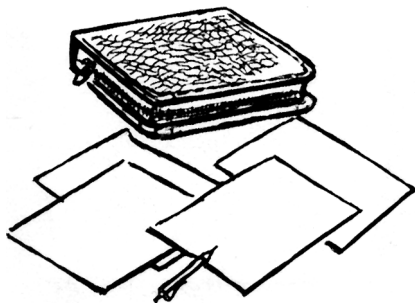


*Язык прессы*

## Высокая «плотность текста»

© Л.Е. МАЛЫГИНА,  
кандидат филологических наук

На примере телевизионного анонса как прототипического жанра телевизионного анонса автор статьи показывает, что высокая «плотность текста», то есть структурная краткость при максимальной семантической наполненности, в текстах телевизионных промоджанров достигается за счет наложения и переплетения риторических фигур, которые представляются достаточно устойчивым синтаксическим образованием, отличаются от синтаксических построений обиходной речи.

*Ключевые слова: телевизионный промодискурс, телеанонс, трансформация жанра, конвергенция стилистических приемов, высокая «плотность» текста, суггестивные, эмфатические и изобразительные фигуры.*

Объем актуальной информации постоянно возрастает, поэтому в средствах массовой информации ведется поиск компактных форм для ее передачи. Это обуславливает развитие малых форм телевизионного промодискурса, позволяющих адресату за минимальное количество времени воспринимать максимальное количество информации [1]. Именно эта функция предопределяет высокую «плотность текста» как одну из основных особенностей телевизионного промодискурса. Рассмотрим ее на примере жанра телеанонса.

Высокая «плотность текста» – это структурная краткость при максимальной семантической наполненности, усиленная наложением, переплетением риторических фигур. По словам Ю.М. Скребнева, фигура – это «синтагматически образуемое средство выразительности» [2]. Своеобразие фигуры заключается в особом стилистически значимом синтаксическом построении словосочетания, предложения или даже группы предложений. При этом не существенен перенос значения – слова и словосочетания часто используются в прямом, а не в переносном значении.

Грамматические фигуры разнообразны, их намного больше, чем тропов. По ряду существенных признаков, которые выделяют каждую из групп фигур, встречающихся в тексте телевизионного анонса, можно выделить суггестивные, эмфатические и изобразительные фигуры.

К суггестивным фигурам (*лат. suggestion, рус. суггестия* – внушение) относятся *аллитерация, анафора, эпифора, опоясывающий повтор, параномазия, ритмические равночлены, хиазм*. Основу воздействия на эстетическое чувство у всех фигур этой группы составляет соразмерность звуковых, смысловых и ритмичных повторов, создающих должное впечатление и ритмичное движение фразы. Все фигуры этого типа придают речи особое интонационно-ритмическое звучание, при котором смысловая фактура фигурной модели предстает в определенной стилистической и звуковой гармонии.

К группе *эмфатических* фигур (*греч. выразительный, подчеркнутый*) относятся фигуры, основанные на взаимодействии понятийных (не звуковых) обозначений в синтагме, на разнообразных стилистических вариациях языковых единиц, соответствующих словам и словосочетаниям. Это прежде всего такие фигуры, как *антитеза, градация, антиципация, мейозис, литота* и др.

Умение пользоваться словом помогает автору анонса обратить особое внимание на тему анонсируемой программы, заставляет зрителя прислушаться к услышанному. Так как для телевизионной речи характерна игра в разговорность, то журналисты нередко применяют обороты, свойственные разговорной речи. Таковы, в частности, фигуры – *антиципация, мейозис и литота*. Рассмотрим пример использования *антиципации* (*лат. anticipation* – предвосхищение), которая обычно обозначает предшествование местоименного обозначения замещаемому им слову. Эта фигура используется, как правило, для аффективного, эмоционального выделения того объекта, о котором идет речь. Нередко встречается в прямой речи героев анонсируемой программы: «Нам говорят – это не футбольные фанаты, тогда *кто это? Кто эти тысячи организованных людей?*».

Существенно, что эмфатические фигуры воздействуют в первую очередь на эмоциональное состояние и настроение адресата. Поэтому

ряд значений у фигур этого типа зависит от основных компонентов экспрессивности – оценочности и стилистической окрашенности слов и словосочетаний, составляющих стержень фигуры.

Группу *изобразительных* фигур составляют экспрессивно-стили- стические варианты высказывания, соответствующие более крупным, чем слово и словосочетание, единицам текста – предложению или даже группе предложений. К таким фигурам относятся *риторический во- прос, риторическое определение, риторическое обращение, заклинание, сентенция, афоризм* и другие. Например, риторическое определение дает журналисту возможность в ироническом ключе охарактеризовать происходящее событие и его главных участников: «*Вы думали, лихие 90-е никогда не вернутся? Кто собрал стаю голодных волков с город- ских окраин и бросил против мирных людей?*» (НТВ. «Черная метка». 2010. 23 окт.). Эффект воздействия изобразительных фигур возникает не на основе определенных ритмических и звуковых отрезков речи (как в группе суггестивных фигур) и не на основе сопоставления отдельных понятийных единиц (как в группе эмфатических фигур). В качестве центральной единицы в фигурах третьей группы выступает мысль, суж- дение. Так в афоризме и сентенции в сжатой, занимательной, изобрази- тельной форме высказывается некая значительная мысль нравоучитель- ного характера. «Они думали: *сила – в знании*, а оказалось – в деньгах. Попав на обочину жизни, интеллигенция меняет профессию» (НТВ. «Ума – не надо». 2007). Изобразительные фигуры в яркой стилистиче- ской форме выражают чувства и общие намерения, которые адекватны мольбе, просьбе, пожеланию, заклинанию и т.д.

Наложение риторических фигур при структурной краткости текста анонса многократно усиливает его семантическую наполненность. Таким образом достигается высокая «плотность» закадрового текста, поддерживаемая изображением и звуком. Текст телевизионного анонса становится многоплановым. Всевозможные типы повтора делают его более емким: «*Лекарство от смерти или смерть от лекарств*» (НТВ. «Ис- пытано на себе». 2009. 31 янв.). Журналист использует *антиметаболу* – стилистический прием, представляющий собой контаминацию *хиазма* и *антитезы* и заключающийся в таком перекрестном повторении одних и тех же слов, которое сопровождается изменением их синтаксических функций, а также противопоставленностью понятий или явлений дей- ствительности. Как правило, используется с целью выявления различия или обнаружения сходства у каких-либо явлений, обозначенных пере- ставленными словами: «*Магия искусства или искусство магии*» (НТВ. «Профессия – репортер». 2007). В следующем примере автор достигает экспрессии за счет того, что лексический повтор (*анафора*) в составе равночлена употребляется в фигуре более высокого порядка – в ритори- ческом вопросе: «*Когда* нечем кормить детей, *когда* денег хватает только

на хлеб и воду, *когда* унижение стало нормой... как не сойти с ума? Где взять силы, чтобы жить?» (НТВ. «Профессия – репортер». 2007). Фраза разделена на равные, ритмичные и симметричные отрезки, содержит элементы энергичного внушения.

Рассмотрим примеры текстов анонсов, в которых для достижения краткости и максимальной семантической наполненности использован весь комплекс изобразительно-выразительных средств (наложение и переплетение риторических фигур, тропы, устойчивые выражения, прецедентные феномены):

1. «К пятидесятилетнему юбилею... Барби! Ее обожают и ненавидят. Она принцесса из сказки и коварная соблазнительница. Полвека она диктует девушкам что носить, где жить и что есть. И это уже не игрушки! Почему в наши дни Барби рассталась с Кеном? “50 лет в стиле Барби” – фильм Андрея Лошака. “Профессия – репортер”. В субботу. В 19.25. На НТВ» (НТВ. «Барби-суперстар». 2009).

В первой строке анонса автор создает интригу с помощью апоизиопезиса (фигуры умолчания) («К пятидесятилетнему юбилею...»). Далее («Барби! Ее обожают и ненавидят!») используются риторическое восклицание, именительный падеж темы и антонимическая пара («обожают – ненавидят»). Контекстуальные антонимы «принцесса из сказки и коварная соблазнительница» создают в четвертом предложении эффект контраста. Задачам ритмического благозвучия в тексте данного анонса отвечает фигура *единозначенания* – перечисляющий лексический ряд с однородными номинативными единицами. В этой роли выступает триада в форме ритмического равночлена, то есть фигура, насчитывающая в своем составе три оценивающих слова: «Полвека она диктует девушкам *что носить, где жить и что есть!*». Ироничная буквализация метафоры «...И это уже не игрушки!» позволяет автору добиться комического эффекта. Несколько раз в тексте используются риторические вопросы и восклицания в сочетании с приемом олицетворения: «Барби!» (риторическое восклицание, привлекающее внимание зрителя); «Полвека она диктует девушкам что носить, где жить и что есть!» (олицетворение, нарушающее стереотип мышления); «И это уже не игрушки!» (агрессивное риторическое восклицание, буквализация метафоры, ирония). «Почему в наши дни Барби рассталась с Кеном?» (риторический вопрос, олицетворение).

2. «Кто сказал, что Москва – несносная? Как исторические центры превращаются в центры строительного бума и судебных скандалов? Чем закончится противостояние? К лицу ли Москве и Питеру новое лицо? Почему англичане спасают российскую столицу, а русские лондонцы памятники на берегу Темзы? И как случилось, что супермодель Наталья Водянова в своем доме не хозяйка? “Теперь здесь офис” – фильм Андрея Лошака» (НТВ. «Профессия-репортер». 2010. 10 нояб.).

Обращает на себя внимание тот факт, что весь текст анонса, за исключением заключительного предложения, представляет собой цепочку риторических вопросов. С их помощью автор анонсирующего текста заостряет внимание зрителя на важной теме. Причем мы видим, что в предложении «Почему англичане спасают российскую столицу, а русские лондонцы памятники на берегу Темзы?» использована контекстуальная антитеза. Также автор текста обыгрывает омонимы («Москва несносная»), дважды использует лексический повтор, работающий на внушение («Как исторические *центры* превращаются в *центры* строительного бума...»); «*К лицу* ли Москве и Питеру новое *лицо*?»). Использование разговорного стиля в названии документального фильма «Теперь здесь офис» привлекает внимание простотой и неожиданностью.

3. «Чувство, которое убивает. Его заливают водкой и антидепрессантами... Кому-то поможет, а кого-то – толкнет на самоубийство. Депрессия. Когда нет выхода из офисного ада и ненавидишь весь мир... Как Россия заболела нерусской хандрой? Жизнь на грани нервного срыва и средство от безумия в фильме Андрея Лошака “Великая депрессия”» (НТВ. «Профессия – репортер». 2007. 29 сент.).

Первая строка анонса представляет собой емкое назывное предложение. Во втором автор использует элемент разговорного стиля («заливают водкой»). Далее следует контекстуальная антитеза («Кому-то поможет, а кого-то – толкнет на самоубийство»). Ритмичное движение фразы создает прием парцелляции («Депрессия. Когда нет выхода из офисного ада и ненавидишь весь мир») и риторический вопрос («Как Россия заболела нерусской хандрой?»). Трансформированные прецедентные феномены «нерусская хандра» (ср. «русская хандра» – А.С. Пушкин, «Евгений Онегин»); «жизнь на грани нервного срыва» (художественный фильм «Женщина на грани нервного срыва» (1988), режиссер П. Альмодовар) лежат в основе языковой игры, которая привлекает внимание зрителя, активизирует его воображение, вызывает комплекс ассоциаций. Прием буквализации метафоры усиливает прагматический потенциал прецедентного феномена «Великая депрессия», использованного в качестве названия документального фильма А. Лошака.

4. «Он – первый, кому предрекли смерть от загадочного вируса, а она боялась рожать из-за страшного диагноза, но ее малышка абсолютно здорова. Жизнь со штампом “ВИЧ”. Когда болезнь неизлечима... Как победить человеческие предрассудки? Как простить любимого за страшный диагноз и понять сына, который заразился сознательно? Какое будущее ждет тех, кто позитивен с рождения? СПИД. Наказание или просто болезнь? Фильм Катерины Гордеевой “Мир Позитива”» (НТВ. «Профессия-репортер». 2007. 10 нояб.).

Синтаксический параллелизм, использованный в первом предложении, работает на скрытое внушение. Следом за сложным распро-

страненным предложением следует короткое назывное предложение («Жизнь со штампом “ВИЧ”»). Оно позволяет избежать монотонности речи, задает ритм. Эффект интриги достигается за счет фигуры аппозиопезиса («Когда болезнь неизлечима...»). Ряд риторических вопросов («Как победить человеческие предрассудки? Как простить любимого за страшный диагноз и понять сына, который заразился сознательно? Какое будущее ждет тех, кто позитивен с рождения?») придают речи особое интонационно-ритмическое звучание, при котором смысловая фактура фигурной модели предстает в определенной стилистической и звуковой гармонии. Парцелляция, в сочетании с риторическим вопросом и антитезой («СПИД. Наказание или просто болезнь?»), усиливает агрессивную тональность текста. Многозначность слова *позитив* (1. Положительная реакция на ВИЧ-инфекцию; 2. Позитив – радость) использована в названии фильма К. Гордеевой «Мир позитива».

Анализ текстов телеанонсов как прототипического жанра телевизионного промодискурса показал, что трансформация жанров телевизионного промодискурса (в частности, анонса) произошла в том числе и на синтаксическом уровне.

### *Литература*

1. Ковальчукова М.А. Новостной анонс в сети Интернет как речевой жанр дискурса СМИ. Автореф. Дис...канд. филол. наук. Ижевск, 2009.
2. Скребнев М.Ю. Синтактико-стилистические средства языка (Функционально-стилистическая и эмоционально-экспрессивная характеристика). М., 1968.

*МГУ им. М.В. Ломоносова*