поставил МИРОВОЙ РЕКОРД в 99 Ночей в Лесу!

Вынесение личной формы глагола в прошедшем времени («выжил», «построил») на первое место создаёт акцент на результате и достижении («Выжил 1000 НОЧЕЙ в Лесу», «Построил ЛУЧШУЮ БАЗУ в 99 Ночей в Лесу!») или месте действия («Выжил на ОСТРОВЕ ОБНОВЛЕНИЙ в Майнкрафт!»). Сказуемые («поставил», «построил») стоят в прошедшем

времени совершённого вида, что подчёркивает завершённость действия и демонстрирует конкретный достигнутый результат. «Самый» выражает превосходную степень, а прилагательное «круглый» в данном контексте создаёт юмористический эффект и выделяет заголовок видео.

Использование восклицательного знака и написание прописными буквами («УЛУЧШЕННОМ») компенсирует грамматическую неполноту эмоциональной и смысловой нагрузкой в следующем заголовке: *Провёл 100 Дней в Эндер Мире в УЛУЧШЕННОМ Майнкрафт ХАРДКОР!*

Синтаксическая организация видеозаголовков представлена рядом моделей, среди которых можно выделить двусоставные (*Я пережил 100 дней в Хардкоре без единой смерти*), односоставные (*Стало невозможно играть после этого обновления*), восклицательные (*Это самая опасная ловушка для игроков в Хардкоре!*), эллиптические (*Только для хардкорных игроков*) и номинативные конструкции (*Ловушка для скелетов и зомби*).

Основной структурной моделью выступает:

[Сказуемое] + [Прямое дополнение] + [Обстоятельство времени] + [Обстоятельство места]:

Поставил МИРОВОЙ РЕКОРД в 99 Ночей в Лесу!

Построил ЛУЧШУЮ БАЗУ в 99 Ночей в Лесу!

Синтаксическая структура видеозаголовка организована таким образом, чтобы продемонстрировать достижения и успехи, убеждая зрителя в уникальности контента.

Для современных создателей контента важной является демонстрация конкретных результатов и личных достижений:

УЗНАЛ КУДА ПРОПАЛА МАМА ЗЛЫХ РОДИТЕЛЕЙ В SCHOOLBOY RUNAWAY В МАЙНКРАФТ!

Собрал САМЫЕ МОЩНЫЕ СТРЕЛЫ в Майнкрафт!

Собрал ВСЕ УЖАСЫ в Майнкрафт ХАРДКОР

РАЗГАДАЛ ТАЙНУ ВУЛКАНА В 99 НОЧЕЙ В Лесу!

Глаголы совершенного вида («узнал», «собрал», «разгадал») обозначают завершённое действие и передают идею получения секретной информации (начальный этап) – «узнал»; практического действия, соединения элементов (развитие) – «собрал»; интеллектуального решения загадки (кульминация) – «разгадал». Обратим внимание на использование форм превосходной степени для усиления значимости («самые мощные») и использовании лексики «все» для выражения полноты действия. В заголовке не говорится о конкретных результатах деятельности автора. Данная смысловая незавершённость стимулирует познавательный интерес, мотивируя аудиторию к просмотру видео.

Значительная часть заголовков (87 %) построена по синтаксической модели, подчёркивающей завершённость и уникальность результата:

«Я [Подлежащее] + [Сказуемое в прошедшем времени] + [Дополнение] + [Обстоятельство]».

Например:

Я ПОСТРОИЛ СЕКРЕТНУЮ БАЗУ в 99 Ночей в Лесу!

Я Украл 8 НОВЫХ БРЕЙНРОТОВ!

Я Выжил 99 Ночей в Лесу за ОЛЕНЯ!

Я Потратил 927,825,314\$ Чтобы Поймать САМУЮ БОЛЬШУЮ РЫБУ

Я Сделал МАКСИМАЛЬНОЕ ПЕРЕРОЖДЕНИЕ и Получил ЭТО

Я ВЫКОПАЛ 20000 БЛОКОВ И НАШЕЛ ЭТО ...

Я Поймал 100 ЖИТЕЛЕЙ В Майнкрафт ХАРДКОР

Посредством синтаксической модели «Я [Подлежащее] + [Сказуемое в прошедшем времени] + [Дополнение] + [Обстоятельство цели]» достигается драматизация содержания и усиливается интрига: «Я Выжил 99 Ночей в Лесу за ОЛЕНЯ!».

Посредством глаголов деятельности «проверил», «испытал», «узнал» выстраивается коммуникативная стратегия экспертного мнения автора как обладателя экспертного знания:

Я Проверил 97 СУПЕР СЕКРЕТНЫХ МИФОВ в Майнкрафт 1.20!

*Я Испытал Самые *БЕЗУМНЫЕ* МОДЫ в Майнкрафт и Вот Что Вышло!*

*Я Испытал Самые *ОПАСНЫЕ* МОДЫ в Майнкрафт и Вот Что Случилось!*

*Я Испытал Самые *ЗАПРЕЩЁННЫЕ* МОДЫ в Майнкрафт и Вот Что Случилось!*

*Я УЗНАЛ СЕКРЕТЫ *ЗАПРЕЩЁННЫХ* МОДОВ в Майнкрафт И ПОКАЗАЛ ВСЕМ!*

Автор видео берёт коллекцию популярных теорий о Майнкрафт и на практике проверяет каждую из них. Конкретная цифра «97» создаёт ощущение масштабности проведённой работы. С помощью заголовка автор хочет погрузить зрителя в мистический мир компьютерной игры. В вышеприведённых заголовках используется игровая сленговая единица «мод» (сокращение от «модификация») – это изменение компьютерной игры, обычно осуществлённое любителями компьютерных игр, с целью изменения или дополнения оригинальной версии игры. Глаголы с семантикой познания («проверил», «испытал», «узнал») актуализируют стратегию экспертной самопрезентации, конструируя образ автора видео как источника достоверной информации. Семантика глагола «узнал» включает в себя интегральную сему «познавательная деятельность», конкретизируемую дифференциальной семой «приобретение опыта через личное взаимодействие с объектом», в нашем случае – с компьютерной игрой.

Анализ эмпирического материала показал, что 48 % заголовков построено по модели:

[Название игры] + [противительный союз «но»] + Я [Подлежащее] + [модальный глагол]:

Майнкрафт, но Я Могу УЛУЧШАТЬ СУПЕР ОРУЖИЕ!

Майнкрафт, но Я Могу УЛУЧШАТЬ СУПЕР ЛОПАТЫ!

Майнкрафт, но Я Могу УЛУЧШАТЬ ЯБЛОКИ!

Майнкрафт, но Я Могу УЛУЧШАТЬ СУПЕР КИРКИ!

Майнкрафт, но Я Могу УЛУЧШАТЬ ЛУК!

Майнкрафт, но Я Могу УЛУЧШАТЬ ОГНИВО!

Майнкрафт, но Я Могу УЛУЧШАТЬ ПРЕДМЕТЫ!

Майнкрафт, но Я Добавил НОВЫЕ СУПЕР ТОТЕМЫ!

Майнкрафт, но Я Могу СКРАФТИТЬ ВСЕХ МОБОВ!

Конструкция с союзом «но» в вышеприведённых примерах создаёт контраст – противопоставляет два разных способа игры в Майнкрафт: игра в стандартной версии (без модов) и в нестандартной с использованием пользовательских модификаций, которые могут кардинально менять игру. Применение модального глагола «могу» способствует формированию образа игрока, наделённого сверхспособностями.

Заключение

Синтаксис видеозаголовков подчинён прагматическому эффекту – привлечь внимание, убедить в ценности контента и побудить зрителя к просмотру, что достигается посредством намеренного эллипсиса и построения заголовка по модели «действие – результат». Это позволяет в одну строку вставить несколько ключевых для поиска и принятия решения элементов: количественный или временной показатель (99/100/500/1000 и др.), уникальные условия («Хардкор», «Один Блок», «Эндер Мир») и результат («выжил», «построил», «узнал»). Данные синтаксические конструкции легко воспринимаются, запоминаются, обладают прагматическим потенциалом и формируют в сознании аудитории образ исключительного достижения или уникального опыта, который можно получить только в ходе просмотра видео. Видеозаголовок реализует комплекс прагматических функций: привлекает внимание аудитории за счёт акцента на масштабе действия и создаёт интригу путём намеренного умолчания результата, выраженного указательным местоимением «это». Пропуск подлежащего в заголовке и использование

прилагательных «секретный», «запрещённый» способствуют достижению перлокутивного эффекта эмоционального воздействия на зрителя.

Список литературы:

1. Белова А. П. Стратегии интерпретации смысла газетных заголовков британских медиа-текстов: дис. ... канд. филол. наук. Уфа. 2008. 203 с.
2. Бессонов А. П. Газетный заголовок. Л.: Наука, 1958. 62 с.
3. Винокур Г. О. Избранные работы по русскому языку. М.: Просвещение, 1959. 221 с.
4. Вомперский В. А. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка // Искусство публицистики (проблемы теории и мастерства): тез. докл. на республиканской научной конференции. Алма-Ата, 1966. С. 82–85.
5. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: Русский язык, 2000. 345 с.
6. Илюйкина Е. Ю., Юрина Е. А. Языковые особенности франкоязычных газетных заголовков // XLVII Огарёвские чтения. Материалы научной конференции. В 3-х частях. Ч. 3. Гуманитарные науки / отв. за выпуск П. В. Сенин. Саранск, 2018. С. 608–612.
7. Лазарева Э. А. Заголовок в газете. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1989. 96 с.
8. Мужев В. С. О функциях заголовков // Учёные записки МГПИИЯ им. М. Тореца. 1970. Вып. 55. Вопросы романо-германской филологии. С. 86–94.
9. Тураева З. М. Лингвистика текста: структура и семантика. М.: Просвещение, 1986. 126 с.

References:

1. Belova A. P. Strategii interpretacii smysla gazetnyh zagolovkov britanskikh media-tekstov: dis. ... kand. filol. nauk. Ufa. 2008. 203 s.
2. Bessonov A. P. Gazetnyj zagolovok. L.: Nauka, 1958. 62 s.

3. Vinokur G. O. Izbrannye raboty po russkomu jazyku. M.: Prosveshhenie, 1959. 221 s.
4. Vomperskij V. A. K izucheniju sintaksicheskoy struktury gazetnogo zagolovka // Iskusstvo publicistiki (problemy teorii i masterstva): tez. dokl. na respublikanskoj nauchnoj konferencii. Alma-Ata, 1966. S. 82–85.
5. Efremova T. F. Novyj slovar' russkogo jazyka. Tolkovo-slovoobrazovatel'nyj. M.: Russkij jazyk, 2000. 345 s.
6. Iljukina E. Ju., Jurina E. A. Jazykovye osobennosti frankojazychnyh gazetnyh zagolovkov // XLVII Ogarjovskie chtenija. Materialy nauchnoj konferencii. V 3-h chastjah. Ch. 3. Gumanitarnye nauki / otv. za vypusk P. V. Senin. Saransk, 2018. S. 608–612.
7. Lazareva Je. A. Zagolovok v gazete. Sverdlovsk: Izd-vo Ural. un-ta, 1989. 96 s.
8. Muzhev V. S. O funkcijah zagolovkov // Uchenye zapiski MGPIIIa im. M. Toreza. 1970. Vyp. 55. Voprosy romano-germanskoj filologii. S. 86–94.
9. Turaeva Z. M. Lingvistika teksta: struktura i semantika. M.: Prosveshhenie, 1986. 126 s.

Информация об авторе:

Е. Н. Галичкина – доктор филологических наук, профессор, Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева

Information about the author:

E. N. Galichkina – Ph. D. (Philology), Professor, Astrakhan State university named after V.N. Tatishchev

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 21.11.2025; одобрена после рецензирования 10.12.2025; принята к публикации 15.12.2025.

The article was published 21.11.2025; approved after reviewing 10.12.2025; accepted for publication 15.12.2025.

