Пустынникова Л. Ю.

СТРУКТУРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КОМПРЕССИВА-АТРИБУТА В ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ СТИЛЕ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2009/8-2/65.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2009. № 8 (27): в 2-х ч. Ч. II. С. 152-154. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2009/8-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

акта, в котором реализуются его дискуссионные интенции.

Коммуникативный акт лежит в основе любого речевого взаимодействия, поэтому, формируя умения вести дискуссию на иностранном языке, мы в обязательном порядке должны опираться на коммуникативный акт как основной элемент формирования навыков иноязычного взаимодействия. Следовательно, основным элементом содержания обучения таким навыкам должен стать набор коммуникативных актов, характерных для такого интерактивного речевого события как дискуссия.

Наиболее типичными дискуссионными интенциями являются следующие: обсудить какой-либо вопрос с целью принятия решения; убедить партнера в чем-либо; выразить/отстоять свое мнение; поддержать/опровергнуть мнение партнера; выдвинуть и обосновать свое предложение; обобщить; сделать заключение; выразить сомнение, критику по обсуждаемому вопросу. Данные дискуссионные интенции реализуются в коммуникативных актах оценки и комментирования информации, организации речи и достижения понимания (уточнения, переспроса и т.д.), регулирования действий партнеров по интеракции (планирования действий, приглашение к участию и т.д.). На разных этапах дискуссии используется различный набор коммуникативных актов.

Вербальными средствами, сигнализирующими о типе коммуникативного акта, являются метакомуникационые средства - стереотипные речевые формулы, позволяющие участникам интеракции управлять ходом речевого взаимодействия. Список метакоммуникационых средств обширен, однако мы предлагаем включить только часть из них в качестве компонента содержания обучения профессиональной интеракции, а именно речевые формулы, используемые в дискуссии.

Анализ аутентичных интерактивных текстов позволил выявить интенционную специфику «ведущего» и «участников» дискуссии, которая отражается в речевых клише, отмеченных в этой ситуации. Как правило, обсуждения не проходят ровно, предложения часто повторяются, переформулируются с уточнением способов и деталей решения проблемы, и участники бывают настолько поглощены собственными предложениями, что не следят за ходом развития обсуждения в целом. Задачей ведущего является фиксирование основных моментов и результатов обсуждения проблемы и поиска путей ее решения. Речевые формулы контролирования дискуссии отражают все ее этапы - 1) начало с оглашением темы и плана работы, 2) главное выступление, 3) обсуждение, 4) подведение итогов и 5) принятие решения и окончание дискуссии. Интенционная специфика «участников» дискуссии значительно разнообразнее, так как им приходится брать слово, высказывать свое мнение, соглашаться и не соглашаться, перебивать, убеждать, давать совет, подчеркивать, обобщать и т.д.

При формировании интерактивных навыков и умений контролирования дискуссии особое значение имеет стилистическая адекватность метакоммуникационных средств, которая может проявляться в интенсивности их воздействия. Мы выделяем нейтральное, сильное и слабое воздействие, вербализуемое определенным набором метакоммуникационных средств. Стилистические особенности метакоммуникационных средств приведены ниже в Таблице 2.

Таблица 2. *Стилистические особенности метакоммуникационных средств*

Strong	Neutral	Tentative
I'm sure that…	I think / I believe that…	It seems to me that…
I'm convinced that…	As I see it…	I'm inclined to think that…
I feel quite sure that…	From this point of view…	My inclination would be to…
It's perfectly clear to me…	The way I see it is that…	I tend to favour the view that…

Таковы основные компоненты содержания обучения дискуссионным умениям.

Необходимость формирования иноязычных презентационных и дискуссионных навыков и умений продиктована современными требованиями, предъявляемыми к профессиональной языковой подготовке студентов-нефилологов, которые обусловлены возрастающим спросом нашего общества на дипломированных специалистов, способных самостоятельно, без помощи переводчика быстро и компетентно решать профессиональные проблемы.

СТРУКТУРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КОМПРЕССИВА-АТРИБУТА В ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ СТИЛЕ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Пустынникова Л. Ю.
ГОУ ВПО «Таганрогский государственный педагогический институт»

Известно, что на протяжении многих веков английский язык демонстрирует типологическую мобильность. Цепная лингвистическая реакция, пронизавшая все уровни структуры английского языка, вызвала существенную перестройку на каждом из них, в результате чего сложилась новая совокупность типологически-существенных признаков, которые паспортизируют современный английский язык и отличают его от других близкородственных и дальнеродственных языков.

Одним из наиболее существенных результатов типологических изменений в английском языке можно

считать превращение имени прилагательного в неизменяемый класс, т.е. утрату им морфологических средств, служащих обычно, как, например, в русском языке, для выражения категорий числа, рода, падежа. Именно исчезновение у имени прилагательного инвентаря морфологических средств, характеризующих данный лексико-грамматический класс, а также установление примыкания как определяющего приема передачи синтаксической связи, было тем главным, что способствовало возникновению уникального явления в английском языке, а именно возможности простого соположения существительного в атрибутивной функции с ключевым определяемым существительным. Двусоставные беспредложные словосочетания модели N_1N_2 становятся нормой в английском языке.

Возникший механизм и та легкость, с которой различные классы слов получают возможность вступать в сочетание, примыкать к опорному определяемому существительному, способствовали в дальнейшем возможности конструирования беспредложных многокомпонентных препозитивных атрибутивных словосочетаний, где зависимый компонент (определяющая группа) может быть выражен комбинацией 2, 3, 4, 5, 6, 7 и более различных частей речи с прямой непосредственной линейной связью, непрямой опосредованной многоступенчатой связью, смешанной связью определяющего с определяемым; а также построения многокомпонентных атрибутивных словосочетаний с определением, которое представляет собой стяжение двух или более слов по синтаксическому типу, получивших названия «транспозиции по типу голофразиса» [Арнольд, 2002, с. 251], «слова-компрессивы» [Арбекова, 1977, с. 22], «многокомпонентные лексические единицы» [Дементьева, 1982, с. 48].

Фразовый эпитет динамично развивался в художественной прозе XVIII, XIX, XX вв. [Там же, 1981, с. 41]. Сегодня можно наблюдать значительное усиление активности и продуктивности, а также функционально-прагматической релевантности компрессива-атрибута в газетно-публицистическом стиле.

В связи с этим представляется актуальным исследовать особенности структурной организации и функционирования данного типа словосочетаний в газетно-публицистическом стиле.

Из 300 случаев употребления многокомпонентных атрибутивных конструкций, произвольно отобранных из англо-американских газет и журналов, 40% приходится на конструкции с атрибутивными стяжениями. При этом большинство единиц данного типа представлено окказиональными образованиями, что свидетельствует не только о типологичности, но и их продуктивности, функциональной значимости в рамках газетно-публицистического стиля.

Как и в художественном стиле, компрессивы-определения в газетно-публицистическом стиле демонстрируют разнообразие структурных моделей: от простых, где компрессии подвергаются сочинительные и подчинительные словосочетания [N+Prep+N, Adv+Prep+N, Adj+Conj+Adj, N+Prep+Art+N, Adv+Prep+Art+N, Nu+Prep+Art+N, V+Conj(Prep)+V, Adj+Adj+N, Adv+Prep+ Nu+N, etc. (day-to-day management, hand-in-hand walking, out-of-work actors, round-the-world trip, spur-of-the-moment observations, up-to-the-minute service, half-a-billion pounds, smaller-than-expected interest rate adjustment, high-net-worth clients, small-but-growing fan base, brick-and-mortar companies, the not-so-good news, hit-and-run driver, nine-to-five job, round-the-clock service, career-threatening injury problems, etc.)]; до сложных, в которых синтаксическое смещение приводит к компрессии целых предложений разного объема, структурного и коммуникативного типов: повествовательных (the *small-is-beautiful* philosophy; a *winner-takes-all* concentration; "*We-only-talk-about-Russia-when-something-goes wrong*" reporting); повелительных (*take-it-or-leave-it* deal; *pay-as-you-go* system); восклицательных (a *bless-you-my-children* expression).

Спецификой газетно-публицистического стиля является сочетание информирующей и воздействующей функций. Широкое использование словосочетаний с компрессивом становится одним из эффективных способов достижения экономии языковых средств и лаконичности изложения при информативной насыщенности, с одной стороны, способствует созданию ярких образов, воздействующих на разум и чувства адресата информации, с другой стороны.

Особенно ценным фразовый этикет оказывается в современном рекламном тексте. Например, в рекламе автомобиля в качестве фразового эпитета выступает стяжение двух предложений 'Pinch me' (побудительного) и 'I'm dreaming' (простого двусоставного).

Combine that with the *pinch-me-I'm-dreaming* price, and you've got a sports car like no other that anyone can justify owning.

Фразовый эпитет имитирует слова человека, потрясенного низкой ценой, подчеркивая одно из достоинств MAZDA RX-8.

Интерес представляет и следующий пример словоподобного образования:

Luck? There's *blind* luck, *dumb* luck and then there's *get-up-every-morning-at-5:30-and-sweat-the-details* luck.

Фразовый эпитет представляет собой побудительное предложение, члены которого соединены графически в единое целое, выступающее в атрибутивной функции к существительному 'luck'.

Фразовый эпитет в данном случае противопоставляется тропеическим атрибутам 'blind' и 'dumb', которые выражают идею непричастности человека к удаче, в отличие от эпитета 'get-up-every-morning-at-5:30-and-sweat-the-details', который подчеркивает усердный труд, являющийся залогом удачи.

И, наконец, абсолютно уникальное явление, когда стяжению в эпитет подвергается целый диалог, можно проследить в рекламе виски THE CHIVAS LIFE:

This is the *keep your eyes peeled for polar bears, where the hell are we, not on the guided tour* life.

В данном фразовом эпитете заключен диалог двух мужчин, изображенных на иллюстрации под заголов-

ком THIS IS THE CHIVAS LIFE. Диалог можно представить в следующем виде:

- Keep your eyes peeled for polar bears.
- Where the hell are we?
- Not on the guided tour.

Компрессив-атрибут легко трансформируется в диалог, который имитирует живую речь, что достигается путем использования разговорной идиомы ‘keep one’s eyes peeled for’ в значении to watch carefully; be always looking; разговорного вставного слова ‘hell’; эллиптической конструкции предложения ‘Not on the guided tour’. Так, компрессив берет на себя всю нагрузку по созданию яркого образа свободной жизни, полной приключений, экстремальных «переживаний», которые могут быть вызваны рекламируемым товаром (whisky). Лаконичность текста сочетается с силой убеждения благодаря уникальности и выразительности конструируемого атрибутивного блока.

Столь же впечатляющим с точки зрения уникальности моделирования фразового эпитета и его функциональной значимости может быть пример окказиональной атрибутивной фразы:

Now there’s a smarter way to manage your *customer-employee-supplier-partner-intra-extra-Inter-cross-platform-global-way-to-complex-digital-economy* net. It’s one Net. Put it to work.

Рекламодатель имеет целью продвижение высокотехнологичного программного обеспечения фирмы Novell, которое позволяет объединить различные типы сетей в единую сеть, что способствует ведению бизнеса более организовано, надежно, экономично и эффективно.

Атрибутивная фраза дает возможность автору рекламы выразить практически весь объем информации, заключенный в целом тексте, который приводится ниже:

You can’t build success in today’s Business world if you can’t bring order to a host of complex networks. Order that lets your employees, partners, suppliers and customers work together. And all their different operating systems, intranets, extranets and the Internet work as one Net. Surely and reliably. That’s the strength of Novell’s Net Services software. It lets existing technology work together. And gives you the power to change your business as fast as the Net economy [Forbes, 2000, September 18, p. 228].

Фразовый эпитет построен на использовании ключевых слов текста, искусно включенных автором в пределы самостоятельно моделируемого им компрессива, что свидетельствует о высоком прагматическом потенциале данных конструкций. Их внешняя громоздкость, многокомпонентность не противоречит идеи экономии и передачи как можно меньшими лингвистическими усилиями большего объема информации.

Можно отметить закономерность: компрессив-атрибут, образованный путем стяжения словосочетаний, не только менее информативен, но структурно более стандартизован при всем многообразии его конструкций, более предсказуем, менее оригинален и выразителен; чем компрессив-атрибут, образованный путем стяжения одного/двух предложений или более крупных речевых форм.

Типологические особенности английского языка вызвали к жизни такое уникальное лингвистическое явление как «компрессив-атрибут», демонстрирующий сегодня практически неограниченные возможности его структурирования, когда не только словосочетания разнообразных структурных моделей, но и предложения любого размера и конструкций, целые диалоги, сверхфразовые единства могут стать объектом «свертывания» и использования в атрибутивной позиции. Фразовый эпитет глубоко проник, по крайней мере, в ткань художественного и газетно-публицистического стилей, где актуализирует свою полифункциональность, что усиливает его продуктивность в данных стилях речи.

Список использованной литературы

1. Абекова Т. И. Лексикология английского языка. М., 1977. 240 с.

2. Арнольд И. В. Стилистика речи современного английского языка. Л.: Флинта; Наука, 2002. 384 с.

3. Дементьева Н. Я. Английские слова-компрессивы в атрибутивной функции и их соответствия в русском языке // Сопоставительный анализ грамматической и лексической семантики. Куйбышев, 1982. 113 с.

4. Дементьева Н. Я. Фразовый эпитет и его становление в языке англоязычной прозы // Диахрония и синхрония в словообразовании и фразеологии германских и романских языков. Куйбышев, 1981. 115 с.

Список периодических изданий

1. Financial times. 2006. November 25/26.
2. Forbes. 2000. September 18.
3. Metro. 2007. October 15.
4. New Yorker festival. 2002. February 4.
5. Newsweek. 2002. April 22.
6. Ibidem. 2001. December.
7. Ibidem. July 9.
8. Ibidem. 2002. May 27.
9. The daily telegraph. 2008. URL: http://www.telegraph.co.uk
10. The mail on Sunday. 2006. November 26.
11. The Sun. 2007. October 15.
12. Time. 2001. September 10.