

Л.Б. Крюкова, С.И. Ефимова

**СИТУАЦИЯ ВОСПРИЯТИЯ И ЯЗЫКОВЫЕ  
ОСОБЕННОСТИ ЕЕ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ  
В СОВРЕМЕННОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ  
(ЖАНР FEATURE, НА МАТЕРИАЛЕ ЖУРНАЛОВ  
«GEO» И «GEO TRAVELLER»)**

---

*В статье рассматриваются лингвистические средства выражения чувственного восприятия в публицистических текстах, написанных в жанре feature. Высказывания с перцептивной семантикой позволяют «оживить» текст, реализовать идею «сопричастности», акцентировать внимание на ощущениях автора публикации или его героя и оказать эмоциональное воздействие на читателя. Особое внимание уделяется реализации метафорических значений традиционных языковых средств.*

*Ключевые слова: жанр feature, семантика, восприятие, высказывание.*

**В** современном мире человек постоянно находится под влиянием средств массовой информации (СМИ). Исследование языка СМИ в целом и языковой репрезентации чувственного восприятия в частности относится к числу актуальных вопросов современного языкознания. Это обусловлено в первую очередь интересом лингвистов и психологов к тому, каким образом на основании ощущений в сознании человека формируется представление об окружающей действительности и происходит так называемая «концептуализация» мира. Если остановиться на рассмотрении концепта с лингвистической точки зрения, можно наблюдать те единицы, с помощью которых создается языковая реализация основных ментальных операций, мыслей, идей [1. С. 127].

Анализ актуальных публицистических текстов (научно-популярных журналов «GEO» и «GEO Traveller») позволяет говорить об особенностях авторского мировосприятия и тенденциях развития языка современных СМИ. Материалы периодических изданий, в том числе и научно-популярных журналов, отличаются динамичностью и общедоступностью, они воспринимаются участниками коммуникации не обособленно, а в контексте происходящих событий. Каждый отдельно взятый материал – это отражение индивидуально-авторского видения окружающей действительности, попытка интерпретировать и осмыслить то, что происходит вокруг.

Современный публицистический текст имеет большие возможности для проявления авторской индивидуальности. В публицистических жанрах при отражении актуальных событий используются различные выразительные (образные) лингвистические средства. Автор реализует такие способы языкового выражения, которые позволяют обратиться к личному опыту читателя и сделать незнакомое явление понятным и доступным. Особенно ярко это проявляется в процессе создания материалов в жанре feature.

Feature – это сложная форма журналистского произведения, пришедшая в Россию из американской прессы. Эквивалент термину feature отсутствует в лексиконе отечественной журналистики. При переводе на русский язык исследователи соотносят его с понятиями «занимательная статья» или «занимательный очерк» [2. С. 145]. Такой подход не отражает специфики feature в полной мере, так как очерк и статья являются самостоятельными жанрами журналистики, более того, относятся к разным видовым группам. Как показывает анализ российских изданий, этот жанр успешно входит в практику журналистов. Детальное изучение специфики feature является необходимым и важным для понимания современных процессов в языке СМИ.

Специфические черты текстов в жанре feature: драматизм и апелляция к историям, вызывающим эмоциональный отклик. Если для газет уместно использование прошедшего времени, то в feature события и явления чаще всего описываются во времени настоящем. Это необходимо для создания «эффекта присутствия», ранее характерного лишь для репортажа.

*Вместе с Дэном, так зовут любителя психоделической выпечки, мы наблюдаем, как в ледяном небе **разгорается** неполная луна и все ярче **освещает** золотистые ячменные поля, **спускающиеся** бесконечными террасами к шумному горному потоку* [4. № 26].

У журналиста, работающего в жанре feature, больше свободы в выборе методик описания и интерпретации события. Чтобы приблизить читателя к герою или описываемому явлению, используется прием human touch – акцентирование внимания на эмоциональной стороне материала. Суть приема состоит в интерпретации события через его восприятие самим автором или передачу ощущений героя.

*Старик **упорствует**: «Отцу виднее, кто годится в мужья его дочери!»; Советник **спорит**: «По законам ислама разведенная*

женщина вправе выбирать себе мужа сама»; Король **гневно вращает зрачками**. На этот раз слова повелителя хорошо слышны сквозь ткань, прикрывающую его лицо. Придворный переговорщик короля остается не у дел, на старика-отца **обрушиваются** королевские **громы и молнии**: «Я бы и сам предложил себя в качестве покровителя твоей дочери. Просто не желаю разрушать ваши семейные узы!»; Разве это приговор? Но дело все равно ясное. **Строптивый старик удаляется, повесив голову**. За ним **семенит** будущий зять [3. № 164].

Высказывания со значением восприятия, передающие индивидуально-авторское мироощущение, играют ключевую роль в семантике исследуемых текстов, и их структурная и семантическая организация, наряду с функциональной нагрузкой, по праву является предметом лингвистического исследования.

В статье представлен анализ языковых средств, репрезентирующих ситуацию чувственного восприятия, выявленных путем сплошной выборки соответствующих контекстов из статей, опубликованных в журналах «GEO» и «GEO Traveller» (2010–2012 гг.) в рубрике «Путешествие». Выбор рубрики обусловлен тем, что авторская задача – не просто передать читателю новую информацию, но и достичь определенного эстетического эффекта: произвести впечатление, передать эмоциональное состояние «наблюдателя» (удивление, радость, сочувствие, заинтересованность и др.), создать ощущение реальности описываемого события.

Творческая индивидуальность автора проявляется в характерных способах и средствах языкового воплощения ситуации восприятия. Анализ семантических моделей (предикативного компонента и его распространителей), отражающих различные типы перцепции, позволяет сфокусировать внимание на ситуации в целом, а также выделить отдельные ее аспекты, что является принципиально важным для текстов, написанных в жанре feature.

Предикативным центром пропозиции восприятия являются глаголы с соответствующей семантикой (под *пропозицией* понимается языковое воплощение положения дел в реальной действительности – модель ситуации). Классификация глаголов может быть произведена по разным основаниям, но, как правило, выделяют две основные группы:

1. Глаголы целенаправленного восприятия, которые выражают действие, производимое субъектом осознанно: оно может быть прекращено по его желанию в любой момент, т.е. является контролируемым. Это такие глаголы, как **смотреть, слушать, нюхать, шуршать** и т.д.: *По ночам Нихал... **смотрела** на силуэты чемоданов, сумок и коробок; Осмелевшие медведи по ночам нередко подходили к вагончику ученых и сквозь щели жадно **втягивали** воздух [3. № 162]; Болтает со знакомыми продавцами, **трогает** побитые статуэтки позапрошлого века, **приглядывается** к фактуре раскошшегося дерева [4. № 30].* В приведенных примерах наглядно представлено намеренное выполнение того или иного действия вне зависимости от типа перцепции.

2. Глаголы нецеленаправленного восприятия, отличительной чертой которых является то, что действие производится независимо от желания субъектов. Это глаголы, обозначающие сами акты восприятия или ощущения: **видеть, слышать, обонять, осязать** и т.д.: *Она **слышала** и о строительстве современного жилья [3. №160]; Уже на станции Грюйер прямо **пахнет** сыром... [4. № 27].* Таким образом, предложения, в которых предикат выражен глаголами нецеленаправленного восприятия, несут информацию о наличии или появлении в сознании воспринимающего тех или иных образов или ощущений. При этом вербализация субъекта не является обязательным условием.

При анализе языковых средств выражения чувственного восприятия в рассматриваемых материалах были выявлены лексические и синтаксические единицы, репрезентирующие все типы чувственного восприятия: зрительное, слуховое, тактильное, обонятельное и вкусовое. Выделена группа высказываний, включающих вербализацию комплексного восприятия (явление, при котором задействованы несколько перцептивных каналов): *Это лучшее место для прогулок в жаркие дни: кондиционеры работают на полную мощность, суета остается под ногами, но при этом ты **видишь, слышишь и ощущаешь** ритм города [4. № 26].*

В текстах жанра feature широко представлен спектр языковых средств выражения тактильного восприятия, так как способность осязать осознается автором как одна из важных в характеристике личностных свойств человека и его взаимодействия с миром. Смысловой центр высказывания (предикат) представлен широким спек-

тром глаголов с семантикой тактильного восприятия (далее ТВ). Условно их можно разделить на пять групп [5]:

1. Базовые глаголы **касаться** – «дотрагиваться до кого-, чего-либо, прикасаться к кому-, чему-либо»<sup>1</sup> и **трогать** – «прикасаться к кому-, чему-либо, дотрагиваться» и их варианты **дотрагиваться**, **прикасаться** и др.: *Летом на улочках будет не протолкнуться от желающих потрогать шершавую стену, которой две тысячи лет; ...Но с борщевиком надо смотреть в оба... и не касаться тех, что с гладким – обожжет* [4. № 27]; *Как только самые нижние частицы начинают соприкасаться с дном, они уже не могут совершать круговое движение и устремляют свою энергию вверх: волна начинает подниматься* [3. № 148].

2. Глаголы с основным значением действия, включающие сему «тактильность» и обозначающие активное целенаправленное восприятие: **щупать**, **обнимать**, **обхватить**, **прижать**, **липнуть** и др.

**Толкать** – «толчком (толчками) заставлять идти куда-либо или двигать, перемещать в каком-либо направлении»: *Затем акула толкает незваного гостя, оказавшегося в ее владениях, а в крайнем случае наносит «пробный» укус* [3. № 154].

**Уткнуться** – «уткнувшись, погрузиться, спрятаться во что-либо»: *Вдруг в темном проеме окна появились глаза, и черный медвежий нос уткнулся в стекло* [3. № 166].

В ряде примеров глаголы ТВ реализуют переносные значения. Например: *Операторы и фотографы облепили забор и КПП, дальше их не пускают* [3. № 162]. Глагол **облепить** в приведенном высказывании имеет значение «плотно окружить, густо покрыть (о множестве людей, животных, насекомых и т.п.)». Основное его значение – «прилипнуть, пристать со всех сторон к кому-, чему-либо; прилипая, приставая, покрыть со всех сторон кого-, что-либо».

3. Глаголы с семантикой перемещения (движения) по поверхности объекта: **скользить**, **задеть**, **тереться**, **лизать**, **гладить**, **провести**, **чесать** и др.

**Чесать** – «скрести, тереть для облегчения зуда»: *Рядом дерево с приставшими к коре волосками шерсти, тонкими как паутина, – здесь зубр чесал себе спину* [3. № 166].

---

<sup>1</sup> Здесь и далее значения глаголов приводятся по «Словарю русского языка»: в 4 т. [5].

**Согнуть** – «придать форму дуги, своя, сближая концы, края чего-либо»: *«Мы же здесь – гнем свинец!» – и он грозно сгибает толстый серый штырь, который на поверку оказывается податливым, как пластилин* [4. № 28].

4. Глаголы со значением состояния субъекта или объекта (температурные характеристики): **мерзнуть, мокнуть, стынуть, холодеть** и др.:

**Обморозить** – «повредить морозом (какую-либо часть тела)»: *И хотя в таком мешке тепло спать даже в неотапливаемом помещении, за ночь можно обморозить нос* [3. № 166].

**Веять** – «обдавать дуновением (прохлады, тепла, запаха и т.п.)»: *В воздухе веет холодом, последние недели шли дожди* [3. № 165].

В высказывании – *От их вида леденеет кровь* [3. № 154] – глагол **леденеть** реализует переносное значение «цепенеть, замирать (от страха, ужаса)» (основное значение – «становиться холодным, как лед; замерзать, коченеть»).

5. Глаголы со значением воздействия на субъект (объект): **оцарапать, резать, хватать, давить, бить** и др.

**Волочить** – «тащить, тянуть, не отрывая от поверхности чего-либо (по земле, полу, воде)»: *На склоне видна полоса примятой листвы, как будто кто-то волочил наверх мешок картошки* [3. № 166].

**Нажать** – «произвести давление, надавить на что-либо»: *Он нажимает на кнопку, контейнер открывается, и ядовитая приманка разлетается в разные стороны* [3. № 166].

**Споткнуться** – «задев за что-либо ногой при ходьбе, беге, потерять равновесие; запнуться»: *Я спотыкаюсь обо что-то твердое* [3. № 162].

Для создания более яркого и красочного образа авторы активно используют различные стилистические средства, например метафоры и сравнения: *Кажется, подержанные книги, словно черви, проели ходы в плоти этого симпатичного особняка с цветами на подоконниках* [4. № 30].

Самый распространенный прием при репрезентации тактильного восприятия в текстах журналов «GEO» и «GEO Traveller» – **олицетворение**, наделение животных и неодушевленных предметов человеческими свойствами (чувствами, мыслями, речью и т.п.).

*Справа – мост с гроздьями туристов на нем, под ногами **ввинчивается** вглубь узкая дорога, по которой важно покачивают боками автобусы и журчат скутеры [4. № 28].*

*На узеньких улочках **трутся** друг о друга ветхие домишки, а старушки носят ситцевые платья, ничем не отличающиеся от халатов русских бабуль [3. № 159].*

*Между двумя грядками с севера и юга и двумя озерами с востока и запада **втиснулся** город Интерлакен [4. № 27].*

*Вывеска **цепляется** за вывеску, одна теснит другую [3. № 169].*

Язык средств массовой информации невозможно описать с помощью характеристик, которыми обладает ограниченный функциональными рамками публицистический стиль. Важной функцией языка СМИ, наряду с информационной, является функция воздействия на читателя. Субъективность восприятия журналиста, наличие оригинальной интерпретации, образность языка – это привлекает читателя и вызывает у него интерес.

Анализ статей в жанре feature показал, что в процессе создания текстов авторы активно используют лингвистические средства, отражающие различные типы чувственного восприятия, реализуя как традиционные способы выражения предикативного компонента и его распространителей (например, базовые глаголы тактильного восприятия **касаться** и **трогать**), так и оригинальные (метафорические), позволяющие сделать текст зримым, осязаемым, звучащим.

Таким образом, наличие синтаксических конструкций с семантикой восприятия является одной из ключевых характеристик текстов, написанных в жанре feature. Перцептивные высказывания – это инструмент, с помощью которого автор выражает свое отношение к окружающей действительности, реализует идею «сопричастности» и оказывает эмоциональное воздействие на читателя.

### *Литература*

1. *Koryčánková S.* Концепт «свет» и его номинанты в поэтическом творчестве В.С. Соловьева // Мир русского слова и русское слово в мире. Sofia: Heron Press, 2007. Т. 4. С. 125–132.

2. *Добросклонская Т.Г.* Вопросы изучения медиатекстов. М.: Едиториал УРСС, 2005. 286 с.

3. *GEO.* М.: Изд. дом Аксель Шпрингер, 2010–2012. <http://ww.geo.ru/puteshestviya>.

4. *GEO Traveller*. М.: Изд. дом Аксель Шпрингер, 2011–2012. <http://www.geo.ru/puteshestviya>.

5. *Словарь русского языка*: в 4 т. / РАН. Ин-т лингвистических исследований; под ред. А.П. Евгеньевой. М.: Рус. яз.: Полиграфресурсы, 1999.

6. *Борейко Т.С.* Ситуация тактильного восприятия: способы представления в системе русского языка и в языковом сознании индивида: дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2006. 224 с.