

РЕЧЕВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ СУБЪЕКТИВНОСТИ И ОБЪЕКТИВНОСТИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ И ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

SUBJECTIVE AND OBJECTIVE ELEMENTS OF MASS MEDIA TEXTS AND THEIR ROLE IN THE ENGLISH CLASS CONTEXT

A. Shirokikh

Annotation

The article looks upon speech phenomena, which facilitate objectivity and subjectivity of presenting information in mass media texts. The author investigates the functions of metaphors, similes, idioms, authorization lexemes, rhetoric questions, stylistic contamination, citation and precedent phenomena. Interpreting these speech devices boosts students' communicative competency. The semantic component of teaching English is a key to successful learning.

Keywords: precedent phenomena, stylistic contamination, authorization lexemes, citation, rhetoric questions, metaphor, simile, idioms.

Широких Анна Юрьевна

К.филолог.н. доцент,

Финансовый университет

при Правительстве РФ, г. Москва

Аннотация

В статье рассматриваются языковые явления, способствующие объективизации и субъективизации информационного посыла в публицистическом тексте. Автор исследует такие явления языка, как метафоры, сравнения, идиомы, авторизирующие лексемы, риторические вопросы, цитирование, стиливая контаминация и прецедентные феномены. Интерпретация этих речевых приемов в контексте обучения иностранному языку способствует развитию коммуникативной компетенции студентов. Смысловая составляющая публицистического текста, по мнению автора, – основа успешности обучения.

Ключевые слова:

Прецедентные феномены, стилистическая контаминация, авторизирующие лексемы, цитирование, риторические вопросы, метафоры, сравнения, идиомы.

Политизация современного общества, нарастание социального кризиса, глобальные экономические изменения оказывают влияние на языковую картину мира через средства массовой информации. Традиционная для СМИ функция передачи информации уходит на второй план, а воздействие оказывается в фокусе внимания. Воздействие может осуществляться с различными целями и побуждениями: в целях образования, создания общественного мнения, воспитания, и в контексте учебной деятельности по обучению иностранному языку, это особенно важно. Одним из источников текстовых материалов для обучения английскому языку студентов-экономистов являются статьи англоязычных экономических журналов. В рамках данной статьи хотелось бы остановиться на речевых средствах субъективизации и объективизации сообщения и ответить на вопрос – почему необходимо обращать внимание студентов на эти особенности текстов.

Во-первых, следует отметить, что тексты печати являются ценным источником получения информации о грамматических особенностях языка. Даже беглый просмотр

заголовков статей "The Economist", августовский выпуск 2015 г., позволяет выделить интересные, "инновационные" грамматические модели создания смысла. Экспрессивные стилиобразующие и смыслообразующие средства представлены на уровне фонологии, морфологии, прагматики – Vagehot. The statecraft of Davela Merkeron [4] (Vagehot – Уолтер Бэджет, британский экономист и политический деятель 19 века, прецедентное имя; Davela Merkeron – словослияние имен собственных Angela Merkel and David Cameron), или синтаксиса – Young, single and what about it? [5] (риторический вопрос и эллипсис).

Как известно, информация бывает фактуальной (факты выражены вербально, эксплицитно), подтекстовой (имплицитной) и концептуальной (возникает в сознании адресата после восприятия всего текста). [2, с.35] Средства, облегчающие восприятие информации, многочисленны – графические средства, такие как заголовки, врезки, "лиды", элементы текстовой графики – таблицы, иллюстрации, разные шрифты, и языковые средства организации, такие как абзацное членение – разделение

текста на различные группы предложений, связь между предложениями – когезия и когерентность, параллельная или последовательная связь актуального членения предложения (тема и рема), лексические средства – повторы слова, их тематические замены и цепочки синонимичных слов, а также маркеры дискурса – союзы и другие слова, определяющие место предложения в тексте [2, с. 38–50].

Информационная и воздействующая функции языка средств массовой информации – "две стороны одной медали". Так, например, авторизирующие лексемы могут служить не только как средство субъективизации сообщения, но и как средство организации текстового пространства. В статье журнала *The Guardian* "The French Protect Their Language Like the British Protect Their Currency" [7] три из десяти абзацев начинаются с субъективных, оценочных средств языка – "My feeling is that...", "Unfortunately ...", "Not surprisingly...".

"Создатели текстов СМИ (осознанно или неосознанно) избирают средства и способы вербализации, которые в наибольшей степени соответствуют тому взгляду на событие, который журналист хочет сформировать у аудитории" [3, с. 16]. Усиление авторского начала в языке средств массовой информации позволяет авторам публицистических текстов осуществлять воздействие на аудиторию читателей. Так, в тексте вышеупомянутой статьи журнала *The Guardian* [7], мы находим следующие языковые средства, формирующие "лицо" автора текста, каждое из которых представляет собой то или иное грамматическое явление:

My contention is that this is not purely coincidental. (вводное предложение)

France's identity has long been bound with its language, more so possible than anywhere else. (сравнительная степень прилагательного)

This may be due to the fact that French is treated as a top-down affair, policed by the state...(модальный глагол)

My feeling is that France is haunted by its lost American future. (вводное предложение)

Had the US fallen under Gallic domination, French would probably be the world's lingua franca today. (составительное наклонение и инверсия вспомогательного глагола и подлежащего)

Even more worrying, perhaps, is the French penchant for unwittingly redefining... (сравнительная степень прилагательного)

The unregulated flexibility of English probably gives an

extra edge in our ever-shifting digital world. (так называемый "рефлексив" – наречие, выражающее двойственность авторского суждения)

It is significant that many young French speakers today should suddenly switch to English when ...(вводное предложение)

Unfortunately, Fioraso committed an unforgivable faux pas ... (вводное слово, оценочная лексика)

Not surprisingly, reaction have been far more favorable in the scientific community than in literary circles. (вводное слово, оценочная лексика)

The idea that we are spoken by language as much as we speak through it is, I think, an important one here... (вставка-рефлексив)

In France, it is independent language, and that is indeed something to be cherished. (наречие оценки)

Любой текст диалогичен по своей природе, т.к. предполагает не только автора, но и реципиента сообщения. В случае текстов массовой информации реципиент – многоплановое явление. С одной стороны, восприятие текста всегда индивидуально, а с другой стороны, т.к. публицистический текст должен оказывать влияние на умы народных масс, он может быть не единожды интерпретирован. Диалогизация публицистического текста заключается в использовании различных апелляционных способов воздействия, одним из которых является риторический вопрос.

Для успешности общения необходимы два условия – внятность речи и ее логико-семантическая прозрачность. Предположение о смысле сказанного, т.е. пресуппозиция (говорящий) и постсуппозиция (слушающий) строится на основе "фонда общих знаний" и помогает "глубоко раскрыть явление подтекста и подойти с новых позиций к проблеме смысла сообщения" [1, с.4].

Постсуппозиция студентов, изучающих английский язык, должна быть основана не только на социокультурных знаниях об изучаемой культуре, лингвистических умениях, но и прагматических навыках интерпретации изучаемого дискурса. Целевое содержание речи – определяющий фактор регуляции речи. В случае риторических вопросов понимание осуществляется на основе пресуппозиции говорящего. Риторические вопросы также провоцируют постсуппозицию – заставляют нас размышлять о смысле сказанного.

Таким образом, они многофункциональны – это и установление контакта с аудиторией читателя, и агитация, и

рефлексив, и средство оценки, и средство организации текста:

What to do? Bagehot submits that Mr Cameron should follow the example of Angela Merkel. His circumstances, it is true, are other than those of the German chancellor. [4]

Другие средства создания субъективности публицистического текста включают метафоры, сравнения, идиомы, оценочную и устаревшую, книжную лексику.

Вторичность номинации, семантическая двуплановость и наличие общих смысловых компонентов в основных и переносных значениях составляют основания для герменевтического анализа явления метафоры, а оценочность и образность этого явления – основа его стилистической значимости. Метафора основана на ассоциативном мышлении. Значимость ассоциативного мышления была отмечена еще Зигмундом Фрейдом, который применял ассоциации в своих методах психотерапии. Общеизвестна роль ассоциаций при запоминании – накопление знаний в данном случае идет путем "сцепления" новой и старой информации. Эти черты ассоциативного мышления позволяют использовать метафору как средство воздействия в языке СМИ. Метафора имеет также и функцию компрессии информации, т.к. первичное значение слова не исчезает полностью, лишь стирается, а новое значение выступает на первый план. В условиях сжатости газетного текста важно вместить много информации в ограниченный объем статьи. Эффективность метафоры как инструмента языкового отражения действительности была доказана с помощью эксперимента, проведенного на материале русского публицистического дискурса. Подсчитывалась относительная частота употребления метафор и параметр креативности по определенной формуле на материалах газет за 1998 г. Авторы эксперимента пришли к выводу, что "исследование динамики параметров креативности метафор и относительной частоты их употребления может не только диагностировать кризис, но и делать краткосрочный прогноз его развития" [3, с. 36] Авторы эксперимента также выделили три типа метафорических выражений – стертые метафоры, конвенциональные метафоры и новые, креативные метафоры.

В контексте обучения иностранному языку следует остановиться на структурных элементах метафорических выражений, т.е. проанализировать, какими частями речи выражены метафорические проекции. Номинативно автономные метафоры выражены различными частями речи – существительным, глаголом, наречием и т.д., например: That would be a recipe for more Russian sabre-rattling, not less [6]. В этом же контексте мы наблюдаем и другой тип метафоры – связную метафору – Russian sabre-rattling. Связные метафоры представляют собой

словосочетания "существительное + существительное" – a key feature, the Kremlin's approach, plays its cards in opportunistic ways; "глагол + существительное" – set entrepreneurs free, a gambit to capitalize on, a trap he could be setting, enter the Syrian quagmire; "прилагательное + существительное" – the social democrats in one of their national guises; предложные обороты – the lottery of life, the health of the society.

Остается спорным вопрос о разграничении идиоматических выражений и метафор. Очевидно одно – идиомы – это метафорические переносы в плане этимологии. Идиомы провоцируют образование новых метафор, например: One temptation is to pull back from anything that might smack of provocation: the Russian bear is growling; let's see how we can quieten it down, goes that line of thinking [6]. В данном контексте Russian bear (Россия), идиома, зафиксированная во многих словарях, вызывает целый ряд ассоциаций – growling (рычит), quieten it down (успокоить), to pull back (отступить).

Метафора и сравнение образуются путем одинаковых когнитивных проекций – ассоциативное мышление является их основой. Однако, если в случае метафорического переноса мы говорим об имплицитно заложенных смыслах и даже неологизмах в языке, то сравнение представляет собой более конвенциональный способ экспрессии. Сравнение может быть выражено словосочетанием, а иногда и целым предложением:

Inside the paper (and in French), the editorialists urged their compatriots to "stop behaving like the last representatives of a besieged Gaulish village". The nod to Asterix – the diminutive comic-strip hero who punches above his weight thanks to his cunning and occasional swigs of magic potion – is highly significant [7].

Устаревшая, книжная лексика – еще один из приемов семантической экспрессии, создания "образа" в тексте [7]:

For decades, France has identified with the plucky denizens of Asterix's village...

Asterix's first outing (in a long-defunct magazine called Pilote) occurred in 1959...

This may be due to the fact that French is treated as a top-down affair, policed by the state: an affaire d'etat, if you will.

"Long live free Quebec! Long live French Canada! And long live France!" declaimed de Gaulle...

Стилистическая контаминация, т.е. использование лексики разных стилей речи или даже иноязычных слов или заимствований, явление распространенное в языке публицистических текстов. Так, автор статьи "The French Protect Their Language Like the British Protect Their

Currency" [7] использует французские слова для создания определенного эмоционального эффекта:

... many young French speakers today should suddenly switch to English when writing a mel or courriel (if you'll pardon my French) to a friend.

Субъективность автора публицистического текста находится в оппозиции к требованию объективности изложения информации. К средствам объективизации информационного посыла можно отнести такие речевые приемы, как использование предложений с пассивными конструкциями, цитирование и использование прецедентных имен и высказываний.

Прецедентные феномены – это ссылки на известные события, пословицы, поговорки, цитаты, имена, крылатые слова, политические лозунги, высказывания известных людей. "Пантеон" представлений, связанных с прецедентными феноменами, формирует ядерную часть системы эталонов национальной культуры, задавая определенную парадигму социального поведения". [3, с. 35] Гудков Д.Б. также выделяет прецедентный текст, прецедентное высказывание, прецедентное имя, прецедентную ситуацию. Так, в статье "The French Protect Their Language Like the British Protect Their Currency" мы насчитываем 10 прецедентных имен, включающие имена писателей, философов, политических деятелей Франции, названия организаций, прецедентные высказывания – "five Proust

specialists sitting around a table", и ссылки на прецедентные ситуации – French nationalism, De Gaulle's inflammatory 1967 speech.

Отвечая на вопрос, почему речевые явления субъективизации и объективизации информационного посыла могут быть интересны студентам неязыковых специальностей, хотелось бы дать пример вопросов к статье "The French Protect Their Language Like the British Protect Their Currency":

What is the image of a true Frenchman in the eyes of its own nation? Read out the language expressions, which characterize the French.

Do the French value their native language? How can it be proved?

Is the author of the article an opponent or a proponent of the legislation?

Очевидно, что ответ на эти вопросы требует определенных умений выделить в тексте такие явления, как метафоры, сравнения, идиомы, авторизирующие лексемы, риторические вопросы, особенности цитирования, и знаний о таких явлениях языка, как стилистическая контаминация и прецедентные феномены. Только в контексте обсуждения этих речевых средств субъективизации и объективизации можно постигнуть смысл сообщения автора статьи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Блох М.Я. Фактор слушающего в диалогической и монологической речи // Вестник Нижневартковского государственного гуманитарного университета, Выпуск 3, 2008, с.3–5
2. Кормилицина М.А. Сиротинина О.Б. Язык СМИ. Учебное пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2015 г. – 92 с.
3. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Ответственный редактор: д.ф.н. проф. Володина М.Н. Учебное пособие. М.: Изд-во МГУ, 2003 – 120 с.
4. The Economist. Bagehot. The statecraft of Davela Merkeron [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economist.com/news/britain/21662575-what-angela-merkel-teaches-david-cameron-about-political-hegemony-statecraft-davela> (Дата обращения 11.10.2015).
5. The Economist. Young, single and what about it? Print Edition. August 2015. – p. 23.
6. The Guardian. He once called the US a wolf – now it is Putin who's on the prowl [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2015/oct/02/putin-us-wolf-europe-syria-ukraine-deal-russians> (Дата обращения 11.10.2015).
7. The Guardian. The French Protect Their Language Like the British Protect Their Currency. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/may/23/language-french-identity> (Дата обращения 18.10.2015)

© А.Ю. Широких, (ashirokih@mail.ru), Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»,

