

Широких Анна Юрьевна

РИТОРИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ В ТЕКСТАХ СМИ

В статье представлен анализ речевых средств информационного воздействия, используемых в печатных текстах средств массовой информации, на фонологическом, лексическом и грамматическом (морфология и синтаксис) уровнях. Автор проводит параллель между античными названиями риторических приемов и современными лингвистическими терминами, употребляемыми для обозначения речевых средств информационного воздействия. Преемственность лингвистических традиций рассматривается как основа успешности языкового анализа изучаемых явлений текстов массовой информации.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/11-1/52.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 11(65): в 3-х ч. Ч. 1. С. 176-178. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/11-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 81'373.46

В статье представлен анализ речевых средств информационного воздействия, используемых в печатных текстах средств массовой информации, на фонологическом, лексическом и грамматическом (морфология и синтаксис) уровнях. Автор проводит параллель между античными названиями риторических приемов и современными лингвистическими терминами, употребляемыми для обозначения речевых средств информационного воздействия. Преемственность лингвистических традиций рассматривается как основа успешности языкового анализа изучаемых явлений текстов массовой информации.

Ключевые слова и фразы: риторические приемы; фонология; морфология; лексика; синтаксис.

Широких Анна Юрьевна, к. филол. н., доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ
ashirokih@mail.ru

РИТОРИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ В ТЕКСТАХ СМИ

Риторика известна с древнейших времен как искусство воздействия на службе политики, правосудия и развития философской мысли. Ритор был гражданином, который выступал в суде и на политических собраниях и являлся экспертом в так называемом *logôn techne*, т.е. искусстве аргументации и словесном артистизме [10, р. 207]. Воздействующая функция риторики по-прежнему актуальна: «создатели текстов СМИ (осознанно или неосознанно) избирают средства и способы вербализации, которые в наибольшей степени соответствуют тому взгляду на событие, который журналист хочет сформировать у аудитории» [8, с. 16]. Любой текст диалогичен по своей природе, т.к. предполагает не только автора, но и реципиента сообщения. Диалогизация текста СМИ понимается как постоянная связь между аудиторией и говорящим. В случае текстов массовой информации реципиент – многоплановое явление. Публицистический текст может быть не единожды интерпретирован, что позволяет говорить о «диапазоне интерпретации» [5, с. 8] новостного текста.

Вопрос о совпадении или несовпадении терминологии древней науки риторики и современной терминологии языкознания может рассматриваться как вопрос преемственности и прогресса человеческих знаний.

Риторические приемы могут быть условно представлены на уровне фонологии, морфологии, синтаксиса и прагматики. Однако любой риторический прием носит пограничный характер. Так, фигура умолчания, известная как апозеопезис, с точки зрения фонетического оформления речи является паузой в звучании, а с точки зрения грамматики – это уточняющая конструкция, парантеза (букв. «отступление»): *The nod to Asterix – the diminutive comic-strip hero who punches above his weight thanks to his cunning and occasional swigs of magic potion – is highly significant* [9]. / Ссылка на Астерикса – крошечного героя комиксов, который мог победить сильных благодаря разовым приемам волшебного зелья, – очень важна (Здесь и далее перевод автора статьи – Ш. А.).

Лексико-морфологический уровень риторических приемов широко представлен продуктивными и непродуктивными способами словообразования [7, с. 215]. Интересно, что для некоторых непродуктивных способов словообразования по-прежнему используются их «античные» имена – холофраза, однословное предложение, вставная синтаксическая конструкция, примечательной чертой которой является экономия языковых средств, например, *the so-bad-it's-really-very-bad* «comedy» (очень плохая комедия). Или инфиксы, в терминологии древнегреческой риторики «тмезис», слова и фразы, включенные в основу определяемого слова: *fan-bloody-tastic* («Fantastic») (исключительно фантастичный). Субстантивация, т.е. переход различных частей речи в разряд существительных, изученная в текстах СМИ на материале английского и русского языков [4, с. 72], – еще один пример компрессии, суть которого заключается в грамматической метафоризации по принципу смежности и семантической двуплановости, т.е. общности смысловых компонентов глагола и существительного. Например, денотативная семантика глагола *plague* в значении *беспокоить, досаждают* в контексте «the social ills that plague America» [14] / *беспокоящие Америку социальные беды* и его имплицитно выраженная коннотативная семантика (*plague* – чума), по сути, стертая метафора, образованная по принципу проекции существительное – глагол. Следует также отметить различие в англоязычной и русскоязычной терминологии языкознания в употреблении слов *сравнение* и *simile*, хотя в основе и термина, и риторического приема лежит идея равенства. Другим семантически многоплановым приемом риторики является употребление идиом. Запас «идиом» как неразложимых словосочетаний постоянно пополняется – значения фиксируются в специальных словарях. Например, медведь является символом России с 1794 года [9]: *the Russian bear is growling...* [11] / *Русский медведь рычит...* Однако *idios* переводится как *личный, частный*, т.е. идиома в античной риторике – это сиюминутно созданное выражение, «здесь и сейчас».

Говоря о риторике как искусстве «диалогизации», обратимся к вопросу интертекстуальности, т.е. к вопросу о «взаимодействии текстовых пространств в их диалогическом и полифоническом единстве» [2, с. 51]. Нельзя не согласиться с мнением о том, что цитаты – это «предтексты, <...> вновь созданный текст вспоминает своих предшественников» [Там же]. «Манифестация одновременно нескольких языков», по Ю. М. Лотману [6, с. 145], обеспечивает гетерогенность текста и, как следствие, является основой интертекстуальности. Представляется, что использование разностилевой лексики и прецедентных феноменов в газетном тексте одной природы с цитированием. Основная функция цитирования – это разделение ответственности, призыв к авторитету, имплицитное провозглашение собственной точки зрения. Интересно, что «цитата» происходит от латинского глагола *citare* – *приводить в движение, потрясать*, которое восходит к праиндоевропейскому *keie* – *двигать* [13]. Очевидно, что еще древние греки осознавали значимость использования

чужой речи, «заимствованных» у других авторов слов и фраз для риторического воздействия на аудиторию. По сути, стилистическая контаминация, т.е. использование разнородной лексики, – это то же заимствование, средство обеспечения интертекстуальности и механизм когниции. Так, архаичная лексика обеспечивает исторический экскурс в другую эпоху, вызывающий определенные ассоциации и дающий ссылку на авторитет предшествующих текстов и основания полагать, что ничто не ново в этом мире: *France has identified with the plucky denizens of Asterix's village...* [9]. / *Французы видят себя отважными обитателями деревни Астерикса...* Использование иноязычных слов – способ отсылки на опыт других культур, явление, контрастирующее культурные особенности наций, с одной стороны, а с другой стороны, феномен процессов глобализации: *... many young French speakers today should suddenly switch to English when writing a *mél* or *courriel* (if you'll pardon my French) to a friend* [Ibidem]. / *Многие молодые французы могут внезапно переключиться на английский, когда пишут письмо другу.* Некоторые полагают, что иноязычная лексика несет «агрессивный заряд», т.к. требует интеллектуальных усилий и вызывает чувство неполноценности [3, с. 89]. Использование терминов провоцирует «терминологический туман» [1, с. 56], однако именно через тексты СМИ слова «андеррайтер», «диверсификация» или «купон» становятся известными, а со временем и осмысленными широкой публикой.

Прецедентные феномены – это ссылки на известные события и ситуации, тексты (поговорки, крылатые слова, политические лозунги, высказывания известных людей) и имена собственные. «Цитирующий» характер прецедентных феноменов может быть выражен графически (кавычки), однако ссылки на источник информации не приводятся, т.к. предполагается «универсальный» характер знаний об этой ситуации: *five Proust specialists sitting around a table* [9] / *сидят за столом пять специалистов по Прусту.* Интересно, что у древних римлян было другое название для прецедентных феноменов – сентенция, т.е. краткое изречение, как правило, из античных источников. В настоящее время слово *сентенция* в русском языке употребляется в значении *правоучительное изречение.*

Риторика как искусство красноречия занимается построением высказывания через аргументацию (логос). Аргументационные техники речи предполагают определенный порядок построения высказывания, т.е. синтаксис. В древней риторике существовали термины, обозначающие:

- уточняющие элементы (*appositio* / «наложение»; *parenthesis* / «отступление»);
- синтаксический параллелизм (анафора, «единоначатие»; эпифора, «одинаковые концовки»; антитеза, «противопоставление»; *climax* / «развязка, кульминация», нарастание смысловой напряженности посредством использования однородных членов предложения);
- однородные члены предложения (*epizeuxis* / «повтор»; *conduplicatio* / «удвоение»; *scesis onomaton* / «синонимы»);
- различного рода повторения – на стыке фраз (*epanaplesis* / «эпанаплезис» (лингв.), после вводных слов (*diacope* / лингв. «дайкопа»); повторение в смежных фразах (*symploce* / лингв. «симплока»).

В современной лингвистической терминологии мы разделяем эллиптические конструкции (опущение подлежащего или сказуемого) и односоставные предложения (опущение второстепенных членов предложения). В древней риторике эллипсис – это любой пропуск информации, восстанавливаемый из предшествующего предложения (анафора на языке древней риторики) или следующего предложения (катафора): *Getting divorced? Going to the doctor? Flushing a loo? If so, you are increasingly likely to receive a bill from the government* [14]. / *Разводишься? Идешь к врачу? Спустил воду в туалете? Если да, получишь счет от правительства.* Риторический вопрос – излюбленный прием в риторике публицистики. Интересно, что древние выделяли серию риторических вопросов в отдельный вид термином *hypophora*. Другой синтаксический прием риторики, известный с древнейших времен, – инверсия: *Were that to happen, this week has underlined how little room western policymakers have to stimulate their economies* [Ibidem]. / *Если подобное случится, эта неделя доказала, как мало шансов у западных политиков простимулировать экономику.*

В заключение хотелось бы вспомнить идиому *a person without kin or kith* («Иван, не помнящий родства»). С одной стороны, лингвистика сделала огромный скачок вперед, позволяя на современном этапе анализировать речевые структуры с точки зрения их внутренних глубинных связей, а с другой стороны, все, что мы изучаем сегодня, известно было еще в Древнем мире как риторика, наука красноречия, со своими законами построения, любовью к слову и звуку.

Список литературы

1. Анисина Н. В. Лингвистические технологии формирования неосознаваемой установки в новостном тексте // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. № 7 (61): в 3-х ч. Ч. 1. С. 54-59.
2. Болтнева Н. А., Иванова И. П. Цитата как код текстов культуры // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. № 8 (62): в 2-х ч. Ч. 2. С. 49-52.
3. Булатова Е. И. Средства вербальной агрессии как инструмент информационных войн (на примере арктического медиадискурса) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. № 8 (62): в 2-х ч. Ч. 1. С. 88-91.
4. Ван Я. Субстантивация в языке средств массовой информации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. № 7 (61): в 3-х ч. Ч. 2. С. 71-74.
5. Добросклонская Т. Г. Информационная модель как инструмент анализа новостного дискурса // Современная коммуникативистика. 2016. Вып. 1 (20). С. 7-12.
6. Лотман Ю. М. Избранные статьи: в 3-х т. Таллинн: Александра, 1992. Т. 1. Статьи по семиотике и типологии культуры. 479 с.
7. Широких А. Ю. Экспрессивная морфология в публицистике // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2015. № 12 (54): в 4-х ч. Ч. 4. С. 214-217.

8. **Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования** [Электронный ресурс]: учебное пособие / отв. ред. д. филол. н., проф. М. Н. Володина. М.: Изд-во МГУ, 2003. URL: <http://evartist.narod.ru/text12/01.htm> (дата обращения: 11.08.2016).
9. **Gallix A.** The French Protect Their Language Like the British Protect Their Currency [Электронный ресурс] // The Guardian. URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/may/23/language-french-identity> (дата обращения: 18.08.2016).
10. **Mogens H. H.** The Athenian Democracy in the Age of Demosthenes. Oxford: Blackwell, 1991. 308 p.
11. **Nougayrède N.** He once called the US a wolf – now it is Putin who’s on the prowl [Электронный ресурс] // The Guardian. URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2015/oct/02/putin-us-wolf-europe-syria-ukraine-deal-russians> (дата обращения: 11.08.2016).
12. **Online Etymology Dictionary** [Электронный ресурс]. URL: http://www.etymonline.com/index.php?allowed_in_frame=0&search=bear (дата обращения: 17.09.2016).
13. **Online Etymology Dictionary** [Электронный ресурс]. URL: http://www.etymonline.com/index.php?term=cite&allowed_in_frame=0 (дата обращения: 17.09.2016).
14. **The secret of their success** [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/special-report/21570835-nordic-countries-are-probably-best-governed-world-secret-their> (дата обращения: 11.08.2016).

RHETORICAL TECHNIQUES IN MASS MEDIA TEXTS

Shirokikh Anna Yur'evna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Financial University under the Government of the Russian Federation
ashirokikh@mail.ru

The article presents the analysis of speech means of information influence which are used in the printed texts of mass media on phonological, lexical and grammatical (morphology and syntax) levels. The author draws a parallel between the ancient names of rhetorical techniques and modern linguistic terms used to denote speech means of information influence. The continuity of linguistic traditions is considered as the basis for the success of the linguistic analysis of mass media texts phenomena under study.

Key words and phrases: rhetorical techniques; phonology; morphology; vocabulary; syntax.

УДК 8

В статье исследуется возможность имени собственного (онима) нести дополнительную смысловую нагрузку в рамках лингвопрагматического подхода. Автор анализирует особенности семантики онима; доказывает, что ониму присущи особые смыслы-знания, относящиеся к области социо-культурно-исторического наследия; оним выступает как носитель особой прагматической информации. Автор приходит к выводу, что оним представляет собой лингвистическую универсалию, базирующуюся на способности человека закреплять в собственных именах типовые экстралингвистические значения.

Ключевые слова и фразы: оним; имплицитный смысл; прецедентность; прагматический элемент; экстралингвистический компонент; фоновая информация; контекст.

Яковенко Татьяна Игоревна, к. филол. н.
Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону
jakovenkotatiana@yandex.ru

ОНИМ КАК СРЕДСТВО ПЕРЕДАЧИ ИМПЛИЦИТНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Имплицитность понимается как кардинальное свойство языка, что предполагает наличие внутренних системных отношений между способами выражения имплицитного смысла. В рамках данной работы исследуется отдельный лексический класс имен собственных как носителей экстралингвистической, невыраженной смысловой нагрузки.

Следует отметить, что до сих пор нет единства в характеристике природы имени собственного (онима). В лингвистическом энциклопедическом словаре находим предельно общее определение: «Собственное имя (оним) – слово, словосочетание или предложение, которое служит для выделения именуемого им объекта из ряда подобных, индивидуализируя и идентифицируя данный объект» [9, с. 341].

Признаки онима как языкового знака следующие: он имеет особенность аккумулировать в себе широкую, энциклопедическую информацию; неспособен вступать в отношения синонимии, антонимии и т.п.; у онима отсутствуют парадигмы морфологических форм (в частности, категории числа); оним характеризуется ограниченностью процессов деривации; непереводимостью. Имя как лингвистический знак имеет план выражения (означающее) и план содержания (означаемое). Следовательно, в семантике онима вывывается и так называемый обязательный бытийный компонент, который корреспондирует с предметностью имени нарицательного. Наряду с бытийным, в семантической структуре онима выделяется классифицирующий элемент, определяющий денотат имени, а также характеризующий компонент, помогающий распознавать референта в определенной речевой ситуации.

В рамках лингвопрагматического подхода существует возможность трактовать оним как единицу, имеющую в своем составе ряд определенных ассоциативных связей, осуществляющихся в рамках коммуникативной деятельности. В семантике онима могут реализовываться следующие составляющие: прецедентность,