

ЯЗЫКОВАЯ И КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ КАРТИНЫ МИРА

Н. А. Басилая (Тбилиси, Грузия)

ТЕКСТЫ ГЛАМУРНЫХ ЖУРНАЛОВ КАК УНИВЕРСАЛЬНАЯ МЕТАФОРИЧЕСКАЯ БИНАРМА

Текст и заглавие в журналах развлекательного типа представляют собой целостное содержательное единство: заглавие, благодаря своей сильной позиции в тексте, органически входит в его художественную структуру, занимая особую синтаксическую позицию и выступая как неотъемлемая часть текста, «выдвинутый», ключевой его компонент.

«Основное требование к заголовку – соответствие содержанию публикации. Его контактная функция, рассчитанная на привлечение внимания читателя, не должна входить в противоречие с функцией информационной» [1, с. 29]. Однако основное требование к заголовку – соответствие содержанию публикации – не выполняется в гламурных журналах; наоборот, основным требованием к заголовку в них является нарочитое несоответствие содержанию публикации.

«Еще одна особенность слова должна быть описана для того, чтобы лучше представить себе многогранность возможной информации, – это способность слова реализовать в высказывании не одно, а два и более значений одновременно» [2, с. 96]. Обыгрывание многозначности слова, игра смыслов, реализуемая в единстве заглавия и текста, – визитная карточка многих гламурных журналов.

В основе стратегии подбора прецедентных заголовков к рекламным публикациям в русских версиях англоязычных гламурных журналов («Glamour», «Officielle», «Elle», «Vogue», «Playboy» и др.) лежит сформулированный в свое время принцип универсальности метафорического двусловного словосочетания, или *метафорической бинармы* [3, с. 72].

Все семантические отношения в метафорической бинарме сводятся к двум составам: метафоризируемому и метафоризирующему.

Нарушенные валентные связи в бинарме восстанавливаются при ее восприятии посредством воздействия одного, метафоризирующего, состава на другой, метафоризируемый, состав: метафоризируемое слово изменяет свое основное значение, подпадая под влияние семантических связей слова метафоризирующего.

Так, например, в цветаевской метафоре *луны глаз* (*Вас притягивали луны двух огромных глаз* [4, с. 59]) слово *глаза*, сохраняя свое значение, способствует переосмыслению слова *луны*, в результате чего метафора понимается как ‘огромные, таинственные, прекрасные глаза’.

Так же и в гламурных журналах восприятие читателем единства заголовка, выраженного прецедентным высказыванием, и собственно текста, который на первый взгляд не соответствует теме, заявленной в заголовке,

выступает как универсальная метафорическая бинарма: заголовок переосмысливается, метафоризируется при обращении к тексту, играющему по отношению к заголовку метафоризирующую, способствующую этому переосмыслению роль. При этом, разгадывая метафору, построенную на использовании различных языковых тактик и стратегий, читатель вовлекается в языковую игру [5].

Между заголовками и рекламными текстами в гламурных журналах наблюдается контраст ассоциаций, вызываемых заголовками, которые предъявлялись реципиентам изолированно, и ассоциаций, вызываемых заголовками и текстами как единым содержательным целым.

Взаимоотношение заголовка и текста определяет эмоциональный эффект «столкновения» двух направлений ассоциативного осмысления содержания информации – предполагаемого и реального: *«Темные аллеи» – об актуальных духах и румянах; «Боевые подружки» – Жакет в стиле милитари уместен везде; «Низкие истины» – С чем носить шорты; «Как ни садитесь» – В баре все плетутся «кто в лес, кто по дрова». Но под достойную музыку; «Russo turista» – о секретной даче Анны Делло Руссо в Апулии.*

Языковые тактики и стратегии презентации заглавий в гламурных журналах опираются на психолингвистические процессы возникновения и направления ассоциаций в сознании читателя, в основе которых лежит принцип «расщепления» значения слова.

Нарочито закодированные заглавия, представленные в оглавлении, согласно возникающему ассоциативному ряду, могут быть восприняты реципиентами в смысле, который в тексте не подтверждается.

Восприятие читателем развлекательного журнала текстов, которые озаглавлены прецедентным высказыванием, состоит из нескольких этапов. Естественно, эти этапы искусственно вычленены, представлены, как в замедленной съемке; в действительности же процесс восприятия происходит мгновенно. Таких этапов десять:

- 1) возникновение аллюзий при прочтении прецедентного заголовка;
- 2) обращение к тексту;
- 3) осмысление содержания текста;
- 4) понимание нарочитого несоответствия заголовка и текста;
- 5) сопоставление заголовка и текста;
- 6) нахождение общих признаков, объединяющих содержание текста и прецедентного высказывания;
- 7) «расщепление» смысла прецедентного заголовка и вычленение признаков, соответствующих содержанию текста;
- 8) осознание двуплановости прецедентного высказывания:
 - а) I план – его изначальное значение;
 - б) II план – выступающие на уровне сознания ореолы, намеки, ассоциации, связанные с прецедентным высказыванием, выраженным цитатой из поэтического или прозаического произведения, названием кинофильма, речевым клише и др.;

9) осознание вступления в языковую игру, в которой читатель «разгадывает загадку» несоответствия заголовка и корректирующего его текста при помощи «правильных» ассоциаций, объединяющих прецедентный заголовок и текст;

10) «разгадка» метафорической бинармы (прецедентный заголовок + означенный им текст) благодаря содержащимся в заглавии скрытым аллюзиям.

А поскольку скрытые аллюзии, намеки, ореолы и смыслы, которые заданы в заголовке, в тексте буквально не подтверждаются, но присутствуют коннотативно, и это наиболее частая тактика гламурных журналов, читатель должен получить определенное эстетическое удовольствие от игры в «загадку» и разгадку значения заглавия при восприятии текста в соотношении с этим заглавием. Основой понимания метафорической бинармы реципиентом является частичное совпадение концептуальных систем автора и воспринимающего.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гальперин, И. Р. Информативность единиц языка / И. Р. Гальперин. – М. : Высш. шк., 1974. – 176 с.
2. Литературное редактирование. Материалы для занятий: учеб. пособие / И. К. Гужова [и др.]. – М. : МГУ, 2000. – 160 с.
3. Басилая, Н. А. Семасиологический анализ бинарных метафорических словосочетаний / Н. А. Басилая. – Тбилиси : ТГУ, 1971. – 75 с.
4. Цветаева, М. Избранные произведения / М. Цветаева. – М.; Л. : Сов. писатель, 1965. – 812 с.
5. Земская, Е. А. Цитация и виды ее трансформации в заголовках современных газет / Е. А. Земская // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. – М. : Наука, 1996. – С. 157–168.

С. Е. Борзенец (Минск, Беларусь)

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ ИНТЕНСИВНОСТИ В ПЕРИФРАЗАХ, СОДЕРЖАЩИХ ПРЕЦЕДЕНТНЫЙ ТОПОНИМ

Категория *интенсивности* является одной из базовых языковых категорий. Так, Ш. Балли, рассматривавший интенсивность в широком смысле, утверждал, что «...количественное различие, либо различие в интенсивности, является одной из тех общих “категорий”, в которые мы вводим любые объекты нашего восприятия или нашей мысли» [1, с. 203]. Интенсивность – вид количественной характеристики признака, лексическим воплощением которого можно считать слово *очень*. Такая «усилительная» характеристика противопоставляется нейтральной, демонстрируя отклонение от «нормальной» меры. Определяя место категории интенсивности среди близких