

Диалог между автором и получателем научного текста предполагает передачу новой информации, способствующей описанию научной картины мира. Эта новая информация, в свою очередь, предстает основным объектом оценки, как со стороны автора, так и со стороны адресата научного сообщения. Прежде всего, эта оценка касается достоверности научных суждений, их обоснованности и обязательности. Подобная авторская оценка в научном тексте реализуется языковыми средствами на уровне предложений или абзацев. Исследователи отмечают высокую частотность в рамках научного текста языковых средств, отражающих авторскую позицию, что свидетельствует об их нормативном характере и позволяет предположить, что оценочность является специфической стилиевой чертой научного текста.

Таким образом, научный дискурс можно определить как институционально обусловленный коммуникативный процесс, обладающий спектром конкретных функций, все из которых, между тем, подчинены выполнению основной прагматической функции научного дискурса – информировать реципиента.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // ЛЭС. – М., 1990. – С. 136–137.
2. Карасик, В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20.
3. Бряник, Н. В. Общие проблемы философии науки : Словарь для аспирантов и соискателей / сост. и общ. ред. Н. В. Бряник ; отв. ред. О. Н. Дьячкова. – Екатеринбург : Изд-во Урал, ун-та, 2007. – 318 с.
4. Колшанский, Г. В. Коммуникативная функция и структура языка / Г. В. Колшанский. – М. : 1984. – 174 с.

ОСОБЕННОСТИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

А. В. РАДИКЕВИЧ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – И. П. Королюк

В современной лингвистике имеется много понятий дискурса. Например, В. Е. Чернявская под дискурсом обозначает конкретное коммуникативное событие, фиксируемое в письменных текстах и устной речи, осуществляемое в определенном коммуникативном пространстве [1, с. 74]. Е. С. Кубрякова и О. В. Александрова трактуют дискурс как когнитивный процесс, связанный с речепроизводством, созданием речевого произведения, а текст видится им как конечный результат процесса речевой деятельности, имеющий определенную законченную (и зафиксированную) форму [2, с. 186].

Внутристилевая градация газетно-публицистического дискурса предполагает его деление на информационный и публицистический, а также

выделение таких четырех групп в его структуре как информационная, аналитическая, художественно-публицистическая и рекламная жанровые группы.

В публицистическом дискурсе реализуется функция воздействия (агитации и пропаганды) языка, с которой часто совмещается информативная функция (сообщение нового). Дискурс данного типа находит применение в общественно-политической литературе, периодической печати (газетах, журналах), ораторской речи. [3, с. 109]. Данный дискурс отличается разнообразием тематики, это может быть любая тема, которая попала в центр общественного внимания. Это оказывает влияние на языковые особенности данного стиля: возникает необходимость включать специальную лексику, требующую пояснений, а иногда и развернутых комментариев.

Для публицистического дискурса характерно широкое использование общественно-политической лексики, профессионализмов, а также лексики, обозначающей понятия морали, этики, медицины, экономики, культуры, слов из области психологии, слов, обозначающих внутреннее состояние, переживания человека, и др. [4, с. 290]. Это делается для того чтобы облегчить восприятие информации читателем, достичь определенного коммуникативного воздействия. Отмечается большой процент собственных имен: топонимов, антропонимов, названий учреждений и организаций, более высокий по сравнению с другими стилями процент числительных и обилие дат.

В различных жанрах публицистики встречаются сложные и сложно-сокращенные слова, устойчивые обороты речи. Эмоциональные средства языка сочетаются в публицистическом дискурсе со строгой логической доказательностью, смысловым выделением особо важных слов, оборотов, отдельных частей высказывания.

Современный публицистический дискурс пытается вместить в себя большое количество информации, в то же время сократить объем. В таком случае приходится прибегнуть к использованию аббревиатур. Они уже плотно влились в нашу повседневную жизнь, так что большинство аббревиатур нам не надо расшифровывать. Трактовка аббревиатур необходима только в аббревиатурах с узконаправленной специализированной лексикой, такой как медицинские или технические термины. В политическом и образовательном подтипах публицистического дискурса встречается много буквенных аббревиаций. Так же наблюдается внедрение англицизмов в немецкий дискурс, но такие аббревиатуры чаще всего используются в повседневной жизни, и не нуждаются в расшифровке.

Газетные жанры, как правило, отличаются большим разнообразием используемых средств выразительности языка, связанных с синтаксисом. Лозунговый и призывной характер проявляются в побудительном характере речи (при использовании стилистических возможностей средств синтаксиса), простота и доступность – в сравнительной простоте синтаксических конструк-

ций, рекламность выражается в особенностях заголовочных предложений, в обращениях к читателю.

Газетно-публицистический дискурс является относительно однородным по своим стилистическим характеристикам, однако и здесь часто можно встретить случаи соединения литературно-книжной и разговорной речи. Это объясняется чрезвычайно разнообразными сферами общественной деятельности, которые находят свое освещение на страницах газет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Чернявская, В. Е. Власть дискурса и дискурс власти. Проблемы речевого воздействия / В. Е. Чернявская. – М. : Наука, 2006. – 134 с.
2. Кубрякова, Е. С. О контурах новой парадигмы знания в лингвистике / Е. С. Кубрякова, О. В. Александрова // Структура и семантика художественного текста : доклады VII междунар. конф. – М., 1999. – С. 186–197.
3. Ляпун, С. В. Газетная публицистика в парадигме лингвистических исследований XXI в. / С. В. Ляпун // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2. Филология и искусствоведение. – 2011. – № 1. – 115 с.
4. Клушина, Н. И. Публицистический текст в новой системе стилистических координат / Н. И. Клушина // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. Материалы II Международной научной конференции 14–16 февраля 2008 года. – М. : филологический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, Институт языкознания РАН, 2008. – С. 290–292.

ОСОБЕННОСТИ ПОНИМАНИЯ И ИНТЕРПРЕТАЦИИ РЕЦИПИЕНТОМ АУТЕНТИЧНЫХ МЕДИАТЕКСТОВ

Р. С. РУБЕЦ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – И. Ф. Нестерук

Формирование медиаграмотной личности, способной адекватно взаимодействовать с потоками информации, критически воспринимать и интерпретировать медиатексты становится одной из актуальных задач системы образования в современном обществе. Одним из необходимых условий эффективности медиаобразования, интегрированного с различными учебными дисциплинами, становится знание и учет особенностей восприятия и понимания медиатекстов. А. С. Штерн в рамках концепции набора ключевых слов, отмечает, что восприятие зависит от того, насколько распознаются входящие в него контекстные слова. Однако механизмы восприятия контекстного слова изменяются по сравнению с механизмами восприятия изолированного слова, а именно: многие признаки слова теряют свою значимость, у некоторых значимость остается, но происходит полное перераспределение градаций факторов по опознаваемости. Следовательно,

190