

имплицитность закономерно связывается с понятием *подтекста* как результата имплицирования информации. Адресант может намеренно ввести в сообщение имплицитное содержание для реализации прагматических установок, когда необходимо оказать определенное когнитивное воздействие на участников переговоров.

В текстах дискурса финансового контроля с лингвистической точки зрения важна скрытая оценка, выражаемая при помощи языковых средств и речевых приемов. Наиболее распространенными средствами внедрения в текст имплицитности являются фразеологизмы, идиомы, метафоры, клише. *How to "fit in" the budget estimates in the preparation of international competitions and to turn football stadiums from "white elephant" into the working "gazelle" with regular games on the field and a large audience of fans?* Употребленные в тексте метафоры *a white elephant* ‘то, что стоит больших денег, но не имеет практической ценности’ и *a working gazelle* ‘что-либо действенное, приносящее результаты’ не дают явную оценку, но содержащаяся в них образная информация создает необходимый эффект у участников переговоров.

Негативная оценка определенной ситуации, скрытая в высказывании, передается при помощи идиоматического выражения *to remove the dust of bygone days*: “*he had nothing to tell anything new for the guests, only to remove the dust of bygone days*”.

Контекст является одним из механизмов формирования нужной оценки в нейтральной номинации. Оценка закладывается не в сему номинации, а эксплицируется в ее словесном окружении. *However, even in the third year of implementation there are still opportunities for further improvement.* В этом контексте *still* приобретает негативную окраску, докладчик выражает, что результаты работы компании не полностью удовлетворяют его.

Таким образом, в докладах чаще всего используются метафорические и идиоматические выражения, основанные на общекультурных ценностях, на общеизвестных истинах и понятиях из различных сфер человеческой жизни. Заложенные в них имплицитные оценки относятся к разряду конвенциональных, то есть их интерпретация не отличается высоким уровнем субъективности.

Н. Туровец

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ПЕРЕДАЧИ ЭМОЦИОНАЛЬНО-
ОЦЕНОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ В НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ
(на материале немецкого языка)

Новостной дискурс представляет собой одну из составных частей дискурса СМИ и служит информированию населения о событиях чрезвычайной важности. При этом предлагаемая информация должна быть

актуальной, достоверной, содержать элемент неожиданности, возможно, даже сенсационности. Однако перечисленные требования не исключают использования авторами выразительных средств в медиатекстах новостного дискурса, с целью изучения которых мы обратились к программам Tagesschau и Tagesthemen на телеканале Erstes Deutsches Fernsehen компании ARD, медиaplatforma которой объединяет несколько телеканалов, телетекст и одноименный сайт. Временная протяженность проанализированных телематериалов составила более пяти часов.

В медиатекстах отсутствует предвзятость, доминирует деловая тональность, минимизированы комментарии и эмоционально-оценочная информация. Последняя позволяет корреспондентам не только оживить довольно «сухой» новостной текст, но и в некоторой степени обозначить свою позицию, представить чье-либо мнение со стороны. Наиболее эффективными являются в этом плане фразеологические единства, обладающие образностью и частичной мотивированностью: *die Luft ist raus* ‘потерять значение, актуальность’, *mit harter Hand regieren* ‘жестко, энергично править’, *wie gerufen kommen* ‘прийти очень кстати’, *aus dem Trockendock holen* ‘достать из заглазника’. Фразеологические сочетания (*kein Kompromis*, *kein Deal schließen*, *Maßnahmen ergreifen* и т. п.) выполняют скорее текстообразующую, а не эмоционально-оценочную функцию. Фразеологические сращения не были представлены в нашем материале, полагаем, в силу того, что их немотивированность усложняет восприятие адресатом, с одной стороны, а с другой – их принадлежность к разговорному языку не соответствует стилистическим требованиям новостного дискурса. В изученном нами материале авторы использовали также в своих комментариях сравнения, не являющиеся устойчивыми единицами языка, авторские сравнения. Однако они играют немаловажную роль в передаче оценочной информации в медиатекстах новостного дискурса: *Auf einem engstem Raum wie in einem Gefängnis leben* ‘жить в тесном пространстве как в тюрьме’ “*Unternehmer und Kapitalgeber bedürfen einander wie die Henne und das Ei*” ‘предприятия и инвесторы нужны друг другу как несущим яйца’.

Е. Хлусевич

ОСОБЕННОСТИ ЛЕКСИКИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ВАРИАНТОВ ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА

Региональный вариант, или этнолект, – это территориальный вариант языка, развивающийся независимо от языка-оригинала в силу политической самостоятельности и/или географической удаленности. Испанский язык имеет определенные фонетические, грамматические и лексические различия в странах Латинской Америки, где он является официальным, в США и даже в разных областях Испании. Этнолекты испанского языка можно классифицировать на *нуклеарные* (внутренние, исторические, метропольные)