

Т. В. Боднарчук

Кам'янець-Подільський університет імені Івана Огієнка

DIE BESONDERHEITEN DER TEXTSORTE «GLOSSE» IN DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE

The article deals with the investigation of the «gloss» text genre features in the German-speaking journalism. The journalistic text functions are analyzed; based on this criterion their various classifications are discussed that were proposed by national and German scientists. The interpretation of the term «gloss» in the scientific literature is considered. The particular attention is paid to examining the structure of the «gloss» text genre, features of linguistic and stylistic means. The possibilities to influence the formation of the reader's opinion are analyzed; the extra-textual features of this genre that meet its communicative specifics are monitored; stylistic features of the «gloss» text genre are shown. The article deals with the specific linguistic features of the «gloss» text genre.

Key words: journalistic style, «gloss» text genre, «gloss» extra-linguistic features, «gloss» features.

In unserer Zeit der Information ist die Hauptaufgabe des Stils der Presse und der Publizistik, den Leser im Sinne einer bestimmten politischen und ideologischen Einstellung zu beeinflussen und zu informieren. Auf die Existenz des Stils der Presse und Publizistik weisen die Forscher in verschiedenen Ländern hin. Ihrer Meinung nach, soll die Bevölkerung über aktuelle Geschehnisse in der Politik, im Gesellschaftsleben, in der Kunst, Literatur, Wissenschaft und Technik nicht bloß unterrichtet, sondern auch nach einer bestimmten Richtung hin beeinflusst und überzeugt werden.

Dieses Problem ist Objekt der wissenschaftlichen Forschung von vielen ukrainischen und deutschen Sprachwissenschaftler wie M. Brandes, T. Glusak, I. Kim, L. Kreutschyk, H.-H. Lüger, J. Mosgowa, W. Pawlyk, A. Tertyschnyj und andere.

Das Ziel dieses Artikels ist, die Stellung der Textsorte «Glosse» im Stil der Presse und Publizistik zu bestimmen, die extralinguistischen Besonderheiten der Textsorte «Glosse» zu analysieren, die ihrer kommunikativen Spezifik entsprechen, die funktionalen Stützpunkte der Textsorte «Glosse» darzustellen, die auf den Leser Wirkung ausüben.

Der Stil der Presse und Publizistik informiert die Massen über alles Neue, über aktuelle Ereignisse im Gesellschaftsleben in ganzer Welt. Hierzu gehören beliebige aktuelle Gegenwartsfragen, für die man sich interessiert: politische, ökonomische, Fragen der Kultur und Erziehung und des Alltagslebens. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Stil der Presse und Publizistik zwei wichtigste Funktionen hat: Informations- und Meinungsbildungsfunktion.

Man unterscheidet in der wissenschaftlichen Literatur folgende publizistische Textsorten: Leitartikel, Bericht, Kommentar, Reportage, Nachricht, Zeitungsnotiz, Meldung, Glosse, was von der Vielfalt der sprachlichen Äußerungen im Stil der Presse und Publizistik zeugt. Einige Wissenschaftler meinen auch, dass man alle Textsorten des Stils der Presse und Publizistik in drei größere Klassen zusammenfassen kann: informierende Texte (Berichte, Nachricht, Mitteilung, Tageschronik, Interview, Rechenschaftsbericht, Beschreibung); analytische Texte (Rezension, Artikel, Glosse, Reportage, Appell, Aufruf) und künstlerisch-publizistische Texte (Ansprache, Reiseskizze, Essay, Pamphlet, Feuilleton).

Aber die Analyse der modernen wissenschaftlichen Quellen zeigt, dass die Wissenschaftler, die in unserer Zeit den publizistischen Stil untersuchen, meinen, dass

traditionelle Teilung der Genres in der Publizistik in informationelle, analytische und schöngeistig-publizistische Genres schon veraltet ist. Das beweisen auch die Prozesse, die wir in der westlichen und sogar in der deutschen Journalistik sehen können, wo die Pressegenres in zwei großen Teilen geteilt sind. Das sind tatsachenbetonte oder informationsbetonte Textsorten und meinungsbetonte Textsorten, wo die Äußerung der eigenen Meinung des Autors hervorgehoben ist [4; 6]. Informationsbetonte Textsorten in der Presse haben informative Funktion. Zu den wichtigsten informationsbetonten Textsorten der deutschen Presse gehören: die Meldung, die Nachricht, der Bericht, die Reportage, das Sachinterview und andere. Die Textsorten, wo die Äußerung der eigenen Meinung des Autors hervorgehoben ist, vereinigen analytische und schöngeistig-publizistische Genres. Diese Textsorten sind, der Meinung der Wissenschaftler nach, komplizierter für die Journalisten, die diese Textsorten schreiben, denn die Aufforderungen zu der Sprache, Bildhaftigkeit und Emotionalität höher sind.

Sie nehmen eine so genannte mittlere Position zwischen literarischen und journalistischen Textsorten. Die meinungsbetonten Textsorten in der deutschen Publizistik sind die Genres, wo die Bewertung der Ereignisse oder Gegenstände gegeben wird. Ihre Aufgabe ist Interesse der Leser zu ziehen, die mehr über die Meinung der Journalisten erfahren möchten. Die Sprache der Presse hat überhaupt den sozialen Bewertungscharakter. Die soziale Bewertung ist pragmatische Kategorie, das heißt, das ist die Bewertung der Ereignisse oder Meinungen von der Position der verschiedenen sozialen Interessen. Ihre Grundlage bildet Dichotomie «Übereinstimmung / nicht Übereinstimmung der progressiven sozialen Normen». Das kann man als Sprachtätigkeit bestimmen, die zu der positiven oder negativen Position des Subjektes führt [6, s.35-78].

Also, hier gehtes um positive oder negative Schattierung der meisten Zeitungsartikel und überhaupt um die Bewertung als einer der führenden Züge, die wir auf allen Ebenen des Zeitungstextes bemerken können. Der ukrainische Sprachwissenschaftler W. Pawlyk nennt solche meinungsbetonten Textsorten bewertungspublizistische Textsorten, denn gerade solche Benennung die Besonderheiten dieser Textsorten genauer zeigt [3]. Die deutsche Forscherin Z. Jungova meint, dass zu meinungsbetonten Textsorten gehören der Kommentar, das Feuilleton, die Glosse, die Kolumne, das Feature [6].

Der wichtigste Bestandteil der bewertungspublizistischen Textsorten ist die Tönung des Textes. Die Tönung des Textes ist der Bestandteil des struktur-funktionellen Baus der Genreform, eine der wichtigsten Erscheinungen der kommunikativen Pragmatik der Textsorte. In der Tönung auf der linguistischen Ebene werden die gesamten funktionell-kommunikativen Züge realisiert, die von den extralingualen Faktoren der Entstehung der Texte verschiedener Sprachgenres bestimmt werden. Tönung des Textes ist Resultat des Stilprozesses, in der Tönung wird axiologische Funktion realisiert, «Funktion des subjektiv-geistlichen Einflusses, die die psychologische Seite der Empfindung sichert» [1]. Die ironische Tonart der bewertungspublizistischen Textsorten ist vor allem vom extralingualen Faktor der kommunikativen Situation bedingt, und zwar: von der Nichteinhaltung der sogenannten «rituellen Handlungen», die für den Leser offensichtlich sind. Als rituelle Handlung verstehen wir gewohnheitsmäßige für eine bestimmte Gesellschaft Beziehungen, die allgemeingültig ist [3]. Die rituelle Handlung gründet sich auf der Vereinbarung der Mitglieder der Gesellschaft (öffentlich oder geheim) darüber, welche Erscheinungen oder die Prozesse den Idealen entsprechen, nach denen sich diese oder jene Gesellschaft richtet, also «richtige» oder «falsche» Idealen.

B. Hatim und I. Mason haben bemerkt, dass ironisierend, der Sprecher eigentlich nichtdaran glaubt, was er sagt; er äußert seine Beziehung zu der geraden Interpretation einer Erscheinung [5].

Die Textsorten «Glosse» sind ein Beispiel des ironischen bewertungspublizistischen Genres in der deutschen Presse. Den Glossen sind die Kürze, die Treffgenauigkeit,

die Deutlichkeit, der Witz und der Scharfsinn kennzeichnend. Der Gegenstand der Glossen sind im Allgemeinen die Taten, Ereignisse, das Verhalten, die sich der Kritik unterziehen. Eine Kulmination der Glosse ist die Pointe – sie ist der unmittelbare, unerwartete Sinn, mit dem der Text zu Ende geht. Oft ist es ein unerwarteter Standpunkt. Die Adressaten der Textsorten «Glosse» sind oft die Menschen, die eine Hochschulbildung haben, und die Leser, die sich mit der Vervollkommnung der Bildung beschäftigen und haben die liberalen politischen Ansichten. Infolge der Analyse der Textstruktur behaupten einige Wissenschaftler, dass der Adressat der «Glosse» kein gewöhnlicher Leser ist. Der Mensch, der die «Glosse» liest, hat nicht nur ein gutes Wissen in verschiedenen Gebieten der umgebenden Wirklichkeit, sondern auch findet sich in der aktuellen (oder historischen) politischen Situation und in den Problemen des Kulturlebens zurecht. Der Adressat der Glosse dank dem hohen Niveau der Bildung im Zustand ist, jene Ironie bezüglich der beschriebenen Erscheinungen zu fühlen, die vom Autor dargestellt wird, und vom Lesen Spaß zu bekommen. Die Analyse der wissenschaftlichen Literatur zeigt, dass die ironische Tonart der Textsorten «Glosse» auf dem extralinguistischen Niveau von dem Leser verstanden wird. Und eine wichtige Rolle in den Textsorten «Glosse» spielt Ironie, die für die meinungsbetonten Textsorten typisch ist.

Die Erforschung der Spezifik von der Massenkommunikation und ihrer Realisierungsform – der Glosse ist heute ein aktuelles Problem, das genauere Untersuchung verlangt. Unserer Meinung nach, ist es wert, diesen Begriff etwas genauer zu betrachten. In den Bedeutungswörterbüchern wird Glosse als Textsorte auf folgende Weise interpretiert: «Ein knapper polemischer Kommentar in der Presse zu aktuellen Ereignissen oder Problemen» [8, s.654]. Es wird auch hervorgehoben, dass sie auf schlechten unfreiwillig komischen oder entlarvenden Sprachgebrauch abzielt. Glossen, die ihre Adressaten zum Lachen reizen wollen, bedürfen den blitzenden Einfall. Also, die Analyse der deutschen wissenschaftlichen Literatur zeigt, dass die Glosse die zeitungspublizistische Textsorte ist, die zu den analytischen meinungsbetonten Textsorten gehört.

Die Hauptidee solcher Texte sind die Deutung und die Bewertung der Ereignisse oder der Erscheinungen. Man bestimmt die Glosse als eine kurze, zusammengefasste Mitteilung, die den Leser durch die Verbindung der Leichtigkeit der Form und genauer Argumente, die in dieser Mitteilung gegeben sind, beeinflusst. [9, s.49].

M. Brandes meint, dass der Witz und der Sarkasmus der Glosse sie als satirische Textsorte charakterisiert. Und solche Textsorte werden oft in der politischen Polemik gebraucht [1, s.208].

H.-H. Lüger bestimmt die Glosse als journalistisches Genre, in dessen Texten besonders große Aufmerksamkeit der Äußerung des wichtigen Gedankens gewidmet ist. Der Wissenschaftler sagt, dass die Glosse sich von den Informationsbetonten Textsorten und vom Kommentar unterscheidet, weil in den Texten, die die Äußerung des Gedankens hervorheben, die Rede um «Deutung und Bewertung» geht [7, s.136-137].

B. Sandig meint auch, dass der wichtigste Charakterzug der Glosse ist die Bewertung. Solche Bewertung soll für die Teilnehmer des Kommunikationsprozesses verständlich sein. Sehr oft, der Meinung des Forschers nach, wird die Bewertung der Ereignisse vom Autor auf bestimmten Leserkreis gerichtet. Der Sprachwissenschaftler behauptet, dass die Bewertung sich auf die Argumentation gründet. Und diese Argumentation verlangt unbedingt die Information [9, s.497-498].

Der moderne ukrainische Stilforscher W. Pawlyk betrachtet Ereignisse in der Politik und Kultur als Gegenstand der Kommunikation in der Textsorte «Glosse» [3, s.4]. Die Texte der Glosse setzen sich mit den Problemen der Außen – und Innenpolitik, der globalen und Gesellschaftspolitik sowie den Fragen der Kunst, des Sports und der Massenmedien auseinander. Der Wissenschaftler weist auch

darauf hin, dass diese Textsorte als kompliziert gilt und einen hohen Grad des Professionalismus sowie der Kompetenz vom Adressanten auf allen Gebieten voraussetzt. Was den Adressaten dieser Texte anbetrifft, erwähnt der Autor, dass sie sich auf gebildetes, überdurchschnittliches Publikum orientieren [3, s.5]. Es bedeutet, dass der Leser zum Textverständnis manchmal auch spezielle Kenntnisse benötigt.

Der Wissenschaftler W. Pawlyk weist die Glosse eine Dreikomponentenstruktur auf und setzt sich aus der Einleitung, dem Hauptteil und Schluss zusammen [3, s.4]. In der Einleitung wird eine gewählte Thematik eingeführt. Das Thema wird mit einem aktuellen Ereignis bzw. einem Bericht verbunden. Im Hauptteil wird diese Tatsache kommentiert und bewertet, indem der Leser die Grundinformationen bekommt, die für das komplexe Verständnis unentbehrlich sind. Jeder Teil des Textes wird durch die subjektiven Meinungen und Kommentare des Textreproduzenten attraktiver und interessanter gemacht. In der klassischen Variante enthält der abschließende Teil der Glosse den Kern des Textes, das heißt die Pointe, die in der geistreichen Form den überraschenden Gesichtspunkt des Geäußerten verkörpert. Es bedeutet, dass am Ende der ganze Text eine völlig andere, nämlich tiefere Bedeutung gewinnen kann, als es am Anfang überhaupt zum Vorschein gekommen ist. Die Glosse zielt, durch keine Autorenzeile gekennzeichnet, die Spalte in der Titelseite – und schafft es immer wieder, die Illusionen und die Mühsal des täglichen Nachrichtengeschehens in Form einer blitzenden Pointe zu karikieren.

Zu den funktional-kommunikativen Absichten der Textsorte «Glosse» zählt W. Pawlyk: «Bewertung», «Intention» und «Knappheit», dabei dominieren «Bewertung» und «Intention» [3, s.5], denn die Wirkung auf den Leser wird durch die Bewertung der Erscheinungen, die in der Glosse beschrieben werden, erzielt. Handeln, Ereignisse und Verhalten, die man kritisiert, bilden den Gegenstand dieser Textsorte. Die deutsche Wissenschaftlerin B. Sandig bestimmt daneben den sozialen Inhalt, der in der Bewertung des Gegenstandes mit Hilfe der Argumentation oder entscheidender Äußerung (Pointe) besteht, was den Leser unterhält [9].

Abschließend lässt sich resümieren, dass propagandistische Tätigkeit in der Textsorte «Glosse» grundlegend ist, die sich in der kommunikativen Situation der Texte widerspiegelt. Kommunikatives Ziel (Wirkung auf den Leser), kommunikative Absicht («Bewertung», «Intention», «Knappheit»), Gegenstand der Kommunikation (Ereignisse in der Kultur und Politik), Adressat (Journalist) und Adressant (gebildeter, überdurchschnittlicher Leser) bilden Bestandteile des kommunikativen Bereiches.

Die linguistischen Besonderheiten der Textsorte «Glosse» bestimmen die sprachliche Verkörperung ihrer extralinguistischen Merkmale vor und gelten als Weg zur Erreichung des kommunikativen Hauptzieles. Die Wirkung auf den Leser erfolgt durch die Bewertung der Erscheinungen, die durch stilistische, lexikalische, wortbildende und syntaktische Mittel realisiert wird.

Auf der lexikalischen Ebene gliedern die Stilforscher folgende Mittel aus: Jargonismen, Mundarten, Anglizismen, Neologismen, Modewörter, verschiedene feste Redewendungen, die der Glosse Expressivität verleihen und der Bewertung bestimmter Personen oder Ereignisse dienen [2, s.8]. Es wurde festgestellt, dass unter den wichtigsten Wortbildungsarten Zusammensetzung und Derivation vorherrschen. Zusammensetzung ist die wirksamste Art der Wortbildung, die häufig in der Publizistik zur sprachlichen Ökonomie dient. Außerdem gelten Komposita als Mittel, die der Glosse Expressivität und Prägnanz verleihen, wodurch ihre Verbreitung in diesen Texten bedingt ist. Als zweitgrößter Grundtyp der Wortbildung wird die Derivation bezeichnet, obwohl Präfigierung und Suffigierung eine recht unterschiedliche Rolle im Stil der Presse und Publizistik spielen. Zu den produktivsten in den Texten der Glosse werden Halbpräfixe Haupt-, Grund-, Kern-, Spitzen- und Ableitungen auf -ung, -heit, -keit, -schaft, -tumgezählt [9].

Charakterisiert man die syntaktischen Mittel der Bewertung, lassen sich folgende unterscheiden: elliptische Aussagesätze, Ausrufesätze, elliptische Teile der zusammengesetzten Sätze, selbständig gebrauchte Nebensätze. Vorwiegend sind zusammengesetzte Aussagesätze, in deren Grenzen Attributsätze und Objektsätze dominieren. Nominalisierungstendenzen werden in den Texten der Glosse verfolgt, es handelt sich um das Phänomen der Multiverbierung, bei dem einfache Verben durch die Kombination Verb + Substantiv ersetzt werden. Rhetorische Fragen nehmen auch in der Glosse einen großen Raum ein, mit deren Hilfe der Autor die Aufmerksamkeit des Lesers auf diese oder jene Erscheinung lenkt. Ihre Aktualität lässt sich durch expressive Möglichkeiten erklären [2, s.11].

Aus der Auseinandersetzung mit den obenange führten linguistischen Besonderheiten der Textsorte «Glosse» lässt sich folgende Vorgehweise leiten. Zuerst wird stilistische Differenzierung und Markierung des Wortschatzes bestimmt, dann befasst man sich mit den Wortbildungsmitteln, weiter werden syntaktische Mittel analysiert und abschließend Folgerungen hinsichtlich der dominierenden sprachlichen Mittel in der Glosse gemacht.

Abschließend lässt sich resümieren, dass propagandistische Tätigkeit in der Textsorte «Glosse» grundlegend ist, die sich in der kommunikativen Situation der Texte widerspiegelt. Kommunikatives Ziel (Wirkung auf den Leser), kommunikative Absicht («Bewertung», «Intention», «Knappheit»), Gegenstand der Kommunikation (Ereignisse in der Kultur und Politik), Adressat (Journalist) und Adressant (gebildeter, überdurchschnittlicher Leser) bilden Bestandteile des kommunikativen Bereiches. Die linguistischen Besonderheiten der Textsorte «Glosse» bestimmen die sprachliche Verkörperung ihrer extralinguistischen Merkmale vor und gelten bei der Textsorte «Glosse» als Weg zur Erreichung des kommunikativen Hauptzieles. Die Wirkung auf den Leser erfolgt durch die Bewertung der Erscheinungen, die durch stilistische, lexikalische, wortbildende und syntaktische Mittel realisiert wird.

Список використаних джерел:

1. Брандес М.П. Стилистика текста. Теоретический курс : учебник / М.П. Брандес. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Прогресс-Традиция, ИНФРА-М, 2004. – 408 с.
2. Мозгова Я.О. Мовностилістичні засоби експресивності сучасної німецької журнальної публіцистики : автореф. дис. ... канд. філолог. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Я.О. Мозгова. – Донецьк, 2011. – 20 с.
3. Павлик В.І. Мовленнєві характеристики жанру «глоса» : автореф. дис. ... канд. філолог. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / В.І. Павлик. – Донецьк, 2012. – 18 с.
4. Hänse G. Einstellungen als Kategorie zur Erfassung sprachlich reflektierter Beziehungen zwischen Text und Produzent und textreferentiellm Objektbereich / G. Hänse // Deutsch als Fremdsprache. – 1981. – № 4. – S. 208-214.
5. Hatim B. Discourse and the translator. Language in Social Life Series / B. Hatim, I. Mason. – Longman, 1990. – 258 p.
6. Jungova Z. Textsorten in der Presse und Publizistik und ihr stilistische Realisierung / Zuzana Jungova. – Brünn, 2006. – 107 s.
7. Lüger H.H. Pressesprache / H.H. Lüger. – 2-e auflage. – Tübingen : Niemeyer, 1995. – 169 s.
8. Metzler Lexikon Sprache / [herausgegeben von Helmut Glück]. – Auflage: 2., überarb. u. erw. – Berlin : Directmedia, 2000. – 815 s.
9. Sandig B. Textstilistik des Deutschen / B. Sandig. – Berlin ; New York : Walter de Gruyter, 2006. – 584 s.

Стаття присвячена дослідженню особливостей текстового жанру «глоса», у німецькомовній публіцистиці. Проаналізовано функції публіцистичних текстів та на основі цього критерію розглянуто їх різноманітні класифікації, які запропоновані вітчизняними та німецькими науковцями. Розглянуто трактування поняття «глоса»

у науковій літературі. Особлива увага приділяється розгляду структури текстового жанру «глоса», особливостям мовно-стилістичних засобів. Проаналізовано можливості їх впливу на формування думки читача; прослідковано екстралінгвістичні особливості цього текстового жанру, які відповідають його комунікативній специфіці; показано стилістичні особливості текстового жанру «глоса». У статті розглянуто специфічні лінгвістичні ознаки текстового жанру «глоса».

Ключові слова: публіцистичний стиль, текстовий жанр «глоса», екстралінгвістичні особливості «глоса», лінгвістичні особливості «глоса».

Отримано: 15.03.2017 р.

УДК 821.111-343:81'255.4:811.161.2

О. В. Галайбіда

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

ВПЛИВ ХУДОЖНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ НА ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ УКРАЇНЦІВ

Головний рідномовний обов'язок кожного свідомого громадянина – працювати для збагачення культури своєї літературної мови, яка, у свою чергу, формує національну свідомість, зазначав І. Огієнко. Мова перекладів художніх творів має неабияку роль у формуванні та розвитку філологічної та культурної обізнаності читача, збагаченні словникового запасу. Багато українських перекладачів засадили принципами своїх перекладів визначили застосування адаптації, орієнтованої на створення органічного перекладу, наближеного до лінгвокультурних стереотипів українців, на збереження національно-культурних орієнтирів у мові. Особливе місце серед таких перекладів українською мовою займають художні переклади казок Редьярда Кіплінга, здійснені Леонідом Солоньком. Їх домінантою є невимущена розмовність і прагнення вплинути на формування етносвідомості українських дітей через збагачення їхнього мовлення лексичними одиницями з особливою виразністю та образністю, які не є характерними для повсякденного вжитку, але які перекладач хотів би повернути до активного словника українців. Використані у текстах перекладів Л. Солонька контекстуальні синоніми, стали вирази, кліше, фразеологізми передають культурно-національне світобачення українців та сприяють формуванню національної свідомості читачів.

Ключові слова: рідномовний обов'язок, художній переклад, національна свідомість, адаптація, контекстуальні синоніми, кліше, фразеологізми, культурно-національне світобачення українців.

Мовознавча тематика посідає визначне місце у творчому доробку видатного українського науковця, церковного і державного діяча, перекладача Івана Огієнка.

Визначальною національною ознакою є мова. У мові відображена національна культура і національна свідомість народу. Саме ці постулати висвітлені у працях І. Огієнка «Наука про рідномовні обов'язки», «Української літературної мови мусимо вчитися, щоб знати», «Наша літературна мова», «Рідна мова в українській школі» [3-6]. Формування любові до рідної мови є визначальним чинником збереження самобутності українського народу. Адже, як сказано, на початку було Слово, а Слово формує свідомість. Культура рідної мови зростає із національною свідомістю народу [5, с.37]. Головними провідниками рідномовної політики є учителі, письменники, перекладачі. «Найсильніші й найперші творці соборної літературної мови – то свої письменники», зазначав І. Огієнко [5, с.50]. Головний рідномов-