

Ершова Наталья Болатовна, Левковская Оксана Анатольевна

СПЕЦИФИКА ЯЗЫКА НЕМЕЦКОЙ ПРЕССЫ

В статье рассматривается и характеризуется язык прессы. Актуальность статьи обусловлена необходимостью изучения данной темы, поскольку язык прессы может демонстрировать современное состояние языка, а сам текст прессы в зависимости от типа газеты или журнала может оказывать влияние на публику, разница лишь в том, читает читатель солидную прессу или бульварную печать. Научная новизна статьи определяется тем, что в ней предпринята попытка рассмотреть специфику языка прессы, проследить тенденцию его развития и влияния на современный немецкий язык.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/4-2/28.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 4(70): в 2-х ч. Ч. 2. С. 99-102. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/4-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 8

В статье рассматривается и характеризуется язык прессы. Актуальность статьи обусловлена необходимостью изучения данной темы, поскольку язык прессы может демонстрировать современное состояние языка, а сам текст прессы в зависимости от типа газеты или журнала может оказывать влияние на публику, разница лишь в том, читает читатель солидную прессу или бульварную печать. Научная новизна статьи определяется тем, что в ней предпринята попытка рассмотреть специфику языка прессы, проследить тенденцию его развития и влияния на современный немецкий язык.

Ключевые слова и фразы: язык прессы; язык газеты; текст; синтаксис; лексика.

Ершова Наталья Болатовна, к. филол. н., доцент

Левковская Оксана Анатольевна

Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина

Oksana.85.07@mail.ru

СПЕЦИФИКА ЯЗЫКА НЕМЕЦКОЙ ПРЕССЫ

Средства массовой информации являются важной частью нашей жизни и оказывают влияние на многие аспекты и направления нашего существования. Язык средств массовой информации играет важную роль в развитии языка, оказывает большое влияние на формирование и изменение языковых норм.

На самом деле очень трудно определить, что означает термин «язык прессы». Х.-Х. Люгер поднимает вопрос о том, можно ли использовать этот термин на самом деле, и если да, то каким образом его можно разграничить. Он пришел к выводу, что не существует языка прессы в смысле однородной языковой системы, но он существует в смысле набора общих характеристик с точки зрения производственных действий и коммуникаций газетных текстов [9, S. 1].

После коммуникативно-прагматического перелома 70-х годов появились многочисленные лингвистические дисциплины, такие как лингвистика текста, прагмалингвистика, социолингвистика и психолингвистика, в рамках которых изучался язык средств массовой информации. Интерес в области использования общественного языка неуклонно увеличивался. Объектом исследования стали публицистические тексты и стиль речи.

Язык прессы очень часто подвергался лингвистической критике. Словом, «газетный немецкий язык» изначально подразумевал что-то негативное и неполноценное. Основные причины обвинения языка прессы – использование разговорного языка и иностранных слов. Но тем не менее специфика языка газеты является результатом длительного исторического процесса развития. На основании этого существуют тенденции, которые на самом деле уже существовали с самого начала и которые позже развили, что с сегодняшней точки зрения все виды стиля признаны эквивалентными. Следует также отметить, что пресса в значительной степени помогла распространить единый стандартный язык [9, S. 3; 10].

В языке газеты отражается современное словообразование и словоупотребление. На примере языка прессы можно проследить тенденции развития общего словоупотребления. Так, Х.-Х. Люгер объединил все эти важные тенденции.

Изучение синтаксиса и лексики привело Х.-Х. Люгера к тому, что он разграничил 3 подхода [9, S. 23]:

1. Язык прессы как тенденция развития современного языка

Цель – это общие высказывания о сегодняшнем немецком языке (например, изменения по сравнению с более ранним состоянием языка), так как подтверждающий материал относится в значительной степени к области журналистики, что характеризует язык на определенный момент времени.

2. Язык прессы как специфическое словоупотребление в среде прессы

Пункт высказывания – это прием относительно самостоятельного языкового стиля, описание которого должно отражать признаки, которые представляют типичные особенности по сравнению с другими функциональными стилями, например словоупотребление по радио и телевидению.

3. Язык прессы как словоупотребление определенного органа печати

Стилистические особенности рассматриваются не для прессы в целом, в области газет/журналов определенного периода, определенной корреспонденции и т.д.

На синтаксическом уровне он разграничил следующие подходы [Ibidem]:

1. Тенденция к сокращению длины предложения

Die Deutsche Welle wird zur englischen Welle [4, S. 16]. / *Немецкая международная телерадиокомпания «Немецкая волна» станет «Английской волной».* На основании ряда статистических исследований современный немецкий литературный язык показывает общую тенденцию в отношении сокращения длины предложения. Прежде всего, это развитие можно заметить на языке журналистов. Большая часть коротких предложений очевидна по сравнению с более старыми литературными текстами, является грубой дифференциацией, которая ведет к существенному сдвигу количественных частей.

2. Разделение текстовой формы

В данной тенденции различают 4 категории.

Образования – это грамматически неполные отзвывы, в которых отсутствует конститутивный элемент, например, глагол или субъект.

Parteichef, ja gut [Ibidem, S. 42]. / *Шеф партии – да, хорошо.*

Простые предложения состоят только из одного главного предложения, без придаточного предложения или составного сказуемого с инфинитивом. *Allerdings besteht Helmpflicht* [Ibidem, S. 150]. / *Разумеется, шлем является обязательным.*

Ряды – это 2 или более полноценных главных предложений, связанных между собой грамматически.

Eigentlich sinkt der Schlafmittelverbrauch seit Jahren dramatisch, suggeriert der jährlich erscheinende Arzneiverordnungs-Report, der die auf Kosten der gesetzlichen Krankenkassen verschriebenen Produkte auflistet [Ibidem, S. 42]. / *Собственно говоря, потребление снотворных средств в течение долгих лет снижается, о чем свидетельствует ежегодный годовой отчет по лекарственным средствам, которые входят в список продуктов обязательного медицинского страхования.*

Сложноподчиненное предложение, где кроме главного предложения минимум одно придаточное предложение или сложное сказуемое с инфинитивом.

Im nächsten Jahr bringen wir einen Ball auf den Markt, der mittels eines eingebauten Sensors Geschwindigkeit und Flugbahn berechnet und diese Daten direkt auf das Smartphone überträgt [6, S. 116]. / *В следующем году мы выпускаем в рыночное обращение такой мяч, который рассчитывает посредством установленного сенсора скорость и траекторию полета и переносит эти данные непосредственно на смартфон.*

3. Блокирование

Здесь речь идет о дополнительных расширениях – номинальных членах предложения: об определениях в родительном падеже, предложных конструкциях, расширенных причастных оборотах.

Auf der Suche nach dem Geheimnis seines Erfolgs stösst man auf Papa Uwe [4, S. 153]. / *В поисках секрета его успеха наталкиваются на папу Уве.*

4. Тенденция номинализации, «бессмысленность» глаголов, парафразы

Данную тенденцию характеризует феномен мультивербизации, при котором простые глаголы, такие как *durchführen/проводить, mitteilen/сообщать* или *versuchen/пытаться* заменяются соединением **глагол + существительное**, как правило, с предложным или аккузативным дополнением. Например: *zur Durchführung bringen / приводить что-либо в исполнение, eine Mitteilung machen / сделать сообщение, einen Versuch unternehmen / делать попытку.*

5. Синтаксис заголовков

Demokratie auf Rädern [Ibidem, S. 148]. / *Демократия на колесах.*

Здесь несколько особенностей, которые назывались в связи со сжатием высказываний для усиления выражения. Так, как правило, заголовки содержат короткое резюме важного текстового аспекта (большей частью содержания), поэтому они обозначаются при случае также как «заголовки».

На лексическом уровне отмечены следующие тенденции:

1. Употребление новых названий

Прежде всего, речь идет о новых названиях, которые еще не включены в словари.

Bis dahin wurden in der Wissenschaft nur zwölf Einzelfälle von Prosopagnosie berichtet, meist infolge von Hirnverletzungen [8, S. 72]. / *До сих пор в науке сообщалось только о 12 единичных случаях прозопагнозии, в большинстве своем вызванных нарушениями мозга.*

2. Смещение в относительной частотности слов.

Die Gründe des Debakels der Bayern-Wahl sind nicht nur in München zu suchen [4, S. 25]. / *Причины провала выборов в Баварии нужно искать не только в Мюнхене.*

Х. Эггерс называет такие слова «меняющимися в соответствии с интересом времени»: «...из года в год из ежедневных газет, а также из газеты любого другого дня можно обнаружить, как меняются интересы общества в течение определенного временного периода, или понять, что было в определенное время “злбодневной темой”. Но при стремительном скачке относительной частоты словаря не легко было бы читать» [Цит. по: 9, S. 30].

3. Проникновение технических терминов.

Die Kommunalwahl, bei der die Alianza heftigen Auftrieb bekam, gilt als Barometer für die Präsidentenwahl im nächsten Jahr [5, S. 248]. / *Муниципальные выборы, при резком подъеме Алианза, считаются барометром для президентских выборов в следующем году.*

4. Иностранные слова.

Die Kopftuchfrauen aus Tschetschenien haben bei uns zwischen dem Inder und dem Kroaten ein «Russisches Spezialitäten» – Geschäft eröffnet, sie kochen Borschtsch, backen Kuchen und Teigtaschen [7, S. 62]. / *Женщины в платочках из Чечни открыли у нас, среди индийцев и хорватов, магазин «Фирменные блюда русской кухни» – они варят борщи, пекут пироги и делают вареники.*

Was tut nun, angesichts eines solchen Dilemmas, eine erfahrene Bürokratie [3, S. 14]? / *Что теперь и делает, ввиду такой дилеммы, опытная бюрократия.*

Обе тенденции связаны с постоянным обменом, который происходит между наукой и научно-техническим языком, с одной стороны, и общим языком или разговорным языком, с другой стороны.

5. Заимствование из англо-американизмов.

Die Hotline der Bundesregierung ist seit Neujahr laut Bundesarbeitsministerium mehr als 700-mal angerufen worden [8, S. 17]. / *Горячая линия федерального правительства была использована с нового года, согласно Федеральному Министерству труда и занятости, более 700 раз.*

Речь идет не только об англо-американском влиянии, которое преобладает в языке прессы, но также остается открытым вопрос, насколько глубоко специфична такая тенденция для печати, потому что большая часть англицизмов уже давно вошла в общий язык массмедиа.

6. Частое использование так называемых мгновенно придуманных сложных слов.

Den braven Vectra soll er ebenso ersetzen wie Opels Avantgardeversuch, den Signum [4, S. 148]. / *На быструю Вектру [название марки автомобиля Опель] он должен заменить опелевское авангардное изобретение.*

Эта тема относится к области словообразования. Наряду с уже сложившимися композитами, такими как *Krankenschwester* / *медсестра* или *Rettungsdienst* / *спасательная служба*, содержится несколько примеров по-новому образованных сложных слов, которые заархивированно соединяют несколько информационных единиц [9, S. 31].

Nomen (существительное) + Relativsatz (относительное придаточное)

Mann, der den Ersatzdienst ableistet / человек, который исполняет гражданскую службу;

Ersatzdienst-Mann / человек гражданской службы.

Nomen (существительное) + Präpositionalattribut (атрибут с предлогом) или инфинитивная конструкция:

Patient mit einem Infarkt / пациент с инфарктом;

Infarkt-Patient / пациент с инфарктом

(..., *der einen Infarkt erlitten hat* / ..., который получил инфаркт).

Nomen (существительное) + Präpositionalattribut (атрибут с предлогом) или инфинитивная конструкция:

Bemühungen mit einer (um eine) Herzmassage / хлопоты по поводу массажа сердца;

Herzmassagebemühungen / хлопоты по поводу массажа сердца

(..., *eine Herzmassage durchzuführen* / ..., проводить массаж сердца).

Причина образования мгновенно придуманных сложных слов лежит в стремлении к сжатию. Подобные словообразования можно встретить именно в текстах прессы, которые относятся к определенным номинальным группам с укороченным композитом.

Язык прессы часто критиковался с идеологической точки зрения. Он служил в качестве средства управления человеческим разумом. Также подвергаются критике выражения, которые склоняют к определенному отношению или создают образ мышления в сознании читателя. При этом выражения могут передавать читателю с информацией скрытую оценку или неуместно сообщать какой-либо факт с определенным намерением. Это может быть реализовано с помощью эвфемизмов. Тем не менее страх того, что средства массовой информации являются методом манипулирования, преувеличен, особенно в обществе, где СМИ являются свободными и получатель может свободно выбирать.

Языковые высказывания всегда являются частью коммуникационного процесса, который проходит в конкретной ситуации, т.е. речь идет не о предложениях, а о текстах. Это традиционный лингвистический подход, но недостаточный для изучения текстов прессы. С точки зрения массовой коммуникации язык прессы может состоять из двух аспектов [Ibidem, S. 17]:

1) с учетом лингвистических способов передачи;

2) с учетом так называемой журналистской модальности.

Пресса как одно из средств массовой информации не является внутренне непротиворечивой, что доказывает следующая классификация газет. Газеты различаются по следующим функциям [Ibidem, S. 46]:

1) периодичность издания: ежедневные газеты, еженедельные газеты, воскресные газеты. Еженедельные и воскресные газеты появляются один раз в неделю. Ежедневные, как правило, появляются шесть раз в неделю;

2) область распространения: межрегиональные, региональные и местные газеты. Межрегиональные газеты охватывают новости регионов, страны, за рубежом. Региональные газеты информируют о региональных и местных новостях, об общественной жизни общества или региона. Область распространения мала. Местные газеты часто называют «листьями». К ним относятся альтернативные газеты, городские газеты или журналы. Они информируют читателя о вопросах местного значения;

3) способ распределения: подписка на газеты, покупка газеты / желтая пресса. Подписка на газеты осуществляется читателем, и он получает газету непосредственно дома. Покупка газеты возможна в киосках, магазинах или на улице. Лексический уровень зависит от типа газеты. В основном язык таблоидов представляет собой стандартизированный словарный запас.

Следует отметить, в массовой коммуникации не только личность производителя трудно определить, но и реципиента. Хотя все органы печати ориентированы на определенную аудиторию, читающая публика производителю неизвестна. Хотя в этом направлении в настоящее время проводятся многочисленные исследования, но производитель никогда не может знать, с кем он на самом деле общается. Получатель называется в публицистическом исследовании «мелкая аудитория», что означает, что речь идет о диффузных размерах [2, S. 30]. Любой орган прессы фокусируется на конкретной целевой группе, которая может быть ориентирована на «непреднамеренного получателя», что обязательно отражается на лингвистическом построении текста.

Кроме того, структура текста прессы оказывает влияние на направление коммуникации, т.е. речь идет об односторонней коммуникации, когда получатель не имеет возможности влиять непосредственно на коммуникационный процесс. С другой стороны, производитель не имеет возможности получить обратную связь и выяснить, является ли данное сообщение таким, как было запланировано. В электронных средствах массовой информации есть несколько представителей коммуникаций, которые включены в процесс. Исключение составляют письма читателей, где нет участия в процессе коммуникации, в частности, из-за временного и локального перемещения [Ibidem, S. 10].

В текстах прессы в значительной степени обсуждается коммуникативная функция. А также дискутируют о побудительной функции, которая реализуется в публицистике. При определении побудительной функции текста предполагается, что указанная функция доминирует в тексте. В прессе, и особенно в серьезных газетах, речь идет о познавательной функции. В желтой прессе преобладает развлекательная функция. Новые электронные средства массовой информации включают в себя обе функции. Газеты и журналы имеют свою собственную электронную версию, где можно найти последнюю информацию. Но, как правило, в средствах массовой информации основную роль играет развлекательная функция, для того чтобы сделать текст более привлекательным для реципиентов [1].

Однако основное значение лежит в отношении *газета – читательская аудитория*. Отдельные печатные органы ориентируются на определенную читательскую публику. С одной стороны, газеты приспособляются к стратегиям издателя, с другой стороны, к потребности и ожиданиям читателей. Политическое выравнивание предполагает, что газета ориентируется на публику с той же установкой. Воздействие этих факторов выражается в выборе и взвешивании предложенной информации. Автор стремится адаптировать тексты к языковым привычкам и ожиданиям читателя. Реципиенту предоставляется возможность идентифицировать газету. На основании этого автор исходит из принятой преференции и установки, вероятной осведомленности, идеологического отношения и культурной принадлежности адресата.

Таким образом, следует отметить, что язык прессы демонстрирует современное состояние языка, а сам текст прессы в зависимости от типа печатного дискурса оказывает влияние на публику. При этом ориентация и условия принятия отражаются в языковом, структурном и графическом оформлении.

Список источников

1. **Bucher H.-J.** Pressekommunikation: Grundstrukturen einer öffentlichen Form der Kommunikation aus linguistischer Sicht. Tübingen: Niemeyer, 1986. 240 S.
2. **Burger H.** Mediensprache. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co, 2005. 486 S.
3. **Die Zeit.** 1955. 17.02.
4. **Focus.** 2008. 06.10.
5. **Focus.** 2008. 03.11.
6. **Focus.** 2013. 15.07.
7. **Focus.** 2014. 23.06.
8. **Focus.** 2015. 10.01.
9. **Lüger H.-H.** Pressesprache // Germanistische Hefte / Hrsg. v. O. Werner und F. Hundsnurscher. Tübingen: Niemeyer, 1995. S. 1-46.
10. **Riesel E.** Der Stil der deutschen Alltagsrede. Leipzig: Philipp Reclam, 1970. 366 S.

THE SPECIFICITY OF THE GERMAN PRESS LANGUAGE

Ershova Natal'ya Bolatovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Levkovskaya Oksana Anatol'evna
Tambov State University named after G. R. Derzhavin
Oksana.85.07@mail.ru

The article discusses and characterizes the language of the press. The topicality of the article is conditioned by the necessity of studying this topic because the language of the press could demonstrate the current state of the language. And the text of the press depending on the type of newspaper or magazine may have an impact on the audience; the only difference is whether the person reads a solid press or tabloid printing. The scientific novelty of the paper is that it attempts to examine the specificity of the language of the press, to follow the trend of its development and influence on the modern German language.

Key words and phrases: language of press; language of newspaper; text; syntax; vocabulary.