

ЗАГЛАВИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ПЕРЕДАЧ В ПАРАДИГМЕ МАЛОФОРМАТНЫХ ТЕКСТОВ

© 2011 М.С. Дудникова

Самарский государственный университет

Статья поступила в редакцию 04.08.2010

Данная статья направлена на определение роли и места заглавия в парадигме малоформатных текстов на основе проведения лингвистического анализа заголовков англоязычных телевизионных развлекательных передач.

Ключевые слова: заглавие, малоформатный текст, телевизионный дискурс.

Заглавие, а именно, – определение его лингвистического статуса и синтаксической природы является актуальной и не получившей однозначного решения задачей исследователей различных направлений языковедческой мысли. Что такое заглавие? «Ключевое слово», «сильная позиция текста», «кульминация смысла» или «однофразовый текст»? Можно привести множество определений авторитетных ученых (В.А. Кухаренко, М.А. Петровский, Н.П. Харченко, В. Дресслер, Л. Стеннес и др.), которые занимались данной проблематикой, однако наиболее емким и содержательным определением заглавия, на наш взгляд, следует признать дефиницию Т.Ф. Каримовой, по мнению которой, заглавие представляет собой особый, имеющий «предложенческую сущность» тип высказывания, которое предвосхищает основную идею и ключевую тему текста и в то же время порождается этим текстом.

В настоящем исследовании поставлена задача рассмотреть заглавие, а именно определить его роль и место как неповторимого в иных коммуникативных условиях типа высказывания, имеющего особую, обладающую «предложенческую сущностью», синтаксическую позицию, в лингвистической парадигме малоформатных текстов. Предположение, что заглавие можно отнести к понятию текста малого формата (или микротекста), на наш взгляд, подкрепляется ключевым аргументом, который заключается в следующем: если признать, что по своей синтаксической природе заглавие обладает типологическими свойствами предложения, то его, безусловно, можно считать единицей текстового порядка, поскольку предельной коммуникативной единицей текста является именно предложение (высказывание, фраза). Для эмпирического подкрепления данного теоретического положе-

ния представляется целесообразным продемонстрировать на конкретных примерах заглавий англоязычных развлекательных телевизионных передач своеобразие малоформатных текстов и описать особенности лингвистического статуса текстовой единицы малого формата в телевизионном дискурсе.

Итак, в первую очередь, необходимо кратко остановиться на понятии текста и его основополагающих характеристиках для того, чтобы идентифицировать специфику текста малого формата в системе других текстовых единиц. В лингвистической среде существует большое множество концептуально различных мнений относительно проблемы дефиниции понятия «текст». Некоторые представители наук социо-гуманитарного цикла (такие как И.Р. Гальперин, Т.М. Дридзе, Х. Изенберг и др.) описывают текст как строго организованную последовательность языковых единиц. Другие (Р. Барт, Л.А. Киселева, Т.М. Николаева и др.) – отмечают целостность (цельность) текста, основанную либо на структурно-смысловой связности, либо на коммуникативной. На наш взгляд, мнения представителей различных школ и направлений в данном случае не противоречат друг другу, а являются свидетельством многогранности такого лингвистического феномена, как текст. Определение Б.А. Зильберта в полной мере отражает это положение: «текст – это целостная единица речевой коммуникации, состоящая из коммуникативных элементов (высказываний), функционально и тематически объединенных в завершенную содержательную иерархическую структуру и организованных общим замыслом (коммуникативной интенцией)»¹. Среди фундаментальных типологических характеристик текстовой единицы следует отметить следующие:

○ *целостность*, актуализирующаяся на трех уровнях – смысловом, коммуникативном и

⁰ Дудникова Мария Сергеевна, соискатель кафедры английского языка, менеджер маркетингового центра в компании «Армстронг Уорлд Индастриз». E-mail: dudnikovams@mail.ru

¹ Зильберт Б.А. Социопсихолингвистическое исследование текстов радио, ТВ, газеты. – Саратов: 1986. – С. 18.

структурном. Смысловая целостность текста «заключается в единстве его темы»². Ключевая идея текста доносится автором до реципиента посредством содержательного единства текстовой единицы, которое реализуется в системе частных подтем, объединенных единой тематической доминантой. Смысловая целостность, как правило, подразумевает под собой смысловую однозначность текста и зависит напрямую от коммуникативной целеустановки, функционального потенциала и прагматической достаточности. Коммуникативная целостность является продолжением смысловой целостности и выражается в «коммуникативной преемственности между составляющими текста»³. Структурную целостность можно охарактеризовать как «материальный актуализатор» смысловой (тематической) и коммуникативной целостности, которая заключается в установлении грамматической связности предложений внутри текстовой единицы, реализующейся на уровнях морфологии и синтаксиса;

○ *коммуникативная целеустановка*, опирающаяся на функциональный потенциал текста. Понятие коммуникативной целеустановки или коммуникативной задачи предполагает оказание определенного воздействия на реципиента. Это воздействие зависит от функциональной направленности текста: в случае, когда стоит задача проинформировать реципиента о чем-либо, целевая установка реализуется за счет информативных речевых актов (или экспозитивов по классификации Дж. Остина). Если же целевая установка предполагает побуждение к действию, создание определенного эмоционального фона и т.п., то среди коммуникативных задач целесообразно определить ключевую или доминантную, а сопутствующие интенции считать второстепенными.

○ *принцип прагматической достаточности*, который состоит в эксплицитном выражении того, что является необходимым для актуализации функциональной задачи определенного коммуникативного акта. Безусловно, подразумевается, что какая-то часть информации будет имплицитирована, то есть, лишена языкового выражения; однако процесс имплицитирования при порождении текста должен быть построен таким образом, чтобы способствовать максимальному достижению коммуникативной цели текста;

○ *референтная соотносительность с внеязыковой ситуацией*, что предполагает обусловленность и частичную мотивированность процесса текстопостроения экстралингвистической ситуацией;

○ опора на дискурсивную базу, составляющими которой являются *концептуально-когни-*

тивная платформа и *культурологические компоненты*, организованные с учетом аксиологической шкалы духовных и моральных ценностей соответствующего лингвокультурного сообщества. Понимание текста предполагает, помимо ознакомления реципиента непосредственно с информацией, заложенной в тексте, наличие ряда экстралингвистических факторов, наиболее значимыми из которых являются социокультурный контекст и система общепринятых национальных концептов в фонде фоновых знаний реципиента. При построении любого отрезка текстового порядка автор опирается на общенациональные ассоциативные парадигмы, которые укоренились в сознании коллективного реципиента. Ассоциация – «связь между некими объектами или явлениями, основанная на нашем личном, субъективном опыте. Опыт этот может совпадать с опытом той культуры, к которой мы принадлежим, но всегда является также и личным, укорененным в прошлом опыте отдельного человека»⁴. Различные морфологические и синтаксические единицы, применяемые в тексте, обладают определенными устойчивыми или типичными ассоциативными связями, которые актуализируются в сознании реципиента при его знакомстве с текстом и способствуют корректному восприятию заложенного в текстовой единице смысла.

Наряду с общими характеристиками и типологическими параметрами текстовой единицы, малоформатный текст обладает набором присущих ему характеристик. Это малый объем, интертекстуальность, синкретизм, информационная недостаточность, прагматическая функциональность особого рода и смысловая неоднозначность. Рассмотрим подробнее каждое из перечисленных характерных свойств текста малого формата;

○ понятие интертекстуальности в современной науке о языке имеет несколько наименований: «интертекстуальность» (термин Ю.Кристовой), «текст в тексте» (термин Ю.М.Лотмана), «цитация» (термин Е.А.Земской), «межтекстовые связи» (термин А.И.Горшкова). Интертекстуальность – это «содержащиеся в том или ином конкретном тексте выраженные с помощью определенных словесных приемов отсылки к другому конкретному тексту (или к другим конкретным текстам)»⁵. Безусловно, нельзя отрицать тот факт, что наличие межтекстовых связей свойственно любой текстовой единице, однако активнее всего эта черта проявляется в текстах малого формата, поскольку процесс восприятия малоформатного текста максимально задействует когнитивные возможности реципиента, а ключевой задачей при построении такого типа текста

²Москальская О.И. Грамматика текста. – М.: 1981. – С. 17.

³Там же. – С. 21.

⁴Фрумкина Р.М. Психолингвистика. – М.: 2001. – С. 189.

⁵Горшков А.И. Русская стилистика. – М.: 2001. – С. 72.

является наиболее адекватная передача коммуникативного замысла при сообщении минимума информации. «Структурно или семантически преобразуя известное устойчивое речение, добавляя к нему новые смысловые, стилистические или экспрессивные оттенки, автор соотносит его прямое и «обновленное» значение, побуждая тем самым читателя к активной мыслительной деятельности. Ассоциативные нити, возникающие при этом у читателя, связывают преобразованную цитату с ее общеизвестным источником и создают яркий экспрессивно-стилистический эффект»⁶;

○ «синкретизм», «компрессия» или «структурно-семантическое свертывание» (термин Н.А.Винокурова) имеет «своим основным следствием уплотнение информационного содержания отдельных структур текста и текста в целом»⁷. Синкретизм может проявляться в двух плоскостях: в плане выражения и плане содержания. В плане выражения структурно-семантическое свертывание достигается за счет сокращения количества языковых единиц, не несущих информационную нагрузку; в плане содержания – за счет лексического преобразования структурных единиц текста, целью которого является снижение объема языкового выражения при сохранении объема смысловой нагрузки текста;

○ проявлением синкретизма и интертекстуальности является информационная недостаточность, порождающая имплицитные связи «поверх текста» и актуализирующая прагматическую функциональность особого рода, которая проявляется в такой «организации» информации в тексте, когда «внимание читателя привлекается не к тому, что следует далее, а к информации, которая читается между строк, в подтексте»⁸. Вместе с тем, следует заметить, что информационная недостаточность имеет своим следствием смысловую неоднозначность, трактуемую как разницу в понимании смысла текста в сознании различных реципиентов и порождающую двуплановость и многозначность коммуникативной единицы. При условии, что автор профессионально и корректно использует языковые средства интертекстуальности и компрессии, смысловая неоднозначность – достаточно редкое явление в процессе построения малоформатного текста, если только порождение смысловой много-

значности не входит в коммуникативную целеустановку текстовой единицы, что довольно распространено среди текстов особой прагматической (эмоционально-экспрессивной, например) направленности.

Итак, выделив основные типологические характеристики текста и определив специфику текстовой единицы малого формата в системе других текстовых единиц, следует перейти к решению основной задачи данного исследования – определить место и роль заглавия в лингвистической парадигме малоформатных текстов. Проанализировав 933 заглавия англоязычных телевизионных развлекательных передач, мы пришли к выводу, что заглавие, безусловно, можно включить в систему текстовых единиц малого формата, однако нельзя не отметить некоторые специфические черты, обусловленные своеобразием массмедиального дискурсивного пространства.

Заглавие телевизионной развлекательной программы обладает полным набором черт, характерных для малоформатного текста:

1) Смысловая и коммуникативная целостность заглавия реализуется за счет единства концептуальной организации текста заголовка и дискурса телепередачи. Для англоязычного развлекательного телевизионного коммуникативного пространства характерна следующая система концептов, элементы которой соотносятся, в основном, с общечеловеческими концептами: «Personality», «Family», «Life», «Success», «Love», «Time», «Space / Territory», «Justice», «Heroism». Зачастую также смысловая и коммуникативная целостность номинативной единицы в теледискурсе достигается путем актуализации в тексте заглавия жанровой принадлежности и тематической наполненности дискурсивного пространства самой передачи. Структурная целостность реализуется на основе грамматической связности языковых единиц заглавия. Наиболее распространенным структурным комплексом телевизионной номинации является словосочетание, компоненты которого находятся в отношениях сочинительной или подчинительной зависимости: «The Television Ghost», «Mary Kay and Johny» (USA); «The Box of Delights», «Sapphire and Steel» (UK).

2) Коммуникативная целеустановка заглавий телепередач обусловлена их функциональным потенциалом. Ключевыми функциями, которые реализует заглавие в телевизионном развлекательном дискурсивном пространстве, являются номинативная, рекламно-экспрессивная, информативная и перлокутивная. Преобладание информативной или перлокутивной функций определяют тип заглавия и коммуникативную задачу. Если первостепенной является функция инфор-

⁶Шалимова Г.С. Форма новая – проблемы старые (Об одной модели газетного заглавия) // Журналистика и культура русской речи. – Вып. 1. – М.: 1996. – С. 81.

⁷Глухов Г.В., Комарова С.С. Лингвистическая компрессия и импликация // Слово – Высказывание – Дискурс: Международный сб. науч. ст. / Под ред. А.А. Харьковской. – Самара: 2004. – С. 50.

⁸Инишина М.Н. Прагматический аспект текстообразования // Прагматика и логика дискурса / Под ред. И.П.Сусова. – Ижевск: 1991. – С. 28.

мативная, то при построении номинативного комплекса телепередачи используется тип заглавия прямого воздействия, цель которого состоит в максимально семантически и экспрессивно адекватной передаче содержания программы: «The Daily Show», «Walker, Texas Ranger» (USA); «Footballers' wives», «Sports Review» (UK); если на первый план выдвигается функция суггестивного воздействия на реципиента, то при выборе номинативной единицы для заглавия телепрограммы используется тип заглавия косвенного воздействия, задача которого заключается в побуждении реципиента к совершению определенного действия – просмотра передачи: «Around the Horn», «Futurama» (USA); «DangerMouse», «Tomorrow's World» (UK). Заглавия косвенного воздействия благодаря использованию различных языковых средств экспрессивной коннотации, как правило, обладают информационной недостаточностью, которая ведет к возникновению имплицитных связей «поверх текста» и смысловой неоднозначности, двуплановости. Заглавия косвенного воздействия являются преобладающим типом номинативных структур в англоязычном телевизионном развлекательном дискурсивном пространстве, поскольку основное функциональное назначение заголовков развлекательных телепередач – оказать определенное прагматическое воздействие на адресанта, создать интригу, привлечь внимание к самой передаче; передать определенный информационный посыл – это уже второстепенная задача. Поэтому в заглавии как текстовой единице малого формата развлекательного телевизионного дискурса можно вычленивать такую специфическую черту, как эмотивность.

3) В отношении заглавий развлекательных телепередач референтное соотношение с внеязыковой ситуацией носит скорее сигнификативный характер, поскольку заглавие телепередачи «отправляет» реципиента не столько к конкретной ситуации внешнего мира, сколько к контексту самой передачи посредством единства тематической доминанты заголовка и дискурсивного пространства развлекательной телепрограммы. Отношения заглавия и контекста передачи можно охарактеризовать как отношения текста и метатекста, что также подчеркивает специфику малоформатной текстовой единицы телевизионного развлекательного дискурса.

4) Опора на социокультурный контекст в заглавиях развлекательных телепередач проявляется таким свойством, присущем всем малоформатным текстам, как интертекстуальность. Доминирующее средство языкового выражения интертекстуальности в тексте заглавия – это аллюзия («Silver Spoons» – the title of the show is based on the expression that rich children are born

with a proverbial silver spoon in their mouth, implying that they are given only the very best and want for nothing (USA); «Shine on Harvey Moon» – the name of the series is a wordplay on the title of the popular 1908 song 'Shine On, Harvest Moon' (UK).

5) Проведенный анализ заглавий развлекательных передач показал, что приоритетные позиции в концептосфере англоязычного развлекательного теледискурса, на основе которого происходит построение текстовых единиц номинативных комплексов телепрограмм, занимают концепты: «Personality», «Family», «Life», «Success», «Love», «Time», «Space / Territory», «Justice», «Heroism». Все вышеперечисленные концепты можно соотнести с общечеловеческими категориями. Самым распространенным является концепт «Personality», который можно отнести к категории Макроконцепта. Концепт «Personality» представлен в совокупности компонентов: 1. статус индивидуума, характеризующий родственные отношения в группе: «Mama's Family», «That's My Mama» (USA); «Big Brother», «Footballers' Wives» (UK); 2. типологические характеристики личности, представленные разницей в коннотации, – отрицательная / положительная личность («The Golden Girls», «The Greatest American Hero» (USA); «We are the Champions», «Bad Girls» (UK).

6) Ассоциативные связи, характерные для заглавия развлекательной телепередачи, – это смысловая близость, где в пределе ассоциации ответом является слово-синоним (big-huge); смысловая противопоставленность, где в пределе ассоциации реакцией является слово-антоним (white-black); отношения «часть-целое» и «целое-часть» (по типу house-room). После проведения анализа ассоциаций выяснилось, что некоторые грамматические структуры, а именно морфологические и синтаксические единицы, имеют определенную психологическую направленность, вызывающую рождение ассоциативных связей в сознании адресанта. Например, указательные местоимения часто выполняют отсылочную функцию, а личные и притяжательные – предугазывающую («This Week» (USA), «This Life» (UK); «My Secret Identity» (USA), «I, Claudius» (UK); вопросительные предложения побуждают к развертыванию контекста («Who Wants to Be a Millionaire?» (USA); «You Rang, M'Lord?» (UK).

7) Синкретизм – одно из ключевых свойств заглавий в англоязычном телевизионном развлекательном дискурсивном пространстве, поскольку структурно-семантическое свертывание является прямым следствием экономии текстового пространства номинативного комплекса телепрограммы и особого рода функциональной направленности данного типа заглавия (оказание

максимально прагматического воздействия на реципиента). В англоязычном телевизионном дискурсе синкретизм в плане выражения проявляется на фонетическом уровне (стяжение букв на основе фонетической омонимии: «Xplained Global Championship» (USA); «Fortean TV X-Mas Files» (UK); замена букв транскрипционными знаками: «Ain't Misbehavin'» (UK), морфологии (опущение артикля: «MTV Ultra Sound» (USA); «Operation Good Guys» (UK); употребление Possessive Case с опущением 's: «The Dick Van Dyke Show» (USA), «The Catherine Tate Show» (UK) и синтаксиса (эллипсис: «Married ... with Children» (USA), «Not Only ... But Also» (UK); в плане содержания основные средства языковой компрессии реализуются на уровне словообразования (аффиксация: «The

Pretender» (USA), «Minder»(UK); контаминация: «Sealab 2020» (USA), «Supergran» (UK); аббревиация: «MASH» (USA), «C.A.T.S. Eyes» (UK); усечения: «Doc», «Undergrads» (USA).

Итак, как видно из приведенных выше примеров, заглавие англоязычной телевизионной развлекательной передачи, в полной мере, отражает специфику малоформатного текста, тем самым, являясь полноправным, на наш взгляд, членом системы текстовых единиц малого формата. Однако, будучи реализованным в телевизионном развлекательном дискурсе, заглавие приобретает дополнительные характеристики, свойственные номинативному комплексу данной дискурсивной направленности: эмотивность и отношения текста и метатекста с контекстом передачи.

TITLES OF ENGLISH ENTERTAINING TV PROGRAMMES IN THE PARADIGM OF MINI-FORMAT TEXTS

©2011 M.S.Dudnikova^o

Samara State University

The focus of the paper is to define the role and position of a headline in the paradigm of mini-format texts on basis of the titles of English entertaining TV programmes linguistic research carrying out.

Key-words and phrases: headline, mini-format text, TV discourse.

^o *Maria Sergeevna Dudnikova, The competitor of chair of English language, the manager of the marketing centre.
E-mail: dudnikovams@mail.ru*