

4. Васильев, В. Л. Юридическая психология : учебник для студентов вузов / В. Л. Васильев. – Санкт-Петербург и др. : Питер, 2009. – 608 с.
5. Венидиктов, С. В. Риторика : учебник для курсантов и студентов учреждений высшего образования по юридическим специальностям / С. В. Венидиктов, С. И. Даниленко. – Минск : РИВШ, 2017. – 236 с.
6. Еникеев, М. И. Юридическая психология : учебник для вузов / М. И. Еникеев. – Москва : Норма, 2006. – 501 с.
7. Ниренберг, Дж. Как читать человека, словно книгу / Дж. Ниренберг, Г. Калеро. – М. : Сада, 1992. – 176 с.

МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОГО СЕТЕВОГО ФАКТОИДА

Ячник П.А.,

*студентка 2-го курса Витебского филиала Международного университета «МИТСО»,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Научный руководитель – Лавицкий А.А., канд. филол. наук, доцент

Фактоид – относительно новое явление в информационном пространстве. Массовое распространение фактоид получил в Интернет-коммуникации, где главным образом выполняет функции создания интереса, гедонистическую и эмоционально-психологическую функции, что перекликается с функциональными аспектами самих СМИ, к которым, по мнению Б.Ю. Нормана, наравне с информированием относится «целый ряд коммуникативных, нравственных и эстетических задач» [1, с. 23]. Исходя из этого, логично рассматривать фактоиды как содержательно зависимые единицы СМИ, так как их реальное смысловое значение раскрывается только во взаимосвязи с публицистическим текстом, к которому они относятся. Однако, очевидно, что без детального изучения структуры, стилистики, семантики, морфологии и др. фактоидов невозможно понять принципы их воздействия на языковую личность читателя. Данный подход предопределил цель настоящего исследования – выявить морфологические особенности немецкоязычных сетевых фактоидов.

Материал и методы. В качестве объекта нашего исследовательского внимания были выбраны немецкоязычные сетевые фактоиды, обнаруженные на платформе издания «Spiegel Online» (общее количество изученных единиц – 53). Сплошная выборка фактического материала охватывала период с 01.06.2020 по 01.09.2020. Кроме того, в процессе подготовки исследования были использованы метод морфологического анализа, классификационный, описательно-аналитический и сравнительно-сопоставительный методы.

Результаты и их обсуждение. Морфологические особенности фактоидов лежат в сфере статистических закономерностей. Иными словами, в текстах фактоидов можно обнаружить определенные тенденции к использованию определенных словоформ, что показывает детальный анализ нашего практического материала исследования. Так, морфологические особенности фактоидов характеризуются:

1) использованием сложных слов: Internet-Memes sind "mächtiger Faktor" im US-Wahlkampf / Интернет-мемы представляют собой «мощный фактор» в ходе избирательной кампании в США; Hollywoodstar Jesse Eisenberg spendet nach eigenen Worten aus Verantwortung einen Großteil seiner Gagen / Голливудская звезда Джесси Айзенберг жертвует большую часть своих гонораров; Donald Trump hat den Ausstieg der USA aus dem pazifischen Freihandelsabkommen TPP bekräftigt / Дональд Трамп подтвердил о выходе США из зоны свободной торговли;

2) употреблением глагольных конструкций в настоящем времени. Большинство из них используются в форме инфинитива или в форме 3-го лица единственного или множественного числа настоящего времени. Например: Die Bewohner von Donbass haben falsche Genetik / У жителей Донбасса имеется генетический изъян; Es gibt viele Faktoren der russischen Intervention zur amerikanischen Wahl / Существует много фактов вмешательства России в выборы США; Trump und Putin sind für Deutschland die neuen Hauptfeinde / Трамп и Путин являются главными врагами Германии. Формы прошедшего времени глагола (Perfekt и Präteritum) крайне нечастотны в текстах фактоидов. Например: Messi wurde 100 Millionen Euro für Weggehen aus «Barcelona» geboten / Месси предложили 100 миллионов евро за выход из «Барселоны»; Victoria Beckham zierte ihre Kleidung mit den Bildern ihrer Tochter / Виктория Бекхэм украсила свою одежду изображением своей дочери.

Такие темпоральные особенности объясняются динамичным характером фактоидов, то есть стремлением подчеркнуть актуальность описываемого через создание образа одновременности настоящего и описываемых событий. Таким образом, создается иллюзия сопричастности к происходящим событиям.

В русскоязычном переводе функции немецких глагольных форм настоящего времени (Präsens) позволяют иногда выразить также и будущее время. Например: Wenn Hillary Clinton siegt, befürchtet Jonathan Franzen Gewaltausbruch / Если Хиллари Клинтон победит, Джонатан Франзен опасается вспышки насилия; Mit dieser App sprichst du in 3 Wochen eine neue Sprache / С помощью этого приложения ты заговоришь через три недели на новом языке.

3) использованием следующих модальных глаголов, чаще können (мочь, быть в состоянии), müssen (долженствовать), sollen (быть обязанным), wollen (хотеть). Например: Die VW-Tochter Audi soll stärker in den Abgasskandal verstrickt sein als bislang bekannt / Дочернее предприятие Фольксвагена Ауди должно быть замешано в проблеме по выбросу выхлопных газов, чем это было известно раньше. Это можно объяснить тем, что текст фактоидов имеет ложный характер, перечисляющий последовательность действий, которые могут произойти при определенных обстоятельствах. Для этого используются глаголы, имеющие значение долженствования, значение возможности и умения.

4) употреблением предлогов со значением локализации и временных предлогов. Первые используются для определения локализации, то есть места расположения происходящего, другие придают динамику описываемым событиям. Анализ предлогов и используемых в текстах фактоидов показывает, что самыми употребительными являются предлоги: in, an, bei, nach. Например: In Ägypten wurden zwei Versuche auf Präsidenten verhindert / В Египте были предотвращены две попытки покушения на президента; Die Türkei ist wie Deutschland nach 1933 / Состояние Турции как в Германии после 1933 года.

5) доминированием определенного артикля над неопределенным. В немецком языке имя существительное, как правило, сопровождается определенным или неопределенным артиклем. Артикль стоит перед существительным и показывает его род, число, падеж. Наш материал показывает, что определенный артикль употребляется гораздо чаще, чем неопределенный артикль, что функционально позволяет указать на реальное существование описываемого предмета или объекта. Например: WikiLeaks enthüllt weitere E-Mails vor der US-Wahl: Das Schweigen der Systempresse / WikiLeaks раскрывает дальнейшие Интернет-сообщения до выборов в США: Молчание системной прессы. Неопределенный артикль встречается в предложениях, где имеется указание на число, меру, сорт, количество: BMW hat im abgelaufenen Quartal nicht nur mehr Autos verkauft, sondern auch mit Kredit- und Leasingverträgen eine halbe Milliarde Euro erwirtschaftet / БМВ в прошлом квартале не только продала больше автомобилей, но и заработала полмиллиарда евро на кредитах и лизингах; Deutschland hat bereits einen hohen Preis für die Politik von Merkel bezahlt / Германия заплатила высокую цену за политику Ангелы Меркель.

В тексте фактоидов существительные употребляются без артикля, что обусловлено спецификой публицистического текста. Отсутствие артикля чаще используется в фактоидах, где используются наименования национальностей или прилагательные, образованные от названий стран. Например: Viele junge Deutsche sehen zunehmenden Nationalismus besorgt / Немецкая молодежь озабоченно смотрит на возрастающие проявления национализма; Südkoreas Präsidentin half korrupter Freundin / Президент Южной Кореи помог своей подруге в коррупционном скандале; Iranischer Filmemacher Karimi verhaftet / Был арестован иранский режиссер Карими.

Заключение. Таким образом, немецкоязычные фактоиды обладают целым рядом морфологических особенностей. К морфологическим особенностям следует отнести использование составных существительных, определенного артикля или его отсутствие, использование группы модальных глаголов (können, müssen, sollen, wollen), преимущественное употребление настоящего времени и т.д.

1. Норман, Б.Ю. Лингвистика каждого дня : науч.-популяр. издание / Б.Ю. Норман. – М.: Изд-во «Бизнес-Юниктек», 2004. – 171 с.