

Функции массмедийных журнальных статей

О. И. Таюпова

Башкирский государственный университет

Россия, Республика Башкортостан, 450076 г. Уфа, улица Заки Валиди, 32.

Email: o.tayupova@mail.ru

Статья посвящена установлению роли журнальных статей в современном социуме, ведущим признаком которых является медийность. В существующих классификациях число выделенных подвидов статей, обладающих специфическими чертами, варьируется от трех до семи. В частности, научно-популярные статьи, освещающие широкий круг проблем в области окружающей среды, образования, медицины, политики, экономики, культуры, представлены в рамках научно-популярного медиадискурса и адресованы для непрофессионалов. Анализируемые тексты являются действенным средством познания мира.

Ключевые слова: медиадискурс, журнальные статьи, функция текста, адресат.

Статьи относятся к основным видам текстов в современном медиапространстве. Их авторами являются, прежде всего, журналисты. Медиастатьи различаются, как правило, по предметно-тематическому признаку, а в процессе их написания могут ставиться различные цели. Ведущим признаком разнородных текстов в сфере массмедиа является медийность, поскольку данные тексты находят свое воплощение при помощи медиасредств. Кроме того, массмедийные статьи детерминированы как форматными, так и техническими возможностями того или иного канала передачи. Это могут быть газеты, журналы, радио, телевидение или Интернет.

Анализ показал, что число выделенных подвидов статей варьируется от трех до семи. В первом случае исследователи выделяют такие подвиды, как узкоспециальная статья, теоретическая (общая) статья и обзорная статья [1, с. 112], во втором – речь идет о собственно научной (научно-технической) статье, передовой, историко-научной, обзорной и дискуссионной/полемиической статье, рекламной, а также статье, заключающей в себе краткое сообщение о результатах научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ [2, с. 18].

Существуют и другие классификации статей. Так, в работах известного отечественного германиста М. П. Брандес [3, с. 179] рассматриваются пять подвидов статей: обзорная, оригинальная, историко-научная статья, дискуссионная и статья-краткое сообщение. В некоторых научных публикациях выделяются семь подвидов статей, а именно: 1) статья – краткое сообщение о результатах научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ; 2) проблемно-постановочная статья; 3) собственно-научная

(научно-техническая) статья, в рамках которой подробно и аргументировано излагаются основные результаты проведенного исследования; 4) историко-научная обзорная статья; 5) дискуссионная/полемика статья; 6) научно-популярная статья; 7) рекламная статья [4, с. 256].

Исходя из той или иной цели общения, можно выделить такие подвиды статей, как обзорная статья, имиджевая статья, авторская статья, занимательная статья, статья-анонс и статья-заявление [5, с. 76–84]. Относительно специфических черт выделенных подвидов статей следует заметить, что авторы обзорных статей стремятся предоставить анализ по различным промышленным отраслям, политическим событиям, научным достижениям, социальным программам. При этом фактический материал статьи необходимо подтверждать статистическими данными. Зачастую такие статьи пишутся для профессиональных профильных изданий, но при этом не исключается их публикация в общественно-политическом журнале, например, в журнале «Der Spiegel», например: *Starke Preisschube kennzeichneten die vergangenen Monate auf den Energiemärkten. Die Nachfrage nach Energie wächst rasant, besonders in aufstrebenden Volkswirtschaften wie China und Indien.*

Die Preise steigen: für Kohle, Erdöl, Erdgas. So hat sich der Grenzübergangswert, also der Durchschnittspreis aller Erdgasimporte, zwischen Januar 2015 und September 2016 um 43.5 Prozent erhöht. Auch der Preis für Kohle, einen der wichtigsten Energieträger für Stromerzeugung, ist deutlich gestiegen (Der Spiegel).

Цель имиджевой статьи заключается в создании или поддержании положительного представления о какой-либо организации, фирме, конкретном лице или продукте. Задача журналиста состоит в убеждении читателей относительно того, что та или иная фирма, какой-либо специалист, соответствующий продукт являются лучшими в определенной сфере. Подобные статьи могут быть не только посвящены современным моментам жизни социума, но и быть перспективными, а также ретроспективными, ср.: *Der Augenarzt Gerhard Pernice preist bei seinen Patienten gern die gesundheitsfördernde Wirkung von Obst und Gemüse. Natürlich weiß der Mediziner aus Bad Hersfeld Rat: einfach jeden Tag 1000 Gramm frisches Obst und Gemüse essen, in mindestens fünf Portionen über den Tag verteilt. Weil das kompliziert ist, hat der Doktor noch einen einfacheren Weg parat: Juice-Plus, ein Präparat, in dem nach Angaben des Herstellers die beiden Bestandteile von 17 Obst, Gemüse- und Getreidesorten komprimiert sind (Der Spiegel).*

Следующий подвид статей, занимательные статьи, имея много общего с имиджевыми статьями, не являются развлекательными, поскольку могут быть посвящены весьма насущным и серьезным проблемам общества. Подобные тексты дают свободу для творчества журналистов. Одним из подвидов занимательных статей являются статьи, в которых дается подробный портрет современников. При этом журналист демон-

стрирует, как правило, точность в изложении фактического материала, тактичность и личную симпатию к описываемой им персоне.

Что касается авторской статьи (байлайнер), то данные статьи публикуются либо в СМИ, либо в печатных изданиях организации. Такие статьи написаны, как правило, первым лицом организации. Внешне текст статьи имитирует личное послание, поскольку оно начинается с обращения к читателям и заканчивается факсимильной подписью автора.

В статьях-анонсах излагаются не только планируемые мероприятия, но и события, уже имевшие место. Особое доверие и повышенный интерес вызывают у читателей статьи, которые написаны с соответствующей ссылкой на авторитетные информационные источники с указанием точных дат.

В последнем из приведенных выше подвидов статей – статьях-заявлениях – высказывается отношение каких-либо организаций, например, политических партий и движений, представителей делового мира к определенному факту или событию в жизни социума. При помощи статей-заявлений может быть выражено мнение относительно экономического или политического развития страны, какой-либо промышленной отрасли, научного направления. Как правило, подобные статьи имеют подзаголовок, например, «позиция» или «мнение».

С рассматриваемых нами позиций следует обратить внимание и на так называемые научно-популярные статьи, которые представлены в рамках научно-популярного медиадискурса. Научно-популярные статьи на немецком языке могут быть опубликованы в журналах «Spektrum der Wissenschaft», «Zeit wissen», «Letter», «Umwelt Report», «Bild der Wissenschaft», «Kernenergie», «Der Spiegel», «Unimagazin», «Deutschland», «Klimawandel», в том числе и в их электронных версиях www.wissenschaft.de, www.spektrum.de, www.kernenergie.de, www.zeit.de, www.magazin-deutschland.de. Публикуемые на страницах приведенных выше журналов и их сайтах научно-популярные статьи адресованы непрофессионалам и освещают широкий круг проблем, связанных с научным подходом к рассмотрению и анализу вопросов образования, окружающей среды, медицины, политики, экономики и культуры. Данные статьи не всегда носят новостной характер, но подчеркивают важность сообщаемой информации для определенных социальных групп читателей. При этом научно-популярные медиастатьи не имеют, по сравнению с медиарелизами, временных ограничений, поскольку могут быть опубликованы не строго до определенного срока.

В целом научно-популярные тексты, в том числе и научно-популярные статьи, представляют собой особую область использования языкового кода, поскольку текстовые стратегии направлены в них на популяризацию научных знаний. Научно-популярные тексты создаются с целью массового распространения научных сведений из той или иной научной области. Данные тексты могут быть противопоставлены академическим

текстам по коммуникативно-прагматическим целям, теме, содержательному наполнению, специфике адресанта и адресата. В процессе передачи научных сведений автор научно-популярного текста кодирует денотативную информацию с учетом уровня информированности читателя или слушателя, не обладающего специальными знаниями в освещаемой им области [6, с. 5 ; 7, с. 1552; 8, с. 253].

Анализируя функции научно-популярных текстов, можно сделать вывод о том, что они в доступной форме информируют читателей о научно-технических достижениях и, тем самым, развивают познавательный интерес адресатов. Такие научно-популярные тексты, как словарные статьи в энциклопедиях, научно-популярные статьи, опубликованные в средствах массовой информации, учебники, учебные пособия, научно-популярные очерки, произведения из серии «Жизнь замечательных людей» и др. рассчитаны на передачу уже известной научной информации неспециалистам. Представляя собой особую область репрезентации дискурса, научно-популярный текст характеризуется определенной спецификой, в основе которой лежит принцип достоверности в процессе кодирования научной информации в форме, максимально доступной для читателя-неспециалиста.

Авторы научно-популярных текстов не только сообщают научные сведения из различных областей науки, но и стремятся заинтересовать неподготовленного читателя, а также в определенной степени воздействовать на него. Этими функциями обусловлено широкое использование различных приемов обращения к читателю, акцентировании его активной роли в процессе освоения новой информации, например, при помощи использования местоимений второго лица.

Значительную роль играют различные способы популяризации научных знаний, приемы изложения, предполагающие включение в текст разнообразных средств выразительности. В некоторых случаях это могут быть и художественно-беллетристические средства, поскольку они дают автору возможность доходчиво и понятно, но при полной научной достоверности и при соблюдении адекватности описания научных понятий и явлений, передать читателю-неспециалисту информацию из соответствующей области знания [9, с. 102–105]. Для реализации функций научно-популярных статей служат, в частности, стилистически окрашенные языковые средства. К ним относятся персонификации, сравнения, метафоры, разнообразный стилистический синтаксис во всех его проявлениях. В качестве примера следует назвать порядок слов, различные структурно-семантические и коммуникативные типы предложений, а также прием синтаксического параллелизма, ср.: Häufig ziehen Nebel auf, und es gibt reichlichen Wolken. An diesem Tag Anfang März taucht der Himmel das Land ringsum in fahles Grau, nimmt dem Gras sein zaghafte Grün und den Bäumen den Rest ihres Brauns (Klimawandel); Platziert man einige Styroporkügelchen auf der Oberfläche des Wassers in einem Glas, bewegen sie sich erwartungsgemäß zum Rand und bleiben dort gewissermaßen hängen. Füllt man das Glas aber vorsichtig weiter auf, lösen sich die Kügelchen wieder auf und

wandern zur Mitte (Unimagazin). Используемые образные средства позволяют сделать изложение более наглядным и доступным широкому кругу читателей.

С лингвистической точки зрения одним из приемов, помогающих не только оживлять повествование, но и придавать ему выразительность, является так называемый вопросно-ответный ход. В научно-популярных текстах его роль заключается в том, что автор, как бы предвосхищает возможные вопросы читателей. Публицист формулирует вопросы и сам на них отвечает. Вопросно-ответный ход, как специфический прием, преобразует монологическую речь в диалогическую, дает возможность сделать читателей «собеседниками оратора, активизирует их внимание, вовлекает в научный поиск истины. Умело и интересно поставленные вопросы привлекают внимание аудитории, заставляют следить за логикой рассуждения» [10, с. 142; 11, с. 107].

Помимо вопросно-ответного хода для научно-популярного текста характерно использование риторических или эмоциональных вопросов, которые не требуют ответа, а служат для эмоционального утверждения или отрицания. Обращение к читателям с вопросом является одним из эффективных приемов воздействия. Риторические вопросы несут значительную смысловую и эмоциональную нагрузку, например: *Wieso war Greg so empfänglich für das Kokain, dass es sein Leben zerstören konnte? Weshalb entging sein Zwillingbruder, der exakt die gleiche Gene besitzt, einem ähnlichen Schicksal? Warum führt die Einnahme von Drogen bei manchen Menschen zu lebenslanger Sucht, während andere ihre Jugendsünden hinter sich lassen? Diese Fragen sind nicht neu, doch erst jetzt scheinen Neurowissenschaftler den Antworten auf die Spur zu kommen. In den zurückliegenden Jahren haben Biologen zahlreiche molekulare Mechanismen entdeckt, die zu einem stärkeren oder schwächeren Ablesen von Genen führen (Spektrum der Wissenschaft).*

Для научно-популярных статей характерно также использование терминологической лексики, предназначение которой состоит в том, чтобы дать ясное и точное представление о научных понятиях, процессах и явлениях. Вместе с тем следует заметить, что перегрузка научно-популярного текста терминами приводит к нарушению его основной отличительной черты – доступности, поскольку его основная задача состоит не в создании новых знаний, как в собственно научных текстах, а в их популярном изложении и соответствующей трактовке.

Проведенный анализ функций журнальных статей, в том числе и научно-популярных, позволяет сделать вывод о том, что их специфика основана на направленности излагаемых научных знаний широким слоям читателей и необходимости воздействия не только на рациональное начало индивидуумов, но и на их эмоциональное состояние. Поэтому кроме стилистически нейтральных и специальных языковых средств, обладающих научной стилевой окраской, в научно-популярных статьях активно использу-

ются эмоционально-экспрессивные и разговорно-окрашенные языковые лексические и грамматические средства.

Список источников примеров

«Der Spiegel»; «Spektrum der Wissenschaft»; «Unimagazin»; «Klimawandel».

Литература

1. Мальчевская Т. Н. Специфика научных текстов и принципы их классификации на материале англ. биолог. текстов // Особенности стиля научного изложения. М.: Наука, 1976. С. 104–116.
2. Троянская Е. С. Полевая структура научного стиля и его жанровых разновидностей // Общие и частные проблемы функциональных стилей. М.: Наука, 1986. С. 16–22.
3. Брандес М. П. Стилистика немецкого языка. М.: Высшая школа, 1983. 273 с.
4. Котюрова М. П. Стилистика научной речи. 2-е изд. М.: ИЦ «Академия», 2012. 240 с.
5. Иванова К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. 3-изд., обнов. и доп. СПб.: Питер, 2010. 176 с.
6. Маргания Э. В. Особенности функционально-прагматической адаптации терминологических единиц в научно-популярных текстах медицинского содержания: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Белгород, 2011. 30 с.
7. Таюпова О. И. Языковой код в научно-популярном тексте // Вестник Башкирского университета. 2012. №4. С. 1550–1553
8. Burkhardt A., Zhao J., Zhu J. Alltags- und Fachkommunikation in der globalisierten Welt. Eine Annäherung. Frankfurt/Main: Lang, 2014. 340 S.
9. Максимов В. И. Стилистика и литературное редактирование. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Гардарики, 2007. 653 с.
10. Введенская Л. А., Павлова Л. Г. Риторика и культура речи. Ростов н/Д: Феникс, 2009. 537 с.
11. Wagner Fr., Kleinberger U. Sprachbasierte Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen. Frankfurt/Main: Lang, 2014. 242 S.

Статья рекомендована к печати кафедрой немецкой и французской филологии
(доктор филологических наук, проф. Мурысов Р. З.)

Functions of massmedical journal articles

O. Tayupova

Bashkir State University

32 Zaki Validi Street, 450074 Ufa, Republic of Bashkortostan, Russia.

Email: o.tayupova@mail.ru

The article is devoted to the establishment of the role of journal articles in the modern society, the leading feature of which is media. In existing classifications, the number of allocated subspecies of articles with specific features varies from three to seven. The popular science articles covering a wide range of problems in the field of the environment, education, medicine, politics, economy, culture, are presented in the framework of the popular media discourse and are addressed to non-professionals. Analyzed texts are an effective means of cognizing the world.

Keywords: mediaarticle, media discourse, text function, addressee.