



一、文体简介

顾名思义，此文本为发表刊登在杂志上的文章。这类文本的内容主题与所刊登的杂志性质一致，具有针对性强、知识性强的特点。文本的受众较为固定，基本是订阅该杂志的读者或潜在读者；文本的体裁虽然也受到杂志性质的限制，但却呈现出多样性，记叙、议论、说明和抒情的表达方式皆可出现在杂志文章里。

杂志文章的时效性比较弱，但一般与一些具有普世意义的课题相关，在内容上比较有深度，专业性强。另外，杂志文章的排版和插图的应用，也是可以分析的文本特点。



二、例题

《第一财经周刊》2016年9月5日

话题

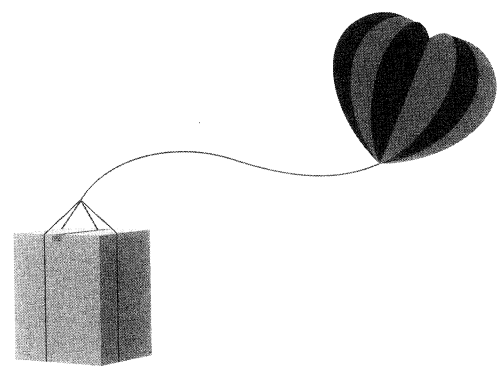
买了几件贵东西，
你就……秒变中产啦？

“下单一时爽，还款火葬场”说的就是这种人啊！大部分时候，贵的确有贵的道理。但我们更愿意相信的是，贵本身就是道理。

最近有一个关于梦的名词，叫“中产梦”。我们的兄弟媒体“DT 财经”有篇文章分析过这件事，认为一个来自英国的昂贵的家电品牌——戴森成为做这个梦的关键因素。那篇文章大意是，用上那些售价全都上了四位数、款款都有“黑科技”、设计水平则向苹果看齐的家电产品，能给你带来已经过上了中产阶级生活的感觉。毕竟这种高大上的产品，也被看作中产标配。以此类推，你可以把戴森换作汽车里的沃尔沃、厨具中的双立人、酒店里的安缦、护肤品里的 CPB。中产梦的实现并非圆梦者的身份发生了变化，而是用的东西变得高级了，也就是俗话说的“消费升级”。

平心而论，和贝克汉姆家用同款吸尘器，和硅谷精英开一样的电动车，确实会带来一时的快感，而且获得这种愉悦的方式也不难。但也有另一种情况——你身体的一部分用着戴森、Le Creuset 和 La Mer；另一部分却还是每天坐地铁上班，在公司被老板安排工作，春节之前为买不到回家的火车票而着急，在每一个购物节为等待秒杀而做充分的准备。

说到底，那些让我们以为自己过上了中产阶级生活的产品更像是一个个 VR 头盔，戴上它们自然令人兴奋。但 VR 毕竟不能 24 小时戴着，摘下头盔后所看到的生活也难免过于不同步。各位年轻的朋友原本是为了能让自己更享受生活而不断升级产品，但升级的产品到手后，生活究竟是否变得优质则另当别论。



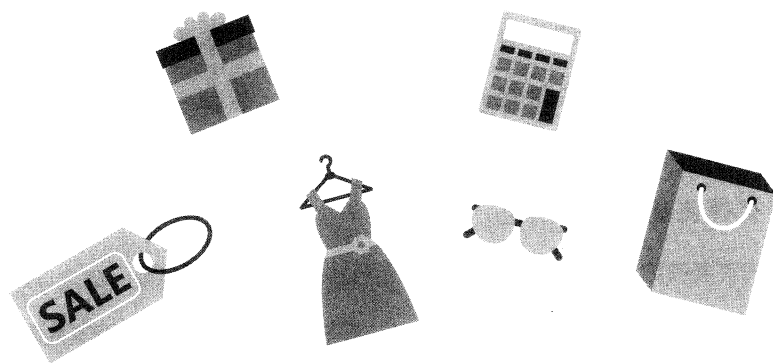
● 买了中产标配的也可能是这样一群人

人生太累，何不犒劳犒劳自己

18天没有卸妆、月抛戴了两年半、把PPT当维他命不用吃饭、不断加班。在受尽了太多工作上的摧残后，也许还外加“这个项目终于完成了完成了完成了”，或者“我和房产中介斗智斗勇斗赢了”之后，买一个尊贵感满满的东西来犒劳自己还是说得通的。毕竟只要感受一下它们的质感，或者都不用使用，只是坐在它旁边静静端详一下，心里也会自言自语道：“值得的，所有的辛苦都是值得的”。

买回家就好，用不用已然不重要

和过去人们想要通过买书来体现自己生活质量的提高一样，动不动就上四位数的榨汁机、锅具、烤箱和厨师机也有成为中产阶级新标配的潜质。这些厨房电器和书一样，是享受生活的象征，甚至只要摆在家里就好，自己看看就开心，朋友来家里做客时谈论起来也开心。



● 那些正在升级的品牌都抓住了你的什么心理

健康，健康，健康

还有什么比健康更重要的吗？为了多吸收一点营养，你可以买8000元的破壁料理机，可以坚持每天做一点。你会吃虽然味道有点难闻，但习惯了就能品出不同风味的蓝纹奶酪。对，你也会吃讲究营养均衡、少油少盐的沙拉，听说有家新开的有机餐厅在网上挺火的，还想和朋友去试一下。

术语越让人搞不懂越好

一些高技术含量的产品在新推出来时，总会用上一些专业术语。“每分钟震动8000下”“纳米因子”“十核”“富含ABCDE元素”……但并不是所有消费者都是工科生，这些词被拿出来，好像就是为了显示其所代表的产品在技术上更胜一筹。那不如让术语出现得更高频、更高深好了，那样更方便专家出来背书哦。

没有术语也要有底蕴

一些产品倒是和技术沾不上边，那么就从文科生的思路着手吧。它有什么样的产品故事，代表着什么样的精神和价值观，有多少名人对它喜爱有加，它由多少工匠用最原始的方法、加多少道工序才完成……只要品牌方愿意，每一个带你升级的产品，背景资料都能写成一本书。

颜值即正义

高大上的东西，通常都会配上美丽的外表。比如说Beats吧，听说在一些数码产品店里，只有卖Beats的地方配上了镜子，供人一看戴上耳机后的整体效果，其他品牌的耳机都没有这个待遇呢。

引导题

作者如何通过语言风格和行文形式使其思想表达更具吸引力？

文章节选自《买了几件贵东西，你就……秒变中产阶级啦？》，载《第一财经周刊》2016年9月5日，总第419期，话题栏目。（《第一财经周刊》授权）

https://www.sohu.com/a/113974467_465303

 评论示范

开篇:考生从引导题出发,首先分析语言风格与行文方式。

考生指出杂志文章的特点与杂志本身的读者群相关,带出了写作意图。

要点一:考生分析标题,反问的修辞能够引起阅读兴趣,副标题直接指出人们购买行为背后的真正动机。

考生进而分析了文中图片的作用。

要点二:考生分析文本的结构特点,指出文中小标题的作用。

在一篇杂志文章中,作者通常会以其独特的语言风格与行文方式来吸引更多读者。简单地说,语言风格是人们运用语言表达手段的特点,由于文本出处和目的不同,作者在语言用词的选择、词语的组合、语气语调等方面也会有所不同;而行文方式则包括排版和文本结构等。通过巧妙地将语言风格和行文形式相结合,文章能够呈现出鲜明的特色,增强对目标读者的吸引力。

本文《买了几件贵东西,你就……秒变中产啦?》是针对普通人盲目追求“中产阶级”高价产品的现象所撰写的一篇杂志文章,于2016年发布于《第一财经周刊》。一般来说,各类杂志都有其固定的订阅读者,而此文本所刊登的财经类杂志,读者以财经行业和业余经济爱好者为主体,文章的目标受众正是该杂志的读者群。此篇选文作为一篇杂志文章,有较强的倾向性与专业性。《第一财经周刊》这样较专业的杂志,又进一步增强了这篇文章的权威性和可信度,扩大了受众范围,让更多的读者都能了解这一现象并对其进行讨论。

首先,作者通过文章的整体结构和排版布局,试图让文章更有可读性,更具吸引力。标题“买了几件贵东西,你就……秒变中产啦?”以反问的句式让读者反思他们的购买习惯及其背后的动机,引起读者的好奇心与自我反省,再通过导语中的“但我们更愿意相信的是,贵本身就是道理”,略带调侃地引出许多人都有的一种错误的思维方式,使文章更具吸引力。不但如此,作者利用图文,分割文字段落,排版清晰,使读者有效提取文本信息。另外,图片中的奢侈类物品为卡通图片,而非照片,既呼应了文中年轻人所追求的物品,又暗示了此类物品的可有可无与虚无缥缈,在排版格式上也增加了间隔,消解了阅读大段文字的疲劳感。同时,卡通图片使原本读起来严肃的话题有了童趣的意味,使读者的阅读更为轻松。

此外,这篇文章结构紧凑,逻辑清晰。作者利用小标题,使用了平行结构来论证其观点。平行结构是指作者在论证某个观点或论题时,将其分

解成具有一定联系的几个方面加以论述。作者将讨论的问题分为两个小问题,即中产消费群的特点与消费升级的心理,循序渐进地剖析现象背后的实质问题。作者选择先提出问题:什么是“中产梦”,随后分析“中产梦的实现并非圆梦者的身份发生了变化,而是用的东西变得高级了,也就是俗话说的‘消费升级’”,这样的行文结构,易于读者理解作者的论证思路。作者一针见血地指出负面消费心理背后的真实原因,看似调侃的文风背后,体现着作者严密的思维逻辑,使读者在忍俊不禁的同时,达成观点的共识。

其次,在这篇节选中,作者频繁地使用举例论证的手法。比如,作者使用了一个关于戴森的例子来引入整篇文章,尖锐地指出“用上那些……四位数……‘黑科技’……向苹果看齐的家电产品”,就会让你有一种“过上了中产阶级生活”的错觉。另外,作者用例子来表明这些产品的特性,“更像是一个个VR头盔”,同时罗列出人们生活中所追逐的高档商品“汽车里的沃尔沃”“厨具中的双立人”“酒店里的安缦”“护肤品里的CPB”,让读者真切感受到这样的消费升级就发生在我们自身或周围人身上。通过举例说明,将抽象的“消费升级”具象化,使说明的内容通俗易懂,令人信服,更加具体有力地说明了事物的特征,让读者更好地理解文章的观点。

最后,作者的语言风格在传达其思想方面也发挥了不可小觑的作用。作为一篇受众为广大读者喜爱的杂志文章,作者以报道财经新闻为己任,用普通读者听得懂的语言诠释较为专业的财经术语,而不是用晦涩难懂的专业术语来让内容显得高深莫测。文章中使用了大量口语化词汇,比如“动不动”“搞不懂”等,甚至一些更加日常化的语气助词“哦”“吧”“呢”等,这些用词与表达方式不但简单易懂,更在不经意间拉近了文本与读者之间的距离。文章还照顾了预设读者群——被消费主义误导了消费观的年轻一代,利用大量网络用语和表达方式,如“下单一时爽,还款火葬场”“健康、健康、健康”,让年轻读者更有亲切感,也更容易接受作者的观点。

要点三:考生分析文中大量出现的举例手法。

要点四:考生分析口语化、网络化的语言风格。

要点五：考生关注到文中人称视角的运用，第二人称视角拉近了文本与读者之间距离的作用。

总结与引申：考生在肯定文章具有一定的吸引力与引导性的同时，批评其缺乏严谨性。

行文中不同人称的运用也十分重要。作者用第二人称“你”来撰写，使文章更为真实、更能打动读者，使读者在阅读时产生一种代入感，将文中提到的问题联系到自身，并自觉地进行反思。第二人称在言语活动中，指称与说话人相对的听话人，例如在“你身体的一部分用着戴森、Le Creuset……为等待秒杀光而做充分的准备”中，“你”的使用让读者读起来更加亲切、随和，再加上这些具有强烈代入感的日常生活的例子，更容易拉近作者与读者的距离、调动读者的情感，使其迅速进入角色；其次，这样的表达手法使文章更具真实感，更为生动形象，使读者能更具体地体会作者的心情与其表达的观点，使文章在阅读时更具有吸引力。

借助上述手法，选篇相对有效地将作者的立场和观点呈现给读者，并具有一定的引导性。但作者为了论证自己的观点，所举例子较为极端，容易使读者误以为凡是购买这些高价消费品的人群都是为了实现自己的“中产梦”，都是被消费升级抓住了消费心理，从而无法理性消费的人。从另一个角度上看，作者在有意无意间贬低了这些产品的价值，让读者认为这些产品都是徒有其表的装饰性物品。这样的以偏概全，使这篇杂志文章的严谨性大打折扣。

综合点评

这篇文本分析从杂志文章的标题和副标题入手，分析了文本如何利用结构和排版、举例手法、语言风格及第二人称的应用这几方面，来论证、表达作者的观点，说服读者。考生对杂志文章的问题特征等概念性知识了解清晰，分析语言有条有理。

考生对文本所表达的思想内容有深刻的认识，能够清晰地分析出作者的表达目的与行文的逻辑思路。写作时，考生充分利用原文中的语言作为例证，论证结构清楚而有条理。考生对于杂志文章的文本特点非常清楚，能根据其文本特点，联系提示题进行有的放矢的讨论。文末，考生能够站在更高的角度，对文本内容有失偏颇之处进行了讨论。



三、本章小结

杂志文章多为论说文，引导题较多涉及文章的语言技巧和所应用的表达手法。杂志文章和一般议论文的不同之处在于，它有固定的目标受众，且文章主题、题材与所刊登的杂志性质密切相关。在形式上，杂志文章多有小标题，同时配有插图。

分析杂志文章，要注意文本整体上的结构安排，注意语言的风格，主要是作者在专业性与通俗性之间的拿捏。在平衡性上，要检视文本在选择事例、讨论角度和设立分论点方面的客观性，以及作者身份对文本观点表达的影响。

学习者档案