

ОТБОР ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ЖАНРОВ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО НЕМЕЦКОМУ ЯЗЫКУ

Татьяна КОНОНОВА, преподаватель,
Бэлцкий государственный университет имени Алеку Руссо

Zusammenfassung: Der vorliegende Artikel verfolgt das Ziel, die Funktionen der deutschen publizistischen Gattungen aufzuführen und die ihnen spezifische soziokulturelle Lexik zu analysieren. Ferner wird im Rahmen des Artikels die Relevanz der ausgewählten publizistischen Gattungen für den soziokulturell orientierten Deutschunterricht begründet.

Schlüsselwörter: publizistische Gattungen, publizistische Funktionen, Besonderheiten der publizistischen Gattungen, soziokulturelle Kompetenz, soziokulturelle Lexik.

Любое газетное или журнальное произведение (статья, репортаж, корреспонденция и т.д.) представляет собой завершённый по содержанию и форме цельный текст. Именно так он отправляется к читателям, которые, в свою очередь, воспринимают его как единое – иногда тематически подразделённое сообщение. (Е.В.Розен, М.П. Брандес, И.Р.

Гальперин, Н.М. Haep, H. Bürger, W. Fleischer, G. Michel, G. Starke, Sowinski B., H.-W. Eroms, B. Sandig, D. Irimia, I. Coteanu, I.Jordan, M. Got).

Жанры немецкой прессы сложились на протяжении долгой практики и обладают, по-мимо общих черт, некоторыми национально-традиционными особенностями. Вряд ли есть необходимость разделять газетные и журнальные жанры, т.к. они во многом совпадают, если иметь в виду не научные, а массовые общественно-политические издания. [1], [2].

В немецкоязычной прессе к трем основным публицистическим функциям (информирование, формирование общественного мнения, развлечение) Heinz-Helmut Lüger, исследователь в области лингвистики средств массовой информации, относит определенные жанры газетных текстов, т.е. формы организации материала, отражения фактов, событий, освещения явлений.

К текстам прессы, основная функция которых является информирование читателя о важных общественно-политических событиях, относятся в немецкоязычной прессе новости (Nachrichten), сообщения (Berichte), Feature, репортаж (Reportage), интервью (Interview). К текстам прессы, функция которых формирование общественного мнения, относятся передовая статья (Leitartikel), комментарий (Kommentar), краткий комментарий (Glosse), эссе (Essay). К текстам прессы, выполняющим развлекательную функцию, относится фельетон (Feuilleton). [4, с. 18].

Схематически исследователь представляет данную информацию следующим образом:

Таблица 1. Публицистические функции (H.-H. Lüger, 1995)

Публицистические функции:		
Информация	Формирование общественного мнения	Развлечение
1. новость (Nachricht)	1. передовая статья (Leitartikel)	1. фельетон (Feuilleton)
2. Feature	2. комментарий (Kommentar)	
3. сообщение (Bericht)	3. Kolumne	
4. репортаж (Reportage)	4. глосса (Glosse)	
5. интервью (Interview)	5. эссе (Essay)	

Каждый из указанных речевых жанров – это уникальная смысловая (коммуникативная) модель текста, это и прагматическая модель дифференциации функции убеждения, а также конструктивная модель текста, определяющая общую семантико-синтаксическую схему его оформления.

Изучение жанров газетного текста, исследование выполняемых ими двух ведущих функций, информационной и воздействующей (т.е. способствующей формированию мнения читателя), а также анализ категории лексики, позволяют нам остановить свой выбор на газетных текстах с предельно сжатой, объективной, достоверной, точной передачей фактологической, прежде всего, событийной информации, а именно информационных сообщениях (Meldungen), новостях (Nachrichten), сообщениях (Berichte). Данные газетные

тексты относительно небольшие по объему, обладают более легкой формой восприятия, охватывая при этом широкий спектр общественно-политических и страноведческих тем. В выбранных нами газетных жанрах содержатся лексические единицы, соответствующие целям формирования социокультурной компетенции. Это и имена собственные, и термины топонимики, названия явлений общественно-политического характера, термины из различных областей науки, техники, искусства, историзмы (архаизмы), безэквивалентная и фоновая лексика, лексические заимствования.

Из газетных жанров, выполняющих воздейственную функцию, мы остановим наш выбор на типичных для немецкой прессы жанрах: комментарий (Kommentar), Kolumne (разновидность комментария), Glosse (глосса=колкий, комментарий актуальных событий) и интервью, – которым, кроме достоверной передачи фактологической, событийной информации, свойственны также стилистически окрашенная социокультурная лексика, а именно пословицы и поговорки, афоризмы и крылатые слова, ситуативные клише.

Схематично выбранные нами для дальнейшего исследования жанры газетного текста, соответствующие целям формирования социокультурной компетенции, можно представить в виде следующей таблицы.

Таблица 2. Жанры газетных текстов, соответствующие целям формирования социокультурной компетенции:

Жанр газетного текста и его функция	Особенность жанра	Социокультурная лексика
Информационная функция: - Краткое сообщение (Meldung) - Новость (Nachricht) - Сообщение (Bericht)	- сжатая, объективная, достоверная, точная передача фактологической, прежде всего, событийной информации; - короткая форма восприятия, охватывающая при этом широкий спектр общественно-политических и страноведческих тем; - отсутствие эмоциональности, субъективности, образности (за исключением сообщений (Berichte), где может ощущаться личное мнение, комментарий, суждение автора);	имена собственные и термины топонимики, названия явлений общественно-политического характера, термины из различных областей науки, техники, искусства, историзмы (архаизмы), безэквивалентная и фоновая лексика, лексические заимствования.
Воздействующая функция (т.е. способствующая формированию мнения читателя): - комментарий - Kolumne (разновидность комментария). - Glosse (колкий комментарий актуальных событий); - интервью.	- достоверная передача фактологической, событийной информации; - открыто оценочный, ярко публицистический характер, направленный на агитационное воздействие, по определённым параметрам сближающийся с художественной прозой;	- имена собственные и термины топонимики, названия явлений общественно-политического характера, термины из различных областей науки, техники, искусства, историзмы (архаизмы), безэквивалентная и фоновая лексика, лексические заимствования; - стилистически окрашенная социокультурная лексика, а именно пословицы и поговорки, афоризмы и крылатые слова, ситуативные клише;

Таким образом, в рамках нашей статьи мы обосновали выбор наиболее приемлемых публицистических жанров для формирования социокультурной компетенции на занятиях по немецкому языку. В этой связи важно отметить, что и объем, и содержание, и насыщенность социокультурной лексикой выбранных нами газетных жанров позволяют включить их в учебную университетскую программу на старшей ступени обучения, где использование газетных текстов отвечает целям организации учебного процесса как социокультурной и профессиональной интеграции.

Библиография:

1. Брандес М.П. *Stilistik der deutschen Sprache*. Москва: Высш. шк., 1990. 320 с.

2. Розен Е.В. *Газеты и журналы на нем. яз. в школе*: Пособие для учителя. Москва: Просвещение, 1985. 128 с.
3. Bürger H. *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin, New York: de Gruyter, 2005.
4. Lüger H.-H. *Pressesprache*, 2. Auflage. Tübingen: 1995.