

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕВИЗИОННОГО ИСТОРИКО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ДИСКУРСА НА ПРИМЕРЕ ПЕРЕДАЧИ ЛЕОНИДА ПАРФЁНОВА «НАМЕДНИ» (НТВ)

Рассматриваются лексические средства популяризации исторических знаний в рамках дискурсивного пространства телепередачи «Намедни» Л. Парфёнова. В центре внимания лексические единицы, принадлежащие к различным функциональным стилям речи: от официально-деловой терминологии до жаргонизмов, которые служат, с одной стороны, средством эпатажа зрителей, собственного эмоционально-волевого позиционирования канала и журналиста, а с другой – средством популяризации, т. е. привлечения внимания максимально широкой публики. Оценивается коммуникативный потенциал исследуемых единиц и их функциональная нагрузка в журналистском материале.

Ключевые слова: синонимия, прецедентные тексты, лексические единицы.

В эпоху рыночной экономики информация является ценным товаром. Современные радио и телевидение находятся в состоянии постоянной погони за рейтингом, который не что иное, как показатель «продаваемости» их контента: изображения, звука и слова. Особенно остро проблема рейтинга, а значит, и выживания в эфире, стоит для просветительских, научно-познавательных телепередач, охватывающих заведомо меньшую часть зрителей. Желая привлечь массовую аудиторию, СМИ часто обращаются к молодежи, используя наиболее «понятный» и доступный «массам» язык, сленг, включающий просторечия, неологизмы, жаргонизмы и прочие элементы, снижающие до предела уровень разговорного литературного языка, который изначально заявлен в качестве нормы для отечественной печати и аудиовизуализации.

В связи с этим представляется актуальным рассмотрение проблемы лексического состава текстового пространства современных научно-познавательных телепередач с целью выявления специфических способов адаптации исторических знаний в аудиовизуальной форме. В предлагаемой статье объектом анализа является серия «61 год» историко-познавательной программы «Намедни. Наша эра» Л. Парфёнова (НТВ) [1].

Рассказывая об эпохе 1960-х годов, журналист использует в речи общеупотребительные лексические единицы, свойственные тому времени. В частности, ярко выделяется категория «самости»: *самое энергичное время, самая большая электростанция* – слова и выражения, отражающие на языковом уровне атмосферу холодной войны и гонки вооружений. Это «настроение» распространялось и на другие сферы жизни: внутривнутриполитическую (*самый продолжительный съезд*), культурную (*самая лирическая работа Олега Попова*) и др.

Леонид Парфёнов, характеризуя советское время, цитирует лозунги и включает в свою речь прецедентные тексты. Например, рассказывая о поле-

те Гагарина, приводит лозунг: «*Положено начало космической эре*», о кубинской революции при Фиделе Кастро – «*Вива Куба!*», «*Родина или смерть!*», об аграрных реформах Н. С. Хрущёва: «*Кукуруза – царица полей*». Кроме того, автор цитирует Ильфа и Петрова: «*Пилите, Шура, пилите*», «*Нет, это не Рио-де-Жанейро*» и т. п. По словам исследователей языка массмедиа, цитирование – одна из наиболее ярких современных тенденций СМИ [2, с. 99]. Цитаты обычно имеют конкретную эмоционально-информационную установку, в данном случае фокусируют внимание целевой аудитории на характеристике эпохи.

По мнению Г. В. Прокофьева, категория прецедентности выступает как имплицитное (скрытое) свойство вторичного сообщения, которое, как правило, выражено средствами иной семантической структуры, отличной от естественного языка. Первичным или основным в данном случае является эксплицитно выраженное высказывание естественного языка [3, с. 78]. Исследователь Е. А. Журавлева в свою очередь считает, что выбор прецедентных текстов, включение в них слов, отражающих реалии общественной жизни страны, позволяют рассмотреть универсальные и национально-специфические черты [4, с. 102]. В 60-е одну из этих черт формировало чувство гордости за «великие достижения Родины». Это явление журналист подчеркивает эпитетами, эмоционально окрашенной лексикой: «потрясающая улыбка», «грандиозная встреча». Наряду с «высокой» лексикой, Л. Парфёнов использует официальную терминологию того времени, которая впоследствии получила статус устойчивых наименований: *интенсификация сельского хозяйства, реставрация режима, культ личности, Берлинский кризис*. В том числе распространенные аббревиатуры: *партсъезд, ГЭС, дензнаки*.

Особую роль в речи ведущего программы «Намедни» играют перифразы (описательные выражения). Это не традиционный синонимический ряд,

а коммуникативная цепочка – «накапливание» смыслов и образов. Например, *фильм – экранизация романа – роскошная тропическая сказка*. Каждое сочетание имеет яркий оттенок значения, усиленный контекстом, и вносит в текст новую уточняющую информацию о конкретном явлении. Также можно отметить яркую оценочную составляющую в парах: *залив Кочинос – залив свиней; электроэнергия – новый покоритель Сибири*.

Использование контекстных синонимов позволяет ведущему показать сложные семантические связи отдельных единиц в рамках текстового пространства, например: *эмигранты – противники – нападавшие*.

Среди лексических единиц, употребленных в переносном значении в тексте Л. Парфёнова, особняком стоят слова, имеющие религиозный подтекст. Например, говоря об идеалах нового человека, журналист называет моральный кодекс строителей коммунизма *двенадцатью заповедями*, политическое и общественное признание Ильфа и Петрова – *канонизацией лучших сатириков*, патриотическую песню, которая реабилитировала перед властью поэта Евтушенко, именует *индульгенцией*. Подобные метафоры подчеркивают подмену традиционной религии непоколебимой верой в партию и патриотизм.

Кроме того, историко-познавательный текст немаловажно без обилия имен собственных: *Гагарин, Хрущёв, Плайя-Хирон, бухта Кочинос, микрорайон Черёмушки* и др. Они, дополнительно подкрепленные видеорядом, служат для зрителя особым ориентиром в пространственно-временных реалиях.

Можно предположить, что использование исключительно политически окрашенной официальной лексики, включая лозунги и иные временные маркеры, выглядело бы ангажированно и вызвало бы отторжение у большинства зрительской, особенно молодежной аудитории. В связи с этим ведущий, чтобы привлечь и удержать внимание зрителей, не только «украшает» свой текст, но и стремится сделать его как можно более доступным.

По мнению М. П. Котюровой, автор научно-популярного произведения способен увеличить воздействующую силу текста, включив в восприятие текста эмоции читателя или зрителя [5, с. 211]. Это делает научно-популярное изложение выразительным, эмоционально насыщенным, задевающим чувства адресата. Преследуя данную цель, журналист использует разговорные и просторечные лексические элементы.

К разговорной лексике можно отнести уменьшительно-ласкательные существительные *дворняжка*, сокращенное название танца *«буги»*, а также выражения, относящиеся к иносказательным

наименованиям высшей власти, например: *поддержали «наверху», приказ «сверху»* и т. п. Также автор приводит ряд фразеологизмов, пословиц и крылатых выражений, приближающих журналиста к простому обывателю.

Использованные в тексте устойчивые выражения можно разделить на две группы: оригинальные (*Заорал как резаный*) и трансформированные в рамках конкретной ситуации (*Чем дальше в лес, тем больше ГЭС*). Трансформация создает ощущение игры, тем самым акцентирует внимание зрителя на отдельных моментах истории.

Любому зрителю известны языковые единицы, производные от фамилии «Хрущёв» (существительные и прилагательные, образованные суффиксальным способом): *хрущёвки, хрущёвское (начинание)*. Данные словоформы несут не столько негативную, сколько ироническую оценку исторических явлений (первое – о муниципальном жилье самого низкого в мире качества, второе – о различных мерах политики Н. С. Хрущёва, потерпевших крах и вызывавших насмешки). При этом, по мнению И. Б. Голуб, слова с аффиксами, которые обычно считаются формами отрицательной экспрессии, в обиходной речи также не воспринимаются как средство выражения негативного отношения [6]. Стоит отметить, что большая часть просторечных слов относится не к прямой речи журналиста, а к его описываемым героям или респондентам (*повыбить окна, помер, антикастровский*).

Функцию активизации зрительского внимания выполняют и жаргонизмы, в основном относящиеся к предмету «черного» рынка: *бегунки, дельцы, князь* – о перекупщиках иностранной валюты. Среди общего ряда жаргонизмов своей неоднозначностью выделяется слово *сука* в выражении *сука Стрелка родила* (о щенках собаки-космонавта). С одной стороны, это биологический и животноводческий термин, обозначающий самку собаки. С другой стороны, в конкретном случае, в данной телепередаче, на данном телеканале это слово несет жаргонный подтекст и служит цели эпатажа аудитории.

Таким образом, историко-познавательный текст имеет ряд лексических характеристик, каждая из которых обладает определенными функциями. Обязательным условием является наличие имен собственных и определенной исторической терминологии. Они необходимы для ориентации аудитории во времени и пространстве. Функцию историко-культурного просвещения выполняют прецедентные тексты, в данном случае цитаты культовых книг, широко известные лозунги и др. Для привлечения и удержания зрительского внимания автор использует сразу несколько лексических

средств – это выразительная синонимия, а также разговорные, просторечные и жаргонные единицы.

Как пишет А. А. Потебня [7, с. 93], «слово, взятое в целом, как совокупность внутренней формы и звука, есть прежде всего средство понимать говорящего, апперципировать содержание его мысли». В использовании тех или иных лексических средств проявляется авторское начало журналиста,

прослеживаются его оценки и цели. Однако в самовыражении и в гонке за рейтингом автор рискует потерять культурную ценность языка и оттолкнуть более интеллектуальную аудиторию, способную по достоинству оценить то или иное телевизионное произведение. Данная проблема актуальна для научно-познавательного телевидения и требует дальнейшего исследования.

Список литературы и источников

1. Намедни. Наша эра: телевизионная программа / телеканал НТВ. М. 1997. URL: <http://leonidparfenov.ru/namedni-1961> (дата обращения: 17.02.2014).
2. Анненкова И. В. Язык современных СМИ как система интерпретации в контексте русской культуры (попытка риторического осмысления) // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. 2-е изд., испр. М.: Флинта: Наука, 2007. 231 с.
3. Прокофьев Г. В. Категория интердискурсивности как средство организации медиадискурса // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2013. Вып. 5 (133). 232 с.
4. Журавлева Е. А. Прецедентные тексты начала XXI века (на материале прессы Казахстана): монография / Е. А. Журавлева, Ж. Д. Капарова; под общ. ред. Е. А. Журавлевой. М.: Флинта: Наука, 2007. 255 с.
5. Котюрова М. П. Идиостилика научной речи. Наши представления о речевой индивидуальности ученого: монография / М. П. Котюрова, Л. С. Тихомирова, Н. В. Соловьёва; ГОУ ВПО «Перм. гос. ун-т», НОУ ВПО «Зап.-Урал. ин-т экономики и права». Пермь, 2011. 393 с.
6. Голуб И. Б. Стилистика русского языка: учеб. пос. Моск. гос. ун-т печати. М.: Логос, 2002. URL: <http://www.hi-edu.ru> (дата обращения: 02.03.2014).
7. Потебня А. А. Мысль и язык. Киев: Синто, 1993. 228 с.

Мозгова Е. С., аспирант.

Национальный исследовательский Томский государственный университет.

Пр. Ленина, 36. Томск, Россия, 634050.

E-mail: evgeniya_b90@mail.ru

Материал поступил в редакцию 21.02.2014.

E. S. Mozgova

LEXICAL CHARACTERISTICS OF TELEVISION HISTORICAL-INFORMATIVE DISCOURSE ON THE EXAMPLE OF TV-PROGRAM “NAMEDNI” BY LEONID PARFENOV (NTV)

The article examines specific lexical characteristics of television language of science popularization of historical knowledge within the discursive space of TV-program “Namedni” by Leonid Parfenov. In the spotlight there are lexical units belonging to different functional styles of speech: from official business terminology to slang words, which serve, on the one hand, for shocking the audience and emotional presentation of the channel and the journalist, and, on the other hand, for attraction maximum audience attention. The author of the article focuses on dependence of the language of modern television programs from contemporary market economy, for example the term “raiting”. Every element of this lexical unit was examined in the way of its functions in the journalists’ text.

Key words: *synonymy, precedent texts, lexical units.*

References

1. Namedni. *Our era: television program* / NTV. Moscow, 1997. URL: <http://leonidparfenov.ru> (Accessed: 17 February 2014) (in Russian).
2. Annenkova I. V. Language of modern media as a system of interpretation in the context of Russian culture (attempt of rhetorical interpretation). *Language of modern journalism: collection of articles* / sost. G. Ya. Solganik. 2nd ed. Moscow, Flinta: Nauka Publ., 2007. 231 p. (in Russian).
3. Prokofyev G. V. The category of interdiscourse as a means of organizing media discourse. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2013, no. 5 (133), pp. 77–80 (in Russian).
4. Zhuravleva E. A. *Precedent texts of the early twenty-first century (based on the Kazakhstan press)*. Pod red. E. A. Zhuravlevoy. Moscow, Flinta: Nauka Publ., 2007. 255 p. (in Russian).
5. Kotyurova M. P. *Idiostylitics of scientific speech. Our understanding of the scientist’s speech individuality*. M. P. Kotyurova, L. S. Tihomirova, N. V. Soloveva; NOU VPO “Perm. state. un-”, NOU VPO “West Ural. in-t of economics and law”. Perm, 2011. 393 p. (in Russian).

6. Golub I. B. *Stylistics of the Russian language: study guide*. Moscow State Univ. of printing. Moscow, Logos Publ., 2002. URL: <http://www.hi-edu.ru> (Accessed: 02 March 2014) (in Russian).
7. Potebnya A. A. *Thought and Language*. Kiev, Sinto Publ., 1993. 228 p. (in Russian).

National Research Tomsk State University.

Pr. Lenina, 36, Tomsk, Russia, 634050.

E-mail: evgeniya_b90@mail.ru