

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра русского языка, речевой коммуникации и русского как
инострannого

**Языковые особенности заголовков выпусков телепередачи
«Модный приговор»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 432 группы
направление 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики
Акопян Лусине Николаевны

Научный руководитель
профессор, д.ф.н., доцент

подпись, дата

Т. А. Милёхина

Зав. кафедрой д.ф.н., доцент

подпись, дата

А. Н. Байкулова

Саратов 2021

ВВЕДЕНИЕ

Телевидение – одно из самых великих изобретений XX века, совершившее настоящую революцию в сердцах и умах человечества. Оно стремительно завоевало популярность, и теперь уже сложно представить нашу жизнь без мерцания «голубого экрана». В последнее время телевидение существует в условиях массового проникновения зрителей в телевизионные программы. Среди них наиболее популярны ток-шоу, которые должны развлекать аудиторию, удерживая её у экранов. Они без стеснения внедряются в нашу повседневную жизнь и всеми силами стремятся воздействовать на представления человека об окружающих явлениях, формировать его отношение к действительности, используя различные методы.

Чтобы привлечь внимание аудитории, телевидение использует один из основных, наиболее действенных способов – создание ярких броских заголовков, мотивы и цели которых зависят от концепта телепрограммы. Это даёт возможность зрителям предварительно ознакомиться с центральной темой выпуска, а также позволяет более точно и эмоционально выразить его сюжет и идейное содержание. Однако в современной телевизионной коммуникации более важны методы преподнесения заголовков, и именно этим определяется **актуальность** нашего исследования.

Объектом исследования является телепередача «Модный приговор».

Предметом исследования являются заголовки выпусков телепередачи «Модный приговор».

Цель данной работы – проанализировать заголовки выпусков телепередачи «Модный приговор» с точки зрения их происхождения и установить виды трансформации языковых единиц, используемых для их создания.

Задачи:

1. Охарактеризовать ток-шоу как телевизионный жанр;

2. Определить место и функции заголовков в структуре телепередачи;
3. Дать определение понятию прецедентные языковые феномены и рассмотреть их типы;
4. Охарактеризовать заголовки выпусков телепередачи с точки зрения их происхождения;
5. Рассмотреть языковые единицы, послужившие основой для создания заголовков;
6. Проанализировать виды трансформации прецедентных текстов, использованных в заголовках выпусков телепередачи.

Материалом для исследования являются 137 заголовков выпусков телепередачи «Модный приговор», записанных в течение 2018–2021 гг.

Структура работы: работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложения.

ГЛАВА 1 История вопроса

В первой главе мы охарактеризовали ток-шоу как телевизионный жанр, определили место и функции заголовков в структуре телепередачи, а также дали определение понятию прецедентные языковые феномены и рассмотрели их типы.

В ходе нашего исследования мы выяснили, что ток-шоу – разговорная передача с участием приглашённой в студию аудитории – представляет собой не только жанр телевизионной передачи, но и феномен массовой культуры, социальная значимость которого чрезвычайно велика, так как ток-шоу позволяют воздействовать на сознание телезрителей, внедряют мировоззренческие ориентиры и модели поведения.

Важную роль в телепередаче «Модный приговор» выполняет заголовок выпусков – высказывание, словосочетание, которое перед началом передачи за кадром произносит диктор. Заголовок представляет собой в сжатом виде главную идею передачи.

В качестве языковой основы заголовков выпусков телепередачи «Модный приговор» используется широкий ряд разнообразных языковых единиц, среди которых фразеологизмы, устойчивые выражения, пословицы, поговорки, цитаты и другие известные фразы.

Такие языковые единицы используются в заголовках как в своём первоначальном виде, так и как трансформации различного рода. Существуют многочисленные классификации трансформаций устойчивых единиц. Наиболее распространены два вида таких изменений – структурные и семантические. Структурные связаны с изменением состава текстов, семантические подразумевают изменение значения.

ГЛАВА 2 Заголовки выпусков передачи «Модный приговор» с точки зрения происхождения

Вторая глава была посвящена анализу заголовков выпусков передачи «Модный приговор» с точки зрения их происхождения. Так, мы проанализировали три группы заголовков.

Первая группа состоит из текстов, имеющих различные источники. Общее число таких примеров в нашем материале – 102 единицы. Большая часть из них (75 единиц) состоит из заголовков-прецедентных текстов, которые включают в себя названия или строки из 22 популярных песен («Цвет настроения – тина», «Угнала тебя, угнала!»), названия или цитаты из 20 художественных фильмов («Джентльмены предпочитают блондинок», «Людк, а Людк! Тьфу! Деревня!»), 13 литературных произведений («Ешь, толстей, молчи!», «Наша Юля вечно плачет»), 9 фразеологизмов («Моя песенка спета», «Между двух огней»), 5 пословиц и поговорок («Тёща с возу, зятю легче!», «Смех без причины – признак дурачины!»), 4 цитаты известных людей («60 лет в космосе! Полет нормальный!», «Доктор, у вас проблемы!») и 2 названия телевизионных передач («Я Юля, хотите стать миллионером?», «Оденьте её немедленно»). Такие заголовки представлены либо в своём исходном виде (18 единиц), либо трансформированы (57 единиц). Помимо собственно прецедентных текстов к первой группе мы отнесли сочетание официально-делового трафарета «Дело» и конструкции, имеющей сказочные аллюзии: «Дело о...», «Дело о том, как...» («Дело о Насте на иголках и Сергее на чемоданах», «Дело о том, как модный фермер доярок окультуривал», «Дело о той, чей голос слушает космос»), сказочные зачины: «Жили-были...», «Как...» характерные для русских сказок («Жили-были персидский принц и деревенская простушка», «Как Алевтина всех женихов в лесу растеряла»), конструкцию повтора «выдавал, да так и не выдал», характерную для сказочных текстов («Дело о том, как зять тещу 10 лет замуж выдавал, да так и не выдал», «Дело о том, как брат сестру

замуж 30 лет выдавал, выдавал, да так и не выдал»), а также оборот «не хочу..., а хочу...» из художественных произведений. В «Недоросле» Д. И. Фонвизина Митрофанушка говорил: «*Не хочу учиться, а хочу жениться*», в «Сказке о рыбаке и рыбке» А. С. Пушкина старуха заявляла: «*Не хочу быть черной крестьянкой, / Хочу быть столбовою дворянкой*», а в «Модном приговоре» редакторы выразились от имени мужа героини – «*Не хочу старушку, а хочу молодушку!*».

Вторая группа включает в себя единицы, которые не опознаются как принадлежащие определённому тексту, однако известны и знакомы всем носителям языка. Среди них – безымянные фразеологизмы, номинативные, структурные и другие стереотипы, распространённые в обществе. Всего таких заголовков в нашем материале насчитывается 10. Например, «*Брак по расчёту*», «*Повезло, так повезло!*», «*Попугай-неразлучники*», «*И снова здравствуйте!*».

Третья группа заголовков – это заголовки, созданные авторами программы, преимущественно рифмованные высказывания и цитаты из речи героев программы, которые, по мнению авторов, в концентрированном виде характеризуют персонажей или формулируют их проблему. Общее число таких примеров в нашем материале – 25 единиц. Рифмованные заголовки сохраняют народно-разговорную стилистику, что проявляется в их лексическом составе (включают разговорную лексику), нередко проводят забавные параллели и создают юмористический эффект. Например, «*Он ей маникюр и массаж, а она штукатурит гараж*» и «*Была светской львицей, а стала одинокой волчицей*». Заголовки, построенные на основе высказываний реальных героев, создают психологический контакт со зрителями. В центре внимания зрителей оказываются личные проблемы людей. Женщины и мужчины могут быть уверены в себе, и, наоборот, могут страдать от низкой самооценки. Например, «*Кому я нужна с двумя детьми и сорок первым размером обуви?!*» или «*Я – мужчина мечты*».

ГЛАВА 3 Трансформация языковых единиц в заголовках телепередачи «Модный приговор»

В третьей главе мы охарактеризовали приёмы трансформации прецедентных текстов, используемых для создания заголовков выпусков передачи «Модный приговор».

Так, мы проанализировали пять типов трансформации, которые используют авторы программы: замещение одного компонента исходного прецедентного текста («*Анютини сказки*», «*Мой бывший – псих!*», «*Беги, Женя, беги!*») замена нескольких компонентов исходного прецедентного текста («*Людочка исчезает в полночь*», «*Ирония судьбы, или с новым платьем!*», «*Тёща с возу, зятю легче!*»), расширение прецедентного текста («*Восток – дело тонкое, помогите!*», «*Джентльмены предпочитают блондинок! А чудачки – мою маму!*», «*Гну свою линию бровей*»), изменение исходного текста грамматического характера («*Из Ниццы за любовью*», «*Дело о кошке, которая гуляет сама не в себе*», «*Природа на мне отдохнула*») и контаминации различных типов («*Дело о той, что не коней, а трамваи на ходу останавливает*», «*Дело о той, по ком Мосфильм плачет*», «*Ради детей в огонь, воду и социальные сети!*», «*Пригреть змею на шее*»).

Самые распространённые виды трансформации связаны с замещением одного или нескольких компонентов исходных языковых единиц, а также с различными типами контаминаций. Меньше всего в нашем материале встретился такой тип трансформации, как расширение исходного текста.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Материалом для анализа в данной работе является одна из самых популярных телепередач современного телевидения – программа «Модный приговор». По жанру передача представляет собой ток-шоу, то есть развлекательную разговорную передачу с участием приглашённой в студию аудитории. Несмотря на то, что «Модный приговор» посвящён проблемам современной женской моды, задачи этой программы более серьёзные, поскольку разговор о моде даёт возможность авторам программы рассматривать морально-этические проблемы семьи, внедрять мировоззренческие ориентиры и воздействовать на сознание зрителей.

Важную роль в телепередаче «Модный приговор» выполняет заголовок выпусков – высказывание, которое перед началом передачи за кадром произносит диктор. Заголовок представляет собой в сжатом виде главную идею передачи. В работе было проанализировано 137 заголовков из передач периода 2018–2021 гг.

В качестве языковой основы заголовков выпусков телепередачи «Модный приговор» используется широкий ряд разнообразных языковых единиц, среди которых фразеологизмы, устойчивые выражения, языковые афоризмы, пословицы, поговорки, цитаты и другие известные фразы.

Заголовки выпусков телепередачи «Модный приговор» были проанализированы в двух аспектах – с точки зрения происхождения и с точки зрения трансформации языковых единиц, использованных в процессе их создания.

В результате проведенного исследования мы выяснили, что большинство исследованных заголовков (102) являются по своему происхождению прецедентными текстами. При этом используются или сами прецедентные феномены или их структурные модели.

Наиболее широко авторы программ используют названия или цитаты из популярных песен (22), художественных фильмов (20), литературных

произведений (13). Гораздо меньше для создания заголовков привлекаются фразеологизмы (9), пословицы и поговорки (5), цитаты известных людей и названия телевизионных передач (2).

Помимо собственно прецедентных текстов при создании заголовков используются структурные модели, характерные для официально-делового документа (трафарет «Дело №») и сказочные структуры (*жили-были*). Так передача «Модный приговор» придерживается с одной стороны, своего образа модного суда, а с другой стороны, помогает героям не только изменить гардероб, но и разобраться в своих проблемах.

Небольшая по составу группа заголовков (10 единиц) включает в себя единицы, которые не опознаются как принадлежащие определённому тексту, но всем известны, распространены в современном обществе.

Довольно много (25) в нашем материале заголовков, созданных авторами программы. К ним относятся рифмованные заголовки (15) и речевые цитаты героев передачи (10).

Рифмованные заголовки сохраняют народно-разговорную стилистику, что проявляется в их лексическом составе (включают разговорную лексику), нередко проводят забавные параллели и создают юмористический эффект.

Заголовки, построенные на основе высказываний реальных героев, создают психологический контакт со зрителями. В центре внимания зрителей оказываются реальные типы людей с реальными проблемами, женщины и мужчины, которые могут быть полностью уверены в себе, а могут страдать от низкой самооценки.

При создании заголовков авторы программы используют пять типов трансформации: замещение одного компонента исходного прецедентного текста, замена нескольких компонентов исходного прецедентного текста, расширение прецедентного текста, изменение исходного текста грамматического характера и контаминации различных типов. Самой редкой трансформацией является расширение исходного текста.

Таким образом, в результате анализа было установлено, что наиболее востребованными источниками для создания заголовков телепередачи «Модный приговор» выступают популярные песни и художественные фильмы. Важно отметить, что среди них не только современные, но и советские художественные тексты, что говорит о преемственности культурных традиций. Кроме того, на третьем месте по популярности находятся цитаты из литературных произведений, что свидетельствует о том, что они понятны и узнаваемы зрителями.

Наша работа позволяет сделать вывод о том, что авторские преобразования заголовков телепередачи «Модный приговор» могут как сохранить общий смысл первоисточника, так и изменить его, добавив дополнительный оттенок значения. Яркие и необычные заголовки, в основе которых выступают фразы и выражения, известные практически всем, позволяют более точно и эмоционально выразить сюжет и идейное содержание выпуска программы.