

Ireland has come out strongly against the ID card claiming that it will promote intrusion and exclusion. "The Commission opposes the specific national identity register identity card scheme set out in the Identity Cards Act 2006 and relevant sections of the UK Borders Act 2007, and wishes to see it withdrawn," begins the briefing paper (guardian.co.uk.21.11.2008).

2) He added: "People have biased views of new religious movements, all new religious groups have these problems and we're no different. We want to hold this every two years and get more sponsorship and partners. If we get more support we get more mainstream" (guardian.co.uk.21.11.2008).

В первом примере мы наблюдаем перифраз на уровне денотемы ID cards, который встречается сразу в двух диктемах. Данный перифраз является сокращением фразы *Identity Cards* и хорошо иллюстрирует такое свойство публицистического текста, как ёмкость средств выражения.

Во втором примере также прослеживается денотематический перифраз. Ёмкость средств выражения демонстрируется здесь заменой двух денотем – «sponsorship» и «partners» – одной: *support*.

Таким образом, перифразы на уровне денотемы и на уровне диктемы способны выполнять в публицистическом тексте все вышеперечисленные функции. Тем самым такие перифразы отвечают прагматическим целям автора публицистического текста.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка / Ш. Балли. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – С. 126.
2. Блох М.Я. Диктема в уровневой структуре языка // Коммуникативно-парадигматические аспекты исследования языковых единиц. – Барнаул-Москва: БГПУ, 2004. – Ч. 1. С. 25-27.
3. Блох М.Я. Теоретические основы грамматики. – М.: Высш. шк., 2000. – 160 с.
4. Бордукова М.В. Информативность синтаксических стилистических приемов в англоязычном публицистическом тексте: дис. ...канд. филол. наук. – М., 1993. – 137 с.
5. Голуб И.Б. Стилистика русского языка. – М.: Айрис-пресс, 2001. – С. 37.
6. Катаева О.Ф. Риторические функции перифраза в газетном тексте: на материале англоязычной прессы: дис. ...канд. филол. наук. – М., 2002. – 152 с.
7. Пан Г.В. Языковая экономия и коммуникативная насыщенность текстов в прессе ГДР. Автореферат. дис. ...канд. филол. наук. – М., 1978. – 23 с.
8. Blokh M.Y. A Course in Theoretical English Grammar. – М.: Vysshaya Shkola, 2000. – 381 p.

УДК 811.133.1

Иванов П.А.

*Военный университет Министерства
обороны Российской Федерации
(г. Москва)*

ПЕЧАТНАЯ ПРЕССА В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННЫХ СМИ*

Аннотация. В статье рассматриваются особенности функционирования газетно-публицистического текста в системе массовой коммуникации. Анализируется роль и степень возможного воздействия современных средств массовой коммуникации в обществе на реципиента. Исследуются существующие подходы изучения этого понятия, характеризуется субъект информации, круг потребителей материалов массовой коммуникации, а также основные особенности современных газетно-публицистических текстов. Изучение различных аспектов массовой коммуникации в данном аспекте позволило сделать конкретные выводы.

Ключевые слова: массовая коммуникация, реципиент, воздействие, адресант, информация, функция.

P. Ivanov

Military University of the Ministry of Defence of the Russian Federation (Moscow)

THE PRINTED MEDIA IN THE SYSTEM OF A MODERN MASS COMMUNICATION MEDIA

Abstract. In the article the features of the functioning of journalistic texts in the system of mass communication are considered. Besides it the author is offered an attempt to define the role and the degree of a possible influence of mass communication on a recipient in the society. Existing approaches of studying of this concept are investigated as well as the

* © Иванов П.А.

subject of the information, the circle of consumers of the materials of mass communication, the role of the author in the journalistic text and the basic features of modern journalistic texts. The studying of various aspects of mass communication in the given aspect allowed to draw concrete conclusions.

Key words: mass communication, recipient, influence, addresser, information, function.

В истории человеческой цивилизации выделяют пять основных коммуникационных революций, внёсших «кардинальные изменения в сферу обработки информации»: 1) приобретение человеком способности использовать членораздельную речь как средство общения; 2) изобретение письменности, позволившей фиксировать полученные знания в виде письменных текстов; 3) книгопечатание, благодаря которому стало возможным массовое тиражирование книг; 4) изобретения рубежа XIX и XX вв. (телефон, телеграф, радио, телевидение и другие), кардинально изменившие человеческое общение и обусловившие появление феномена массовой коммуникации; и, наконец, 5) информационная революция 70-х гг., базирующаяся на соединении компьютера с телекоммуникационными сетями, объектом воздействия которой оказывается не только материальное производство, но и человеческое сознание.

В работах Маклюэна отмечается, что содержание каждой культурной эпохи связано с доминированием определённой коммуникативной технологии. По его мнению, технология коммуникаций является своеобразным продолжением сознания людей, а суть содержания сообщения определяется самим средством коммуникации, по которому это сообщение передаётся. До появления письменности доминирующим средством коммуникации была устная речь, которая была характерна для общества «слуховой культуры» [Вендина Т.И. 2005], или, по выражению Маклюэна, «общества уха» [McLuhan 1962].

«Появление письменности существенно изменило устную речь. Прежде всего, она усилила пространственные аспекты восприятия речи. С другой стороны, именно письменность позволила глубже осмыслить характер устной речи, особенно публичной, приступить к систематическому изучению различных ее форм» [Гаврилов Л.А. 2009, 433].

Появление первых технических средств, обеспечивавших распространение информации на численно большие, рассредоточенные аудитории, связано с появлением книгопечатания, а

затем газет и журналов. Эти два фактора привели к подлинному «информационному взрыву», сопоставимому по своему значению с современным «информационным взрывом», вызванным распространением персональных компьютеров и развитием сети Интернет.

На первый взгляд, это утверждение кажется преувеличением. Однако это далеко не так. Дело в том, что в период, предшествующий изобретению Гуттенберга, письменные тексты были отчуждены от большей части потенциальной аудитории. Интеллектуальная жизнь концентрировалась в немногих, как правило, религиозных центрах, а в церкви прихожане слушали службу и проповедь, не всегда понимая речь священнослужителя. Ведь только в 812 г. Турский собор постановил использовать в проповедях не латынь, а предпочитать ей народный язык [Калинин И.В. 1993, 14]. Это отчуждение народа от письменности и, как следствие, от интеллектуальной жизни продолжалось до изобретения книгопечатания.

Всего лишь через полвека с момента появления Библии Гуттенберга по всей Европе стали открываться книжные магазины. Появившаяся печатная продукция серьёзно повлияла на образ жизни людей, оказалась важным фактором культурной эволюции. «Резкое, непредвидимое до его начала увеличение информации и повышение ее доступности, – пишет М.Г. Делягин, – привели к качественному росту числа людей, способных задумываться и в итоге задумывающихся на абстрактные темы, не связанные с их повседневной жизнью» [Делягин М.Г. 2008, 164]. Началось социальное и идеологическое движение за пересмотр догматов и норм католической церкви. Результатом стали реформация и чудовищные по своим последствиям религиозные войны. Достаточно напомнить, например, что в ходе Тридцатилетней войны немецкое население в Европе сократилось с 16 до 4 млн. человек [Делягин М.Г. 2008, 165].

Подсчитано, что со времён Гуттенберга на глобальном уровне печатные материалы увеличивались в два раза за каждые пятнадцать лет. Как пишет Элвин Тоффлер в своей книге «Футурошок», «темпы, в каких человечество поглощало знания о себе и Вселенной, увеличивались по спирали на протяжении десяти тысяч лет. До 1500 года, по наиболее оптимистичным подсчетам, в Европе издавалось около 1000 книг за год. Что означало, что потребуется целый век для создания библиотеки в 100000 томов. Через четыре с половиной века, к 1950 г., этот уровень так возрос, что Европа выпустила 120000 книг в год.

Количество времени сократилось со столетия до десяти месяцев. К середине 60-х годов мировое производство книг, включая Европу, достигло уровня 1000 книг в день. Сегодня в Соединенных Штатах только правительство выпускает 100000 докладов каждый год плюс 450000 статей, книг и постановлений. По всему миру выпуск научной и технической литературы возрос до уровня 60000000 страниц в год...» [Тоффлер Э. 1997, 26].

В наше время распространение электронных средств привело к доминированию устной информации [Гаврилов Л.А., 2009, 436]. Если раньше среднестатистический житель Франции проводил перед телевизором ежедневно 2 ч. 53 мин., то сегодня этот показатель составляет 3,5 ч. В связи с бурным развитием новых технологий читательский интерес к печатной прессе резко падает. «Так, если в 1914 году в Париже выходило 80 газет, а в провинции – 242, то сегодня в Париже выходит лишь 10 газет, а в провинции – 65. Ежедневную газету сегодня читает лишь 27,8% взрослого населения страны» [Гаврилов Л.А. 2009, 437]. Это объясняется доминированием устной коммуникации. Глобальная коммуникативная сеть позволяет аудитории быть в курсе событий, происходящих не только рядом, но и даже в самых удаленных точках Земли.

В результате перехода от эпохи доминирования печатной прессы к доминированию электронной прессы многие печатные издания изменили свой дискурс.

Если раньше в массовой коммуникации преобладала письменная форма, считавшаяся образцом для устных речевых сообщений, то сегодня с распространением телевидения и радио устная речь из межличностного общения стала активно проникать в печатную прессу, беря на себя некоторые функции, которые прежде выполняла только письменная речь.

Можно с уверенностью констатировать, что периодическая печать претерпевает смену стилистической установки. Книжно-письменная манера выражения всё чаще воспринимается как «старомодная». И напротив, появление элементов разговорной речи в газетном языке воспринимается как должное. Это свидетельствует об определенном сдвиге в сознании общества – читательская аудитория не только воспринимает эти элементы в письменных газетно-публицистических текстах, но и считает их абсолютно уместными.

Что же касается электронных средств массовой информации, то они характеризуются особым методом подачи информации: реальность в них не просто показывается, а используется для

достижения максимального воздействия на реципиента. Чаще всего информацию, передаваемую электронными средствами, отличают своеобразные клише и «стереотипы». В результате – адресат «оперирует не реальными фактами, а клишированными и уже в силу этого искаженными» [Гаврилов Л.А. 2009, 438].

Следует подчеркнуть, что большинство программ электронных СМИ создаётся в расчёте на массового зрителя, зачастую это приводит к снижению их качества. Язык этих материалов упрощён, акцент делается на примитивном юморе, а иногда и на демонстрации сцен насилия. Всё это, по мнению создателей, должно развлекать телезрителя. «Музыкальное сопровождение, тщательно отобранная забавная информация, которая не столько информирует, сколько потешает или удивляет телезрителя... превращает теленовости в своеобразный спектакль» [Гаврилов Л.А. 2009, 438].

Использование в газетно-публицистических текстах элементов разговорной речи в определённой мере представляет собой «возврат назад» и означает отказ от выражения объективно существующих качеств и закономерностей, отступление от точности и последовательности в выражении мыслей в пользу субъективного, которое, прежде всего, позволяет выразить оценочное отношение к передаваемой информации, даже серьёзно не аргументируя причины такого отношения.

Мы словно вспомнили, что в общении с массами целесообразней использовать аффективную разговорную речь, которая является «лучшим способом внушить свою мысль» [Балли Ш. 2001, 392].

У нас снова доминирующей оказывается коммуникация с помощью устной речи, и это «возвращение назад» связано со стремлением усилить воздействующую функцию газетно-публицистического стиля с помощью «изобразительно-выразительных» средств и «ресурсов» разговорной речи.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Балли Ш. Французская стилистика. – М.: УРСС, 2001.
2. Вендина Т.И. Введение в языкознание. – М.: Высш. шк., 2005.
3. Гаврилов Л.А. Три времени публицистического стиля / Л.А. Гаврилов // Пространства и метасферы языка: структура, дискурс, метатекст: Материалы межвуз. науч. конф. по актуальным проблемам теории языка и коммуникации. – М.: Воен. ун-т, 2009.
4. Делягин М.Г. Пятая империя. – М.: Эксмо, 2008.
5. Калинин И.В. Современное переводоведение Франции и Канады: канд. дис. ... – М., 1993.
6. Тоффлер Э. Футурошок. – СПб.: Лань, 1997.
7. McLuhan. The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. – Toronto Press, 1962.