

Коломейцева Евгения Михайловна

ПРИЁМЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ В СТРУКТУРЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ТЕКСТА

В данной статье автором предпринимается попытка исследования газетно-журнальной публицистики, определения её функциональных параметров и основных стиливых черт.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2010/1-1/44.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2010. № 1 (5): в 2-х ч. Ч. I. С. 164-166. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2010/1-1/

© Издательство "Грамота"

Информацию о том, как опубликовать статью в журнале, можно получить на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_phil@gramota.net

**LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD REFLECTION
IN OLD SLAVONIC NOUNS WITH THEMATIC FORMANT -S-**

Nadezhda Sergeevna Kovalenko

*Department of English Philology
Tomsk State Pedagogical University
contraste@rambler.ru*

The article is devoted to the reconstruction of the fragment of the ancient picture of the world in the part which served as a reflection of the ancient division of all objects of the surrounding world into two classes: animated and unanimated ones. In the Old Slavonic language the category of animation is revealed as a residual phenomenon in the declension of nouns with -s stem. It is shown that the language picture of the world of ancient people is reflected in grammatical categories and language units analyzing which it becomes possible to reconstruct the ancient culture and our ancestors' world perception.

Key words and phrases: language picture of the world; thematic consonant formant -s-; animation category; gender differentiation; etymological analysis; semantic feature; ethno-cultural importance.

УДК 82-92

В данной статье автором предпринимается попытка исследования газетно-журнальной публицистики, определения её функциональных параметров и основных стилиевых черт.

Ключевые слова и фразы: газетно-журнальная публицистика; функциональные параметры газетно-журнальной публицистики; стилиевые черты газетно-журнальной публицистики.

Евгения Михайловна Коломейцева

*Кафедра иностранных языков
Тамбовский государственный технический университет
modlang@mail.ru*

ПРИЁМЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ В СТРУКТУРЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ТЕКСТА[©]

Газетно-журнальная публицистика ориентирована на массового реципиента и выполняет две функции: воздействия и информации.

Функциональные параметры и стилиевые черты языка газетно-журнальной публицистики определяются социально-коммуникативной ситуацией.

Ориентация газетно-журнальной публицистики на массового получателя характеризуется с одной стороны, универсализацией, а с другой - специализацией. Универсализация средств массовой коммуникации определяется их направленностью на массовую аудиторию, стремлением расширить круг читателей. В то же время отмечается стремление к дифференциации своей продукции с учетом специфических черт читательской аудитории. Дифференциация установок ведет к созданию журналов по профессиональным интересам на английском языке - это Newsweek, Economist, Financial Times и т.д. и на русском языке - это «Эксперт», «Власть», «Коммерсант», «Профиль» и другие.

В установке СМИ на реципиента обнаруживаются некоторые закономерности, которые проявляются в тексте и которые объясняются с позиций социологической модели ролевых отношений. Ролевые отношения тесно связаны с дифференциацией языка в плоскости функциональных стилей и жанров.

Детерминизация речевого поведения осуществляется через ролевые предписания и ожидания. Автор газетно-журнального текста использует социально детерминированные нормы построения текстов и учитывает, какое речевое поведение ожидают от него читатели.

Ситуация массовой коммуникации оказывает решающее влияние на формирование функций и стилиевых черт языка газетно-журнальной публицистики. Это сказывается на способах реализации информационной функции через использование деспециализации терминов, их популяризации, внедрение метафорических значений и замену нетерминологическими эквивалентами.

Такие особенности языка массовой коммуникации, как сопровождение пояснительным контекстом специальных терминов, профессионализмов, заимствований и аллюзий, связаны с ориентацией отправителя информации на фоновые знания реципиента. Создавая текст, ориентированный на массового реципиента, автор строит обобщенную модель его фоновых знаний, от которых зависит адекватная интерпретация текста.

Для декодирования газетно-журнального текста на русском и английском языках необходимо знание реалий, которые специфичны для культуры России и США и коммуникативно релевантны.

Фундаментальный механизм, используемый в газетно-журнальной публицистике для воздействия на читателя - суггестия, т.е. убеждение реципиента в принятии конкретных представлений без предоставления самоочевидных или логических оснований для их принятия. Исследования в этой области показывают, что суггестивность возникает с появлением языка, способности к общению. Язык является объектом общения и получает эмоциональную силу при коммуникации. Суггестия основана на обращении к авторитету, который в СМИ может быть представлен религиозной, политической фигурой, авторитетом в науке или другой профессии. Специфические приемы, используемые для воздействия в СМИ - использование стереотипов, т.е. создания фиксированного образа, неподдающегося проверке опытом. Второй способ воздействия на реципиента - замена имен. Автор газетно-журнального текста старается повлиять на читателя, заменяя благоприятные или неблагоприятные имена с эмоциональной коннотацией на нейтральные, которые более подходят для его целей. Третий прием - повтор сообщений, ключевых слов и фраз, которые остаются в памяти реципиента, создавая желаемые ассоциативные связи.

Следующим приемом, связанным с функцией воздействия, является директивность (побудительность), которая часто имплицитна, но может проявляться в виде риторических вопросов, утверждений, в негативной оценке фактов, в использовании модальных глаголов.

С точки зрения доминирующей коммуникативной функции информационное сообщение - это информативный текст, имеющий следующую структуру: заголовок (headline), вводный абзац или зачин (lead) и развернутое изложение.

Сообщение начинается в выражения главной релевантной темы, выносимой в заголовок. Зачин включает верхний ярус тематической структуры, затем идет изложение главных тем, относящихся к главным событиям.

Здесь очень важным приемом воздействия является создание образа посредством умелого применения слов, формул в тексте и заголовках. Могущество слов находится в тесной связи с вызываемыми ими образами, и совершенно не зависят от их реального смысла. Очень часто слова, имеющие неопределенный смысл, оказывают самое большое влияние на реципиента. Таковы, например, слова: демократия, равенство, свобода, братство и т.д. до такой степени неопределенные, что даже в больших словарях не удается с точностью разъяснить их смысл. Между тем, они образуют синтез всех бессознательных надежд и стремлений реципиентов на их реализацию. Образы, вызванные словами независимо от их смысла, меняются соответственно времени и народам, хотя сами формулы остаются неизменными.

Итак, газетно-журнальный текст - это акт воздействия на читателя, его мышление, на его поведение, совершение каких-то действий.

Этой функции подчинены такие стилевые черты, как:

1. Оценочность - ценностная установка субъекта по отношению к предмету речи.
2. Экспрессивность, охватывающая выразительно-изобразительные качества речи, включающие такие черты, как образность - способность нести образ.
3. Эмотивность - эмоционально-экспрессивные качества.
4. Тональность - приподнятость и сниженность регистра.
5. Директивность - побуждение к действиям.
6. Аппеликативность - способность заинтересовать, заинтриговать читателя, привлечь его внимание.

Стоит особо остановиться на наименее изученной части информационного текста - структуре развернутого изложения материала. Т. А. Ван Дейк предлагает следующую стратегию создания информационного текста для привлечения внимания реципиента. Его «дискурс новостей» предусматривает следующие пункты:

1. активизация моделей действительной ситуации;
2. выведение из этой ситуативной модели общей тематической структуры;
3. выявление наиболее релевантных и значимых тем данной тематической структуры;
4. начало конкретного сообщения с выражения главной релевантной темы, выносимой в заголовок, и включение в зачин остальной части верхнего уровня тематической структуры;
5. изложение главных тем, относящихся к главным событиям, на более низком уровне микроструктуры в начальных предложениях/абзацах текста;
6. каждый абзац строится в соответствии со следующими стратегиями:
 - а) важные последствия приводятся в первую очередь;
 - б) подробности события или характеристика действующего лица даются после общего упоминания этого события или лица - от общего к частному;
 - в) причины, излагаются после описания события и его последствий;
 - г) контекст события и фоновая информация даются в последнюю очередь [1, с. 242].

Ван Дейк исходит из того, что информационному дискурсу присуща конвенциональная форма - схема, организующая его содержание. Понятие схемы используется им для обозначения структуры для представления знаний (Knowledge structure). Однако, анализ информационных текстов показал, что возможны отклонения от описанной им модели: некоторые категории носят рекуррентный характер.

Наблюдается расхождение в структуре развернутого изложения между английским и русским текстом, так как зачин в русском тексте не всегда выявляет функцию краткого резюме основного содержания.

Различия между газетно-информационными текстами сводятся к более четкой структурированности английских текстов, их большей специализации в области лексики и грамматики, и более высокой тональности русских газет.

Список литературы

1. Ван Дейк Т. А. Язык, познание, коммуникация. М.: Прогресс, 1989.
2. Brown J. F. C. Techniques of persuasion: from propaganda to brainwashing. Hammondswoth, 1993.

INFLUENCE METHODS IN INFORMATIONAL TEXT STRUCTURE

Evgeniya Mihaylovna Kolomeytseva

*Department of Foreign Languages
Tambov State Technical University
modlang@mail.ru*

In the article the author undertakes the attempt to research newspaper-journal publicism, to determine its functional parameters and basic stylistic features.

Key words and phrases: newspaper-journal publicism; functional parameters of newspaper-journal publicism; stylistic features of newspaper-journal publicism.

УДК 811.511.1

В статье показана динамика языковой ситуации в Республике Коми и ее современная характеристика. Основное внимание уделяется проблемам функционирования языка коми как государственного и причинам его ограниченного использования в социальных сферах.

Ключевые слова и фразы: язык коми; языковая ситуация; статус коми языка; социальные функции языка; сфера образования.

Елена Алексеевна Кондрашкина

*Институт языкознания РАН
e.kondrashkina@inbox.ru*

СОВРЕМЕННАЯ ЯЗЫКОВАЯ СИТУАЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КОМИ®

Согласно переписи 2002 года, в Республике Коми проживало 256 464 коми или коми-зырян, что составляло всего 25,2% от населения республики. Это - один из самых низких показателей среди других финно-угорских республик России. Родным языком владело 72% коми населения, русским - 98,2%.

До 30-х годов XX века население Коми края было практически однонациональным. Затем положение стало резко меняться, так как Коми становится одним из основных мест расположения лагерей спецпереселенцев и заключенных. После освобождения многие из них остались в республике на постоянное жительство.

Период индустриализации в СССР характеризовался массовыми миграциями населения: коми молодежь ехала на строительство новых предприятий в разные районы страны, в республику приезжали представители других народов возводить промышленные объекты в Коми. В результате всех этих перемещений в Коми начала резко меняться демографическая ситуация - коренное население уменьшалось, становилось этническим меньшинством. Численность коми населения в регионе снизилась с 92,2% в 1926 году до 23% в 1989 г. В северных районах республики, наиболее развитых в промышленном отношении, доля коми в настоящее время колеблется от 2 до 11% населения. Численность русских в 2002 г. составила 59,6% от всего населения республики.

Как свидетельствуют исследования проф. из Коми Е. Цыпанова и других ученых, коми язык еще в древние времена был языком внутриэтнического общения и обслуживал все сферы, т.е. был официальным языком, чему способствовала миссионерская христианская деятельность Стефана Пермского в XIV-XV веках. Именно Стефан Пермский, создав древнекоми письменность, ввел коми язык в церковное богослужение, обучение, переписку и управление.