

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

Шипко П.Д.,

студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Алимпиева Е.В., канд. филол. наук, доцент

Ключевые слова: стиль, функциональный стиль, публицистика, экономика, лексический состав, стилистическая окраска.

В настоящее время средства массовой информации, включая газеты и журналы, занимают ключевую позицию в общественной жизни, оказывая влияние на формирование общественного мнения и непосредственно воздействуя на него. Экономические проблемы находятся в центре внимания печатных изданий. Глобальные вызовы, связанные с экономикой, требуют специализированных знаний и исследований в различных научных областях, включая лингвистику. Поэтому исследование языковых особенностей таких текстов является важным направлением современной лингвистики.

Актуальность данной темы обусловлена возрастающей ролью СМИ в современном обществе, в связи с чем возрастает и научный интерес к публицистическим текстам экономической тематики, как с точки зрения анализа их стилистических черт, так и с позиции изучения используемой в них лексики. Кроме того, существуют некоторые расхождения в толковании понятия *стиль* отечественными и зарубежными авторами, а также в принципах его классификации. Это требует дополнительного уточнения, что усиливает актуальность темы и подчеркивает ее значимость для ключевых принципов стилистики.

Цель настоящего исследования – проанализировать лингвистические особенности немецкоязычной экономической публицистики, выявить характерные черты лексикона и стилистики таких текстов, что способствует более глубокому пониманию механизмов формирования и передачи информации в рамках этого стиля, а также выявлению специфики использования различных языковых средств для достижения коммуникативных целей.

Материал и методы. Источником фактического материала исследования являются современные статьи на немецком языке из электронных источников СМИ [3, 4, 5], а также словарь лингвистических терминов Т.В. Жеребило [2]. В работе применяются следующие методы: описательно-аналитический метод, методы компонентного и контекстного анализа.

Результаты и их обсуждение. Термин «стиль» зародился еще в античности, происходя от латинского слова *stylus*, которое означало инструмент для письма на восковых дощечках. Сегодня *стиль* является одним из самых широких понятий в терминологии, которое активно используется

в различных гуманитарных дисциплинах, таких как искусствоведение, языкознание, литературоведение, психология, культурология и философия.

Впервые термин «стиль», или «штиль» в русском языке ввел ученый М.В. Ломоносов в своем произведении «О пользе книг церковных в русском языке» [1], опираясь на трехчленное деление. Сегодня деление на стили, предложенное М.В. Ломоносовым, мы связываем со стилистической окраской слова, что также лежит в основе стилистики как науки.

В широком смысле под стилем чаще всего понимается «одна из дифференциальных разновидностей языка, языковая подсистема с своеобразным словарем, фразеологическими сочетаниями, оборотами и конструкциями... обычно связанная с определенными сферами употребления речи» [2, с. 373]. В узком смысле лингвистическое определение термина «стиль» напрямую связано с понятием «функциональный стиль», которое в 1955 году ввел советский лингвист-русист В.В. Виноградов, опираясь на различные толкования понятия «стиль».

По мнению В.В. Виноградова, «функциональный стиль – это общественно осознанная и функционально обусловленная, внутренне объединенная совокупность приемов употребления, отбора и сочетания средств речевого общения в сфере того или иного общественного, общенационального языка, соотносительная с другими такими же способами выражения, которые служат для иных целей, выполняют иные функции в речевой общественной практике данного народа» [2, с. 446].

Проблема выделения функциональных стилей была также отражена в работах М.М. Бахтина, И.В. Арнольд, И.Р. Гальперина, Ю.М. Скребнева, В.А. Кухаренко, М.Н. Кожинной и других выдающихся лингвистов.

Таким образом, традиционная система функциональных стилей включает в себя научный, официально-деловой, художественный, разговорный и публицистический стили. Понимание функциональных стилей позволяет не только осознать его многофункциональность, но и увидеть, как различные стили взаимосвязаны и адаптируются в изменяющемся обществе.

Публицистический стиль занимает особое место в системе функциональных стилей языка и оказывает влияние на развитие литературного языка, расширяя возможности его выражения, включая эмоционально-оценочные средства. Становление публицистического стиля как самостоятельного функционального стиля приходится на советский период, когда в отечественной лингвистике сложилась устойчивая концепция функциональной стилистики. Но изучением публицистического стиля занимались не только отечественные ученые, но и зарубежные.

Среди всех функциональных стилей публицистику выделяет сочетание в его рамках двух функций языка: функции сообщения (информативная) и функции воздействия (экспрессивной). Экспрессивность проявляется в оценке событий и явлений. Для ее выражения используется оценочная лексика, которая обладает сильной эмоциональной окраской, чтобы дока-

зять правильность авторской позиции. Информативная функция присуща всем функциональным стилям, но ее специфика у каждого стиля раскрывается по-разному. Так, в публицистическом стиле она заключается в тематике и характере информации, в ее источниках и адресатах.

Лингвистические особенности немецкоязычных публицистических текстов экономической тематики отражают специфику языка в сфере экономики и финансов, а также способы, которыми авторы стараются донести информацию до читателя. В результате проведенного исследования нами было установлено следующее:

1. В публицистических экономических текстах используется богатый арсенал специализированных терминов, связанных с экономическими процессами (*der Export, der Import, die Investition* и др.); финансовыми операциями (*die Einlage, das Depositum, die Zahlung* и др.); рынками труда и капитала и другими аспектами хозяйственной деятельности (*die Beschäftigung, die Arbeitslosigkeit, die Arbeitskraft*).

2. В текстах экономической тематики мы также наблюдаем частое употребление аббревиатур и сокращений, что способствует экономии места и времени при передаче информации: *BMW, DAX, EU, WTO, GDP, ZEW, KPMG* и др.

3. Для газетно-публицистического стиля характерно использование оценочной лексики, которая отражает позицию автора по отношению к описываемым событиям и явлениям. Эта лексика может быть положительной (*erfolgreich, positiv, wachsend*) и отрицательной (*negativ, kritisch, bedrohlich*).

4. Большое внимание уделяется статистическим данным и фактам в экономических текстах. Любые экономические статьи часто опираются на актуальные цифры, исследования и отчеты, чтобы подкрепить свои аргументы и сделать их более убедительными. В этом контексте важно, чтобы лексика была точной и соответствовала фактическим данным. Например, использование чисел, процентов и других количественных показателей может значительно повысить достоверность текста и убедить читателя в правоте автора. Однако важно помнить, что чрезмерное количество статистики может сделать текст перегруженным и трудным для восприятия.

5. Не менее важной особенностью лексики в немецкоязычных экономических текстах является использование риторических приемов, таких как вопросы, восклицания и повторения. Эти приемы помогают привлечь внимание читателя. Например, автор может начать статью с риторического вопроса, который заставит читателя задуматься над темой и заинтересует его в дальнейшем чтении. Использование восклицаний может усилить эмоциональную окраску текста и подчеркнуть важность обсуждаемой проблемы. Повторение ключевых слов или фраз также может служить для акцентирования внимания на главных идеях и помочь читателю лучше запомнить информацию.

6. Кроме того, в немецкоязычных экономических текстах можно заметить наличие множества идиоматических выражений и фразеологизмов, которые обогащают язык и делают его более выразительным. Эти выражения часто используются для передачи сложных идей в более лаконичной и запоминающейся форме. Например, такие фразы, как *den Nagel auf den Kopf treffen* ‘попасть в точку’ или *das Kind beim Schopf packen* ‘взять быка за рога’ могут быть использованы для обозначения успешного решения экономической проблемы или принятия важного решения.

Заключение. Анализ лингвистических особенностей немецкоязычных публицистических текстов экономической тематики позволяет глубже понять, как язык формирует и передает экономическую информацию. Ключевыми характеристиками этих текстов являются специализированные термины, аббревиатуры и сокращения, различные выразительные средства, оценочная лексика, идиомы, статистические данные и риторические приёмы, которые помогают не только информировать, но и вовлекать читателя в обсуждение значимых экономических проблем. Подходы к организации текстов, включая логичную структуру и визуальные элементы, делают информацию более доступной и понятной. Эти особенности не только отражают специфику языка и культуры, но и помогают адаптировать экономические знания в контексте современного медиапространства, способствуя более глубокому пониманию и обсуждению актуальных проблем.

1. Ломоносов, М.В. Предисловие о пользе книг церковных в российском языке / М.В. Ломоносов. – Л. : Советский писатель, 1986. – 473–478 с.

2. Жеребило, Т.В. Словарь лингвистических терминов / Т.В. Жеребило. – Изд. 5-е, испр, и доп. – Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. – 486 с.

3. Spiegel. – URL: <https://www.spiegel.de/wirtschaft/> (дата обращения: 01.12.2024).

4. Süddeutsche Zeitung. – URL: <https://www.sueddeutsche.de/> (дата обращения: 15.11.2024).

5. Tagesspiegel. – URL: <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/> (дата обращения: 20.11.2024).

ОНОМАСТИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО СБОРНИКА СТИХОТВОРЕНИЙ Д. СИМАНОВИЧА «СИЛУЭТЫ ДНЕЙ»

Ширякова Д.С.,

*студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Генкин В.М., канд. филол. наук, доцент*

Ключевые слова: имя собственное, Давид Симанович, лирика, антропоним, топоним, художественный текст.

Давид Симанович – известный белорусский поэт, посвятивший значительную часть своего творчества родным местам и живущим на них лю-