

PRODUCTIVITY OF AFFIXATION OF LEGAL TERMINOLOGY IN GERMAN LANGUAGE

The article is devoted to the features and efficiency of affixation in German language. On the material of legal terminology the productivity of suffixes, prefixes and affixoids in different thematic groups was calculated and specified. The main trends of law-term formation are defined and analysed.

Keywords: *term, productivity, affixes (suffixes, prefixes), affixoids.*

УДК 811.161.1'42:316.77:808.1

Иванова К. А., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, м. Київ

ПОЗИЦИЯ АВТОРА И СПОСОБЫ ЕЕ ВЫРАЖЕНИЯ В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИХ ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТАХ

Главной задачей информационно-аналитического медиатекста является анализ информации и ее оценка. Эту задачу выполняет автор. На основе авторской позиции строится весь медиатекст: тезисы, рассуждения, оценки и выводы. В данной статье рассмотрена авторская позиция как одна из типологических характеристик информационно-аналитического медиатекста, а также описаны медиалингвистические средства выражения позиции автора.

Ключевые слова: *информационно-аналитический медиатекст, позиция автора, авторская оценка.*

Понятие «язык средств массовой информации» сегодня понимается уже не просто как весь корпус текстов в СМИ (медиатекстов), а как отдельная система функционирования языка, со своими правилами и законами. Классификация медиатекстов – один из важнейших открытых вопросов медиалингвистики. На современном этапе исследований наиболее полная классификация (но не абсолютно завершенная), которой придерживаемся мы, была предложена Т. Г. Добросклонской. Согласно этой классификации выделяются четыре функционально-жанровых типа текстов: новости, информационная аналитика, публицистика и реклама.

Каждый тип медиатекстов нуждается в выработке четких параметров, характеристик, которые, собственно, и отличают один тип текстов от другого.

Актуальность данной статьи состоит в определении одной из главных характеристик информационно-аналитических медиатекстов, а именно – наличии авторской позиции и оценки.

Цель статьи – определить и описать способы выражения позиции автора в информационно-аналитическом медиатексте.

Информационно-аналитические медиатексты в наибольшей степени выполняют интерпретационную, или идеологическую функцию СМИ. Само название «аналитические» тексты предопределяет наличие некоего анализа (ситуаций, фактов, явлений и т. п.), по результатам и в процессе которого делаются выводы и ставятся оценки. Это и является главными отличительными характеристиками информационно-аналитических медиатекстов – анализ, итог и оценка.

Три вышеупомянутых составляющих предполагают наличие того, кто их делает – кто проводит аналитические операции, на основе которых этот кто-то подводит итоги и этот же кто-то ставит оценки (оценка – явление более или менее субъективное). То есть в информационно-аналитическом медиатексте присутствует субъект, который совершает данные операции и за счет этого делает информационно-аналитический текст именно таким типом медиатекста. Этим субъектом является автор.

Исследований, посвященных категории и образу автора, огромное количество: концепцию образа автора разрабатывал в своих трудах В. В. Виноградов; важными являются исследования М. М. Бахтина; оригинальную точку зрения на категорию автора описал М. Фуко; много работ посвятил категории автора в языке СМИ Г. Я. Солганик.

Цель автора, который создает информационно-аналитический медиатекст, – не просто донести до читателя информацию о событиях, действиях, явлениях, фактах и их детали (эту функцию выполняют новостные медиатексты), но и объяснить причины возникновения той или иной ситуации, ее значимость, ее положительные и отрицательные стороны, расставить акценты на том, что является важным в этой ситуации, дать ей максимально объективную оценку, спрогнозировать последствия ситуации, варианты ее развития, сделать выводы. Конечно, ситуация будет показана так, как ее видит автор, с его точки зрения и с его жизненной позиции (либо с позиции редакции). «Используя инструмент авторского “я”, публицист может активно вторгаться в ход описываемых событий, свободно выражать свои мысли, входить в контакт с героями, выражать собственную позицию и мнение и т. д.» [Ким 2004; 258]. Кто-то из читателей поддерживает это мнение, а кто-то нет, поэтому автор стремится приводить наиболее весомые аргументы и быть всячески обоснованным в своих доводах, при этом можно добавить эмоционально-экспрессивный элемент, выразив таким образом и свою оценку и заодно сделав свой медиатекст более ярким и красочным.

В результате анализа информационно-аналитических статей (209 единиц, медиатопик – политика Украины; аналитические сайты – «Око планеты», «Однако», «Хвля», «ИноСМИ», «Контрпост», «Империя», «Альтернатива»; период – март-июль 2014 г.) мы выделили следующие средства выражения авторской позиции в информационно-аналитическом медиатексте.

1. Общее построение и содержание текста – это главная мысль/идея, которую хочет донести автор до читателя, и в соответствии с которой выстраивает свой текст. Для этого автор отбирает определенные факты для анализа и построения

своих рассуждений, формулирует тезисы и подводит соответствующие итоги. Как уже упоминалось выше, цель автора – не просто проинформировать, а преподнести «разложившуюся по полочкам» информацию в нужном свете, показать и аргументировать свою точку зрения и убедить читателя в своей правоте. Например, цель автора – осветить какое-либо политическое событие и показать читателю, что это событие положительно/отрицательно скажется на жизни страны и его собственной (читателя), поставить оценку действий политической стороны А, политической стороны Б, политической стороны В и т. д., и, таким образом, убедить читателя в правоте той политической стороны, которую поддерживает сам автор. Для анализа автор вводит в текст непосредственно само событие, затем в процессе анализа подключает предшествующие события, факты, явления, которые имеют отношение к этому (главному) событию, затем подкрепляет свою точку зрения мнениями экспертов, известных политиков и общественных деятелей, ссылаясь на мнение других журналистов. Но, что самое важное, для своей статьи автор отбирает только «выгодные» мнения, высказывания и факты, которые подкрепляют (а не, наоборот, опровергают) его точку зрения (делает «отбор фактов»).

2. Форма построения текста. Автор, позиционируя себя как объективное начало, может (и должен) абстрагироваться от текста и вести рассказ не от первого, а от третьего лица, избегая категоричных оценок и радикальных суждений. Но такого рода текст будет «сухим», в нем не будет чувствоваться живая речь, эмоции, оценки – он будет неинтересным и скучным для читателя. Поэтому автор старается вести с читателем диалог, как будто читатель присутствует при размышлениях автора и при написании данного текста. Для этого автором используются следующие риторические фигуры:

- обращение к читателю: *«**Давайте** это рассмотрим без эмоций»; «**Обратите внимание**, что сам запад вводит санкции с оговорками»; «Ну что ж, уважаемый читатель, вот мы и стали свидетелем того “как, для чего и почему”»; «**Согласитесь**, в таких условиях не много найдется желающих рисковать карьерой...»;*

- риторические вопросы: *«Это и есть вторая Америка? Это и есть страна всеобщего счастья?»; «А что, кто-то думал, что будет иначе?»; «Куда ж бедному президенту США податься?»;*

- форма «вопрос-ответ»: *«Нужна ли тогда будет Украина Западной Европе? Однозначно – нет»; «В чем разница? В ответственности»; «Кто тогда Северная Корея? Одна из беднейших стран мира – вот кто».*

Зачастую также автор ведет повествование от собственного лица (употребление личностного местоимения «я») и может ссылаться на свой собственный опыт для подтверждения своих мыслей в процессе анализа: *«все это, повторяюсь, понятно»; «мне доводилось слышать»; «сказать откровенно»; «мой коллега»; «я прекрасно помню своё чувство протеста»; «по моему мнению»* и т. д. При этом автор употребляет местоимение «мы» (и его формы) в значении `автор/редакция и читатель/читатели`, подразумевая, что есть еще «они» (в значении той политической стороны, действия и взгляды которой автор не одобряет) (автор очерчивает круг «свои – чужие»): *«Мы уже слышим, что на улицах Киева позавчера была стрельба»; «ну а мы с вами за ним*

проследим»; «**мы** имеем дело с конфликтом двух поколений»; «Разве не то же самое **мы** наблюдаем сегодня?»; «**Они** то сами понимают, что говорят?»).

3. Внутритекстовые связи – логические связи, которые автор устанавливает между тезисами и фактами, которые вводит в свой текст – для подтверждения, для уточнения, для объяснения, причинно-следственные связи. Эти связи реализуются с помощью таких слов как: *значит; иными словами; наоборот; потому что; кстати; ожидаемо; то есть; здесь дело не в том; так что; подтверждение тому.*

А также расстановка акцентов в тексте – когда автор структурирует свой материал, указывая на то, что более и что менее важно (формально это выражается в таких словах как: *во-первых, во-вторых; в первую очередь, в следующую очередь; [это]самое главное/важное; первый этап, второй этап; важный момент, второй важный момент*, разбивание по пунктам и т.п.), либо отдельные случаи акцентирования внимания читателя – автор выносит свой акцент в скобки, или в отдельное предложение: «Жизни мирных жителей (**даже детей!**) для него что-то несущественное» (Око планеты); «Вот о чем (**повторю это еще раз**) необходимо задуматься гражданам Украины» (Око планеты); «Славянск, конечно, стал символом «русской весны», более того – он вошел в историю. **Навсегда**» (Однако).

4. Всевозможные способы выражения оценки и отношения автора:

- прямая оценка: «**вполне логичное** молчание Пентагона»; «украинский транзит больше **не внушает доверия**»; «**это плохо** для Порошенко, однако **хорошо** для Коломойского»; «**это очень плохой знак** для Обамы»

- оценочная лексика (мелиоративная и пейоративная): «**блестящая операция**»; «**умные внешнеполитические маневры**»; «яркие впечатляющие **победы**»; «**бесчинствующие** на Донбассе»; «сеющих **ложь и ненависть**»; «**злые, подлые, тупые существа**»;

- идеологически модальная лексика: *пропагандисты; сепаратисты; фашизм; путчисты; мародёры; беженцы; страна-агрессор; тиран; враг; оккупация; заложники;*

- модальные слова, выражающие отношение и оценку автора (положительные, либо отрицательные): *увы; к сожалению; самое ужасное; наиболее печально, что; желательно; к счастью; слава богу; радуется то, что;*

- стилистически сниженная лексика (сленг, жаргон, разговорная лексика): *фуфло; пацан; лыбиться; бабло; бузотёры; лузерша; продинамить; гопота; дурацкий; заваруха; шарахнуть; сыр-бор; дармоеды; дурачки;*

- фразеологизмы: «Дела США в Ираке **из рук вон плохи**» (Контрпост); «Путин **водит за нос** целую супердержаву» (Контрпост); «поворот Януковича **разбил в пух и прах** эти мечты»; «заживут **как сыр в масле**»;

- эвфемизмы: «шоколадный **король**»; «девица из **темницы**»; «газовая **принцесса**»; «межигорский **“помазанник”**»;

- авторские неологизмы: *майдановцы; вышиванковые; украармия; еврошпана; проросек; рашизм; фирташевыц;*

- метафора: «**Вашингтон дал зеленый свет**»; «**мутный поток клеветы и обмана**»; «**битва гигантов**»; «**выпустила из бутылки джина хаоса**»; «**патовая**»

дипломатія»; «поставила Путіна в цугцванг»; «поліетнічний борець в українському котлі».

Данна класифікація представлена в послідовності від загального (більш широкого і масштабного) до частинного.

Таким чином, як видно з класифікації, позиція автора виражається і чітко прослідковується на кожному рівні тексту (від рівня загальної ідеї і цілі до рівня слів і слівосформ). Це свідчить про те, що на основі авторської позиції будується весь медіатекст, а також про те, що мета автора – максимально доступно, в будь-яких можливих формах донести свою точку зору до читача.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Валгіна Н. С. Теорія тексту. – М.: Логос, 2004. – 278 с.
2. Добросклонська Т. Г. Медіалінгвістика: системний підхід до вивчення СМІ. – М., 2008.
3. Кім М. Н. Жанри сучасної журналістики. – СПб: Вид-во Михайлова В. А., 2004. – 335 с.
4. Клушина Н. І. Мовні механізми формування оцінки в СМІ // Публіцистика і інформація в сучасному суспільстві / Під ред. Г. Я. Солганика. М., 2000.
5. Огнева К. А. Текст інформаційно-аналітичної статті в аспекті когнітивно-дискурсивної парадигми: автореф. дис. ... канд. філол. наук. – Ставрополь, 2012.
6. Попова Е. А. Авторська модальність як засіб вираження антропоцентричності тексту: автореф. дис. ... канд. філол. наук. – Тверь, 1995.
7. Солганик Г. Я. Автор як стилістична категорія публіцистичного тексту / Вестник Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналістика. – М., 2001. – № 3.

Стаття надійшла до редакції 16.04.2014 р.

Іванова К. О., асп.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПОЗИЦІЯ АВТОРА ТА ЗАСОБИ ЇЇ ВИРАЖЕННЯ В ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕКСТАХ

Головним завданням інформаційно-аналітичного медіатексту є аналіз інформації та її оцінка. Це завдання виконує автор. На основі авторської позиції будується весь медіатекст: тези, розмірковування, оцінки та висновки. Дана стаття розглядає авторську позицію як одну з типологічних характеристик інформаційно-аналітичного медіатексту, а також описує медіа лінгвістичні засоби вираження позиції автора.

Ключові слова: інформаційно-аналітичний медіатекст, позиція автора, авторська оцінка.

THE AUTHOR'S ATTITUDE AND THE WAYS OF ITS EXPRESSION IN ANALITICAL INTERNET-TEXTS

One of the main characteristics of analytical mediatext are the analysis of information and its assessment. The author is the one who brings those characteristics into the mediatext. That is why the whole body of analytical mediatext (thesis, discussion, assessment and summary) depends on the author's attitude. This article observes the ways in which author expresses his/her attitude in analytical internet-text (based on the analysis of political internet-articles).

Keywords: *analytical mediatext, author's attitude, author's assessment.*

УДК 81'442:811.162.3

Калениченко М. М., к.філол.н., асист.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНА ВЗАЄМОДІЯ ЧЛЕНІВ БЕЗОСОБОВОГО РЕЧЕННЯ У ЧЕСЬКІЙ МОВІ

У статті проаналізовано специфіку двовалентних структур у безособових реченнях сучасної чеської мови із використанням системного підходу, що дозволяє передбачити їх структурно-семантичну взаємодію.

Ключові слова: *односкладне речення, безособове речення, предикативна основа речення, структурні параметри, семантичні параметри.*

Дослідження двовалентних структур речень у сучасних славістичних працях із синтаксису вимагає системного підходу до вивчення мовних явищ, що передбачає аналіз відповідних синтаксичних одиниць як на рівні мови, так і на рівні мовлення. Це дозволяє як виявити моделі, за якими утворюються конкретні синтаксичні конструкції, так і врахувати структурно-семантичну взаємодію членів речення.

Більшість дослідників синтаксичного моделювання речень у слов'янських мовах погоджується з тим, що модель речення (структурний мінімум) обов'язково повинна включати мінімальну кількість конструктивних компонентів (Андерш Й. Ф., Арполенко Г. П., Забеліна В. П., Вихованець І. Р., Адамець П., Бауер Я., Грєпл М., Данеш Ф., Главса З. та інші).

Нагадаємо, що в односкладному елементарному реченні центральною, визначальною є предикатна синтаксема, яка своєю семантикою породжує залежні непредикатні компоненти з різними семантико-синтаксичними функціями. Цю властивість предиката