

## ВВОДНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ В АНАЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ: СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ БРИТАНСКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ МЕДИАКУЛЬТУР

Е.А.Лебедева

*Гуманитарный институт НовГУ, NiSeLe@yandex.ru*

Статья посвящена исследованию вводных элементов как языковых средств проявления авторского замысла в рамках аналитического медиатекста. Представлены результаты сравнительного анализа использования вводных элементов в американской и британской качественной прессе.

**Ключевые слова:** *вводные элементы, модус, аналитический медиатекст*

The article deals with the parenthetical elements as the linguistic means of authorial presence within the framework of analytical media text. The comparative analysis of the use of parenthetical elements in the American and British high quality press is presented.

**Key words:** *parenthetical elements, mode, analytical media text*

Для современных исследований медиадискурса важно не только рассмотреть функционирование коммуникативно-прагматических средств медиатекста, но и изучить факторы лингвокультурной обусловленности их применения. В этой связи особо актуальным становится вопрос «о роли медиакультуры как уникального явления информационной эпохи, как знаковой системы, «кода», с помощью которого передается информация об окружающем человека мире и формируется новое мышление» [1]. «Медиакультуру можно определить как совокупность информационно-коммуникативных средств, материальных и интеллектуальных ценностей, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности. Медиакультура включает в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия; она может выступать и показателем уровня развития личности, способной воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания в области медиа» [2].

Несмотря на историческую общность языковых корней, язык наиболее известных и влиятельных британских и американских медиаизданий представляет интересный материал для постижения лингвокультурной специфики современного англоязычного медиапространства.

Чтобы проследить закономерности в использовании такого синтактико-стилистического приема, как парентеза, в двух основных диатонических вариантах английского языка, для исследования выбраны информационно-аналитические медиатексты качественной прессы США и Великобритании: редакторская статья (editorial), экспертная статья (opposite-editorial), рецензия (review) и комментарий (comment). Тексты такого рода содержат анализ и оценку описываемых фактов и событий.

Употребление парентезы, или вводных элементов, как средство выражения авторского начала обусловлено жанром. Функциональное назначение вводных модусных элементов – это актуализация субъективного отношения авторов аналитических медиатекстов при раскрытии объективной реальности и создание определенных стилистических эффектов. Функ-

ционирование вводных элементов в различных высказываниях и фрагментах медиатекста не просто привносит дополнительную информацию, заключая в себе значения искренности, ясности, конкретности, занимательности, эмоциональности, но и создает благоприятные условия для усвоения основной информации и наиболее эффективного воздействия на читателя. Авторы используют вводные элементы именно для достижения своей цели в тексте коммуникативно-информационной или экспрессивной направленности, придавая речевому ходу определенную иллюкативную силу, что полностью отвечает задачам создания текста аналитического характера.

Рассматривая вводные элементы как средства модальной модификации заданного диктума с позиций функционально-семантического аспекта, мы выделяем авторизационные (по терминологии Золотовой [3]), персуазивные [4], оценочные, метатекстовые (текстовые и метапоказатели модуса высказывания) [5] и фатические [6].

При равном количественном соотношении рассматриваемых статей очевидно, что американские журналисты склонны чаще использовать в своих аналитических текстах вводные элементы. При этом количественный перевес складывается благодаря только одной авторизационной группе вводных элементов (421 против 94).

Если рассмотреть соотношение количественных данных в каждой семантической группе, то станет ясно, что британские авторы аналитических статей порой с незначительным, но превосходством используют метатекстовые, персуазивные, эмоционально-оценочные и фатические вводные элементы. Однако исключение составляет, как уже сказано, группа авторизационных вводных элементов, их в американских аналитических медиатекстах почти в 4,5 раза больше. В стилистическом аспекте американские журналисты для обозначения авторизации чаще используют безлично-глагольные модели и двусоставные глагольно-именные формы, например: as written, smb. continued, smb. discovered, smb. maintain(s), smb. noted /smb. notes, smb. observed, smb. write(s), smb. added, this being said. Семантическая основа глаголов в составе вводных авторизационных элементов – передача объективной информации о мире и спосо-

бе её получения. Однако при структурном однообразии можно всё-таки отметить, что аналитическому жанру американских газет свойственна значительная свобода в выборе авторизирующих глаголов, которые могут обладать экспрессивной оценкой. Следует добавить, что американские авторы склонны к использованию объективированных форм авторизационных вводных предложений. А менее многочисленный арсенал авторизационных вводных элементов у британских авторов более насыщен субъективированными вводными сочетаниями и предложениями, например: *to my mind, to my strict little mind, as I say, like I said*. Кроме того, субъективированные формы вводных элементов прослеживаются у британских авторов и для обозначения персуазивности. А также благодаря подгруппе метатекстовых вводных элементов, которые употребляются главным образом при раскрытии или пояснении предыдущей информации (*say, especially, in particular, respectively, separately, for example, for instance, that is, namely, on average, in turn, by definition in other words*). Этим вводным элементам встречается в полтора раза больше в американских статьях. Более подробно данная группа вводных элементов проанализирована нами в статье [7].

Отдельно следует обратить внимание на ряд вводных элементов, которые мы относим к подгруппе персуазивных с семантикой проблематической достоверности: *if any, if at all, if you like, if necessary*. Они выполняют функцию оговорки и являются комментарием к высказыванию, несут в себе дополнительную информацию или уточнение, могут служить пояснением, иллюстрацией к сказанному: *What, if any, of this was true? Ron Nixon // NYT 25.11.2007*. *Low-in soybeans are popular because their oil can be repeatedly reheated without changing the flavor of foods much, if at all. (Andrew Martin // NYT 29.12.2006)*.

В отношении специфики использования таких вводных оговорок нами отмечена закономерность их использования американскими и британскими авторами: три против одного случая. Более того, с точки зрения структуры, для американского варианта типичны именно эллиптические случаи таких вводных предложений: *if any, if at all, if necessary*.

Без труда можно заметить, что количественная разница вводных элементов в отдельных подгруппах двух языковых вариантов составляет буквально десятые или даже сотые процента. Например, подгруппа вводных элементов, указывающих на степень общности передаваемой информации (значение протекания во времени: *routinely, in most cases, in some cases, as is the custom* и др.) или подгруппа вводных элементов проблематической достоверности (*maybe, perhaps, probably, arguably, apparently, presumably* и др.). Таким образом, очевидны сходства в использовании американскими и британскими авторами в отношении отмеченных семантических групп вводных элементов.

Проведенное исследование позволило установить сходства и различия не только в семантике вводных элементов, используемых авторами двух вариантов английского языка, но и в их структурных предпочтениях.

Так, американские авторы отдают предпочтение вводным словосочетаниям, а в британских медиатекстах доминируют вводные слова. Вводных предложений в обоих языковых вариантах меньше количество. Однако количество вводных предложений, отмеченных в американских статьях, больше в 3,5 раза. Но при этом у британских авторов отмечено большее разнообразие вводных предложений по семантическому признаку.

Численно группа авторизационных вводных элементов находится на втором месте, именно благодаря их многочисленным использованиям американскими корреспондентами. Но в рамках данной семантической группы наблюдается типологическая близость – инвертированный порядок слов в вводных предложениях. Эффект очевиден: при помощи инверсии достигается цельное воздействие на читателя. Существуют разные виды инверсии, но в данном случае широкое применение находит интенсификация (способ смыслового выделения подлежащего). Выделение подлежащего как слова, несущего на себе наибольшую смысловую нагрузку в предложении (даже если это вводное предложение). Предикат в них представлен глаголами устной и письменной речи, но самым востребованным оказался глагол *to say*: *The surprising answer seems to be no, said Dr. Krahenbuhl (Gina Kolata // NYT 11.10.2007)*; *The money will be used as a war chest for acquisitions in the life insurance sector, an arena where Aviva has a great track record of putting firms together, said Mr Moss (Simon Evans // Independent 09.08.2009)*.

Лексикографический анализ позволил выявить ряд вводных элементов, которые не были отмечены в работах других исследователей. Так, в британских медиатекстах их зафиксировано больше, чем в американских.

Однако есть ряд элементов, которые в аналитических медиатекстах используются американскими и британскими авторами с разной частотностью. Их небольшой процент (9%), даёт возможность утверждать, что каждая языковая и медийная культура идёт своим путем развития, но в сфере медиаиндустрии такой синтактико-стилистический прием, как парентеза, имеет общие тенденции в применении. Что касается качественной британской прессы, то мы наблюдали качественно новые образования в структурном и лексическом плане, которые не зафиксированы в современных словарях: *frustratingly* – неудачно, безуспешно; *mystifyingly* – к недоумению. Принцип образования выдержан в рамках привычной схемы: прилагательное + *ly* = наречие: *This Malian Maverick has been producing consistently excellent material for more than a decade now but, mystifyingly, has yet to break through here (Howard Male // Independent 10.08.2008)*. Очевидно, что не все англоязычные вводные элементы имеют аналоги при переводе на русский язык, зачастую лексическое значение вводных элементов носит ситуативный характер. Так, зафиксированы случаи образования американскими авторами комбинации таких словосочетаний, как *by one view – by another*, которые необходимо трактовать как с одной точки зрения – с другой (точки зрения), у

британских авторов: in one sense – in a more worrying sense (в одном смысле – в более тревожном смысле). Данный случай функционально соответствует традиционной паре: с одной стороны – с другой стороны. Однако американские авторы, со своей стороны, используют сочетание in one sense в противовес своему новому варианту in another. Из этого можем сделать вывод, что британские авторы более склонны к использованию эмоциональных оттенков, которые должны способствовать убеждению читателей. В то время как у американских журналистов наблюдается компрессия семантическая и структурная, что также создаёт некий экспрессивный фон, а в сочетании с частыми ссылками на авторитетные источники формирует рационализм и доказательность суждений, которые доминируют в американском обществе.

Итак, мы отмечаем, что в целом вводных элементов в американских медиатекстах зафиксировано больше, чем в британских. Современный американский аналитический медиадискурс характеризуется усилением воздействия на аудиторию, что достигается за счёт увеличения частоты использования авторизационных вводных элементов. Очевидно, что вера в доказательные факты подчёркивает рационализм американского общества. Соответственно американские корреспонденты стремятся расширить список не только авторизационных, но и персуазивных вводных элементов в рамках аналитического жанра благодаря авторским новообразованиям. Ссылка на авторитетные источники рассматривается в составе рациональной аргументации, которую автор-аналитик приводит в медиатексте наряду с тезисом и статистическими данными. Таким образом, американские журналисты пытаются представить многообразие точек зрения на событие и его всесторонний анализ и оценку. В то время как в качественной британской прессе отмечается значительное использование тех элементов, которые способствуют реализации функции воздействия в рамках эмоциональной аргументации. Характерно семантическое многообразие вводных элементов, которые служат для передачи оценочно-описательного значения, а также качественно новые лексические образования.

В результате проведенного анализа удалось установить, что, использование вводных модальных элементов в двух вариантах английского языка в сфере аналитического медиадискурса имеет ряд схожих тенденций: по семантическому, структурному признаку, которые выдержаны в рамках законов аналитического жанра. Тенденции сходства показательны в отношении таких семантических групп, как: метатекстовые, авторизационные, эмоционально-оценочные. Но также очевидно, что идеологическое влияние политики и потребности разных обществ приводят к различиям в изложении материала в рамках даже одного стиля. Так можно объяснить предпочтения в использовании различных языковых средств, в том числе и вводных элементов.

1. Кириллова Н.Б. Что такое медиакультура? Режим доступа: <http://www.ifap.ru/library/book045.pdf>.
2. Там же.
3. Золотова, Г.А. Очерк функционального синтаксиса русского языка. М.: Наука, 1973. С. 263–264.
4. Шмельёва, Т.В. Семантический синтаксис: Текст лекций. Красноярск, 1994. С. 33–34.
5. Вежбицка, А. Метатекст в тексте // Новое в зарубежной лингвистике. 1978. №. 8. С. 402–421.
6. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М., 1975. С. 193–230.
7. Лебедева Е.А. Авторизационные вводные элементы в аналитических жанрах англоязычных медиа // Вестник Новгородского государственного университета. 2010. №57. С. 54–57.

#### Bibliography (Transliterated)

1. Kirillova N.B. Chto takoe mediakul'tura? [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.ifap.ru/library/book045.pdf>.
2. Tam zhe.
3. Zolotova, G.A. Oчерk funkcional'nogo sintaksisa russkogo jazyka. M.: Nauka, 1973. S. 263–264.
4. Shmeljova, T.V. Semanticheskij sintaksis: Tekst lekcij. Krasnojarsk, 1994. S. 33–34.
5. Vezhbicka, A. Metatekst v tekste // Novoe v zarubezhnoj lingvistike. 1978. №. 8. S. 402–421.
6. Jakobson, R. Lingvistika i pojetika // Strukturalizm: «za» i «protiv». M., 1975. S. 193–230.
7. Lebedeva, E.A. Avtorizacionnye vvodnye jelementy v analiticheskix zhanrah anglojazychnyx media // Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. 2010. № 57. S. 54–57.