

УДК 81'373.2

DOI: 10.24044/sph.2017.2.8

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
НАЗВАНИЙ ЯПОНСКИХ ТЕЛЕПЕРЕДАЧ

Е. С. Руфова

*Кандидат филологических наук
Северо-Восточный федеральный университет
имени М. К. Аммосова
г. Якутск, Россия*

LINGUA-PRAGMATIC ASPECTS OF TITLES JAPANESE TV PROGRAM

E. S. Rufova

*Candidate of Philological Sciences
North-Eastern Federal University
Yakutsk, Russia*

Abstract. This article is reveal the problem of television discourse. On the example of the titles of TV programs, lingua-pragmatic features of the Japanese television discourse are distinguished. The title of the TV program is considered as a small-format text with such important characteristics as individuality, intertextuality, pragmatic functionality, thematic certainty and completeness. A characteristic feature of such texts is the "visual brevity", which is inseparably linked with the communicative aspects. Because of the study, the main characteristics of the names of Japanese TV shows are highlighted: pragmatic adequacy and informative concreteness of nominative structures. Moreover, as an ethnocultural specificity, graphic features of the titles of Japanese television programs are highlighted.

Keywords: lingua-pragmatics; text; title; culture; semantics; pragmatic impact.

Телевизионный дискурс является объектом многих междисциплинарных исследований в сфере медийной коммуникации и входит в область научных интересов различных исследователей (Е. Л. Вартанова [1], Б. А. Зилберт [3], И. А. Кано [4], Е. Г. Ларина [6], М. С. Дудникова [2], Н. В. Токарева [8] и др.). Научное осмысление сферы телевидения дает возможность определить способы и методы увеличения эффективности его прагматического воздействия на реципиента и разработать стратегические программы повышения качества этого воздействия путем изменения содержания информации, передаваемой по телевидению [2, с. 4].

Названия телевизионных передач, как и названия художественных произведений, обладают рядом характеристик, по

которым их относят к категории малоформатных текстов. Е. С. Кубрякова рассматривает малоформатный текст как «текст обозримый и наблюдаемый в самых мелких деталях, обладающий такими важными характеристиками, как отдельность, интертекстуальность, прагматическая функциональность особого рода, формальная и семантическая самодостаточность, тематическая определенность и завершенность. Более того, у подобного рода текстов ясна их информативность, их когнитивная подоплека – смысл его создания, общий его замысел и реализованный в особой языковой форме итог создания в виде особого семантического пространства» [5, с. 77]. Характерной чертой таких текстов является «визуальная краткость», которая неразрывно связана с глу-

бинно-схематическими и коммуникативными аспектами речевого произведения и обусловлена простотой акциональной структуры денотата. В то же время малоформатные тексты обладают относительной законченностью и самостоятельностью и содержат в себе не только номинативный, но и достаточный коммуникативно-прагматический потенциал [7, с. 49].

Название играет важную роль в восприятии телевизионной передачи. К тому же название телевизионной программы должны быть привлекательным и интересным, в этом плане название можно сравнить со слоганом рекламы.

Телевизионный заголовок, как и любой другой, выполняет три основные функции: номинативную, информативную и экспрессивную. Для полной реализации всех этих задач при создании телевизионного заголовка используются различные языковые и неязыковые средства. Если считать, что номинативную функцию выполняют все заголовки, то выбор языковых средств для создания других функций названий телепередач весьма широк, единственным ограничительным фактором принято считать экстралингвистический фактор, выражающийся в требовании определенной краткости.

В качестве материала исследования были выбраны названия японских телевизионных программ, представленных на сайте tv.yahoo.co.jp [9]. Переводы названий японских телепрограмм на русский язык выполнены автором.

Так, информативная функция, при построении номинативного комплекса телепередачи, отражается в максимально семантической и экспрессивной адекватной передаче содержания программы с прямым воздействием на реципиента:

「BSニュース」 – новости BS

「NHK歌謡コンサート」 – концерт на канале NHK

「きょうの料理」 – блюдо дня

Кроме того, существует тип названий косвенного воздействия, которое проявляется в побуждении реципиента к совершению определенного действия, в данном случае – к просмотру передачи:

「宇宙の渚」 – пляж вселенной

「アジアへの扉」 – дверь в Азию

「RSK地域スペシャルメッセージ」 – специальное сообщение с RSK

Такие заглавия реализуют функцию суггестивного воздействия. Как правило, заглавия косвенного воздействия обладают информативной недостаточностью, что приводит к возникновению имплицитных связей «поверх текста» и смысловой неоднозначности. В японском телевизионном дискурсе такие названия составляют преимущественное большинство, ведь основным функциональным назначением заголовков телепередач – оказать определенное прагматическое воздействие на адресанта, привлечь внимание к самой передаче.

Экспрессивная функция играет большую роль при создании названий телепередач. Для привлечения телезрителей создатели пользуются различными приемами. В названиях часто используют различные стилистические приемы, что еще сильнее захватывает эмоции и воображение зрителей, активизирует их фантазию, акцентирует внимание на каких-либо важных смысловых или оценочных частях программы. Такие названия заинтригуют телезрителей: у телезрителей появятся вопросы, на которых им хочется ответить.

「ふるさとの絶景に出会う旅」 – путешествие в красоты родины

「笑う沖縄: 百年の物語」 – смешная Окинава: столетние рассказы

「きょうの健康?」 – что с сегодняшним здоровьем?

К лексическим средствам выражения эмоциональной функции можно отнести,

в первую очередь, использование заимствованной лексики в названиях телепередач.

「キャッチ！世界のトップニュース」 – *Поймал! Мировые топ-новости*

「究極バトル “ゼウス”」 – *окончательная битва «зеузу»*

Использование в японском языке заимствованной лексики, преимущественно с английского языка, является одной из основных характеристик разговорной и молодежной речи, где, как правило, заимствованные слова носят экспрессивный характер. Использование такой лексики обусловлено прагматической направленностью телепередач, так как большинство заимствованной лексики было отмечено в названиях программ для подростков и детей.

Использование имен известных людей и медийных личностей еще один прием привлечения потенциального телезрителя.

「佐野元春のザ・ソングライターザ」 – *Мотохару Сано – автор песен*

佐野元春 (Мотохару Сано) – известный японский рок-музыкант, певец, композитор. Использование его имени в названии телепередачи привлекает внимание его поклонников, тем самым реализуется еще и воздействующая функция названия.

Отличительной особенностью именно японских названий телепередач является графическое оформление названий. Зачастую в телезаголовках используются цифры, символы и различные графические элементы. Использование подобных средств отвечает требованию лаконичности, способствует выражению информативной и экспрессивной функций, а также определенным образом выделяет название телепередачи среди себе подобных.

「We can ☆ 47」 – «47 звезд: мы можем» используется сразу 2 вида графиче-

ских элементов, где 47 означает количество членов команды, а «звезда» используется для обозначения их звездного статуса.

Таким образом, можно утверждать, что выделенная функциональная характеристика телевизионного дискурса является универсальной для любого телевизионного пространства, однако нельзя не отметить специфические черты организации названий в японском типе телевизионного дискурса.

Так, для японского телевизионного пространства характерна прагматическая адекватность и более очевидная информативная конкретность номинативных структур. Графическая составляющая названий японских телепередач, представленная не только использованием разных азбук, но и большим количеством графических элементов, несомненно, выделяет этнокультурную специфику японского телевизионного дискурса.

Библиографический список

1. Вартанова Е. Л. Современная медиаструктура // Средства массовой информации постсоветской России / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект-пресс, 2002. – С. 10–85.
2. Дудникова М. С. Номинативная парадигма англоязычного телевизионного дискурса: дисс. ... канд. филол. наук. – Самара, 2010. – 178 с.
3. Зильберт Б. А. Социопсихолингвистическое исследование текстов радио, ТВ, газеты. – Саратов, 1986. – 211 с.
4. Кано И. А. Креативные и рецептивные аспекты жанра ток-шоу на современном российском телевидении: автореф. дис. . канд. филол. наук. – М., 2004. – 25 с.
5. Кубрякова Е. С. О тексте и критериях его определения // Текст. Структура и семантика. Т. 1. – М., 2001. – С. 72–88.
6. Ларина Е. Г. Лингвопрагматические особенности ток-шоу как жанра телевизионного дискурса: на материале американских телевизионных программ: автореф. дис. . канд. филол. наук. – Волгоград, 2004. – 21 с.
7. Таюпова О. И. Коммуникативно-прагматическое варьирование в малоформатных текстах современного немецкого языка: автореферат диссертации доктора филол. наук. – М.: Ин-т языкознания, 2005. – 54 с.

8. Токарева Н. В. Как создаются заголовки телепередач? // Русская речь. 2006. – № 1. – С. 125–127.
9. 今日の番組[Электронный ресурс] URL: <https://tv.yahoo.co.jp/listings/23/> (дата обращения: 16.05.2017).
5. Kubrjakova E. S. O tekste i kriterijah ego opredelenija // Tekst. Struktura i semantika. T. 1. – M., 2001. – S. 72–88.
6. Larina E. G. Lingvopragmaticheskie osobennosti tok-shou kak zhanra televizionnogo diskursa: na materiale amerikanskih televizionnyh programm: avtoref. dis. . kand. filol. nauk. – Volgograd, 2004. – 21 s.

Bibliograficheskij spisok

1. Vartanova E. L. Sovremennaja mediastruktura // Sredstva massovoj informacii postsovetsoj Rossii / pod red. Ja. N. Zasurskogo. – M. : Aspektpress, 2002. – S. 10–85.
2. Dudnikova M. S. Nominativnaja paradigma anglojazychnogo televizionnogo diskursa: diss. ... kand. filol. nauk. – Samara, 2010. – 178 s.
3. Zil'bert B. A. Sociopsiholingvisticheskoe issledovanie tekstov radio, TV, gazety. – Saratov, 1986. – 211 s.
4. Kano I. A. Kreativnye i receptivnye aspekty zhanra tok-shou na sovremennom rossijskom televidenii: avtoref. dis. . kand. filol. nauk. – M., 2004. – 25 s.
7. Tajupova O. I. Kommunikativno-pragmaticheskoe var'irovanie v maloformatnyh tekstah sovremennogo nemeckogo jazyka: avtoreferat dissertacii doktora filol. nauk. – M. : In-t jazykoznanija, 2005. – 54 s.
8. Tokareva N. V. Kak sozdajutsja zagolovki teleperedach? // Russkaja rech'. 2006. – № 1. – S. 125–127.
9. URL: <https://tv.yahoo.co.jp/listings/23/> (data obrashhenija: 16.05.2017).

© Рудова Е. С., 2017.