

Ерёмина Дарья Аркадьевна

**ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В РАДИОПРОГРАММАХ ФОРМАТА "ПОЛИТЕЙНМЕНТ" (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКИХ ОБЩЕСТВЕННО-ПРАВОВЫХ РАДИОСТАНЦИЙ N-JOY И RADIOEINS)**

Темой данной статьи являются риторические приемы, которыми пользуются модераторы немецких общественно-правовых радиостанций для придания своей речи выразительности. В статье описаны такие средства образности как игра слов, метафора, эпитет, сравнение и оксюморон. Материалом исследования послужили передачи в формате "политейнмент", который представляет собой одно из важных явлений современных западных масс медиа. Суть этого медиафеномена заключается в подаче политических новостей в развлекательной форме.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2014/8-2/17.html](http://www.gramota.net/materials/2/2014/8-2/17.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2014. № 8 (38): в 2-х ч. Ч. II. С. 64-66. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2014/8-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2014/8-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_phil@gramota.net](mailto:voprosy_phil@gramota.net)

## SPEECH PORTRAIT OF SCHNITZLER'S SMALL PROSE HEROES

Dubakh Tat'yana Mikhailovna  
Ural State Pedagogical University  
romt2@list.ru

In the article the linguistic features of speech of small prose heroes of the Austrian writer A. Schnitzler whose creative work was at the end of XIX century – the beginning of the XX century are considered. Schnitzler was the member of the writers' group –Young Vienna" where Hermann Bahr was the ideological leader. –Young Vienna" writers were sure that it was very important to point out –the really Austrian" (H. Bahr) that filled their literature and to emphasize its originality and independence with respect to the German literature. This tendency was introduced in the creative heritage of A. Schnitzler, in the first place at the level of heroes' speech portrait that got the appropriate –colouring" subject to social position and familiarity degree of heroes.

*Key words and phrases:* speech portrait; small prose; hero; colloquial German speech; dialect; the Austrian variant of German literary language.

УДК 8; 811.112.24

**Филологические науки**

*Темой данной статьи являются риторические приемы, которыми пользуются модераторы немецких общественно-правовых радиостанций для придания своей речи выразительности. В статье описаны такие средства образности как игра слов, метафора, эпитет, сравнение и оксюморон. Материалом исследования послужили передачи в формате «политейнмент», который представляет собой одно из важных явлений современных западных масс медиа. Суть этого медиафеномена заключается в подаче политических новостей в развлекательной форме.*

*Ключевые слова и фразы:* «политейнмент»; массмедиа; стилистика немецкого языка; риторические приемы; современный немецкий язык.

**Ерёмина Дарья Аркадьевна**

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносов  
eremina.daria@gmail.com

**ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В РАДИОПРОГРАММАХ  
ФОРМАТА «ПОЛИТЕЙНМЕНТ» (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКИХ  
ОБЩЕСТВЕННО-ПРАВОВЫХ РАДИОСТАНЦИЙ N-JOY И RADIOEINS)<sup>©</sup>**

Явление «политейнмент» на современном западном радио представляет собой развлекательную подачу политических событий, а соответствующий термин «*polit inment*» происходит от сложения частей основ английских слов *politics* («политика») и *entertainment* («развлечение»).

Немецкий исследователь массмедиа Андреас Дёрнер дает, на наш взгляд, наиболее полное определение этого медиа явления. Согласно его точке зрения, «—политейнмент—представляет собой определенную форму публичной, опосредованной массовой коммуникации, в рамках которой политические темы, действующие лица этой сферы, процессы и явления встраиваются в новую политическую реальность с помощью развлечения» [2, S. 31]. (Здесь и далее перевод автора – Д. Е.) Анализируя отражение политики в средствах массовой коммуникации, Дёрнер приходит к выводу, что массмедиа за счет развлекательного компонента создают параллельную медийную политическую реальность.

Дёрнер предлагает разделять «развлекательную политику» и «политическое развлечение». «Развлекательная политика» представляет собой использование политиками стилевых средств и методов развлекательной отрасли, чтобы донести свои идеи до целевой аудитории. «Политическое развлечение» – это явление, подразумевающее использование средствами массовой информации фигур политиков, политических тем и конфликтов для формирования медийной политической реальности.

В данной статье будут рассматриваться стилистические приемы создания языковой образности в радиопрограммах, представляющих «политическое развлечение».

Среди отечественных исследователей массмедиа об этом явлении пишет М. Н. Володина в статье «О роли СМИ в процессе политической коммуникации (на материале немецких массмедиа)» [1]. В ее работе «политейнмент» назван понятием, отображающим наличие (или превалирование) развлекательного компонента на уровне политики. Как отмечает Володина, в языке это отражается в отказе от четкой аргументации и усилении эмоционально окрашенных конструкций, а также в эффектном использовании готовых клише [Там же, с. 10].

Материалом исследования, результаты которого легли в основу данной статьи, послужили две радиопрограммы общественно-правовых немецких радиостанций *N-JOY* и *radioeins*, которые выходили в эфир в августе 2013 года. Первая из них представлена программой «Supermerkel» («Супермеркель»), вторая – передачей «Einfach Schroeder» («Просто Шрёдер»).

Передача «Supermerkel» (I) состоит из вымышленных диалогов политических фигур (канцлера Ангелы Меркель, бывшего министра обороны Томаса де Мезьер, лидеров различных партий) на актуальные темы: покупка самолетов-беспилотников немецким министерством обороны, выборы в бундестаг, прослушивание американскими спецслужбами немецких граждан и представителей власти.

Программа «Einfach Schroeder» (II) на общественно-правовой берлинской радиостанции *radioeins* является монологической. У нее есть свой ведущий, который в ироничной форме описывает ключевые события немецкой политики. Он обсуждает проблемы федерального уровня: заявление канцлера Ангелы Меркель о том, что она считает Интернет «неизведанной территорией», историю с покупкой самолетов-беспилотников министерством обороны Германии, а также спор о законе, определяющем минимальное количество женщин среди сотрудников крупных немецких предприятий.

Наиболее распространенным языковым приемом является *игра слов*. Этим приемом характеризуется 25% всех стилистически окрашенных лексических единиц в проанализированных передачах.

(I) Заголовок одного из выпусков на *N-JOY* «*D s Wählen der Anderen*» («Выбор других») обыгрывает название немецкого фильма «*D s Leben der Anderen*» («Жизнь других»), который посвящен описанию слежки Штати за гражданами ГДР.

В этом выпуске программы, получившей название «*Das Wählen der Anderen*», речь идет о том, что на парламентские выборы, которые должны были состояться в Германии в сентябре 2013 года, пошли небольшие партии, которые могли оттянуть на себя часть голосов крупных политических игроков. С помощью заголовка автор программы высмеивает отношение канцлера Ангелы Меркель к таким партиям, которые она не считает своими соперниками и вовсе не видит вокруг себя конкурентов. Эффект иронии усиливается за счет того, что заголовок, намекающий на название фильма о Штати, вызывает ассоциации с ГДРовским прошлым Меркель.

(II) Модератор программы «Einfach Schroeder» на берлинской общественно-правовой радиостанции *radioeins* также активно использует метод игры слов: «*Die Rei h en sollen jetzt lles offen legen. Tr nsp renz ist das entscheidende Stichwort. Der Hartz IV-Empfänger muss u h die Hosen runterl ssen. D s gt Rösler: „D s stimmt nicht. Der Hartz IV-Empfänger h t häufig bei dem Antr g s h on g r keine Hosen mehr n—» / «Сейчас богачи должны раскрывать все данные. Ключевое слово – транспарентность. Получатель пособия H rtz-IV тоже обязан говорить правду. На это Рёслер отвечает: —Невыйдет. Получатель H rtz-IV часто подает заявку на пособие уже без итанов”».*

В данном случае игра слов строится вокруг фамильярно-разговорного выражения «*die Hosen runterl ssen*», которое означает «говорить правду». В следующем предложении ведущий использует слово «*die Hosen*» в его прямом значении «*штаны*», обыгрывая буквальное понимание фразеологизма.

Вторым по распространенности средством создания образности на общественно-правовых радиостанциях является *метафора*. Этот прием встречается в 12% случаев стилистически окрашенных лексем и риторических приемов.

(I) Например, это касается фразы «*Heute wird de M iziere von Drohnen-Auss h uss gegrillt?!*» / «Сегодня де Мезьера поджарят на заседании комитета по беспилотникам?!» в передаче «Supermerkel» на радиостанции *N-JOY*.

Здесь речь идет о том, что бывшему министру обороны Германии Томасу де Мезьеру придется выступать перед специальным комитетом бундестага с отчетом о затраченных средствах на провалившуюся программу покупки беспилотников. Действия министерства вызвали в Германии серьезную критику, поэтому глагол «grillen» в значении «поджарить» использован в данном случае в переносном значении «критиковать».

(II) «*Die Grünen – das sind die Chinesen unter den deuts h en P rteien*». / «Зелёные» – это китайцы среди немецких партий».

Как мы видим, метафора появляется и в речи ведущего на *radioeins*. Дело в том, что партия «Зелёных» в немецком бундестаге внесла такое же предложение, что и ХДС. Именно поэтому «Зелёные» сравниваются с китайцами, которые в Европе известны кражами идей и технологий.

Помимо этого, следует отметить использование *эпитетов* в речи модератора на берлинской общественно-правовой радиостанции *radioeins*. Они составляют 10% средств создания образности и стилистически окрашенных лексем в проанализированных выпусках.

(II) «*Unser Verteidigungsminister Thom s de M iziere ist im Not. <...> Ausgere h net Thom s de M iziere, die-ser br ve P rteisold t, der immer effizient, zielsi h er und geräus h los w r» / «Наш министр обороны Томас де Мезьер попал в беду. <...> Именно Томас де Мезьер, этот храбрый партийный солдат, который всегда продуктивно работал, был целеустремленным и тихим».*

В данном случае модератор радиостанции *radioeins* использует эпитеты с положительной коннотацией: «brav» («храбрый»), «effizient» («продуктивный»), «zielsicher» («целеустремленный»), «geräuschlos» («тихий»). Таким образом, ведущий усиливает эффект контраста между репутацией политика и его неудачным решением вложить бюджетные средства в беспилотники, которые Германия не сможет использовать.

Модератор на берлинской общественно-правовой радиостанции *radioeins* добивается также эффекта иронии с помощью **сравнений**, которые составляют 9% от общего числа средств образности и стилистически окрашенной лексики в выбранных для анализа радиопередачах:

(I) «*D s Netz n h über 15 J hren immer no h „Neul nd—zu nennen, d s ist wie M gdeburg immer no h l s DDR zu bezei h nen*» / «Называть Сеть — неизведанной территорией» после 15 лет ее существования — это то же самое, что до сих пор называть Магдебург территорией ГДР».

В этой фразе обыгрывается цитата из речи канцлера ФРГ Ангелы Меркель, которая назвала Интернет «das Neuland», то есть «неизведанной территорией». Сравнение, приведенное модератором берлинской радиостанции, строится на абсурдности заявлений о том, что Магдебург входит в состав ГДР, так как этого государства больше не существует. С помощью этого приема ведущий высмеивает технологическую консервативность главы государства.

Модератор берлинской общественно-правовой радиостанции *radioeins* прибегает также к приему **оксюморона** ради создания эффекта иронии. Этот прием достаточно редкий и встречается только в 3% случаев использования риторических средств и стилистически окрашенной лексики.

(II) «*Auf jeden F ll h ben die selbsterntnen Internetneuländer m l wieder bewiesen, w s sie m besten können: die Bo tpeople us An logist n von der Küste mit der Her bl ssung der Festl ndbewohner herzli h verre ken lassen, bis sie vom Sturm us ihren Boten gebl sen werden*». / «В любом случае самопровозглашенные обитатели Интернета снова продемонстрировали, что они умеют делать лучше всего: любезно, со снисходительностью человека на суше дать —людям в лодках— из Аналогистана— подыхать у берега, пока их не содует из лодок во время шторма».

В данном случае модератор продолжает описывать скандал, спровоцированный словами канцлера Ангелы Меркель о том, что Интернет является «неизведанной территорией». В приведенном отрывке ведущий использует оксюморон «*herzli h verre ken l ssen*» в значении «любезно дать сдохнуть», чтобы подчеркнуть разделение общества на два лагеря: активных пользователей Интернета и тех, для кого он остается технологической новинкой. При этом с помощью риторического приема модератор высмеивает критиков Меркель, указывая на их пассивность и равнодушие по отношению к тем, кто не входит в сообщество активных пользователей Сети.

В целом можно сделать вывод об активном использовании модераторами немецких радиопрограмм в формате «политейнмент» различных средств языковой выразительности. Главными приемами, которыми пользуются ведущие, являются игра слов, метафора, эпитет, сравнение и оксюморон. Чаще всего, к этим средствам модераторы прибегают для создания эффекта иронии. В первую очередь в передачах высмеиваются действия политиков, которые стали предметом общественного обсуждения.

#### Список литературы

1. Володина М. Н. О роли СМИ в процессе политической коммуникации (на материале немецких массмедиа) // Политическая лингвистика. 2010. № 4. С. 9-12.
2. Dörner A. Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. Frankfurt a/M, 2001.

#### LEXICAL EXPRESSIVE MEANS IN THE SOUND PROGRAMS OF "POLITAINMENT" FORMAT (BY THE MATERIAL OF THE GERMAN SOCIAL AND LEGAL RADIO STATIONS *N-JOY* AND *RADIOEINS*)

Eremina Dar'ya Arkad'evna

M. V. Lomonosov Moscow State University  
 eremina.daria@gmail.com

The article deals with the rhetorical techniques which the moderators of the German social and legal radio stations use to make their speech expressive. The paper describes such figures of speech as metaphor, epithet, comparison and oxymoron. Broadcasts of "politainment" format which represents itself one of the important phenomena of the modern western mass media served as a material for the research. The essence of this media-phenomenon consists in the presentation of political news in the form of entertainment.

*Key words and phrases:* "politainment"; mass media; stylistics of the German language; rhetorical techniques; modern German language.