

УДК 811.111

*Артиюкова Е.В., магистрант II к.  
ЗКГУ им. М.Утемисова,*

## ТЕКСТОВАЯ ФУНКЦИЯ АНГЛИЙСКОГО АРТИКЛЯ

Тексты издавна привлекали внимание как особый объект изучения. Изначально это касалось сакральных текстов, играющих центральную роль во всех крупнейших религиях. Позже объектом изучения стали тексты других типов, в частности, юридические и литературные. С конца 19 в. тексты стали предметом пристального внимания этнологов. Однако текст как структура становится объектом специального интереса, по-видимому, лишь в 19-20 вв. Наиболее известная ранняя работа о структуре текста принадлежит русскому фольклористу и литературоведу В.Я.Пропп (Морфология сказки, 1928). Открытие Проппа состояло в том, что в волшебных сказках имеется ограниченное число типов событий и персонажей, и они весьма стабильны, хотя могут реализоваться по-разному. В конце 1950-х - начале 1960-х годов книга Проппа была переведена на английский и французский языки и, мгновенно превратившись в научный бестселлер, оказала существенное влияние на ряд научных направлений, в том числе семиотику и лингвистику текста. В особенности это касается французских структуралистов и семиологов (К.Леви-Стросс, Р.Барт, Ц.Тодоров, А.Греймас). Другим источником идей для западноевропейской лингвистики текста стала чешская лингвистическая школа. Под прямым и косвенным влиянием чешской школы в Западной Европе в 1960-е годы начала формироваться лингвистическая теория текста (П.Хартманн, Р.Харвег, З.Шмидт, Т. ван Дейк, В.Дресслер, Я.Петефи, К.Гаузенблаз, П.Сгалл, И.Беллерт, Н.Энквист и др.). В этой традиции текст первоначально анализировался в основном структурными, таксономическими методами, по аналогии с более привычными языковыми объектами (так, в работах Харвега лексические единицы квалифицировались с точки зрения того, типичны ли они для начальных или конечных фраз текста). К середине 1970-х годов текст был переосмыслен как коммуникативный процесс, и вслед за этим лингвистика текста «переродилась» в дискурсивный анализ. Так, один из основателей лингвистики текста и ее наиболее активный организатор и популяризатор голландский лингвист Т. ван Дейк во второй

половине 1970-х годов перешел с текстовой на дискурсивную терминологию, что знаменовало переход от статического к динамическому, процедурному подходу. Важную роль в таком переходе сыграли также монография Р.-А. да Богранда и В.Дресслера «Введение в лингвистику текста» (1981) и работы по моделированию понимания и производства связного текста, выполненные в рамках искусственного интеллекта (прежде всего Р.Шенком и его последователями).

Исследования текста проводились и проводятся также в связи с прикладными задачами. Среди задач автоматической обработки текста следует особо выделить проблему автоматического реферирования - компьютерного порождения сжатого изложения на основе исходного текста. В настоящее время проводятся исследования по компьютерной реализации этой теории. Текст является объектом, как литературоведения, так и языкознания. Лингвистика текста, или текстовый анализ, как часть семиотики текста простирается от простого межфразового синтаксиса до сложного анализа текстовых миров и межличностного общения. Главной проблемой, стоящей перед семиотикой текста, является определение и функционирование вымысла как человеческой семиотической, в частности, и интерпретативной деятельности. К дисциплинам-донорам, сделавшим решающий вклад в лингвистику текста, относятся: литературоведение, антропология культуры, тагмемика, исследование функциональной перспективы предложения в американизированно-японском варианте, особенно С. Куно, формальные модели лингвистики текста, анализ дискурса, социолого-культурные исследования. Сложилась эта дисциплина в атмосфере триумфа формальных грамматик в середине 1960-х -- начале 1970-х гг.: возникла гипотеза, что можно создать «грамматику текста», ориентированную на текст, генерирующую тексты, но организованную не так, как грамматика предложения. Лингвистическая теория текста, как представлялось тогда -- множество подтеорий, определяющих различные виды принципов текстообразования, а именно, как минимум: а) теория линейного строения текста; б) теория композиции текста; в) теория грамматики.

К созданию лингвистики текста подтолкнуло и предположение, что понятие грамматичности не абсолютно, а относительно: адекватная грамматика должна формулировать правила и ограничения (фильтры), определяющие, как структура

предложений зависит от структуры предшествующего и последующего текста. А так как дискурс многие считают частью контекста, грамматика текста, возможно, была эквивалентна - по крайней мере, частично, - «грамматике контекста» и могла бы быть к ней сведена. Влившись в общее языкознание, «лингвистика текста» стала напоминать скорее новый облик текстологии - дисциплины столь же древней, сколь и уважаемой, заслуженно почитаемой. Текстология - наука о тексте, в рамках которой различаются два направления:

- 1) описание внутренних свойств текста, текста как такового;
- 2) выяснение места текста в социальном контексте, т. е. выявление внешних функций текста.

Описание текста как такового обладает, как минимум, тремя аспектами: просодией, риторикой (или стилистикой) и нарратологией. Последняя связана с выявлением отношений внутри содержания текста. «Текстоведение» - область исследования, в центре внимания которого вопрос об отношении между формой и функцией текстов. Анализируя текст, человек имеет дело со смыслами высказываний (под углом зрения их создания) и с самими языковыми формами.

Основными языковыми формами манифестации человеческого языка являются устная и письменная. Текст является отображением устной речи. Сама устная речь преобразуется в нашем сознании в образы. Получение информации сознанием может происходить по различным каналам: визуально - текстовому, визуально - образному и слуховому. Главная цель при текстообразовании донести информацию до сознания читателя или реципиента, воспринимающего ее посредством экранизации. Когда мы читаем текст, мы получаем информацию только по одному каналу, а именно визуально-образным путем. Образное восприятие инициировано получением информации по нескольким каналам. Первый образ - визуальный, то есть картинка и текст, за которыми следует звуковое (аудио) сопровождение. И даже, если кажется, что все происходит одновременно, визуальный объект воспринимается сознанием мгновенно, во много раз быстрее, чем голос за кадром.

Целью данной статьи является рассмотрение понятия «текст», а также текстовой функции артикля. Для понимания текстовой функции артикля нужно дифференцировать его грамматическую функцию от функции информационной. Употребление артикля с точки зрения его грамматической функции никогда не нарушается:

на то они и правила грамматики, чтобы их соблюдать, а не нарушать. Иначе обстоит дело с информационной функцией артикля. В потоке информации текст может нести главную роль, а может нести и дополнительную. С употреблением артикля в его дополнительной функции мы встречаемся либо в комиксах, либо в рекламе. Когда текстовая информация является дополнительной, а основную информацию выполняет изображение, будь то яркая картинка в журнале, на билборде или на телевидении, грамматическая функция артикля не нарушается, даже если текст начинается с определенного артикля, т.к. первичную информацию о рекламируемом товаре мы получаем визуально.

Исследуя же функцию текста, затрагивают не одну языковую форму, а еще и вопрос о том, каким эффектом эта форма обладает. Продуцирование текста при этом рассматривается как форма действия. В то же время, привлечение категории текста в грамматическое описание оказалось весьма плодотворным для решения чисто грамматических задач. Например, «текстовая теория падежа» позволяет рассмотреть явления, не поддающиеся объяснению в рамках отдельно взятого предложения. Таким образом, данная наука является на сегодняшний день одной из передовых областей языкознания [3]. Чисто грамматическим и потому наиболее универсальным способом выражения референции имен является артикль. В грамматике уже давно установился взгляд на категорию определенности и неопределенности как на одну из категорий частей речи, которые раскрываются только на вышестоящем уровне – на уровне предложения и обслуживают именно предложение. Однако новое понимание соотношения понятий: предложение- высказывание – текст позволяют уточнить масштабы функционирования категории определенности и неопределенности. Категория определенности и неопределенности обслуживает не предложение – конструкт, виртуальное предложение, а предложение - высказывание (если последнее ограничено одним предложением) или текст, являясь, таким образом, категорией не "предложенческой", а текстовой. При составлении предложений-конструктов, виртуальных предложений, какими часто оперирует лингвистика и, в частности, дидактическая грамматика, нельзя обойтись без артиклей. Артикль выполняет специальные текстообразующие функции, которые не могут быть прослежены на отдельном предложении. Употребление определенного артикля при повторном упоминании информации служит сигналом

когерентности имен в тексте, участвуя, тем самым, в выражении когерентности текста. Участвуют определенный и неопределенный артикли и в структурировании абзаца. Начало абзаца, вводящее новую ситуацию, создает экспозицию для последующего изложения, характеризуется катафорической направленностью текстовых связей, сигналом чего служит неопределенный артикль. В комментирующей части и в концовке абзаца преобладает определенный артикль. Рассмотрение категории определенности и неопределенности как текстовой категории расширяет также наши представления о связи ее коммуникативной функцией предложения. Связь эта понималась в синтаксисе предложения, прежде всего, как участие артикля в выражении коммуникативного членения предложения. О.И. Москальская утверждает, что сигналом идентифицирующей референции является определенный артикль. Он служит инструкцией для адресата, говорящей ему, что речь идет именно о том из предметов данного класса, о котором оба, - говорящий и слушающий, знают, и то, что следует отождествить упоминаемый предмет именно с этим известным адресату предметом. Сигналом противоположного значения служит неопределенный артикль. С помощью неопределенного артикля говорящий дает адресату речи понять, что он имеет в виду предмет, неизвестный слушающему, и что адресат не должен отождествлять данный предмет ни с каким известным ему предметом.

Следует, однако, учитывать, что артикли действуют в качестве референтных сигналов не изолировано. Они не могут быть однозначно восприняты без учета лексического значения имени существительного, смысла всего предложения и синтаксической позиции имени существительного в предложении [9, 102-105]. В настоящее время является достаточно ясным, что артикли - это сигналы, помогающие слушающему или читающему понять знаки текста и их взаимозависимость. В своей статье «Текстовая функция французского артикля» [1] Харальд Вайнрих отметил, что существует два класса артиклей, между их функциями устанавливается бинарное противопоставление, конечно, с возможностью нейтрализации. Кроме того, поскольку текст всегда линейен, внимание слушающего и читающего может быть направлено в основных двух направлениях, а именно назад, то есть «пред - информативно» (анафорически), или вперед, то есть «пост - информативно» (катафорически) [1]. В английском языке артикль

предпозиционный и можно с полной уверенностью утверждать, что артикль создает существительное, придавая ему значение. В зависимости от выбора того или иного артикля (определенного или неопределенного) одно и то же существительное принимает разное значение и по-разному окрашивает смысл текста. Определенный артикль, как пишет Х. Вайнрих, является сигналом того, что слушающий или читающий должен просмотреть предшествующий текст, чтобы определить артикулат, и что уже представленная информация продолжает оставаться в силе. Так, например, в нижеследующем примере первичная информация представлена в виде рекламного изображения. Но так как она уже введена и предполагается, что реципиент уже получил ее, в последующих предложениях употребляется определенный артикль. Так, например, в рекламе косметической продукции в начале помещается изображение лосьона для тела, а затем приводится нижеследующий текст. В приводимом тексте используется определенный артикль, так как первичная информация уже актуализована.

Do you have areas of itchy, red, rough skin? Then you need **the** serious dry skin relief of Moisture Therapy in our Intensive Body Lotion formula [4].

**The** Diet plates are especially designed for men and women [6].

Особый интерес представляет употребление определенного артикля в заголовках. Необходимо подчеркнуть, что частое употребление определенного артикля в заголовках не ослабляет, а, наоборот, подкрепляет основной тезис. Заголовки, содержащие определенные артикли, обладают «магией», многозначительностью, потому, что они отсылают прохожего (а они предназначены именно для него) к пред – информации, которой тот не обладает в полной мере. Это его раздражает, заставляет на минуту остановиться. Заголовок наводит на мысль о некоторой пред – информации, которой, вероятно, только он один не обладает. Это вызывает внезапное ощущение недостатка знаний, по сравнению с предполагаемым уровнем знаний других. То же самое можно утверждать относительно употребления определенного артикля в исходных предложениях рекламных текстов. Реципиент, как ожидается в таких случаях, обратится к соответствующей вводной информации, функцию которой выполняет картинка. Следует отметить, что картинка несет на себе практическую функцию убеждения в высоком качестве товара и служит его

сбыту. Ниже приводятся заголовки тех рекламных текстов, в которых, в связи с наличием картинки, употребляется определенный артикль.

**The healing age continues [7].**

**The Ultimate Wind Proof Umbrella [8].**

Неопределенный артикль, с другой стороны, требует напряженного внимания, поскольку для того, чтобы точно понять артикулат, реципиент не может положиться на информацию, уже полученную в предшествующем тексте, но должен дождаться некоторого нового определения в последующем тексте. Таким образом, для неопределенного артикля характерно появление в решающих пунктах текста, в которых сообщаемая информация приобретает новое и неожиданное направление [1, 377].

**A key to skin repair - Activin: wrinkles are a result of micro-injuries to the skin, so AVON studied how skin heals. As part of the repair process, the body produces Activin [5].**

Текстовая функция артикля играет значительную роль в индустрии рекламы, поскольку является мощным оружием воздействия на человеческое подсознание. Выбор того или иного артикля стимулирует интерес потребителя к более подробному ознакомлению с продуктом. Современная реклама направлена на образное восприятие информации, которую человек воспринимает равным образом как по визуальному, так и по слуховому каналу восприятия. Визуальный канал восприятия и дает первую информацию о предмете. Человек смотрит на изображение товара и мысленно проговаривает первую фразу с неопределенным артиклем. Реклама, не имеющая визуального изображения товара и начинающаяся с определенного артикля, не имеет смысла и не встречается.

#### **Список использованной литературы:**

1. Weinrich Harald, The textual function of the French article. -In: S Chatman (ed). Literary style, NY-Oxford, 1971, p.221-234
3. [http://revolution.allbest.ru/languages/00105613\\_0.html](http://revolution.allbest.ru/languages/00105613_0.html)
4. [http://shop.avon.com/shop/product\\_list.aspx?dept=toprate](http://shop.avon.com/shop/product_list.aspx?dept=toprate)
5. [http://shop.avon.com/shop/product\\_list.aspx?dept=ten](http://shop.avon.com/shop/product_list.aspx?dept=ten)
6. <http://www.maillife.co.uk/>
7. [http://shop.avon.com/shop/promotions\\_list.aspx?dept=promotions&promo\\_id=12556](http://shop.avon.com/shop/promotions_list.aspx?dept=promotions&promo_id=12556)
8. <http://www.maillife.co.uk/i-hh-pml0000848-fck-1/the-ultimate-wind-proof-umbrella/>
9. Москальская О.И. «Грамматика текста» М., «Высшая школа», 1981

\*\*\*

*Автор еңбекте шетел артиклінің мәтіндік қызметі, түрлері, ерекшеліктеріне тоқталып, мәнін ашып көрсеткен.*