

И.М. Кацитадзе, Н.В. Христианова

Южный федеральный университет,

г. Ростов-на-Дону, Россия

ПОРЯДОК СЛОВ И ЕГО КОММУНИКАТИВНАЯ НАГРУЗКА В СОВРЕМЕННЫХ ГЕРМАНСКИХ СМИ

Данная статья посвящена проблеме порядка слов, играющего важную роль в выражении значения определенности/неопределенности существительных, а также его коммуникативной нагрузки в немецком языке на материале современных немецких печатных СМИ в их жанровом разнообразии.

Ключевые слова: Порядок слов, коммуникативная нагрузка, артикль, адресат/адресант, определенность/неопределенность.

This article is devoted to the problems of word-order in the German language, playing a significant role in expressing the meaning of nominal definiteness /indefiniteness, and also its communicative value in the German language on the materials of contemporary German printed mass media in their genre peculiarities.

Key words: word- order, communicative value, article, addressee /addresser, definiteness /indefiniteness.

Основной особенностью порядка слов в немецком языке является то, что выражение коммуникативной нагрузки при помощи месторасположения членов предложения имеет известные ограничения. Во-первых, при помощи порядка слов не может быть, как правило, выражена коммуникативная перспектива тех членов предложения, которые занимают четко фиксированное место в предложении (место сказуемого и определения); во-вторых, такое фиксированное место сказуемого ограничивает подвижность других членов, располагающихся в зависимости от того, являются ли они темой или ремой. Второе место в повествовательном предложении занято сказуемым (в вопросительном – первое), следовательно, для других членов предложения оно недоступно. Таким образом, появляются две особенности:

1) новое часто стоит не на самом последнем месте, как часто в русском языке, а на предпоследнем.

Например: «- *Dieser Film wurde 1961 von meinem Freund in Berlin gedreht...*» (Zeit online, № 6, 2014)

(*Этот фильм был снят в 1961 году в Берлине моим другом...*), где «моим другом» – новое.

2) при наличии состава данного вся группа может разрываться сказуемым (или его компонентом).

Например (текстовая определенность): «*Den Preis erhielt Günter Grass im Jahre 1996*» (Berliner Kurier, 22.08.2008) (*Этот приз Гюнтер Грасс получил в 1996 г.*), где «в 1996 г.» – новое, все остальное – данное.

В русском и немецком языках есть одно общее обстоятельство, связанное с порядком слов, при котором новое предшествует данному, что представляет далеко не редкое явление на газетной полосе. Это объясняется, скорее всего, стилистическими особенностями

газетных жанров, а также авторским стилем, стремлением к большей выразительности, особому выделению нового в предложении, что и достигается вынесением нового на первое место в интригующих целях.

Например: 1) «*Eine Klinik in Bayern behandelt Tuberkulose-Kranke, die sich gegen eine Therapie sträuben...*» (Zeit online, № 6, 2014);

«(Одна) клиника в Баварии обследует больных туберкулезом, которые сопротивляются терапии...»

2) «– *Ich habe das mit eigenen Augen gesehen. Ein Mann in Militäruniform hatte sich einem Militärbus genähert und sich dann in die Luft gesprengt*» (die Zeit, 2.10.2008).

«Я видел все своими глазами. (Один, какой-то) Мужчина в военной форме приблизился к военному автобусу и затем взлетел на воздух»

Эмфатический порядок слов характерен для таких жанров, как интервью, фельетон, критическая статья или рецензия, где встречаются элементы разговорной речи (особенно ярко в интервью), часто эмоционально окрашенной. Но этим не ограничивается жанровый спектр. Нередко новости начинаются именно с «нового»:

1) «*Ein Soldat der US-Armee hatte die 18 Jahre alte Patricia im Euro-Palace zusammengeschlagen*» (Wiesbadener Kurier, 20.09.2011).

2) «*Ein Mann in der türkischen Stadt Ismir ist bei Explosionen getötet worden*» (Die Welt, 2.10.2011).

В данных примерах подлежащее является «новым», поэтому стоит на первом месте, а интригующее начало фразы связано с неопределенными существительными – «солдат» и «мужчина».

В печатных СМИ подобное явление – сначала «новое», затем «данное» – практикуется немецкими журналистами гораздо чаще, чем русскими, видимо, для наиболее эффективного развертывания поступающей информации. Вне всякого сомнения, это коммуникативная стратегия германских газетных текстов, выстраиваемая по законам «жанра и диалогического общения» [1. с. 36]. Примечательно, что в сравнении с устными СМИ (прежде всего телевидением), в газете гораздо тяжелее установить такой «невидимый» контакт со своим читателем, настраивая его на тщательное, глубинное прочтение материала, не говоря уже о чувстве «удовлетворенности» и «глубокого» сопереживания, оставляемого у него. Кроме того, действуют и грамматические традиции, когда подлежащее чаще стоит на первом месте.

Следовательно, порядок слов не является однозначным средством выражения коммуникативного задания. Недостаточность порядка слов, связанного с возможностью двух его вариантов, в русском и немецком языках компенсируется интонацией. И поскольку в немецком языке эти ограничения отягощаются твердо фиксированным местом сказуемого, большую роль играет артикль.

При помощи порядка слов и интонации в предложении разграничивается исходный пункт сообщения. Именно в предложении происходит сообщение мыслей, вернее, обмен сообщениями между коммуникантами. [4, с.23] Происходит некое движение от пункта А до пункта Б, где А – говорящий, а Б – слушающий. Естественно, что говоря-

ший учитывает степень осведомленности последнего об объекте его референции. С одной стороны, адресант связывает свое сообщение с тем, что известно читателю по данному вопросу, а с другой, выделяет в своем сообщении при помощи специальных средств языка именно то, что является новым для адресата.

Особенно ярко такое движение мысли наблюдается в жанре интервью. Именно здесь журналист проявляет искусство четко формулировать свою мысль, добиваться полной ясности для читателя и собеседника.

Например: *Reporter: «– Einen Campingplatz im Berliner Südwesten zu bekommen ist ja kein Zufall?»* (Получить место для кемпинга на Юго-Западе Берлина это разве исключительный случай?)

Respondent: «– Doch, den hab ich gar nicht leicht gekriegt» (Нет, его я получил совсем не просто) (Rheinischer Merkur, 27.09.2011).

Небезынтересен тот факт, что в целом для немецкого языка функция выражения значений О/Н и функция выражения коммуникативной нагрузки существительного в предложении полностью совпадают и «выступают как единое значение артикля». [4, с.24] Существительное, являющееся новым, оформляется неопределенным артиклем (или нулевым), помещается ближе к концу предложения, а существительное, входящее в состав данного, оформляется определенным артиклем. Это «классическое» расположение информации в тексте, перехода неопределенности (в начале текста) в определенность.

Например: *«Ein 35 Jahre alter Berliner ist in der Nacht zum Sonntag Opfer eines Verbrechens geworden. Der Mann wurde auf dem Parkplatz an der Braunschweiger Strasse erschossen»* (*35-летний житель Берлина в ночь на воскресенье стал жертвой преступления. Мужчина был застрелен на парковке на Брауншвайгштрассе*) (Berliner Morgenpost, 9.02.2014).

Однако в последнее время «классика» отходит на второй план. Особенно заметно это происходит в жанре новостей. Новость, на наш взгляд, является не просто формой отображения какого-либо факта, а коммуникативным намерением журналиста в сообщении каких-либо новых сведений или фактов. Специфика этого уникального жанра (исходя из разных лексических значений) заключается в том, что все в нем построено по принципу «динамизма». Именно здесь закладывается принцип от «нового» к «данному», выражающийся в сочетании (варьировании) неопределенных, а далее, как правило, определенных существительных. Подлежащее, благодаря артиклю, выступающее в предложении в качестве «нового», может оставаться на первом месте и не выделяться порядком слов.

Например:

1) *«Ein Minderjähriger wurde als mutmaßlicher Brandstifter ermittelt»* (Frankfurter Rundschau, 09.02.2014);

2) *«Ein festangestellter Mitarbeiter verlässt sein Unternehmen»* (Frankfurter Rundschau, 09.02.2014);

3) *«Ein Facebook-Nutzer trinkt einen halben Liter Bier und filmt sich dabei»* (Berliner Kurier, 04.02.2014);

4) *«Ein 28-jähriger wollte keine Beute sein»* (Berliner Kurier, 04.2.2014).

Особенно эффективным и продуктивным способом изложения печатного материала на страницах газет, идущего в противоречие с традициями немецкой грамматики, является вынесение на первое место дополнения. В силу своего значения (объекта действия, обозначаемого переходным глаголом) оно может быть и новым и данным. Прямое дополнение, выступая как новое и выражая часто неопределенный объект, вместе со сказуемым образует состав «нового». Часто оно занимает последнее место (или стоит перед неспрягаемой частью сказуемого).

Например: «*Einen Informationsdienst der besonderen Art gibt es mit dem AI Music Finder*» (Berliner Kurier, 1.02.2011);

Или «*Einen neuen Angriff gegen Google startet jetzt Yahoo...*» (Die Welt, 08.01.2014).

К подобного рода приемам немецкие журналисты прибегают, в первую очередь, с целью создания эффекта «эмоционального толчка», без которого нет события. [3, с.78] Расположение в тексте сначала «нового», выраженного неопределенным или нулевым артиклем в роли подлежащего или дополнения, в наибольшей степени соответствует главному принципу современного журналиста – максимально привлечь внимание читателя, вызвать живой интерес к материалу не только своей актуальностью, информативностью, но и динамичностью, ориентацией на немедленное прочтение статьи (пусть даже первых строк). А «рекламно-интригующая функция неопределенного артикля в печатных СМИ в высшей степени соответствует информационной динамике и стилю. [2,с.17]

ЛИТЕРАТУРА

1. *Bucher, H.-J.* Mediensprache, Medienkommunikation, Medienkritik. Tübingen, 1991.
2. *Кацитадзе И.М.* Категория определенности / неопределенности существительных: функционально-семантический анализ средств ее выражения в русских и немецких газетных текстах: Автореф. дисс. канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2008.
3. *Ким М.Н.* Новостная журналистика. СПб. 2005.
4. *Москальская О.И.* Артикль в немецком языке. ИЯШ. 1956. № 5.