

## ЛЕКСИКО-СИНТАКСИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАГОЛОВКА КИНОАНОНСА

Цингэлэ

Аспирант, Московский государственный университет  
имени М.В. Ломоносова  
qinggele6208@gmail.com

### LEXICO-SYNTACTIC ORGANIZATION OF THE TITLE OF A FILM ANNOUNCEMENT

Qinggele

*Summary:* The article presents the results of the analysis of the lexical and syntactic organization of 150 film announcement titles, and analyses the correlation between the structural features of the titles and the content of the main text of the film announcement. The study focuses on the linguistic aspects of title formation, revealing the lexical and syntactic features of the film announcement headline as an informationally influential text. As a result of syntactic (in terms of grammatical structure, types of base propagators, word order) and quantitative analysis of titles, the dominant syntactic types are identified and characterized (these are simple two-article sentences with direct word order), less frequent types are also considered (simple one-article and compound sentences with non-union and subordinating types of connection). As a result of lexical and semantic analysis, recurrent lexical and semantic elements were identified.

*Keywords:* title, film announcement, quantitative analysis, impact function, informative function, lexico-syntactic organization.

*Аннотация:* В статье представлены результаты анализа лексико-синтаксической организации 150 заголовков киноанонсов, также анализируется соотношение между структурными особенностями заголовков и содержанием основного текста киноанонса. Исследование фокусируется на лингвистических аспектах формирования заголовков, выявляются лексические и синтаксические особенности заголовка киноанонса как информационно-воздействующего текста. В результате синтаксического (по грамматической структуре, видам распространителей основы, порядку слов) и количественного анализа заголовков выявлены и охарактеризованы доминирующие синтаксические типы (это простые двусоставные предложения с прямым порядком слов), также рассмотрены менее частотные типы (простые односоставные и сложные предложения с бессоюзной и подчинительной видами связи). В результате лексико-семантического анализа выявлены повторяющиеся лексические и семантические элементы.

*Ключевые слова:* заголовок, киноанонс, количественный анализ, функция воздействия, информирующая функция, лексико-синтаксическая организация.

Заголовок является неотъемлемой частью текста киноанонса, который является не только информационным, но и воздействующим текстом. Заголовок играет важную роль в привлечении внимания зрителей к основному тексту и в конечном итоге – к фильму, предлагаемому к показу. В большинстве случаев адресат, прочитав заголовок информационного текста, может легко узнать главное содержание текста и даже определить его жанр. Заголовки киноанонсов обладают способностью привлекать внимание аудитории и формировать первые представления о контенте. В данной статье рассмотрены лексико-синтаксические особенности заголовков киноанонсов в аспекте эффективного привлечения внимания читателя к основному тексту.

Актуальность данного исследования обусловлена его ориентацией на современные тенденции медиапотребления, важностью повышения эффективности коммуникации с целевой аудиторией. Заголовки киноанонса играют важную роль в привлечении внимания читателей к основному тексту анонса и в конечном итоге – в превращении читателя в зрителя, то есть в потребителя кинопродукции, исследование обладает актуальностью в сфере коммуникации, рекламы и лингвистики. Цель статьи – выявление лексических и структурных особенностей заголовочного комплекса киноанонса: доминирую-

щих конструкций, типов предложений и повторяющихся лексических элементов, с учетом их информативности и привлекательности для целевой аудитории. Для достижения данной цели решены следующие задачи: изучены научные работы по теме, собран и проанализирован эмпирический материал; проанализированы заголовки киноанонсов в синтаксическом и лексическом аспектах; определены преобладающие синтаксические конструкции, используемые в заголовках; выявлены отношения между лексико-структурными особенностями заголовков и содержанием основного текста киноанонса. Выявление основных способов лексико-синтаксической организации заголовков киноанонсов составляет научную новизну статьи. Теоретическая значимость состоит в том, что исследование позволяет расширить теоретическое знание о лингвистических особенностях заголовков в аспекте эффективности коммуникации. Практическая значимость состоит в возможности использования результатов исследования в преподавании курсов, посвященных информационной и воздействующей функциям публицистического текста. Эмпирическим материалом нашего исследования послужили 150 анонсирующих текстов, опубликованных на портале Кинотеатр.РУ во первой половине 2022 г.

Изучение заголовков киноанонсов осуществлено с

учетом богатой традиции лингвистического изучения заголовков публицистического текста. По мнению А.С. Подчасова, функциональный и смысловой потенциал заголовка зависит от его структурной модели, которая продиктована совокупностью тех функций, которые он реализует [1; С. 44 – 45]. В.П. Вомперский считает, что в основной функции заголовка является воздействие адресанта на адресата: сообщить, привлечь внимание, воздействовать, сформировать основное мнение у адресата. В. П. Вомперский выделяет четыре ключевых функции заголовков: коммуникативную, воздействующую, экспрессивную и графически-выделительную [2; С. 4].

Существует тесная семантическая связь между жанровой принадлежностью медиатекста и структурой заголовков [3; С. 61–64]. А.А. Лютая, изучая структурно-семантические особенности газетных заголовков, отмечает, что в них часто используются стандартные структурные схемы: двусоставные предложения активного и пассивного залога, односоставные номинативные, инфинитивные, неопределенно-личные и др. [4; С. 20]

Исследуя особенности семантики грамматических форм, М.Ю. Доценко указывает, что двусоставные, неопределенно-личные предложения и номинативные предложения являются наиболее распространенными синтаксическими конструкциями, применяемыми в качестве заголовков в информационных текстах. Она устанавливает связь грамматической структуры заголовка со смысловой организацией текста и отмечает, что заголовки в форме двусоставных предложений представляют примерно в равном соотношении все тематические сферы, а неопределенно-личные конструкции употребляются преимущественно в социальной деятельности и правовых вопросах [5; С. 17]. Исследуя газетные заголовки в форме двусоставного предложения, исследователь заключает, что такая структура предложения в номинативном аспекте указывает на тему текста как на определенное событие, а в аспекте коммуникации – относит это событие к конкретному времени и результату [6; С. 46].

В проанализированном нами корпусе подавляющее большинство заголовков представляют собой простые предложения (95%, а именно 143 из 150 заголовков) и лишь 7 (5%) являются сложными предложениями. Из 143 простых предложений всего 9 односоставных, то есть 6% (из них 2 являются назывными, 7 - неопределенно-личными), а оставшиеся 134 заголовка (94%) представляют собой двусоставные предложения.

#### Рассмотрим сначала редкие, нетипичные случаи

Обнаруженные 2 назывных предложения различаются тем, что в одном случае указывается актерский состав, а во втором – пересказывается сюжет, однако оба заго-

ловка построены по единой схеме: включают главный член, выраженный именованным словосочетанием + предлог «в» + лексема со значением 'вид кинопродукции': Оксана Акиньшина, Филипп Янковский и Мария Фомина в тизере 2 сезона сериала «Контейнер» (28.04.2022), Нежные вещи в поисках второго шанса в трейлере мультфильма «Потеряшка и тайна волшебной пирамиды» (20.02.2022).

Заголовки в виде неопределенно-личных предложений обычно используют конструкцию с глаголом *показать* в форме будущего времени третьего лица множественного числа (*покажут*) и дополнением, называющим кинопродукт. Этот вид заголовков занимает 77.8% от общего числа односоставных заголовков. Возможны следующие распространения этой конструкции второстепенными членами:

1. Локативный распространитель глагола: указание мест, где *покажут* (2 случая): *В российских кинотеатрах покажут «Лебединое озеро»* (02.03.2022);
2. Темпоральный распространитель глагола: + когда *покажут* (2 случая): *«Бессмертных» Тиграна Кеосаяна покажут в День защитника Отечества* (15.02.2022);
3. Атрибутивный распространитель дополнения, указывающий создателей – актеров, режиссеров (3 случая): *«Хрустальный» с Антоном Васильевым покажут на Первом канале* (11.01.2022).

В подобных заголовках информационными центрами служат данные о времени и месте выхода фильма в прокат, в то время как более сложные конструкции упоминают режиссера и актеров, принявших участие в создании данной кинопродукции.

Важно то, что среди 7 неопределенно-личных предложений в 6 случаях (86%) встречается инверсия: дополнение с названием кинопродукции почти всегда вынесено в начало предложения, как в предыдущем примере иди в следующем: *«Тайну третьей планеты» и другую классику «Союзмультфильма» покажут в кино* (13.05.2022).

Перейдем к наиболее распространенной структуре заголовка – двусоставным простым предложениям. Эта структура лучше всего отвечает основной цели и формирующей функции заголовка. Если односоставные заголовки факультативно содержат такие информационные элементы, как имена актеров и режиссеров, название фильма, порталов и телеканалов, дату выхода, то двусоставные предложения могут включать и дополнительные информационные элементы, например имена и профессии персонажа, место действия, название мероприятия и организации, адресат кинопродукции и т.д.

Заголовки в форме двусоставного предложения

с прямым порядком слов составляют подавляющее большинство (97.76%) от общего числа двусоставных предложения (в отличие от односоставных, где соотношение обратное). В большинстве случаев подлежащее представляет собой называет имя или имена актеров (93.44%) (*Энсел Элгорт и Кэн Ватанабэ познакомятся с миром японской мафии* (10.02.2022)). В остальных случаях в качестве подлежащего используются имена персонажей (3.28%), имя режиссера (1.64%) и указывающее на актеров существительное звезды (1.64%).

Обнаружено всего 3 случая инверсии в двусоставном предложении, в этих случаях в начало предложения вынесено обстоятельство, выраженное существительным, обозначающим место и время выхода фильма, например, *В конце зимы выйдет драма Елены Цыплаковой «Когда закончится февраль» с Мариной Коняшкиной* (15.02.2022). Подлежащее в этих предложениях называет кинопродукт (2 примера) или мероприятие - кинофестиваль (1 пример).

Заголовки, представляющие собой двусоставные предложения с прямым порядком слов, чаще всего начинаются с подлежащего, выраженного существительным и обозначающего кинопродукцию (38.17%). Среди них самым распространенным является собственное наименование – название фильма (32.65% от общего числа в данном подразделе), например, *«Маленький воин» Ильи Ермолова стартует в российском прокате 3 февраля* (23.01.2022). Подлежащим также становятся родовые и видовые названия кинопродукции, например «премьера» (12.24%), «фильм» (8.16%), «сериал» (6.12%) и «сезон» (12.24%), «часть» (4.08%), «цикл» (4.08%). Таких случаев обнаружено 32, например: *Премьера седьмого сезона сериала «Я знаю твои секреты» с Агатой Муцениеце состоится в День детектива* (15.04.2022); *Третий сезон «Динозавра» с Андреем Смирновым и Александром Панкратовым-Чёрным стартует 4 мая* (29.04.2022). В таких конструкциях всегда присутствует название фильма, а сказуемое информирует о выходе фильма в прокат при помощи таких глаголов, как *выйти* (11 случаев), *состояться* (8 случаев), *стартовать* (7 случаев), *пройти* (2 случая), *открыть* (2 случая) и др. При этом в 22 случаях в заголовке указана конкретная дата выхода фильма, в 3 случаях используют существительное в качестве обстоятельства времени, а в 2 случаях есть слово «дата», но без конкретного указания времени в заголовке.

Кроме имен людей и слов, обозначающих кинопродукцию, в качестве подлежащих в простых двусоставных заголовках с прямым порядком слов выступают название телеканалов (5) и организаций (2), слово, обозначающее кинофестиваль (6 случаев), профессию персонажей (5), адресата (3) и дату (1).

Когда название телеканала выступает в роли подле-

жащего, заголовки чаще всего формируются по шаблону «А (‘телеканал’) покажет В (‘фильм’)», например: *ТНТ покажет «Эпидемию»* (11.05.2022). В нашем материале заголовки с названием телеканала в качестве подлежащего обычно имеют простую структуру «подлежащее – сказуемое – дополнение», без указания конкретного времени выхода фильма. Всего в одном заголовке не указано название фильма, а используется глагол речи *рассказать* (вместо *показать!*): *Первый канал расскажет про Петра Первого* (31.05.2022). В этом случае фильм «Империя: Пётр I» документально-игровой, поэтому глагол «*рассказать*» уместен, а имя собственное в заголовке как приоткрывает сюжет, так и входит в название фильма.

Как уже было отмечено, в нашей выборке были обнаружены всего 7 сложных предложений, включающих различные типы связей: 4 из них представляют собой соединение двух простых частей, 3 включают по три части. Во всех сложных предложениях представлена бессоюзная связь, но в заголовках, построенных из 3 простых частей, есть также 2 случая подчинительной связи: *Одно аниме, чтобы править всеми: анимационный фильм по «Властелину колец» выйдет в 2024 году* (17.02.2022); *Часть той силы, что вечно хочет зла: трейлер фильма Михаила Локшина «Воланд»* (01.02.2022). В обоих случаях вначале идут 2 части с подчинительной связью, представляющие собой интертекстуальную отсылку, а после двоеточия следует стандартная двусоставная конструкция с базовой информацией о кинопродукте. Использование двоеточия как средства соединения частей в бессоюзных предложениях является распространенной практикой в нашей выборке. Обычно перед двоеточием стоит изъяснительная часть, которая кратко выражает суть последующей части или содержания фильма. Часто в заголовках встречаются цитаты, и в нашей выборке 4 сложных предложения (57.14% от общего числа сложных предложений) содержат цитаты из фильмов или книг. После двоеточия указывают сведения о фильме, включающие и название фильма. В заголовке *Часть той силы, что вечно хочет зла: трейлер фильма Михаила Локшина «Воланд»* первая часть представляет собой отсылку одновременно и к положенному в основу фильма роману «Мастер и Маргарита» М. Булгакова, и к «Фаусту» Гете, которого цитирует М. Булгаков в эпиграфе к роману. В предложении *Нет мужчин — нет проблем: трейлер сериала START «Два Холма»* присутствует отсылка к названию известного американского фильма.

В заголовках, построенных в форме сложного предложения, часто используются односоставные части: всего в составе сложных предложения обнаружено 14 односоставных частей и 3 двусоставных части. В этих односоставных частях представлены 10 назывное предложение (71.43%) и 4 безличное предложение (28.57%). Это отражает предпочтения для краткого и эффективно-го описания сути и содержания в заголовках.

Во всех заголовках в форму сложного предложения включена назывная часть. Этот вид односоставной грамматической основы становится наиболее распространенным в составе таких заголовков, например *Город без мужчин: START показал тизер комедийной антиутопии «Два Холма» (15.02.2022); Необузданные русские: Илья Малаков, Артур Иванов и Владимир Кошевой в трейлере приключенческой мелодрамы «Янычар» (23.02.2022)*. В таких назывных предложениях чаще всего подлежащее распространено определением или обстоятельством, называющим время или место.

Безличные части в составе сложных предложений представлены двумя конструкциями:

1. Нет + существительное в родительном падеже (2 случая), например, *Нет мужчин — нет проблем*;
2. инфинитивные предложения (2 случая), например, *Одно аниме, чтобы править всеми*.

Эти безличные предложения, встречающиеся в составе бессоюзных предложений, стоят в начале предложения и имеют эмоциональную составляющую, от-

вечают за воздействующую функцию, заголовка, а часть после двоеточия является информационной.

В итоге исследования можно сделать вывод, что в современных русскоязычных анонсирующих текстах большинство заголовков киноанонсов представляют собой простые двусоставные предложения (89.33% от общего числа заголовков), которые по лексико-синтаксическим особенностям более всего соответствуют задаче краткости и информативности заголовков. Односоставное предложение содержит меньше информации, поэтому оно редко используется как самостоятельный заголовок (6%). Однако односоставные конструкции обычно являются составляющей частью заголовков, построенных в форме сложных предложений (4.67% от всех заголовков), односоставные части занимают 82.35% от общего количества составных частей сложных предложений. Все заголовки в форме сложного предложения содержат бессоюзную связь и иногда подчинительную связь. В двусоставных простых предложениях представлен в подавляющем количестве случаев прямой порядок слов, в односоставных же – инверсия.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Подчасов А.С. Функционально-стилистические особенности газетных заголовков: на материале российских и британских газет второй половины 1980–1990 годов. Синтаксический аспект: Дис. ... канд. филол. наук. М., 2001. С. 44 – 45.
2. Вомперский В.П. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка // Искусство публицистики: пробл. теор. и практ. Алма-Ата, 1966. С. 4.
3. Колмакова В.В., Шалков Д.Ю. Особенности русского коммуникативного поведения в начале XXI века // Вестник Пятигорского государственного университета. 2018. №4. С.61-64.
4. Лютая А.А. Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика: автореферат диссертации ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / А.А. Лютая. — Волгоград, 2008. — С. 20.
5. Доценко М.Ю. Синтаксис газетного заголовка: структура, семантика, прогнозирование смыслового развития текста: автореферат диссертации ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / М.Ю. Доценко. — Санкт-Петербургский государственный университет, 2009. — С. 17.
6. Доценко, М.Ю. Особенности структуры газетных заголовков в форме двусоставного предложения // Вестник РУДН. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. – 2008. - №3. – С. 46–49.

© Цингэлэ (qinggele6208@gmail.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»