

1. Васильева Т. В., Ускова О. А. Особенности виртуального профессионального общения: стилевое пространство профессиональных социолектов // Филологические науки. 2016. № 5. С. 13–21.

2. Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение. 5-е изд., стер. М.: Флинта, 2016, 166 с.

3. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2005. 23 с.

4. Носов Н. А. Виртуальная реальность // Вопр. философии. 1999. № 10. С. 152–164.

© Гриценко А., 2020

УДК 81'42

Науч. спец.: 10.02.01

DOI: 10.36809/2309-9380-2020-26-71-74

## ПРАГМАТИКА ЗАГОЛОВКОВ В НОВОСТНЫХ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММАХ (на примере каналов НТВ и ТВЦ)

В статье рассматриваются прагматические особенности заголовков, используемых в сюжетах программ новостей каналов НТВ и ТВЦ. Описано лексико-семантическое наполнение заголовка, функционирование в структуре заголовка прецедентных единиц, в том числе афоризмов, паремий, трансформированных фразеологических единиц, образительно-выразительных средств, указаны функциональные особенности ТВ-заголовков.

*Ключевые слова:* язык СМИ, заголовок, ТВ-заголовок, телевизионный сюжет, прагматика, прецедентный текст, новости, новостные программы.

Как известно, значительное воздействие на человека, его поведение, мировоззрение, способ мышления оказывают средства массовой информации (СМИ), и особая роль в этом процессе отводится новостным программам телевидения.

В настоящее время, несмотря на уже сформировавшуюся специализированную область исследования языка СМИ — медиалингвистику, язык телевидения остается недостаточно изученным, особенно это касается заголовка как относительно нового явления в структуре телевизионного дискурса, а также в ряде случаев и заголовочного комплекса, применяемого в новостных программах. Если языку газеты посвящено значительное количество исследований (упомянем работы Е. А. Земской, В. Г. Костомарова, Г. Я. Солганика, Э. А. Лазаревой, Ю. Н. Караулова, Г. Е. Слышкина и др.), то языковые особенности заголовка на телевидении практически не изучены. В настоящее время отсутствует единый подход к определению понятия «заголовок», исследованию заголовочного комплекса на телевидении, описанию специфики заголовков в новостных программах, фиксируется различная терминология для номинации одних и тех же явлений, что свидетельствует о необходимости специального исследования заголовка на телевидении. Иными словами, можно утверждать, что специфика заголовка, заголовочного комплекса, его структуры и функциональных особенностей в телевизионных программах остаются для отечественной лингвистики и журналистики практически неизученными.

## PRAGMATICS OF HEADLINES ON TELEVISION NEWS PROGRAMS (Based on NTV and TVC Channels)

The article considers the pragmatic aspects of the headlines used in the news programs on NTV and TVC channels. It describes lexical and semantic content of the headlines, the functioning of different precedent units in the structure of the headline, such as aphorisms, paremias, transformed phraseological units, visual means. It also identifies functional features of TV headlines.

*Keywords:* media language, headline, TV headline, TV spot, pragmatics, precedent text, news, news programs.

Цель настоящей публикации — представить средства реализации прагматики телевизионных новостных заголовков на материале программ каналов НТВ и ТВЦ. Эти федеральные каналы занимают лидирующие позиции по объему общественно-политического вещания в России, освещая ее духовную, интеллектуальную, социальную, научную, политическую и финансово-экономическую жизнь.

В 70-е гг. прошлого века, когда еще не было видеозаписи и программы шли, как говорят телевизионщики, «живьем» в прямом эфире, на каждый сюжет был подготовлен так называемый титр-заголовок. Кроме того, каждая программа, как и сейчас, обязательно анонсировалась, заглавием обозначались наиболее важные темы. В телевизионной журналистике такая репрезентация сюжетов называется «шпигель». В 90-е гг. заголовок в новостях практически прекратили использовать по ряду причин: перешли на видеозапись, титры перестали выполнять свою роль перебивок между сюжетами, новости монтировались одна за другой «встык», без заголовков и отбивок. В XXI в. заголовок вернулся в программы новостей: вначале на ТВЦ, затем на НТВ. Сегодня заголовок вновь «король эфира»; вслед за московскими коллегами заголовок активно начали использовать и в региональных новостях.

Современное телевидение охватывает огромную аудиторию. Сегодня оно, перейдя на «цифру», получило новые технические средства воздействия на зрителя. Именно телевидение — самый оперативный и чуткий ретранслятор

различных новаций, в том числе и языковых. Телевидение прочно занимает свое место, фиксируя изменения, происходящие в мире, и не уступает Интернет-ресурсам по оперативности и возможности воздействия на зрителя.

Как было сказано выше, публикации, посвященные заголовкам в телевизионных программах, немногочисленны и разрозненны. Так, исследуются собственно названия телепередач как имена собственные [1]; осуществляются сравнительные исследования на базе разноязычных медиадискурсов [2; 3] и т. п. Нас же в большей степени интересует традиция выявления прагматического потенциала заголовков в телевизионных СМИ (см., например: [4]).

Под заголовочным комплексом мы, вслед за Э. А. Лазаревой, будем понимать «подсистему внутри текстовой системы, состоящую из элементов, находящихся вне текста» [5, с. 158]. Таким образом, заголовочный комплекс может включать в себя непосредственно заголовок, тематическую секцию, лид, анонс и т. д.

Так, на НТВ и ТВЦ используется представление выпуска зрителю при помощи анонса (шпигеля). Перед выпуском в ряде случаев следуют определенные рубрики, например:

#### Сенсация дня:

**«В результате ДТП в Кении погибли 19 человек».** В Кении 19 человек погибли в ДТП. Оно произошло, когда водитель автобуса решил выполнить обгон легкового автомобиля, но не справился с управлением и столкнулся с грузовиком, двигавшимся во встречном направлении, передает ТАСС (ТВЦ, «События», 13 окт. 2019 г.).

**«Удар по школе».** Жертвами ракетного обстрела в Сирии стали более 80 мирных жителей (НТВ, «Сегодня», 2 нояб. 2019 г.).

#### Главное событие:

**«Совбез ООН 8 марта проведет закрытую встречу по Сирии».** Совет безопасности ООН 8 марта проведет закрытую встречу по Сирии с участием спецпосланника генсека международной организации Стаффана де Мистуры. Он доложит членам совбеза о ходе переговоров в Женеве (ТВЦ, «События», 1 марта 2017 г.).

**«Испытали».** КНДР запустила 4 ракеты в сторону Японского моря (НТВ, «Сегодня», 6 июля 2019 г.).

#### Главная тема:

**«Россияне на снегоходах провалились под лед на Шпицбергене».** Снегоходы с девятью россиянами провалились под лед на Шпицбергене. Вылетевшие на место происшествия спасательные вертолеты подняли из воды шесть человек. В настоящий момент проверяется информация об обнаружении еще троих россиян. По предварительным данным, их состояние не вызывает опасений (ТВЦ, «События», 27 дек. 2019 г.).

**«Неравный бой».** Украинские силовики обстреляли детский сад в ДНР (НТВ, «Сегодня», 11 апр. 2019 г.).

#### Самое важное заявление:

**«Путин допустил отмену президентских сроков».** Но при условии одобрения данного пункта Конституционным судом Российской Федерации. Президент подчеркнул, что этот пункт не должен противоречить Основному Закону РФ — Конституции (ТВЦ, «События», 10 марта 2020 г.).

**«Коронавирус: почему выздоравливает Китай, а Европа заболевает»** (НТВ, «Сегодня», 9 марта 2020 г.).

Если применяется телевизионный заголовочный комплекс, то он состоит из короткого заголовка, подзаголовка, рубрики. В новостных программах наиболее важные новости размещают в начале выпуска, сюжеты большого объема — в средней части, новости культуры и спорта завершают программу: **«Красивый футбол».** На футбольное поле выходит женский «Зенит» (НТВ, «Сегодня», 10 марта 2020 г.).

Содержание телевизионных информационных сюжетов в программах анализируемых каналов очень многообразно: политика, промышленность, сельское хозяйство, наука, культура, спорт, театр, кино — все это многообразие соседствует в новостных выпусках. Каждый выпуск программы должен включать в себя максимум из данного списка тем. Каждая из этих тем имеет свои строевые лексемы, в том числе и в заголовке.

Тематическая всеобщность новостных заметок определяет широчайший диапазон словоупотребления, но информационные материалы адресованы широкому кругу зрителей, поэтому главный критерий отбора в них языковых средств — их общеупотребительность, общедоступность.

Для новостных сюжетов НТВ характерно употребление разговорной лексики, что свойственно текстам, рассчитанным на зрителя — «простого человека»: **«Красавчик!»** В соцсетях высмеяли бюст Криштиану Роналду, установленный в аэропорту Майдеры (НТВ, «Сегодня», 30 мая 2019 г.); **«Дочирикалась».** Чешского дипломата отозвали с поста из-за «твиттов» его жены (НТВ, «Сегодня», 1 апр. 2019 г.). Использование подобной лексики в заголовках придает речи оттенок непринужденности, неофициальности. Часто такая лексика носит оценочный характер: **«Всегда было стыдно».** Стриптизеру Тарзану — 50 лет (НТВ, «Сегодня», 8 марта 2020 г.); **«На Украине сироту затравили за песню «Смулянка»** (ТВЦ, «События», 11 марта 2020 г.). Встречаются в заголовках и лексемы-жаргонизмы: **«Отжать «кровные»** (НТВ, «Сегодня», 9 марта 2020 г.).

В телевизионных заголовках рассматриваемых программ используется и иноязычная лексика, что актуально для современной телевизионной журналистики: **«НУТ получила Пулитцеровскую премию за публикации о Путине».** Американская газета **New York Times** получила Пулитцеровскую премию в области международной журналистики за публикации о Владимире Путине. Об этом сообщается на сайте премии (ТВЦ, «События», 10 июня 2019 г.); **«Little Big представит на «Евровидении» новый трек с «бразильским оттенком»** (НТВ, «Сегодня», 2 марта 2020 г.).

В современной телевизионной коммуникации, как и в любом виде медиадискурса, частотны заголовки, включающие прецедентные феномены, которые несут в себе культурные, исторические, этнические и научные знания о мире. Известно, что в языке современного телевидения «прецедентный заголовок» принято классифицировать по источникам цитирования. Это высказывания общественных деятелей, образцы классической литературы, крылатые фразы, пословицы, а также названия песен, кинофильмов и отрывки из них, например:

**«Хождение по мукам».** В Орловской области многодетная семья несколько лет пытается получить положенное по закону жилье (НТВ, «Сегодня», 18 октября 2019 г.). В данном заголовке используется афоризм, однако сама новость не имеет прямых ассоциативных связей с ним, кроме темы жилья. В этом случае прецедентный текст повышает выразительность заголовка, наполняет его новыми смысловыми оттенками.

**«Эх, раз, еще раз».** С мыса Канаверал запустили ракету, первая ступень которой уже побывала в космосе (НТВ, «Сегодня», 31 марта 2019 г.). В данном заголовке имеется цитата — строка известной народной песни.

**«Звенит июльская вьюга».** Погода продолжает испытывать на прочность российские регионы (НТВ, «Сегодня», 5 июля 2019 г.). Заголовок отсылает к прецедентному тексту — песне «Звенит январская вьюга» из к/ф «Иван Васильевич меняет профессию».

В телевизионных заголовках, как и в заголовках печатных СМИ, частотно использование паремий, в том числе подвергшихся различным трансформациям: *«Что посмеешь, то и пожнешь»* (ТВЦ, «События», 12 нояб. 2019 г.); афоризмов: *«Власти все возрасты покорны»* (НТВ, «Сегодня», 15 дек. 2019 г.). Подобного рода явления тоже можно отнести к прецедентным. Восприятие таких заголовков опирается на имеющиеся у зрителей пресуппозитивные знания: заголовки, включающие известные суждения, легче воспринимаются.

Фразеологизмы, в том числе подвергшиеся трансформациям, традиционно частотны и в телевизионных заголовках: *«Чтоб ноги моей в России не было»*. Актер Панин переезжает за границу (НТВ, «Сегодня», 4 марта 2020 г.); *«Блогерша закрутила роман с пасынком и лишилась опеки над детьми»* (НТВ, «Сегодня», 27 февраля 2020 г.).

Прагматика телевизионных новостных заголовков формируется и за счет включения в них традиционных изобразительно-выразительных средств (тропов и стилистических фигур):

*«Мы этот период пройдем достойно»*. Путин о «пляшущих» ценах на нефть (НТВ, «Сегодня», 10 марта 2020 г.); *«Стальные бабушки»*. Пенсионеры на байках бороздят российские просторы (НТВ, «Сегодня», 7 марта 2020 г.) — метафорические эпитеты;

*«Молодой муж Бабиной круглый год дарит ей цветы и подарки»* (НТВ, «Сегодня», 7 марта 2020 г.) — гипербола;

*«Коронавирус добрался до Турции»* (НТВ, «Сегодня», 11 марта 2020 г.) — метафора;

*«Дело “перуанского шамана” слушают в Мособлсуде»* (ТВЦ, «События», 11 марта 2020 г.) — о травнике и целителе Даниэле Диасе-Струкове; *«К краже денег у россиян подключились “белые кролики”»* (ТВЦ, «События», 10 марта 2020 г.) (мошенники) — перифразы;

*«Коронавирус: почему выздоравливает Китай, а Европа заболевает»* (НТВ, «Сегодня», 9 марта 2020 г.) — метонимия;

*«Еда впрок, самолетики и соцсети»*. Как питерские студенты подготовились к коронавирусной изоляции (НТВ, «Сегодня», 5 марта 2020 г.); *«Небо, кокосы и парадь»*. Самые необычные подарки к 8 Марта (НТВ, «Сегодня», 8 марта 2020 г.) — зевга;

*«В охваченной коронавирусом Италии умер первый медик»* (ТВЦ, «События», 11 марта 2020 г.); *«Предсказавший кризис 2008 года экономист предупредил о новой катастрофе»* (НТВ, «Сегодня», 12 марта 2020 г.) — инверсия;

*«Утром — лифты, вечером — деньги за капремонт»* (ТВЦ, «События», 31 июля 2019 г.) — антитеза и аллюзия.

Если рассматривать функциональные особенности телевизионных новостных заголовков, то можно отметить, что заголовок телесюжета чаще всего реализует номинативную, информативную и прагматическую функции. Можно говорить о том, что прагматическая функция, безусловно, является лидирующей. Она служит основной задаче заголовка — привлечь внимание зрителя с тем, чтобы побудить его посмотреть весь сюжет. Важность заголовка может быть отмечена не только на первом уровне восприятия текста, когда реципиент определяется в своих последующих действиях (исходя из содержания заголовка), но и на втором этапе, когда заголовок помогает контролировать понимание произведения, и на третьем, где заголовок может послужить своеобразным ключом ко всему произведению, помогая читателю запомнить суть текста и в дальнейшем найти его, ориентируясь на информацию в заголовке [5, с. 159–161].

Номинативная функция реализуется в случае, если заголовок выступает в качестве знака текста, он обозначает его, дает понять, о чем будет сюжет телевизионных новостей: *«Неравный бой»*. Украинские силовики обстреляли детский сад в ДНР (НТВ, «Сегодня», 11 мая 2019 г.); *«Свернули инициативу»*. Дональд Трамп отозвал из Конгресса свой законопроект о реформе здравоохранения (НТВ, «Сегодня», 25 октября 2019 г.); *«Стрельба в Германии»*. Восемь человек погибли, пятеро тяжело ранены в результате стрельбы в немецком городе Ханау. Злоумышленник открыл огонь в двух каменных, которые располагались в разных районах (ТВЦ, «События», 20 февр. 2020 г.).

Информативная функция представлена, если заголовок помогает понять основной тезис, выдвигаемый журналистом. После просмотра такого заголовка сюжета телезрители должны понять, какая проблема будет затронута: *«Огонь Олимпиады 2020 зажегут без зрителей»* (ТВЦ, «События», 9 марта 2020 г.); *«Италия обогнала Китай по смертности от коронавируса»* (ТВЦ, «События», 10 марта 2020 г.); *«Врач предупредил об опасности мытья рук»* (НТВ, «Сегодня», 11 марта 2020 г.).

При реализации прагматической функции на первый план выходит эмоционально-оценочный компонент: *«Заместитель постпреда России в ООН отчитал коллегу из Британии»* (НТВ, «Сегодня», 13 апр. 2019 г.); *«Глава ФБР: Россия — самая крупная угроза на Земле»*. По словам директора ФБР, Россия представляет самую большую угрозу для всех стран на Земле. При этом директор ФБР отказался говорить о ходе данного расследования до его завершения (ТВЦ, «События», 3 мая 2019 г.).

Таким образом, прагматика телевизионного новостного заголовка формируется за счет традиционных средств языка: лексики, в том числе стилистически маркированной, использования изобразительно-выразительных средств, явления прецедентности; она связана также с функциональной спецификой заголовка.



1. Сулейман М. М. Место названий телепередач в системе имен собственных // Изв. Волгоград. гос. пед. ун-та. 2016. № 6 (110). С. 125–129.

2. Сулейман М. М. Названия российских и британских телепередач в ономазиологическом аспекте // Изв. Волгоград. гос. пед. ун-та. 2018. № 6 (129). С. 108–114.

3. Дудникова М. С. Номинативная парадигма англоязычного телевизионного дискурса: на материале названий развлекательных телепередач Британии и США : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2011. 20 с.

4. Бертякова А. Н. Заголовок в процессе восприятия содержания текстов СМИ (на примере заголовков телевизионных передач) // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения : материалы 56-го Междунар. форума (13–14 апреля 2017 г.) : в 2 т. СПб. : Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2017. Т. 2. С. 175–176.

5. Лазарева Э. А. Заголовочный комплекс текста — средство организации и оптимизации восприятия // Изв. Урал. гос. ун-та. 2006. № 40. С. 158–166.

© Малецкая М. С., Грищева Е. С., 2020

УДК 811.161.1-112+801.8

Науч. спец.: 10.02.01

DOI: 10.36809/2309-9380-2020-26-74-77

## ЖАНР ПРИЖИЗНЕННОГО ЧУДА В РУССКОЙ АГИОГРАФИИ: КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье рассказ о прижизненном чуде в составе жития рассматривается как самостоятельный жанр. Выявлены методологически значимые коммуникативно-прагматические параметры, позволяющие охарактеризовать жанровую специфику. Материалом для исследования послужили лучшие образцы древнерусской агиографии.

*Ключевые слова:* агиография, жанр, прижизненное чудо, коммуникативно-прагматические параметры.

Рассказ о прижизненном чуде как самостоятельная текстовая единица в составе жития до сих пор не был подробно рассмотрен филологами-медиевистами в жанровом и языковом аспектах, а если и удостоивался внимания, то только в связи с рассказом о чуде посмертном. При этом важно отметить, что рассказы о чудесах прижизненных обладают большим разнообразием сюжета, нежели о посмертных, и в некоторых случаях обнаруживают высокую степень сюжетно-смысловой организации. Эти наблюдения позволяют предположить, что рассказ о прижизненном чуде можно и следует рассматривать как самостоятельное жанровое образование.

Объектом настоящего исследования является рассказ о прижизненном чуде (далее также — чудо) в составе древнерусской и старорусской агиографии, предметом — жанровые особенности повествований данного типа. В рамках статьи исследовательское внимание целесообразно сосредоточить на коммуникативно-прагматических параметрах как отправном моменте в более глобальном исследовании жанровой специфики этого повествования.

В работах по древнерусской агиографии отмечается, что в Древней Руси литературное чудо считалось самостоятельным жанром, поскольку жанры выделялись не только на основании литературных признаков, но и тематически, т. е. в зависимости от предмета или явления, о котором шла

## GENRE OF A LIFETIME MIRACLE IN RUSSIAN HAGIOGRAPHY: A COMMUNICATIVE-PRAGMATIC ASPECT

In the article, the story of a lifetime miracle as part of hagiographic texts is considered as an independent genre. Methodologically significant communicative-pragmatic parameters are revealed, which enable to characterize genre specificity. The material for the study was the best examples of Old Russian hagiography.

*Keywords:* hagiography, genre, lifetime miracle, communicative-pragmatic parameters.

речь в произведении [1, с. 321]. Чудо могло выступать и как самостоятельный текст: оно функционировало как в составе других произведений, так и отдельно от них [2, с. 19]. Агиографическому чуду посвящено специальное исследование литературоведа И. В. Стародумова, предложившего тематическую классификацию, основанную на мотивах. При этом внимание ученого акцентируется лишь на посмертных чудесах русских святых [3]. Среди лингвистических исследований житий, в которых в той или иной степени затрагивается роль чуда в агиографическом тексте, следует выделить работы И. В. Грековой [4], В. П. Завальникова [5], Е. Г. Дмитриевой [6], Н. А. Стародубцевой [7].

Здесь важно отметить, что выявление специфики исследуемого жанра осложняется отсутствием четкой методологии исследования. Системы коммуникативно-прагматических параметров, разработанные в современном жанроведении [8; 9; 10], приходится признать малопродуктивными для нашего исследования по ряду причин. Во-первых, жанр жития является разновидностью церковно-религиозного стиля, что уже определяет его коммуникативно-прагматическую специфику на фоне других функциональных стилей [11]. Во-вторых, модели описания жанра в современной генристике ориентированы на произведения живой и письменной речи в синхронии, мы же рассматриваем исторические произведения