

Роль парентетических внесений в рекламных текстах

© кандидат филологических наук *О. А. Ксензенко, 2000*

Рекламные сообщения представляют собой совершенно особый тип текста. Специфической особенностью рекламных текстов является то, что в них две функции — функция сообщения и функция воздействия — очень тесно взаимосвязаны. Задача рекламных текстов состоит как в том, чтобы донести до аудитории информацию о рекламируемых товарах и услугах, так и в том, чтобы убедить слушателей/читателей в достоинствах рекламируемой продукции. Цель рекламы — привлечь внимание и вызвать интерес.

Синтаксически правильный и стилистически мотивированный выбор лингвистических единиц: слов и словосочетаний, грамматических конструкций, знаков препинания и просодических параметров имеет очень большое значение при построении рекламных текстов и реализации их коммуникативно-прагматической установки.

При исследовании рекламных текстов и той роли, которая принадлежит парентетическим внесениям в их оформлении, обращает на себя внимание достаточно частое использование парентез в столь сравнительно небольших по объему текстах, какими являются рекламные тексты. Это обстоятельство заставило по-новому взглянуть на проблему функционирования парентетических внесений в рекламных сообщениях.

Как известно, парентетические внесения имеют модальный характер, т.е. помогают подспудно, незаметно для читателя оказывать на него воздействие¹. Практически все парентезы вносят в текст вполне определенную модальность, и при помощи умелого использования парентез возможно варьировать модальную окрашенность текста и даже изменять его смысл [Лашкевич 1984].

Использованию парентез в рекламных текстах, характеризующихся сравнительно небольшим объемом, можно найти объяснение, если вспомнить основное определение парентезы как той части текста, которая вводит параллельную и дополнительную информацию, помогающую воспринять содержание основной части текста, в данном случае информацию об определенном продукте, предмете, компании и т.д. Исследователи, которые работали в этой области, под термином “парентеза” понимают “вставление в предложение не соединенного с ним граммати-

¹ Особенно это относится к категориям делиберации и уточнения.

чески слова, словосочетания или другого предложения” [Словарь лингвистических терминов 1969: 79].

Направление исследований, посвященное изучению разнообразных перерывов и препятствий, возникающих на пути гладкого речевого потока, получило название “семиотики неплавной речи” [Долгова 1978; 1980]. Многочисленные исследования такого важного явления как “парентетическое внесение” показали, что парентеза является значимой частью речевого потока, выполняя в тексте разнообразные функции. Парентезы прерывают гладкий поток речи для того, чтобы составители текстов могли сослаться на определенный источник информации, таким образом, сделав текст более достоверным, или задержаться на определенном замечании, сосредоточив на нем особое внимание читателя (или слушателя).

На основе изучения научной речи (которая является нормализованной и служит для передачи интеллективной информации) были выделены следующие категории парентетических внесений:

- категория отсылки, представляющая собой указание предыдущих работ, посвященных обсуждаемой теме;
- категория экземплификации, которую составляют узуальные слова и их эквиваленты, вводящие примеры и пояснения;
- категория делибративности, отражающая оттенки модальности в тексте и позволяющая автору текста выразить его мысли относительно обсуждаемых событий, предметов и т.д.

Исследования парентез показали, что они широко употребляются в текстах художественной литературы и во многом тождественны внесениям в научной речи [Александрова 1984; Костюк 1985; Лашкевич 1984; Стунгене 1984]. Основное различие в употреблении парентетических внесений в текстах художественной литературы и в научных текстах определяется различием двух основных функций речи: функции воздействия, характеризующей тексты художественной литературы, и функции сообщения, характерной для интеллективных текстов.

В работах, посвященных исследованию семиотики неплавной речи, были выделены 4 категории парентетических внесений, характерных для текстов художественной литературы: категории отсылки, экземплификации и дебилизативности, выделенные для интеллективных текстов, и категория уточнения, позволяющая автору художественного произведения расширить план повествования [Костюк 1985]. Категория уточнения представляет парентетические внесения, определяющие отношение автора или персонажа к описываемым событиям.

Парентетические внесения являются очень важным стилистическим приемом, характерным как для устной, так и для письменной форм речи.

Парентетическое внесение – это понятие одновременно синтаксическое и стилистическое, поскольку это и определенный тип организации элементов в высказывании, и в то же время способ выявления стилистических особенностей текста. Понимать парентезу только как вводные, вставные слова и словосочетания было бы совершенно неправильным. Парентеза – это достаточно широкое явление, которое относится как к языку, так и к речи [Юшкявичюте 1995].

Особенно важным для настоящего исследования является вывод о том, что значение парентезы варьируется в соответствии с ее просодическим оформлением: в зависимости от просодии одно и то же внесение может иметь разную функциональную нагрузку в контексте произведения.

В английской синтаксической традиции, в отличие от русской, отсутствуют четкие критерии разграничения вводных и вставных элементов. В целом, существует различие между дополняющими, комментирующими элементами и элементами, которые являются более самостоятельными по отношению к основной части текста. Важная роль в разграничении этих видов парентетических внесений принадлежит просодии. Изучение парентез с точки зрения их использования в письменной речи и их соответствующего оформления в речи устной при помощи определенной просодии было представлено в работе А. Э. Стунгене [Стунгене 1984]. Выводы, полученные в данной работе на основе тщательного инструментального анализа, показали, что просодическое оформление не является достаточно надежным объективным критерием разграничения вводности и вставности. Как указывается в работах О. В. Александровой, разграничение вводности и вставности должно основываться на критериях семантико-стилистического характера, поскольку различные парентезы неоднородны с точки зрения их структуры, выражения модальности, предикации, той связующей роли, которую они играют в рамках текста и предложения, а также способности выполнять экспрессивную функцию [Долгова 1980]. Несмотря на отсутствие четкого разграничения между вводными и вставными элементами, исследователи трактуют вводные элементы как дополняющие, комментирующие, а вставные элементы как более самостоятельные, менее зависимые от основной части текста. Семантика вводных/вставных парентез обуславливает их оформление в тексте: вводные элементы должны просодически сливаться с речевым потоком, в то время как вставные конструкции являются просодически выделенными.

Короткие вводные конструкции, как правило, просодически не выделяются из основного текста. Распространенные вводные элементы

отличаются от основного текста следующими просодическими особенностями:

- 1) понижение тона;
- 2) уменьшение громкости;
- 3) увеличение темпа.

Распространенным вставным парентезам свойственна следующая просодия:

- 1) замедление темпа;
- 2) увеличение громкости;
- 3) повышение (или сохранение) уровня диапазона;
- 4) паузация.

Таким образом, при прочтении вставных парентез необходима пауза, которая не наблюдается при прочтении вводных парентетических внесений. Кроме того, отсутствуют понижение громкости и повышение темпа. Сходные выводы были получены на основе подробного просодического анализа текстов в работах Л. У. Арапиевой и Л. Л. Барановой [Баранова 1998; Агапиева 1985].

Сам факт употребления внесений (и, соответственно, их пунктуационное обозначение на письме) представляет собой метасемиотическую проблему. Для проникновения в сущность этого явления исследование текстов должно сопровождаться глубоким изучением именно специфической, метасемиотической интенции говорящего (в том смысле, что говорящий большей частью бессознательно сообщает в той или иной части своего высказывания тот или иной сверхсинтаксический смысл). Известно, что средством выделения парентетических внесений в письменном тексте являются сдвоенные тире, запятые и скобки. Поскольку, как неоднократно отмечалось, в работах, посвященных английской пунктуации, нет единства, трудно найти конкретные правила употребления сдвоенных запятых, а особенно сдвоенных тире и скобок. При анализе материала всегда следует учитывать содержание-намерение авторов текста. Речь неразрывно связана с передаваемыми мыслями и их реальным воплощением, поэтому необходимо глубокое проникновение в смысловое содержание конкретного текста.

Выше уже упоминалось, что парентетические внесения имеют модальный характер, таким образом, внесение в тексты рекламы достаточно протяженных парентез представляется вполне оправданным и нередко помогает оказанию воздействия на читателя. Особенность функционирования парентетических внесений в текстах рекламы заключается в том, что в этих текстах две основные функции – функция сообщения и функция воздействия – очень тесно взаимосвязаны.

Следует отметить частое употребление в рекламном тексте сравнительно протяженных внесений, при помощи которых авторам текстов удается ввести вторичный план повествования, дать дополнительную информацию. В зависимости от значимости вторичной информации, ее роли в тексте изменяется и просодическое воспроизведение данной части. Иногда информация, содержащаяся во внесении, настолько важна, что необходимость ее просодического выделения является очевидной.

Во всех работах, посвященных рассматриваемой проблеме, было подчеркнуто, что парентеза дает значительное преимущество авторам текста, делает восприятие текста более легким и понятным читающим. Это обстоятельство определяет частотность использования парентетических внесений в рекламных текстах. Следует отметить, что парентетические внесения более характерны для письменных рекламных текстов. В устных рекламных сообщениях не представлено достаточно большого количества парентез. Что касается парентетических внесений, встречающихся в письменных рекламных текстах, то это, в основном, протяженные внесения, выделенные посредством двояных тире или скобок.

Анализ материала показал, что в рекламных текстах знаки, служащие для выделения парентетических внесений (двояные запяты, тире и скобки), различаются по частотности и эффективности употребления. Короткие парентетические внесения оформляются посредством двояных запятых. Этот вид внесений редко встречается в рекламных текстах. Двояные тире и скобки оформляют более протяженные парентетические внесения. Запятыми выделяются «разнообразные парентетические внесения, когда речь идет о простейших случаях, в особенности о клишированных внесениях и настолько конвенциональных в своем оформлении, что никаких вопросов не возникает» [Долгова 1980: 132]. В рекламных текстах такие внесения стоят, как правило, в начале предложения. Как отмечалось выше, выделение парентетических внесений посредством двояных запятых встречается в рекламных текстах редко. Следующий случай использования двояных запятых является достаточно не типичным, и потому заслуживает особого внимания.

Small wonder brings you big, lifelike sound.

Introducing the Bose® Wave® radio. For sound big enough to fill any room in your home.

When was the last time you enjoyed the distinct sound of orchestral strings in your kitchen? Or in the study? The new Bose Wave® radio makes it possible anytime.

The Wave® radio is available directly from Bose, the most respected name in sound, for just \$349. For a free information kit, simply call the toll-free number or send/fax the coupon below. Or to try out the Wave® radio in your home for 14 days, satisfaction guaranteed, call:

1-800-845-BOSE, ext. RP338A.

В предложении “The Wave radio is available directly from Bose...” посредством двояных запятых выделяется достаточно протяженное парентетическое внесение. В данном случае вполне возможно было бы употребить двоенные тире: как грамматически (для выделения протяженной, не клишированной парентезы), так и семантически (слова “the most respected name in sound” подчеркивают достоинство и солидность фирмы Bose, являющейся крупным производителем музыкальной аппаратуры и передают информацию, которая является достаточно значимой для данного текста).

Согласно правилам английской пунктуации, “посредством двояных тире или скобок оформляются более протяженные парентетические внесения, а в случае относительной краткости парентез — не простейшие, клишированные, а “оказательные”, или коннотативные”. Следует отметить, что двояные тире используются для выделения информации, которая представляется автору первичной, более значимой. Указанной цели соответствует и план выражения данного знака. Скобки используются для выделения той информации, которая является дополнительной, менее важной по сравнению с основной частью текста.

Рассмотрим следующий случай употребления двояного тире:

Introducing Ovid Full Text.

Ovid Full Text connects bibliographic searching with the next step in the research process, retrieving the actual article. Ovid users now can link from a bibliographic citation directly to full text and color graphics. With Ovid, every word is searchable and—once in the full text—users can navigate easily throughout the structure of the article. For more information, contact the Ovid Technologies sales department.

You’ll see that getting to the heart of the literature has never been easier.

Информация, заключенная в двоянных тире, обладает достаточно большим значением, обращая внимание читателей на основное достоинство рекламируемой системы Ovid Full Text: для пользователя, безусловно, является важным тот факт, что данная система позволяет найти нужное слово (главу, строчку и т.д.) в составе целого текста. Тире выполняет экспрессивную функцию, привлекая внимание к наиболее существенным особенностям рекламируемого товара.

В следующем тексте информация, оформленная в виде парентезы, напротив, рассматривается авторами как вспомогательная и выделяется посредством скобок.

ATTN:STAFF
DEMO COMPLETE
VIDEO ATTACHED

our business information. Catalog images for future use. Even automate the flow of documents so they move efficiently from one person to the next, around the office or around the world – empowering people to collaborate using the broadest variety of materials.

Now information that starts with one person can be immediately accessible to all. And you can use one familiar interface across all of your desktop and mobile computers, whether they run Windows[®], OS/2, UNIX[®] or Macintosh[®].

Take advantage of our products and skills (and those of our industry partners) to help your people work more closely together, sharing up-to-the-second materials. Just call us at 1 800 IBM-3333, ext. GA150, or visit our Web site at <http://www.software.ibm.com> for more information.

В данном случае упоминание о деловых партнерах рекламируемой компании не является ключевым для восприятия текста. Понятно, что авторы сообщения не стремятся привлечь внимание читателей к фирмам (или компаниям), не являющимся непосредственным заказчиком рекламы. Информация, выделенная посредством скобок, является дополнительной. Тем не менее данное упоминание не является излишним, т.к. подспудно способствует созданию образа преуспевающей компании, имеющей надежных партнеров. Таким образом, включение данного вносения в состав текста не противоречит одному из основных правил построения рекламных сообщений, предписывающего избегать излишней информационной загруженности текста.

Нельзя обойти вниманием тот факт, что посредством скобок выделяются также парентезы, представляющие собой отдельные предложения. Информация, выделяемая подобным образом, как правило, является не второстепенной, а очень важной. Оформление таких высказываний в

качестве отдельных предложений и их выделение посредством скобок усиливает экспрессивность текста. В таких случаях использование скобок объясняется не вторичностью представленного в них высказывания, а правилами пунктуации. Обратимся к анализу следующего примера:

Financial Restructuring Enabling A Timber Company To Go Public.
(We Planted The Seeds For Their Growth).

A growing timber company needed to restructure in order to go public. They turned to us for financial advice, interim financing and a commitment for the long term funding they needed to grow. We specialize in helping our clients reach new heights.

Bank of America.

Первые фразы рекламного сообщения вынесены в заголовок. Фраза, содержащая первое упоминание о рекламируемой компании (We planted the seeds for their growth), оформлена в виде вводного предложения, выделенного посредством скобок, таким образом, внимание читателя сосредоточено на получении более полной информации о рекламируемой организации. Достижению цели способствует употребление личного местоимения в выделенном предложении, что заставляет читателя сосредоточиться на поиске в тексте названия компании. Такой прием является весьма действенным, т.к. способствует очень выразительному выделению названия в тексте. Ясно, что в данном случае нельзя говорить о вспомогательной роли информации, содержащейся во вносениях. Напротив, при помощи ее оформления в качестве парентез и обозначения посредством скобок авторы привлекают внимание к важному преимуществу рекламируемого банка.

Следует отметить, что выбор того или иного знака препинания для оформления парентетических вносений в рекламных текстах не всегда представляется оправданным. Например:

A Nordic Track exercises all the muscles that a stair step machine doesn't. So in ywenty minutes, three times a week it'll exercise your upper body, your lower body and your inner body. It'll tone up your bottom, your thighs and your tummy. It'll shape your chest. Raise your lung capacity. Improve your aerobic fitness. And at the same time — although individual results can vary — you'll be burning 48% more calories than you would on the stair step. So if you can share twenty minutes three times a week, give the rest of your body a leg-up. Get a nordic Track.

В приведенном тексте информация, представленная в виде парентетического вносения является вторичной по отношению к основному

содержанию текста, своего рода “примечанием”, поэтому в данном случае использование скобок, а не тире представляется более логичным.

Использование в текстах парентетических внесений позволяет не только передать определенную модальность высказывания: умелое манипулирование парентезами позволяет создать общее эмоционально-экспрессивное впечатление от текста. То, насколько искусно и тонко автор вводит парентетическое внесение, безусловно, оказывает воздействие на эффективность всего текста в целом.

Л и т е р а т у р а

1. *Александрова О.В.* Проблемы экспрессивного синтаксиса. М., 1984.
2. *Баранова Л.Л.* Онтология английской письменной речи. М., 1998.
3. *Долгова О.В.* Семиотика неплавной речи. М., 1978.
4. *Долгова О.В.* Синтаксис как наука о построении речи. М., 1980.
5. *Костюк Н.Н.* Синтактико-стилистические функции парентетических внесений в художественной литературе (на материале английской художественной литературы XX века): Дисс. ... канд. филол. наук. М., 1985.
6. *Лашкевич О.М.* Роль вводных слов и словосочетаний в выражении модальности текста: Дисс. ... канд. филол. наук. М., 1984.
7. *Словарь лингвистических терминов / Под ред. О.С. Ахмановой.* М., 1969.
8. *Стунгене А.Э.* Проблема вводного и вставного элемента в потоке речи: Дисс. ... канд. филол. наук. М., 1984.
9. *Юшкявичюте Ю.Г.* Лингвопоэтические особенности “неплавной речи”: Дисс. ... канд. филол. наук. М., 1995.
10. *Arapieva L.U.* Theory and practice of English Punctuation. Grozny, 1985.