

# КОНТРАСТИВНАЯ ЛИНГВИСТИКА И ВОПРОСЫ ПЕРЕВОДА

**Т. Ф. Иванова**

Минск, МГЛУ

## ЭМОТИВНОСТЬ НОВОСТНОЙ ЗАМЕТКИ В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Рассматриваются средства выражения точки зрения автора в жанре новостной заметки на материале параллельных немецких и русских текстов. Выявленный набор эксплицитных средств, представленный оценочной и заимствованной лексикой, цитацией, цифровыми данными, сравнениями, модальными наречиями и частицами, позволяет определить их прагматический потенциал в информационном жанре новостной заметки на немецком и русском языках в плане оказании воздействия на адресата на эмоциональном уровне.

Российские и отечественные исследователи традиционно разделяют публицистические жанры на информационные, аналитические и художественно-публицистические [1, с. 37]. Новостная заметка относится к информационным жанрам и, наряду, например, с репортажем, выступает одним из основных носителей информации, позволяющей аудитории осуществлять постоянный мониторинг наиболее значимых событий в различных сферах общественно-политической действительности.

Существуют и другие подходы к систематизации публицистических жанров. Согласно немецкой традиции выделяются пять классов текстов: 1) информативные тексты (*informationsbetonte Texte*), 2) тексты, выражающие мнение (*meinungsbetonte Texte*), 3) побуждающие тексты (*auffordernde Texte*), 4) инструктирующие тексты (*instruierend-anweisende Texte*), 5) контактоустанавливающие тексты (*kontaktorientierende Texte*) [2, S. 33]. Внутри классов выделяются речевые жанры текстов (*Textsorten*), которые различаются лексической наполняемостью, структурой текста, синтаксисом, стилистическими приемами. Согласно данной классификации новостная заметка, наряду с репортажем и интервью, также относится к информативным текстам.

Существует также разделение на «жесткие» и «мягкие» новостные заметки. В «жестких» заметках подается только основная информация о событии, а второстепенные подробности опускаются. «Мягкая» заметка уделяет внимание и подробностям происшествия, и мелким деталям [3, с. 33–34].

Встречается аналогичное разделение заметок, но под другим наименованием: краткие и расширенные заметки, с которыми схожи понятия «жесткой» и «мягкой» заметки. Краткая заметка, констатируя произошедшее событие, может содержать краткую информацию о действующем лице, месте, времени и источнике информации [4, с. 36]. Такие новости в прессе – это, в большинстве случаев, перепечатка срочных сообщений новостных агентств о важных событиях. О событиях, которые заслуживают дополнительного внимания и на освещение которых требуется достаточно времени, публикуют расширенные новостные заметки [Там же, с. 38]. Расширенная («мягкая») заметка допускает наличие дополнительной информации (информативное описание/информативное повествование), которая позволяет читателю самому проанализировать описываемое событие.

Согласно выше представленному общепринятому определению новостной заметки, главной задачей журналиста, выступающего в жанре заметки, является последовательное представление читательской аудитории какого-либо факта или события реальной действительности. Отсюда сновными чертами заметки являются четкость изложения, объективность и беспристрастность со стороны ее автора. Именно поэтому считается и неуместным, и не соответствующим целеполаганию новостной заметки выражение собственного мнения автора заметки.

С другой стороны, текст новостной заметки, как и любой другой тип текста, должен выполнять все присущие языку функции, как информативную, так и коммуникативную, экспрессивную (воздействия), когнитивную, эстетическую. Функциональная организация новостной заметки как текста публицистического дискурса в любом случае ориентирована на воздействие и связана с лексико-стилистическими ресурсами типа текста. В настоящее время публицистические жанры, и новостная заметка не составляет исключение, активно изучались и изучаются именно с точки зрения теории речевого воздействия, так как публицистические тексты строятся с учетом возможности их воздействия на сознание и поведение адресатов сообщения (Н. Д. Арутюнова, О. С. Иссерс, Л. Р. Дускаева, В. Г. Костомаров).

Материал исследования, представленный параллельными текстами расширенных новостных заметок на немецком и русском языках из корпуса немецко-русско-немецких параллельных текстов (deutschland.de News. Разработчики: Д. Н. Шаповаленко, В. В. Пищиков), а также текстами из немецких журналов и газет («Шпигель», «Франкфуртер Альгемайне Цайтунг», «Вельт» и «Цайт») и их переводами, показывает, что одним из принципов отбора языковых средств в тексте новостной заметки следует признать их явно или неявно выраженную эмотивность, то есть наличие определенного эмоционального потенциала.

Термин *эмотивность* (так же, как и *эмоциональность*, *оценочность*, *модальность*) не поддается до настоящего времени общепризнанному определению, раскрывающему их сущность. Чаще всего предлагается использовать их в понимании В. И. Шаховского: *эмоциональность* – для обозначения психологических и психолингвистических сущностей, *оценочность* – для обозначения языковой категории, означающей свойство языковых единиц определять обозначаемые сущность по оси «хорошо»/«плохо», а *эмотивность* обозначает языковую категорию, характеризующую языковые единицы, которые обладают эмоциональным потенциалом [5]. Модальность рассматривается при этом как двуаспектная категория, отражающая, с одной стороны, то, как автор текста отображает действительность, а с другой – выражающая отношение автора к предмету речи.

Безусловно, текст, транслирующий новости, стремится к нейтральной или явно не выраженной авторской позиции, тем более что в большинстве случаев заметки не имеют подписи. Однако, хотя присутствие авторского «я» сведено к минимуму, сам стиль и структура публикации включают в себя оценочный компонент, который, так или иначе, проступает уже в заголовке текста:

*Zustimmung zur EU wächst*: ‘Поддержка в пользу ЕС растет’;

*Gutes Image der EU* ‘Положительный имидж Евросоюза’;

*Dax erreicht Rekordhoch* ‘DAX достиг рекордной отметки’;

*Produktion im Aufschwung* ‘Производство на подъеме’;

*Touristenmagnet Deutschland* ‘Германия притягивает туристов словно магнит’;  
*Deutscher Bundestag wird bunter* ‘Немецкий Бундестаг становится более разноцветным’;

*Studenten gewinnen Nachwuchs-Oscars* ‘Студенты выиграли молодежный «Оскар»’.

При рассмотрении эмотивного потенциала заголовков мы опираемся на традиционное деление эмоций на положительные и отрицательные. В примерах, приведенных выше, заголовки явно формируют у читателя положительное, нужное автору отношение к описываемым событиям, следовательно, обеспечивают эффективность коммуникации в заданном адресантом направлении.

Первый после заголовка абзац новостной заметки представляет собой энергичный зачин текста, цель которого та же, что и заголовка – завладеть интересом читателя, например:

*Im Bundestag gibt es künftig mehr Abgeordnete mit einer Einwanderungsgeschichte* ‘Отныне в Бундестаге будет больше депутатов, которые являются выходцами из семей мигрантов’.

Безусловно, в каждом конкретном заголовке новостной заметки наблюдается совмещение информативной и экспрессивной функций, и вряд ли можно говорить о преобладании одной из них. Манера озаглавливания и способ подачи текстового материала выражают определенную модальность, зависящую, как правило, не только и не столько от конкретного автора, сколько от позиции определенного печатного издания или онлайн-органа, или всего издательства, в целом.

Такой структурно-коммуникативный подход в теории коммуникации обязательно включает в себя, по мнению специалистов, некоторые элементы языковой манипуляции, когда оценка автора и/или коллективного автора, так или иначе, доводится до читателя. Адресату как бы предписывается не столько то, «что» он должен думать, сколько то, «как» он должен думать [6]. Для достижения данной цели используется ряд стратегий, например, оперирование цифрами, цитация, использование лексических единиц с выраженным эмоциональным оттенком, использование разговорной и оценочной лексики и т.п.

*Оперирование цифрами* является в структуре новостных заметок достаточно частотным функциональным элементом, когда журналист, ссылаясь на достоверные источники, насыщает свое сообщение цифрами, например:

– *Die großen Parteien in Deutschland reiben sich die Hände: Die CDU zählt rund 4500 Neueintritte seit Jahresbeginn. Zum Vergleich: Im ersten Quartal des vergangenen Jahres waren es etwa 3800, heißt es aus der Zentrale der Christdemokraten. Die Grünen feiern nach eigenen Angaben mit vorläufig 536 Neuzugängen seit Anfang Januar und aktuell 62 132 Mitgliedern ein Allzeithoch. Die SPD berichtet im Mai sogar von 17 000 Neueintritten seit Jahresbeginn. Die FDP begrüßte im ersten Quartal 4600 Neuzugänge und damit mehr als im gesamten Vorjahr (4100).*

– *Berlin (dpa) – Крупные партии в Германии потирают руки: в ХДС с начала года вступили 4 500 человек. Для сравнения: в первом квартале прошлого года этот показатель составил примерно 3 800 человек, – так говорится в сообщении штаб-квартиры христианских демократов. По данным партии зеленых с начала января насчитывается 536 новых членов, а всего число членов*

партии составляет в данный момент 62 132, что на сегодняшний день является рекордом с момента создания этой партии. В СдПГ утверждают, что к маю с начала года в партию вступили целых 17 000 новых членов – это уже на данный момент больше чем за весь 2016 год. СвДП в первом квартале приветствовала 4 600 новых членов, что превышает показатель за весь прошлый год (4 100).

При такой подаче сообщения возможно и расхождение в цифрах, которые, тем не менее, никто из читателей не подвергает проверке. Этот факт говорит в пользу того, что подачу статистических данных в новостной заметке можно рассматривать как своеобразный риторический прием, свидетельствующий об эмотивности цифровых элементов текста оригинала и текста перевода.

Следующим практически обязательным функциональным элементом в структуре подавляющего количества проанализированных текстов заметок выступает *цитация*. Она обладает определенными формально-содержательными характеристиками, к которым относится содержательное тождество с текстом-источником и указание авторства. Но выбор цитаты, ее расположение в тексте являются при этом прерогативой журналиста, реализацией коммуникативного намерения цитирующего автора заметки:

– Berlin (dpa) – Zugfahren ohne klassische Fahrkarte: Die Deutsche Bahn plant, das digitale Ticketing einzuführen. «Der Zug kann dann über das Handy eines Passagiers erkennen, dass er eingestiegen ist», sagte Bahnchef Richard Lutz der deutschen Zeitung «Bild am Sonntag». «Je nachdem, wo er aussteigt, wird die Fahrt automatisch abgerechnet werden.» Die nötige WLAN-Infrastruktur existiere bereits. Beim digitalen Ticketing sei die Bahn noch im Versuchsstadium. «Aber ich glaube, dass diese Entwicklung in den nächsten Jahren Stück für Stück kommen wird», sagte Lutz. Künftig werde man «kein Ticket mehr für die Bahn brauchen». Der Bahnchef betonte mit Blick auf den weltweiten Hackerangriff vom Freitagabend, das Unternehmen sei auf solche Bedrohungen vorbereitet. «Die Sicherheit des Bahnverkehrs war zu jedem Zeitpunkt gewährleistet.» Es gebe schon seit längerem ein Cyber-Security-Team sowie Systeme zur Früherkennung. Darüber hinaus kündigte er eine Sicherheitsoffensive an...

– Берлин (dpa) – Сесть на поезд без ставшего уже неотъемлемой частью поездки обычного билета: «Дойче бан» планирует ввести систему цифровых билетов. «Поезд может через мобильный телефон пассажира распознать, что тот вошел в вагон», – объяснил глава концерна Рихард Луц немецкой газете «Бильд ам Зоннтаг». «В зависимости от того, где пассажир сойдет с поезда, произойдет автоматический подсчет цены за проезд». Необходимая для этого инфраструктура беспроводного Интернета – вай-фай, по словам Луца, уже существует. По части системы цифровых билетов «Дойче бан» находится на стадии проведения испытаний. «Но я полагаю, что развитие в этом направлении в последующие годы постепенно будет проявляться все отчетливее», – сказал Луц. Он считает, что в будущем больше не будет необходимости «в билетах для проезда по железной дороге». Говоря о всемирной хакерской атаке, которая произошла на прошлой неделе, глава «Дойче бан» подчеркнул, что концерн подготовлен к таким угрозам: «Безопасность железнодорожных сообщений обеспечивалась при любой ситуации». Как сказал глава концерна,

в «Дойче бан» уже давно существует команда по кибербезопасности, а также специальные системы раннего распознавания угроз. Кроме этого Луц сообщил о начале масштабной компании по укреплению безопасности...

В данном тексте приведенные выдержки из интервью с главой концерна являются апелляцией к авторитетному источнику, что относится, с точки зрения теории коммуникации, к универсальной тактике манипулирования, и, следовательно, к субъективизации новостного текста, поскольку его автор, используя цитацию и оперируя цифровыми данными, стремится показать правдивость представленной информации. Тем не менее, несмотря на кажущуюся подчеркнутую объективность, общий смысл чужих слов структурируется и трансформируется все же под углом зрения журналиста. Немецкоязычный текст и его перевод на русский язык не содержат явных сигналов оценочности, но при внимательной интерпретации их структурно-коммуникативной направленности они обнаруживаются при сопоставлении количественного соотношения позитивных и негативных деталей, которые не могут не находиться в зависимости от позиции печатного издания. Воздействующая сила означенных элементов осуществляется неявно, но эффективно, поскольку не вызывает ни возражения, ни отторжения.

Вышеприведенные примеры на материале немецкого и русского языков показывают, что текст новостной заметки следует отнести к воздействию типу дискурса, где переплетены и убеждение, и внушение, и манипуляция. Это осуществляется внедрением имплицитной оценочной информации в фактологическую информацию, в результате чего увеличивается доля субъективности новостного сообщения.

Однако наблюдается и достаточно широкий диапазон эксплицитно выраженной оценочной информации. Как правило, она реализуется с помощью словоупотребления, включающего модальные частицы и модальные наречия, сравнения, заимствованную лексику, лексику с выраженным эмоциональным оттенком.

Автор заметки, ограниченный в явном проявлении собственного мнения, нередко употребляет при изложении события средства выражения категории модальности (*модальные частицы и модальные наречия*), служащие для усиления и уточнения высказывания, и показывает тем самым свою заинтересованность, свое отношение к тому, о чем он пишет: *sogar, selbst, schon, nun, voraussichtlich, vor allem, bereits*;

– **Schon** im dritten Jahresviertel hatte das Plus 0,8 Prozent betragen ‘Уровень экономического роста в размере 0,8 процента был зарегистрирован **уже** в третьем квартале текущего года’;

– *Die Arbeiten im Zuschauerraum sind inzwischen abgeschlossen, ebenso hängt **bereits** ein neuer Bühnenvorhang* ‘Работы в зале для публики **уже** завершены и на сцене **уже** повешен новый занавес’;

– *Das Spendenvolumen wird bis Ende 2017 **voraussichtlich** anwachsen* ‘До конца 2017 года общий объем пожертвований **предположительно** возрастет’;

*In diesem Jahr wird die mittelständisch geprägte Branche voraussichtlich 224 Milliarden Euro erwirtschaften* ‘В этом году эта отрасль, в которой доминируют предприятия средней величины, **предположительно** получит прибыль в размере 224 миллиардов евро’.

Из эксплицитных оценок в современных новостных текстах достаточно частотна оценка через сравнение, при которой, нередко в сочетании с модальными словами, также осуществляется механизм воздействия на читателя:

– *Deutsche Schüler kamen im Mittel auf 525 Punkte, deutlich mehr als der Durchschnitt der 32 teilnehmenden OECD-Staaten (500 Punkte)* ‘Немецкие школьники набрали в среднем 525 очков, что **ощутимо больше**, чем средний показатель 32 принимающих участие в программе государств ОЭСР (500 очков)’;

– *Japan liegt allerdings mit 552 Punkten noch deutlich weiter vorn* ‘При этом Япония, набравшая 552 очка, ушла **далеко вперед**’;

– *Einige wenige Befragte (3,8 Prozent) sagten, dass sie trotz des Anschlags in Berlin vor knapp einem Jahr sogar eher häufiger oder viel häufiger einen Besuch planen* ‘Некоторые из респондентов (3,8 процента) сказали, что, несмотря на прошлогодний теракт в Берлине, они намереваются ходить на рождественский рынок скорее **даже чаще**, чем в прошлом году’.

При передаче цитации в тексте новостной заметки используются лексемы, отмеченные в словарях пометой „*umgangssprachlich*“ (‘разговорный язык’): *losgehen; packen; sich tummeln*. Эти лексемы подчеркивают естественность прямой речи и придают тексту всей заметки эмоциональность.

В данном случае необходимо, однако, обратиться более внимательно к аспекту перевода, так как обнаруживается, что в параллельных русских текстах вышеприведенные лексемы переданы путем нейтрализации эффекта «разговорности»: *losgehen* – *начинаться*, *packen* – *справиться*, *sich tummeln* – *присутствовать*.

Процесс нейтрализации наблюдается также при переводе на русский язык некоторых иноязычных вкраплений и заимствованной лексики: *Kajak-Trip* ‘путешествие на байдарке’; *App* ‘приложение для мобильного телефона’, *Privatjet* ‘частный самолет’.

В языковой выборке встретились немногочисленные примеры, где модальное значение включено эксплицитно в текст перевода при его отсутствии в исходном тексте:

– *Wenige haben Angst vor Anschlägen* ‘**Лишь** немногие немцы испытывают страх перед возможными терактами’;

– *Nach einem Zwischenhoch 2013 mit 52 Prozent sank der Wert zunächst leicht und stieg seit 2014 wieder* ‘После статистического всплеска в 2013 году, когда соответствующий показатель составил 52 процента, он вновь стал снижаться, и **лишь** начиная с 2014 года, был зарегистрирован небольшой рост’.

Следует отметить, что при использовании в немецкоязычных текстах одного и того же заимствования его передача на русский язык может быть различной, что можно проиллюстрировать на примере использования заимствования *Boom* и его перевода на русский язык. В одних случаях при переводе сохраняется использование заимствования:

*Maschinenbau-Boom in Deutschland* ‘Бум машиностроения в Германии’;

*Tourismusboom in Deutschland* ‘Туристический бум в Германии’;

*Babyboom in Deutschland* ‘«Бэбибум» продолжается’;

*Bestell-Boom beim Essen* ‘Службы доставки еды на заказ переживают настоящий бум’;

в других случаях заимствованное слово *Boom* переводится с использованием приема трансформации следующим образом:

*Der deutsche Smartphone-Markt boomt* ‘Рынок смартфонов в Германии стремительно растет’;

*Boom beim Online-Handel* ‘Стремительный рост онлайн-торговли’;

*Boom auf dem Arbeitsmarkt* ‘Бурный всплеск на рынке труда’;

*Klassik-Boom in Hamburg* ‘Резкий всплеск интереса к классической музыке в Гамбурге’.

Сказанное позволяет заключить, что в немецком и русском языках сочетание стандартных структурно-коммуникативных свойств новостной заметки и средств экспрессивизации, эксплицитно присутствующих в текстах данного информационного жанра, подтверждает общую тенденцию увеличения доли субъективности в новостных сообщениях современного медиадискурса, но допускает вариативность при переводе, связанную с их актуализацией в разных языках.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Тертычный, А. А.* Жанры периодической печати : учеб. пособие / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 193 с.
2. *Lüger, H.* Pressesprache / H. Lüger. – 2. Aufl. – Tübingen, 1995. – 65 S.
3. *Лазутина, Г. С.* Жанры журналистского творчества : учеб. пособие для студентов вузов / Г. С. Лазутина, С. С. Распопова. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
4. *Колесниченко, А. В.* Настольная книга журналиста : учеб. пособие / А. В. Колесниченко. – М. : Аспект Пресс, 2013. – 400 с.
5. *Шаховский, В. И.* Лингвистическая теория эмоций. / В. И. Шаховский. – М. : Гнозис, 2008. – 416 с.
6. *Дейк, Т. А. ван.* Язык. Познание. Коммуникация : сб. работ / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.

The article presents the direct and indirect means of expressing the author’s position in the genre of news articles of media discourse in German and Russian.