

ФИЛОЛОГИЯ

Ю.Н. Варфоломеева, Е.И. Харанутова

(Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления. г. Улан-Удэ, Россия)

Модельные свойства текста (на примере политических имиджевых текстов Республики Бурятия)

Исследуются модельные свойства политических имиджевых текстов на материалах публикаций в СМИ Республики Бурятия. Целью данного исследования выступает выявление модельных свойств политического имиджевого текста. Выдвигается гипотеза о существовании некоторой модели политического имиджевого текста. Новизна работы заключается в том, что к исследованию политических имиджевых текстов применяется семиотический принцип анализа текста В.Я. Проппа, другими словами, выделяются «постоянные» и «переменные» величины в составе имиджевых текстов. В результате исследования делаются следующие выводы. Политический имиджевый текст – построенный по определенной модели тип текста, имеющий «постоянную» и «переменную» величины в своем составе: инвариантной величиной является установка на создание позитивного образа кого-либо или чего-либо через прямую положительную модальность и набор обязательных составляющих, вариативен – способ реализации данной функции.

Ключевые слова: имиджевый текст, политический имиджевый текст, имиджевая статья, имиджевое интервью, «постоянные» и «переменные» величины, признаки имиджевого текста.

8 августа 2016 г.
