

компоненты. Парцеллируемый компонент получает особое эмфатическое выделение, акцентирующее внимание читателя на важных в информационном плане частях предложения. Семантическим значением парцелляции является уточнение и расширение представляемой информации.

Литература

1. Александрова О. В. Проблемы экспрессивного синтаксиса. На материале английского языка: учеб. пособие. М.: Высшая школа, 1984. 211 с.
2. Блох М. Я. Теоретическая грамматика английского языка. М.: Высшая школа, 2006. 423 с.
3. Куралева Т. В., Абдульманова А. Х. Средства экспрессивного синтаксиса в современном английском диалоге // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 9. С. 314–316.
4. Михалчева А. В. Функционально-синтаксические особенности создания экспрессивности публицистического текста современных англоязычных изданий (на материале журналов National Geographic и The Economist) : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. М., 2022. 354 с.
5. Скребнев Ю. М. Введение в коллоквиалистику / под ред. О. Б. Сиротининой. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1985. 210 с.
6. Трофимова Э. А. Структурные особенности английской разговорной речи: учеб. пособие для преподавателей, аспирантов и студентов старших курсов фак. иностр. яз. / М-во просвещения РСФСР; Рост. н/Д гос. пед. ин-т. Ростов н/Д, 1972. 99 с.
7. Туранский И. И. Семантическая категория интенсивности в английском языке. М.: Высшая школа, 1990. 172 с.

УДК 811.111

Е. Н. Воробьева (Вологда, Россия)

Вологодский институт права и экономики ФСИН России

Структурно-семантические модели парцеллированных конструкций в английской разговорной речи

В статье рассматриваются структурно-семантические варианты парцеллированных конструкций и их экспрессивный потенциал на материале английской разговорной речи. Автор анализирует состав, семантические свойства и экспрессивность различных парцеллированных структур на основе простых и сложных предложений.

Ключевые слова: парцелляция, парцеллированная конструкция, парцеллят, эмфаза, экспрессивность

Парцелляция обычно определяется как «выразительный синтаксический прием письменного литературного языка, при котором предложение интонаци-

онно разбивается на самостоятельные, очень короткие части, графически выделенные как самостоятельные предложения» [3, с. 256]. Профессор О. В. Александрова отмечает, что превращаться в парцеллят (парцеллируемую, обособляемую часть) могут синтаксические единицы различного статуса, то есть любые члены предложения [1, с. 67]. По мнению Э. А. Трофимовой, обособляться могут не только словосочетания в составе простого предложения, но и отдельные предложения в составе сложносочиненных и сложноподчиненных предложений [6]. Так называемые дистантные модели выражения экспрессивности образуются путем разрыва внутренних или внешних синтаксических связей внутри предложения, в результате чего обособляемые компоненты интонационно выделяются посредством паузы и точки на письме [6, с. 62].

Воспользовавшись классификацией экспрессивных парцеллированных конструкций, предлагаемой Э. А. Трофимовой, можно выделить следующие структурные примеры парцелляции простого предложения, в результате которой обособляются отдельные члены предложения в составе высказываний в устной речи. При таком обособлении парцеллированная конструкция состоит из двух элементов, разделенных графически и интонационно, но являющихся, по сути, частями одного предложения [2, р. 371]. Следовательно, первая часть парцеллированной конструкции на базе простого предложения являет собой главное, парцеллируемое предложение, вторая часть – парцеллят (обособленный член главного предложения). Ниже представлены примеры обособления различных членов простого предложения. Нами были выявлены парцеллированные структуры, состоящие из трёх и более компонентов. При этом некоторые примеры парцеллят могут являться повторами слов и словосочетаний главного предложения с добавлением новой информации или быть однородными членам парцеллируемого предложения.

В приведенном примере парцеллят представляет собой повтор подлежащего главного предложения с добавлением уточняющего элемента (and me):

1) Tilden: We could cook these carrots, ya know. **You could cut' em up and we could cook 'em. You and me** (S. Sheppard, Buried Child).

Следующая парцеллированная конструкция состоит из главного предложения (He degraded my brother) и парцеллята-приложения, уточняющего дополнение первой части конструкции (my brother):

2) Marco, his anger rising: **He degraded my brother. My blood.** He robbed my children, he morks my work (Arthur Miller, A View from the Bridge).

Третий пример иллюстрирует трехчленную парцеллированную конструкцию. Вторая и третья части выражены однородными сказуемыми и распространены. Парцелляты-однородные сказуемые раскрывают семантику сказуемого в главном предложении:

3) Bradly: He tell you about that? Brag on himself? (Shelly shakes her head "no"). **Yeah, he used to be a big deal. Wore letterman's sweaters. Had medals hanging around his neck** (S. Sheppard, Buried Child).

Однако значение уточнения не всегда присутствует при парцелляции членов простого предложения. В случае с обособлением равноправных однородных членов предложения или фактическим отделением единственного второстепенного члена предложения не происходит дублирования с семантикой уточнения, указанного выше. Так, парцеллированная конструкция в четвертом примере состоит из трёх частей: главного предложения и двух парцеллятов-дополнений, однородных и равноправных дополнению парцеллируемого предложения:

4) Tilden: (To Shelly). **Backyard's full of carrots. Corn. Potatoes** (S. Sheppard, Buried Child).

Парцелляты-дополнения могут быть выражены различными частями речи и, в свою очередь, распространены другими членами предложения:

5) **It seems simple enough, drive all night through the dawn through the morning through the noon park on a beach take off your shoes and fall asleep by the Gulf of Mexico. Wake up with the stars above perfectly spaced in perfect health** (J. Updike, Rabbit, Run). (*Однородные дополнения, выраженные инфинитивами.*)

Парцелляция может осуществляться на базе не только повествовательных, но и вопросительных предложений (однородные дополнения в составе парцеллированного общего вопроса). Три парцеллята-дополнения однородны словосочетанию *tall buildings* главного вопросительного предложения:

6) Rodolpho: I am furious! (Goes to her). Do you think I am so desperate? ... **You think we have no tall buildings in Italy? Electric lights? No wide streets? No flags? No automobiles?** Only work we don't have (Arthur Miller, A View from the Bridge).

Следующая реплика содержит парцеллированный альтернативный вопрос, разделенный интонационно и графически:

7) Beatrice, suddenly, with open fright and fury: **You going to live her alone? Or you gonna drive me crazy?** (Arthur Miller, A View from the Bridge).

Отмечаются и примеры парцелляции повелительного предложения:

8) Alfieri, with a tougher tone: ... When the law is wrong it's because it's unnatural, but in this case it is natural and a river will drown you if you buck it now. **Let her go. And bless her** (Arthur Miller, A View from the Bridge).

Главное предложение и отделяемая часть могут быть дистантно расположены и разделены вводным предложением, что характерно для живого устного общения. В девятом примере парцеллированная конструкция состоит из главного предложения и четырех парцеллятов-определений:

9) Halie: He was like that. **He was a hero. Don't forget about that. A genuine hero. Brave. Strong. And very intelligent** (S. Sheppard, Buried Child).

В десятом примере можно наблюдать две парцеллированные конструкции в составе одной реплики с парцеллятами-обстоятельствами места. Второй парцеллят первой конструкции частично повторяет первый, внося небольшое уточнение:

10) Tilden: (Still moving, feeling the coat.) **I drove all day long sometimes. Across the desert. Way out across the desert. I drove past tiny towns. Anywhere. Past palm trees. Lightning. Anything.** (S. Sheppard, Buried Child).

Дистантные модели выражения экспрессивности возникают в результате разрыва внешних синтаксических связей (субординативной и координативной) внутри сложносочиненных и сложноподчиненных предложений [6, с. 62]. В нижеприведенном тексте в результате разрыва координативной связи обособляется часть сложносочинённого предложения. Парцеллят в этом случае представлен простым предложением с союзом *and*:

11) Hannah: ... **My grandfather is the oldest living and practicing poet. And he gives recitations** (Tennessee Williams, The night of the Iguana).

Экспрессивное использование парцеллированных конструкций обсуждается в работах О. В. Александровой [1], Э. А. Трофимовой [6], А. В. Михалчевой [5], Т. В. Куралевой и А. Х. Абдульмановой [4] и др. В целом авторы указывают, что посредством парцелляции происходит эмфатическое выделение важной с точки зрения автора текста части информации и усиление иллокутивной силы высказывания в диалогическом дискурсе. Представленные примеры из диалогического общения и внутренней речи героев художественных произведений показывают особое эмфатическое акцентирование отделяемых частей парцеллированных конструкций, что особенно очевидно в примерах 2, 6, 7, содержащих дополнительные маркеры эмоциональной экспрессии, описывающие психическое состояние участников общения (*his anger rising, I am furious, with open fright and fury*). В целом парцелляция предложения производится с целью уточнения сказанного, привлечения внимания партнёра по коммуникации к значимым отрезкам информации.

Анализ структурно-семантических особенностей экспрессивно выделяемых частей предложения позволил также установить, что парцеллированная конструкция может включать в себя более двух компонентов: главное предложение и одну или несколько отделяемых частей. Второй и последующий компоненты в некоторых случаях могут уточнять однородный член главного предложения или же не иметь такой семантики. Парцеллированная конструкция образуется на основе не только повествовательного, но и повелительного и вопросительного предложений.

Литература

1. Александрова О. В. Проблемы экспрессивного синтаксиса. На материале английского языка: учеб. пособие. М.: Высшая школа, 1984. 211 с.

2. Блох М. Я. Теоретическая грамматика английского языка. М.: Высшая школа, 2006. 423 с.

3. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. 486 с.

4. Куралева Т. В., Абдульманова А. Х. Средства экспрессивного синтаксиса в современном английском диалоге // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 9. С. 314–316.

5. Михалчева А. В. Функционально-синтаксические особенности создания экспрессивности публицистического текста современных англоязычных изданий (на материале журналов National Geographic и The Economist): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. М., 2022. 354 с.

6. Трофимова Э. А. Структурные особенности английской разговорной речи: учеб. пособие для преподавателей, аспирантов и студентов ст. курсов фак. иностр. яз. / М-во просвещения РСФСР, Рост. н/Д гос. пед. ин-т. Ростов н/Д, 1972. 99 с.

УДК 811.13

*Е. А. Галиано, Т. В. Ковалькова, Е. В. Дыро (Минск, Республика Беларусь)
Белорусский государственный экономический университет*

Апелляция к культурным ценностям в испанском телевизионном рекламном дискурсе

Статья посвящена изучению и анализу вопроса, касающегося обращения к культурным ценностям в текстах рекламы, используемой на телевидении Испании. Как известно, культурные ценности являются важным понятием, определяющим поведение человека в любой ситуации и влияющим на его мотивацию.

Ключевые слова: культурные ценности, телевидение, реклама, рекламный дискурс

Реклама – это один из вариантов массовой коммуникации, способной влиять на общественность через эксплуатацию людских потребностей, интересов и посредством продвижения каких-либо норм и ценностей.

Принципиальное значение имеет рекламный дискурс: «Любой рекламный текст имеет вполне конкретное назначение: привлечь внимание потенциального потребителя товаров или услуг. И необходимость формирования такого текста становится внутренней потребностью создателя рекламы: заинтересовать потребителя, способствовать запоминанию основной информации о производителе (название, тип товаров и услуг, координаты и пр.), вызвать определенные эмоции (как положительные, так и отрицательные), сформировать ассоциации, связанные с конкретным рекламируемым продуктом. Другими словами, заставить приобрести рекламируемые товары или услуги» [7, с. 144].