

КОНТАМИНИРОВАННОЕ ЗАГЛАВИЕ КАК КОМПРЕССИВНОЕ ОТРАЖЕНИЕ СОДЕРЖАНИЯ ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНОЙ СТАТЬИ*

Аннотация: Настоящая статья посвящена исследованию контаминированного заглавия периодического издания и его роли в раскрытии содержания газетно-журнальной статьи. В работе показано, что процесс интерпретации контаминированного заглавия представляет собой последовательность процедур, учитывающих как внутрисловную информацию, так и информацию, извлекаемую из текста, а также фоновые знания.

Ключевые слова: контаминация, заглавие, компрессия, газетно-журнальная статья.

Исследования в области лингвистики и смежных с ней дисциплин (психолингвистики, психологии) показали, что осмысление текста начинается непосредственно с восприятия заглавия, в компрессивной форме отражающего основную мысль сообщения. Значимая роль заглавия в формулировании темы и идеи произведения неоспорима, поскольку оно выполняет информативную, модальную, связующую и другие функции и подчинено действию таких механизмов, как метафоризация, метонимизация, локализация действия, символизация и другие. Структурно-семантический анализ заглавия дает возможность прогнозировать смысл всего произведения и ощутить его эстетическое воздействие. Подчеркнем, что заглавие представляет собой динамическое образование, значение которого может переосмысливаться, то есть сужаться, расширяться или выступать в ином качестве, под действием контекстуальных и экстралингвистических факторов.

Заглавие, в частности контаминированное, может иметь различные структурно-грамматические характеристики. Оно может быть выражено одним словом, например **edutainment, caprobatics**, словосочетанием – **array of hope, the rising Sunni**, и более сложной коммуникативной структурой, как правило повелительным предложением, например **Give him a manicure, In God we trust**.

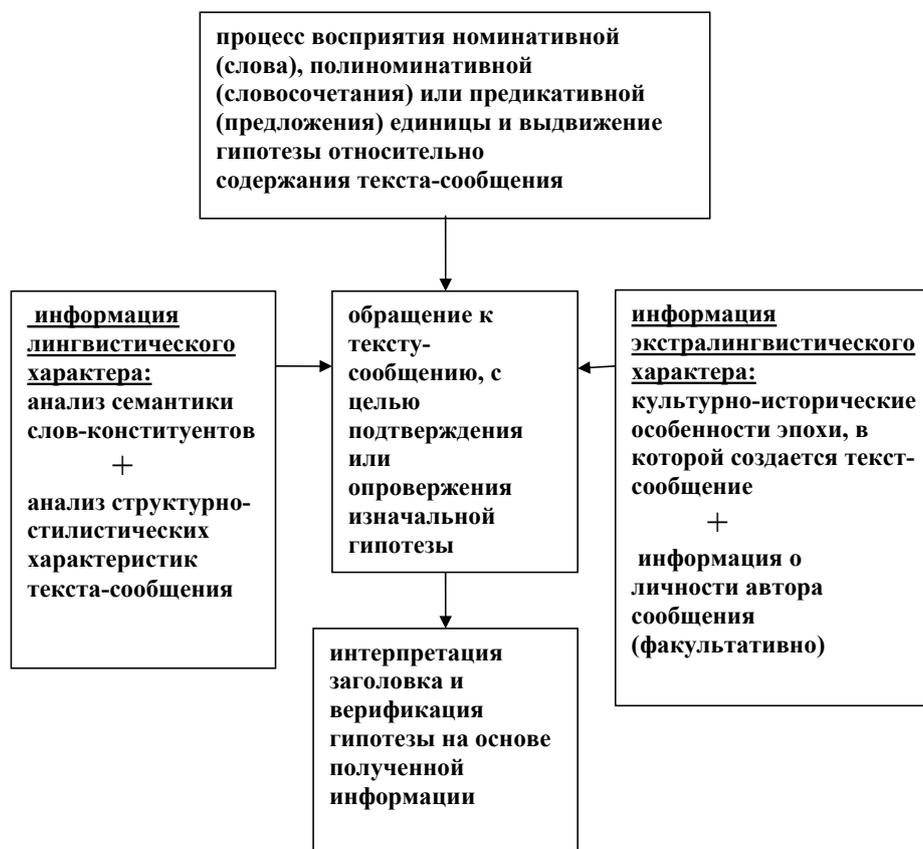
Процесс интерпретации контаминированного заглавия представляет собой последовательность процедур, учитывающих как внутрисловную информацию, так и информацию, извлекаемую из текста, а также фоновые знания. Интерпретация заглавия представляет собой триадический процесс, состоящий из следующих этапов:

- 1) процесс восприятия номинативной (слова), полиноминативной (словосочетания) или предикативной (предложения) единицы и выдвижение гипотезы относительно их значения;
- 2) обращение к тексту-сообщению, с целью подтверждения или опровержения изначальной гипотезы;
- 3) интерпретация заголовка и верификация гипотезы на основе полученной информации.

Отметим, что второй этап может быть представлен в достаточно разветвленной форме, образуемой линейной последовательностью таких процедур, как анализ семантики слов-конституентов; анализ структурно-стилистических характеристик текста-сообщения; привлечение фоновых знаний в виде культурно-исторических особенностей эпохи, в которой создается текст-сообщение, и, если это возможно, ин-

* © Лаврова Н.А.

формации о личности автора сообщения. Вышеперечисленные этапы можно представить в виде следующей схемы:



Приведем некоторые примеры:

Mess O’Potamian Art

The war turned the Baghdad museum into a tomb of antiquities. It’s finally time to pick up the pieces. In the renovated Assyrian gallery of Baghdad’s Iraq Museum, archeologist Amira Edan al-Dahab was doing what she likes best: explaining the priceless treasures in her care. Stately 3,000-year-old statues of royalty – a couple lost their heads during the museum’s looting in the aftermath of the U.S. invasion – have been restored and are presiding over the vast space. Ancient stone reliefs line the walls, with intricate carving depicting the rituals of early civilization [Newsweek, February 11th, 2008].

При первом предъявлении контаминированного заглавия “Mess O’Potamian Art” в сознании реципиента одновременно возникают два образа, появление которых обусловлено наличием двух слов и, следовательно, двух разных смыслов в английском “Mess O’Potamian”, которое представляет собой результат стяжения существительного “mess” (беспорядок, путаница, неразбериха) и топонимического прилагательного “Messopotamian”, что значит «относящийся к Месопотамии». Прочитав статью, адресат понимает, что контаминация заголовка обусловлена тем, что в тексте сообщается о повреждении в результате военных действий археологического музея Багдада, и в частности, зала, представляющего собрание ассирийской скульптуры и барельефов.

Yahooligans at the Window

Microsoft’s \$45 billion bid for Yahoo is a ‘Hail Mary’ to beat Google in search. As a veteran of the technology world, Yahoo!’s chairman, Jerry Young, certainly knows how relentless the software giant Microsoft can be. If he had by some chance forgotten it, the phone

call he received last Thursday night would have been a handy memory jogger. On the other end of the line was Microsoft CEO Steve Ballmer, who had, during late 2006 and early 2007, vigorously pitched the concept of joining forces, the better to take on the whirlwind search and advertising success of archival Google. Last February, Yang wrote Ballmer that “now is not the right time to enter into discussing regarding an acquisition transaction”. A year later Ballmer was back, telling Yang that Microsoft had unilaterally concluded the time was right. Like it or not, Microsoft was preparing a public offer of \$44.6 billion to buy Yahoo, a seemingly irresistible 62 percent premium over the firm’s stock current price [12].

Воспринимая контаминированное заглавие “Yahooligans at the Window”, читателю нетрудно догадаться, что слово “Yahooligans” восходит к словам- основам “Yahoo” (название поисковой системы сети Интернет) и “hooligans”. Анализируемая статья посвящена вопросу возможного проспективного слияния компании “Microsoft” и “Yahoo”. Несмотря на то, что председатель последней, Дж. Йанг, не склонен принимать предложение “Microsoft” во избежание вероятной потери экономической независимости, аналитики уверены, что подобная сделка позволит увеличить конкурентоспособность “Yahoo”, занимающего, как известно, второе место после другой поисковой системы “Google”. Наличие в заглавии слова с ярко выраженной отрицательной коннотацией – “hooligans” – свидетельствует о том, что в этой сделке возможно наличие какого-то подвоха. И действительно, в конце статьи автор информирует читателя о том, что предполагаемое слияние есть стратегический ход двух противоборствующих сил с целью лоббирования более востребованной на рынке поисковой системы “Google”.

How to E-ppraise your property

Until recently, figuring out your home’s value was not something you could do from home. You had to scan the microfiche or even thumb through dusty tomes at the local library or tax assessor’s office. If that didn’t work, you had to hire an appraiser to make an estimate or, worse, call in a real estate agent to get a competitive market analysis – which also meant you would have to endure a sales pitch. The Internet gives you new options. Plenty of Web-based services comb public data to help you figure out how much your home is worth. What’s more, many sites are free. But depending on where you live and the kind of home you have, they can be on target – or way off base. Some homeowners will ultimately need an agent or appraiser [BusinessWeek, June 14th, 2004].

Здесь опознаванию контаминанта в составе заглавия способствуют графические средства выделения – оттеночное тире и капитализация первой буквы английского глагола “to E-ppraise”. Гипотеза, выдвигаемая реципиентом относительно структуры и семантики контаминанта, выглядит следующим образом: “to E-ppraise” означает «оценивать что-либо с помощью услуг, предоставляемых сетью Интернет. В данном случае речь идет об оценке частной собственности, как явствует из всего заглавия. Действительно, в статье говорится о том, что в прежние времена для оценки стоимости собственного жилья требовалось изучение многотомных справочников или посещение офиса оценщика. В настоящее время ситуация кардинально меняется, так как существуют бесплатные Интернет-сайты, предоставляющие услуги по оценке жилья. Единственная проблема может заключаться в том, что в базе данных содержится информация об ограниченном количестве домов в зависимости от того, в каком районе они расположены, поэтому некоторым все-таки понадобятся услуги агентов по недвижимости.

В приведенных выше примерах заглавие создается с помощью компрессии как на уровне словообразования, так и на уровне синтаксиса, поскольку нередко контаминированное слово восходит к словосочетанию: “to e-ppraise” – to appraise electroni-

cally; “yahooligans” – hooligans at Yahoo; “Mess O’potamian” – mess at Messopotamia.

В результате ряда лингвопсихологических опытов было обнаружено, что говорящий в речи реализует принцип «синтагматической экономии», употребляя однословные, двухсловные, реже трехсловные предложения-штампы [В. Ингве 1960; Д.А. Миллер, 1964]. Поэтому объем современных стационарных предложений, как правило, невелик: часто он соответствует минимальному объему кратковременной памяти человека (7 +/- 2 слова). Это облегчает их запоминание, воспроизведение и восприятие. Что касается слушающего, то он стремится затратить наименьшие усилия на восприятие и понимание информации и потому заинтересован в «развертывании» (декодировании) краткой реплики говорящего [Н.В. Черемисина, 1982].

Необходимо отметить, что в процессе общения человек воспринимает из текста гораздо больше информации, чем ее явно выражено в тексте. По мнению Е.Д. Поливанова, чем больше известно собеседникам о предмете речи, тем менее пространным может быть само сообщение [Е.Д. Поливанов, 1968]. Так, благоприятно сказывается наличие фоновых знаний, которые имеют непосредственное отношение к прагматическому аспекту лингвистики и тесно смыкаются с проблемой пресуппозиции. Основываясь на этом, мы соответственно строим одно и то же сообщение в зависимости от того, передаем ли мы его ребенку, другу, официальному лицу или незнакомцу. Контаминированное заглавие, созданное в результате компрессии, обращено к обобщенному, прототипическому читателю, фоновые знания которого достаточно обширны, чтобы адекватно его интерпретировать.

Под компрессией следует понимать такой механизм создания контаминированного слова, при котором в оптимальной (краткой) форме, ограниченной пределами одного слова, передается значительный объем информации, не столько интеллектуального, сколько эмотивного и дезиративного содержания, нацеленной на реализацию прагматической установки коммуникативного акта.

Следует различать понятия компрессии и экономии. Первое выступает как результат сознательных поисков реализации экспрессивной функции речевого сообщения, при котором одна лексическая единица превращается в единицу полиноминативного содержания, указывая на несколько (как минимум два) референта объективной действительности. Иными словами, контаминированное слово под действием механизма компрессии становится своего рода концентратом выражения развернутого минисообщения.

Экономия языковых средств является, по большей части, процессом бессознательным (или подсознательным); кроме того, это яркое проявление защитных функций человеческого организма, о чем свидетельствуют многие исследования психологического характера, связанные с определением ограниченности объема оперативной памяти человека. Доказано, что существует «магическое число 7 +/- 2», открытое американским ученым Д.А. Миллером, которое определяет верхний и нижний пределы возможностей кратковременной памяти в процессе порождений слов и предложений в речи. Исследования проводились на всех языковых уровнях; в результате Д.А. Миллер доказал правильность своей гипотезы применительно к грамматической структуре высказывания; его соотечественник В. Ингве обнаружил, что синтаксис английского языка обладает рядом средств, позволяющих автоматически удерживать высказывание в пределах, которые определены объемом кратковременной памяти. В нашей стране В.А. Москович показал на материале разных языков, что максимальное количество морфем в словах естественных языков не превышает семь [В.А. Москович, 1967].

Определяющим фактором компрессии в газетно-публицистическом стиле речи следует назвать стремление привлечь внимание потенциального читателя и уместить

как можно больше информации в рамках одного слова, или слова-предложения. В этих же целях возрастает и функциональная нагрузка газетных заголовков, отмеченных значительной структурно-семантической сжатостью, которая достигается благодаря действию механизма стяжения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Миллер Дж. А. Магическое число семь, плюс или минус два // Инженерная психология. М.: Наука, 1964. С. 63-87.
2. Миллер Дж. А. Психолингвисты // Теория речевой деятельности: (Проблемы психолингвистики). М.: Наука, 1968. С. 245-266.
3. Москович В.А. Глубина и длина слов в естественных языках // Вопросы языкознания. 1967. № 6. С. 17-33.
4. Поливанов Е.Д. Статьи по общему языкознанию. М.: Наука, 1968. 376 с.
5. Черемисина Н.В. Стационарные предложения как коллоквиальный феномен // Теория и практика лингвистического описания разговорной речи. Сб. науч. тр. Горький: ГПИИЯ, 1982. С. 151-157.
6. Yngve V.H. A Model and a Hypothesis of Language Structure // Proceedings of the American Philosophical Society. New York: Oxford University Press, 1960. 318 p.
7. BusinessWeek. New York, December 16th, 2002.
8. BusinessWeek. New York, December 23rd, 2002.
9. BusinessWeek. New York, December 29th, 2003.
10. BusinessWeek. New York, June 7th, 2004.
11. BusinessWeek. New York, June 14th, 2004.
12. Newsweek. New York, February 11th, 2008.
13. Newsweek. New York, February 15th, 2008.

N. Lavrova

THE CONTAMINATED HEADLINE AS A CONDENSATION OF THE CONTENTS OF A PERIODICAL ISSUE

Abstract: The given article deals with the analysis of the contaminated headline and its role in disclosing the contents of a periodical issue. The research reveals that the interpretation procedure of a contaminated headline is comprised of a series of consecutive steps that take into account the inner structure of the word, textual information and background knowledge of the recipient.

Key words: contamination, title, compression, newspaper-magazine article.