

## Секция «Иностранные языки и регионоведение»

### Проявления антропоцентризма в текстах англоязычной деловой прессы *Илтубаева Анастасия Генриховна*

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет  
иностранных языков и регионоведения, Москва, Россия*

*E-mail: nastasian@yandex.ru*

На сегодняшний день деловая пресса является одним из наиболее динамично и успешно развивающихся сегментов системы средств массовой информации. Это объясняется тем, что растет количество масс-медиа, работающих с информацией делового характера, увеличивается влияние бизнес-СМИ на протекающие в обществе и экономике процессы, повышается внимание общества, бизнеса и журналистского сообщества к вопросам развития деловых средств массовой информации.

Специфические характеристики деловой прессы формируют обширное поле для лингвистических исследований. В сложившейся ситуации большой интерес представляет рассмотрение средств взаимодействия автора с читателем, то есть проявлений антропоцентризма, в деловых публицистических текстах.

Антропоцентризм как свойство языка и как метод анализа языковых явлений получает в лингвистике все большее признание. Такое внимание к данному явлению, по мнению авторитетных отечественных и зарубежных ученых (В. фон Гумбольдта, Э.Бенвениста, В.В.Виноградова, Л.В.Щербы и т.д.), связано с тем, что «язык и человек неразделимы, язык не существует вне человека, и человек не существует вне языка, соответственно, человека нельзя изучать вне языка и язык – вне человека» (Тер-Минасова 2004,18). Стоит отметить, что сфера исследований отношения «человек и его язык» объединяет широкий спектр научных направлений: изучение проблематики «язык – культура», «язык – сознание», «язык – деятельность» и «человек – язык – текст». Последнее отношение подлежит рассмотрению в рамках выбранной тематики.

Л.Г.Бабенко и Ю.В.Казарин при комплексном рассмотрении текста как целостной единицы общения выделяют антропоцентрический подход, который «связан с интерпретацией текста в аспекте его порождения (позиция автора) и восприятия (позиция читателя), в аспекте его воздействия на читателя и в деривационном аспекте» (Бабенко, Казарин 2003,16). Текстовую деятельность при этом исследователи изображают в виде схемы:

Автор (1)–Действительность (4)/Язык (5)–Текст (2)–Читатель (3)

и дают следующее объяснение:

«1. Автор создает текст, обращенный к читателю (1-2-3).

2. Автор отображает (осознанно или подсознательно) факты, события, переживания и т. п. из мира действительности, знания о которых выражаются в тексте, представляя собой индивидуально-авторскую картину мира (1-4-2).

3. Автор обращается к ресурсам языковой системы и отбирает из них те языковые средства, которые передают его творческий замысел (1-5-2).

4. Читатель, испытывая воздействие текста, стремится понять его и проникнуть в творческий замысел автора (3-2-1).

5. Читатель стремится представить себе в полной мере авторскую картину мира (3-2-4-1).

6. Сам процесс интерпретации текста читателем связан в то же время с осознанным или неосознанным осмыслением и внешней, словесной, стороны текста – лексической, грамматической и стилистической (3-2-5-1)» (Бабенко, Казарин 2003,17-18).

Следовательно, антропоцентрическая природа текста выражается через коммуникативный треугольник «автор–текст–читатель», где автор – создатель и отправитель, читатель – получатель и интерпретатор информации, а текст – это диалог автора с читателем, а также средство и результат реализации интеллектуальной фигуры художника.

Антропоцентризм реализуется разнообразными средствами, арсенал которых достаточно широк. При рассмотрении письменных текстов деловой прессы, лишенных фонетического аспекта, не стоит забывать, что важную роль в выражении антропоцентризма играют непосредственно структурно-грамматические средства. Их анализ позволит раскрыть в полном объеме содержание триады «автор-текст-читатель», в то время как лексические и лексико-фразеологические средства отражают лишь внешнюю сторону данного треугольника.

Структурно-грамматические средства можно условно разделить на три группы в соответствии с уровнями языковой системы: морфолого-синтаксическую, лексико-синтаксическую и собственно синтаксическую.

Местоимения как морфолого-синтаксические средства выражения антропоцентризма способствуют установлению взаимоотношений между автором и читателем, то есть служат для создания либо эффекта объединения мнения отправителя и получателя сообщения, либо, наоборот, для создания дистанции между ними.

Лексико-синтаксические средства, в частности модальные глаголы, как отмечает М.Льюис (M.Lewis), близки по значению к эмоциям: они экспрессивны, субъективны, усиливают семантику основного глагола, выражая оттенки значений будущности, императива, необходимости, намерения и т.д. [4]. Стоит обратить внимание на то, что автор статьи деловой тематики в каждом случае выбирает модальный глагол, наиболее соответствующий его коммуникативной задаче.

Среди синтаксических средств особо выделяются парентетические конструкции, часто встречающиеся в деловых журналах и газетах. По О.В.Александровой их основными функциями являются сообщение и воздействие [1]. С одной стороны, парентезы вводят параллельную информацию, помогающую читателю адекватно воспринять содержание текста. С другой стороны, они обладают мощными модальными свойствами, так как при помощи коротких вставок автор может внести целую палитру различных оттенков значений и тем самым оказать воздействие на читателя.

Таким образом, с помощью вышеописанных средств в текстах деловой прессы создается особое коммуникативное пространство, в котором происходит творческое взаимодействие двух языковых личностей – автора и читателя, отражаются интенции пишущего, его личностные ориентации с целью сформировать соответствующее впечатление читателя от текста, поскольку именно от него зависит популярность того или иного издания.

## **Литература**

*Конференция «Ломоносов 2013»*

1. Александрова О.В. Проблемы экспрессивного синтаксиса. – М.: Высшая школа, 1984.
2. Бабенко Л.Г., Казарин Ю.В. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика [Текст]: Учебник; Практикум / Л.Г.Бабенко, Ю.В. Казарин. - М.:Флинта:Наука, 2003.
3. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – 2-е издание, доработанное. – М.: Изд-во МГУ, 2004.
4. Lewis M. The English Verb: An Exploration of Structure and Meaning/ - Oxford, 2002.