

**Национально-культурные особенности русских и немецких текстов жанра
«репортаж»**

Гордеева Дарина Олеговна

Студент (бакалавр)

Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь,
Россия

E-mail: endsy@yandex.ru

Важной и недостаточно изученной сегодня проблемой являются механизмы воздействия СМИ на аудиторию. В лингвистике текст рассматривается как прагматический знак, используемый с целью воздействия на адресата. Ю. Степанов соотносит прагматический аспект высказывания с выбором языковых средств для достижения определенной цели, связанной с реципиентом - «убедить его, или взволновать и растрогать, или рассмешить, или ввести в заблуждение». [Степанов: 325-326]

Объектом исследования является характер воздействия на адресата при помощи создания «эффекта присутствия» в языке СМИ, предметом исследования выступает языковая реализация «эффекта присутствия» и ее национально-культурные особенности в дискурсе СМИ на материале текстов жанра «репортаж».

Для анализа были выбраны тексты на немецком и русском языках. В связи с развитием интернет-журналистики были рассмотрены жанровые модификации, «онлайн-репортажи». Тема публикаций - Открытие Олимпиады в Сочи.

Для эффективного исследования вопроса необходимо выявление прагматических аспектов коммуникации, непосредственно связанных с использованием языковых средств в соответствии с мотивами, мировоззрением автора. Информационные жанры СМИ являются наиболее востребованными, поэтому можно говорить об их серьезном влиянии на аудиторию. В связи с этим в данной работе будут рассмотрены национально-культурные особенности текстов жанра «репортаж», «информационного жанра журналистики, оперативно, с необходимыми подробностями, в яркой форме сообщающего о каком-либо событии» [Князев: 156]. Задачей репортера является не просто описание события, но описание такое, которое способно вызвать сопереживание со стороны читателя («эффект присутствия»). Данный эффект производит особое влияние на адресата. Убеждение усиливается с помощью нестандартности выражения, языковые средства претерпевают аксиологическое и оценочное осмысление.

В литературе эффект присутствия описан нешироко. К примеру, согласно А.А. Тертычному, данный эффект достигается путем изложения динамики события и «вывода на поверхность события его внутренней динамики или изложения динамики авторских переживаний, вызванных его знакомством с событием» [Тертычный: 33]. Вопрос о том, какие экспрессивно-выразительные средства применяются для создания «эффекта присутствия», роль оценочных предикатов и национально-культурная специфика будут подробно исследованы на примере публикаций в российских и немецких СМИ.

Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью СМИ в обществе и недостаточной разработкой вопроса. Актуальность состоит также в изучении способов создания рассматриваемого эффекта с точки зрения национально-культурного аспекта, что является важным для культурологической лингвистики и журналистики.

Таким образом, исследование способов воздействия языка СМИ на аудиторию с помощью создания «эффекта присутствия» имеет практическую и научную ценность.

В работе использованы следующие методы: индуктивный, описательно-сопоставительный, контент-анализ (для выявления содержательной стороны текстов), количественный.

В процессе исследования были открыты многочисленные источники создания эффекта присутствия на всех уровнях языка, что говорит о всесторонности и многоплановости рассматриваемого явления. Было установлено, что способами создания «эффекта присутствия» в немецком тексте являются: использование интонационных средств, связанных с нормой ожидания и выражающих эмоции автора; словообразовательные возможности языка (употребление композитов, включающих в себя семантику аффективного прилагательного и экспрессивно окрашенного существительного); особенности темо-рема-тического членения (порядок слов, парцелляция). В немецком тексте 65% предложений являются осложненными простыми, включающими в себя однородные члены, приложения, конструкции с частицей *zu*. Сложные предложения составляют 34% объема; следовательно, репортер использует различные синтаксические конструкции для подробного описания.

Анализируя немецкий текст, необходимо отметить широкое использование интекстов, являющееся сегодня отличительной особенностью зарубежного языка публицистики. Данная тенденция связана с тем, что «интертекстуальность способствует достижению основной цели публицистического стиля - воздействию на массового читателя» [Григорьева: 27].

Основным уровнем экспрессивного наполнения языка является лексический. В немецком тексте экспрессивность несут имена существительные, имена прилагательные и наречия.

Для русского текста характерно широкое использование образной лексики, частотны словосочетания со связью согласование, поэтому особую роль играют имена прилагательные. Характерно, что в русских текстах экспрессивная составляющая и, следовательно, иллюкутивная сила увеличиваются за счет использования нескольких частей речи в единой экспрессивной структуре.

Динамика развития событий в русском тексте создается использованием глаголов и отглагольных форм. В русском тексте преобладают простые двусоставные предложения без синтаксических осложнений. Большое значение в создании динамики имеют однородные члены предложения.

Таким образом, русский и немецкий тексты жанра «репортаж» имеют различные лингвистические особенности, проявляющиеся на всех уровнях языка. Для немецкого текста характерны полнота и подробность описания, для русского текста - экспрессивность и образность, что связано с действующими культурными стандартами.

Источники и литература

- 1) Григорьева О.П. Квазицитация в современном медиатексте // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики. Ульяновск, 2013. С.26-30.
- 2) Князев А.А. Репортаж // Энциклопедический словарь СМИ. Бишкек, 2002. С.53.
- 3) Степанов Ю.С. В поисках прагматики (Проблема субъекта) // Известия АН СССР. 1981. №4. С.325.
- 4) Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2006.