DOI: 10.17117/na.2017.01.02.218

<http://ucom.ru/doc/na.2017.01.02.218.pdf>

Поступила (Received): 24.01.2017

Файзуллаева Д. Конвергенция стилистических приемов

Fayzullaeva D.
Convergence of stylistic techniques

Статье рассказывается о конвергенции, что выделяют наиболее важное в тексте, но и тем, что на основе обратной связи могут служить критерием наличия стилистической значимости у тех или иных элементов текста

Ключевые слова: конвергенция, параллельные, конструкции, антитеза, перечисление, стилистический, прием фонетически

The article is about the convergence of stylistic techniques which is very important in stylisti

Key words: convergence, design, stylistic, phonetically, theory, constriction

Файзуллаева Дилноза

Магистр, преподаватель

Самаркандский государственный институт иностранных языков

Узбекистан, г. Самарканд, ул. Бустонсарой, 93

Fayzullaeva Dilnoza

Master, teacher

Samarkand state foreign languages institute
Uzbekistan, Samarkand, Buston Saroy st., 93

Первоначально теория конвергенции возникла в биологии, затем была перенесена в сферу социально-политических наук, экономики, а позже и в гуманитарные науки. Особое распространение понятие конвергенции получило в стилистике. Одним из основоположников определения данного явления в этой области является М. Риффатер. Также данное явление рассматривается в работах И.В. Арнольд, В.В. Кухаренко, Т.А. Казаковой. Не все современные исследователи в своей научной практике используют термин «стилистическая конвергенция». Здесь необходимо соотнести такие понятия как «стилистическая конвергенция» и «стилистический прием». Ученые, оперирующие первым понятием и определяющие конвергенцию вслед за Риффатором – как скопление в одном месте нескольких стилистических приемов – вкладывают в понятие стилистический прием разное содержание.

Большой энциклопедический словарь дает следующее определение конвергенции в языкознании: «схождение, уподобление двух или более лингвистических сущностей». Но понятие «стилистической конвергенции» не нашло отражения ни в названном словаре, ни в каких-либо иных словарях, вышедших на русском языке, за исключением «словаря риторических приемов» Т.Г. Хазагера и Л.С. Шириной, в котором конвергенция (хотя определяющее слово «стилистическая» вновь отсутствует) трактуется как «средство усиления выразительности состоящее в концентрации в каком-либо отдельном месте текста

пучка изобразительных и выразительных средств, участвующих в реализации одной и той же стилистической функции».

В некоторых диссертационных исследованиях стилистическая конвергенция понимается, «вслед за Риффатером и с учетом обзора точек зрения на конвергенцию сторонников его концепции» – как «сложный стилистический прием, представляет собой скопление стилистических приемов, выразительных средств в определенном месте текста, характеризующийся смысловой и структурной интеграцией и особо сильной экспрессивностью».

Что касается собственно термина «стилистической конвергенции», то его можно встретить в работах ряда исследователей – М.Е. Обнорской, И.В. Арнольд. Как отмечает Обнорская, «нередко к смысловой функции стилистической конвергенции присоединяется и эмоционально-экспрессивная. Использование элементов – эпитетов, метафор и т.д. – для создания образно-эмоционального представления о ком-либо или о чем-либо; расположение элементов конвергенции по возрастанию или убыванию; использование стилистических и эмоциональных элементов, создание комического эффекта, ритмическая организованность конвергенции, – все это способствует созданию в одном месте в рамках стилистической конвергенции эффекта большой художественной силы, то есть происходит схождение в одной точке пучка стилистических приемов, и, следовательно, образование стилистической конвергенции по Риффатору».

В.Н. Малеванная в диссертационном исследовании «Синтаксическая конвергенция в английской художественной прозе» дает такое определение стилистической конвергенции: «Синтаксическая конвергенция представляет собой комплексно синтактико-стилистический прием, возникающий в результате сочетания нескольких синтаксических выразительных средств и стилистических приемов в одном контексте и характеризующийся многокомпонентностью структуры, полиэксплицитным характером синтактико-стилистического вида межфразовой связи между компонентами и единством стилистической функции».

Таким образом, что касается термина «конвергенция» применительно к стилистике, то он понимается изначально как нанизывание стилистических средств и приемов, схождение их в пучок в одном месте текста с целью формирования эффекта большей художественной силы. Взаимодействуя, стилистические приемы оттеняют, высвечивают друг друга, и передаваемый ими сигнал не может пройти незамеченным. Конвергенция, таким образом, оказывается одним из важных средств обеспечения помехоустойчивости. Конвергенции интересны не только тем, что выделяют наиболее важное в тексте, но и тем, что на основе обратной связи могут служить критерием наличия стилистической значимости у тех или иных элементов текста. Э. Фрей интересно показал, что, когда литературоведы или критики цитируют произведения, они предпочитают для цитат именно отрывки с конвергенциями. Он также справедливо отмечает, что сопоставление переводов может служить объективным признаком наличия конвергенции, так как именно в местах конвергенции обнаруживаются наибольшие расхождения перевода и подлинника. Особенно конвергенции выразительны, когда сосредоточены на коротком отрезке текста.

Рассмотрим примеры английских рекламных слоганов, содержащих несколько стилистических приемов одновременно: "Drink a pint of milk a day." (National Milk Publicity Council Advertising Slogan).

Частичная рифма, основанная на ассонансе drinka-milka;

Графон, отражающий грамматические и фонетические отклонения, характерные для сниженно – разговорного стиля речи (drinka, milka).. Hot news, cool jobs (Rusty Jones car saver system).

Параллельные конструкции;

Антитеза;

Стертые метафорические эпитеты.. Experience the captivating color, glamour, excitement (Sigarettes).

Перечисление;

Консонанс [r] в color, glamour;

Зевгма – color, glamour, excitement.. Next stop: a brighter future (Hart transportation).

Эллипсис;

Гипербола;. Would you have a drink with you ? Stolichnaya vodka- The most original people deserve the most original vodka.

Метонимия – a drink with you;

Параллельные конструкции – The most original people deserve the most original vodka;

Анафора most original people deserve the most original vodka.

Таким образом, стилистическая конвергенция определяется как сложный стилистический прием, основанный на взаимодействии стилистических средств одного или разных уровней (фонетические, словообразовательные, лексические, синтаксические (включая стилистические фигуры) в результате выполнения единой стилистической функции). Но при этом важно отметить, что стилистическая конвергенция не является стилистическим эффектом. Она способствует возникновению того или иного стилистического эффекта, так как стилистическая конвергенция – форма (языковой план), стилистический же эффект – стилистическое впечатление (внеязыковой план).

Современная наука высоко оценивает значимость рекламы в коммуникативном пространстве как одного из наиболее мощных рычагов формирования и моделирования общественного мнения. Рекламный текст несет в себе достаточно серьезную информационную и, в особенности, эмоциональную нагрузку, чтобы представлять особый интерес в качестве объекта исследования.

Благодаря силе формы, месту расположения, а также стилистическим особенностям, рекламный текст воздействует как на сознание, так и на подсознание людей, взаимодействуя с уже имеющимися знаниями и набором эмоциональных реакций адресата. Необходимому эффекту способствует тщательный подбор стилистических средств текстов. Со стилистической точки зрения наибольший интерес представляют те приемы, которые способствуют пониманию и принятию информации, обеспечивая ему лаконичность и легкую запоминаемость. Фонетические приемы в слоганах – наличие рифмы и/или ономастопеи

(приема звукоподражания) – обеспечивают необходимую эмоциональную насыщенность рекламного текста, создают его визуальную и слуховую привлекательность, яркость, выделяют данный элемент в комплексе рекламного сообщения.

© 2017, Файзуллаева Д.

Конвергенция стилистических приемов

© 2017, Fayzullaeva D.

Convergence of stylistic techniques