

## ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ИРОНИИ НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКИХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

### LINGUISTIC MEANS OF EXPRESSING IRONY ON THE MATERIAL OF GERMAN PUBLICISTIC TEXTS

*E. Lavristscheva*

#### Annotation

The aim of the article is to analyse the functions of irony and means of creating irony in a publicistic text. The research is made on the actual material of modern German mass-media. The peculiarities and functions of the publicistic style are discussed in the introduction; the role of irony as the means of evaluativity and influence on the reader is defined. The most frequent means of creating irony in a publicistic text: morphological, lexical, stylistical are analyzed in the article. On the analysis of the language material the author distinguishes word building, allusions and repetitions as the most frequently used means.

**Keywords:** irony, publicistic style, repetition, allusion, stem-composition.

*Лаврищева Екатерина Владимировна*  
К.филол.н., доцент,  
Елецкий государственный  
университет им. И.А. Бунина

#### Аннотация

Целью статьи является анализ функции иронии и средств ее создания в публицистическом тексте. Исследование основано на фактическом материале немецких современных средств массовой информации. Во введении рассматриваются особенности публицистического стиля, анализируются его функции, определяется роль иронии как средства оценочности и воздействия на читателя. В статье анализируются наиболее частотные средства создания иронии в публицистическом тексте: морфологические, лексические, стилистические. Анализ языкового материала позволяет выделить в качестве наиболее частотных средств словообразование, аллюзии, повторы.

#### Ключевые слова:

Ирония, публицистический стиль, повтор, аллюзия, словосложение.

Современный этап развития общества характеризуется сложными глубинными общественными, политическими, социальными процессами. Значительную роль при этом играют средства массовой информации, способствуя формированию общественного мнения. Основной функцией СМИ наряду с информативной является функция воздействия, т.е. информировать, выражая при этом определённую общественную позицию и убеждая читателей в её истинности. Публицистические произведения характеризуются актуальностью проблематики, политической страстностью и образностью, остротой и яркостью изложения. Агитационно-пропагандистской функцией публицистики определяется высокая степень ее экспрессивности и эмоциональности.

А.Н. Васильева в качестве основных экстралингвистических признаков публицистического стиля указывает актуальность и новизну информации, явно выраженную позицию автора, наличие оценочной программы, эмоциональную окрашенность текста [Васильева 1982: 37].

Таким образом, для языка СМИ характерно быстрое приспособление к постоянно изменяющимся реалиям окружающей действительности, тонким анализом социальных приоритетов, оказывающих влияние на сознание каждого отдельного человека и определяющих его поведение, и точным отражением этих аспектов в своих текстах. Для того, чтобы сделать содержание более актуальным, авторы статей вынуждены искать общепонятные и в

то же время отличающиеся свежестью и новизной формы выражения. Одним из ярких средств такого воздействия многие исследователи называют иронию, которая именно в публицистике стала уже не только и даже не столько стилистическим приемом, сколько способом мировосприятия, состоянием духа, способом мышления, незаметно возникшим как общая тенденция времени за счет многообразия средств ее выражения.

В качестве материала нашего исследования мы изучали статьи и заголовки онлайн-газет и журналов ("Der Spiegel", "STERN.de", "FOCUS Online").

Анализ языкового материала свидетельствует о том, что наиболее частотными средствами выражения иронии в языке СМИ являются исторические и литературные аллюзии, а также прецедентные тексты. Аллюзии чаще всего используются в заголовках:

ПРИМЕР 1: *"Trumps erster Tag. Narziss und Schoßhund"* (Spiegel online. 22. Januar 2017). В данном заголовке мы видим отсылку к произведению Г. Гессе "Нарцисс и Златоуст" (Narziss und Goldmund).

ПРИМЕР 2: *"Ein Jeep! Ein Jeep! Ein Konigreich fur einen Jeep!"* (Die Welt.21.10.2011) – намек на слова короля Ричарда из трагедии У. Шекспира "Король Ричард III" в стихотворном переводе (1833) актера Я.Г. Брянского.

ПРИМЕР 3: *"Eurokrise: Viele Gipfel - keine Ruh"*. (STERN.de. 31.01.2012). Прагматический аспект иронического высказывания заключается в использовании фразы из знаменитого стихотворения И.В. Гете, которая переносится в сферу экономики, что сразу же привлекает внимание читателя. В данном примере употребление в заголовке стереотипного, понятного для читателя изречения служит сигналом принадлежности к определенному социуму, связи с его традициями и культурой. Одной фразой автор статьи дает оценку сложившейся в ЕС ситуации и, конечно, оказывает влияние на мнение читателей. Такой газетный заголовок выступает в качестве намека, под влиянием которого явление социального характера или общественно-политическое, историческое событие оживает и активизируется в сознании читателя.

ПРИМЕР 4: *Frankreichs Einsatz in der Elfenbeinküste: Freiheit, Gleichheit, Profit*. (Der Spiegel. 06.03.2011). Данный заголовок служит примером исторической аллюзии. В девизе Великой французской революции "Свобода, равенство, братство!" последний компонент заменяется на лексему "*Profit (выгода, прибыль)*". Для создания комизма применяется перечисление, в основе которого лежит "вольное" обращение с однородными членами предложения, что приводит к нарушению логичности их перечисления.

Прецедентные единицы – одна из доминирующих моделей речетворчества, для которой важнейшим условием её продуктивности и функционирования является когнитивная репрезентация, или в расширительном значении когнитивная база лингвокультурного сообщества [Голубева 2007: 152]. Например: *Der Staat bin ich. (Putin)* (Der Spiegel. 25.09.2011). Фраза "Государство – это я!" приписывается французскому королю Людовику XIV (1643–1715). Данная фраза цитируется для характеристики человека с большим самомнением, который отождествляет свой личный интерес с интересом государства, и противопоставляет себя обществу. В статье данная прецедентная единица употребляется не только с иронией, но и несет оценку происходящей ситуации в стране. Таким образом, прецедентные единицы выполняют как экспрессивную и эмоционально-оценочную функцию, так и номинативно-информативную.

В языке СМИ также часто используется антитеза. Комическая антитеза в заголовке статьи позволяет выделить обобщающую функцию, т.е. по одной фразе можно не только догадываться о содержании статьи, но и прийти к определенным выводам. Без сомнения, автор использует данное языковое средство для воздействия на реципиента и, как следствие, для формирования его мнения: *Superreiche in der Politik: Playboys, Paten, Patrioten*. (Die Welt. 18.01. 2012).

Среди логико-синтаксических средств создания иронии следует выделить в первую очередь повторы. Без со-

мнения, именно повтор является средством создания выразительности. С его помощью автор подчеркивает, выделяет в речи важную в смысловом отношении группу слов. Функция нарастания способствует не только большей силе высказывания, большей напряженности повествования, но и служит для выражения иронии. В текстах СМИ можно встретить не только многократные повторы одного и того же слова (примеры 1, 2, 3), но и синонимические повторы (пример 4), а также деривационные повторы (пример 5).

ПРИМЕР 1. *"Im Kreml folgt als Präsident der Russischen Föderation, auf einmal oder auch zwei Mal sechs Jahre, Wladimir Putin auf Wladimir Putin"*. (Die Welt. 27.09.2011);

ПРИМЕР 2. *Um unsere neurotischen Anwandlungen, unser neurotisches Hobby ist es ab jetzt schlecht bestellt*. (Amerika, du wirst uns fehlen. Spiegel online. 22. Januar 2017);

ПРИМЕР 3. *Es wurde jeder Quatsch gedacht, und dass es Quatsch war, schien sogar die Voraussetzung dafür, dass er gedacht wurde*. (Amerika, du wirst uns fehlen. Spiegel online. 22. Januar 2017).

ПРИМЕР 4. *Sie verunglimpfen Trumps alternative Fakten als Lügen, als Spinnereien, als Irrweg, weil sie ihre Macht bedrohen*. (Debatte um lugenden Trump-Sprecher. Fakt you! Spiegel online. 23. Januar 2017).

ПРИМЕР 5. *Was ist das überhaupt für ein faktenverachtendes Faktenbild, bei dem jedes Faktum erst einen Check durchlaufen muss, bevor es anerkannt wird? Purer Wahrheitsdarwinismus! Jeder Faktenprüfer muss als das gebrandmarkt werden, was er ist: als wahrer Faktenfeind*. (Debatte um lugenden Trump-Sprecher. Fakt you! Spiegel online. 23. Januar 2017)

Достаточно частотными являются в текстах немецких СМИ синтаксические повторы, а именно анадиплосис (подхват) (пример 6) и анафора (пример 7).

ПРИМЕР 6. *"Der Präsident wird Regierungschef, der Regierungschef Präsident - und dann wird noch einmal getauscht"*. (Der Spiegel. 25.09.2011);

ПРИМЕР 7. *Denn was machen wir, wenn wir nicht mehr über die Nato diskutieren können, weil es sie gar nicht mehr gibt? Und es gibt sie, Trump hat das bereits angekündigt, in der Sekunde nicht mehr, in der er die grundsätzliche, immer gültige Verteidigungsgarantie vom Tisch nimmt*.

*Was machen wir jetzt in einem Land, in dem der ehemalige Außenminister Guido Westerwelle noch vor wenigen Jahren den Abzug der in Deutschland gelagerten Atomraketen zu einer der wichtigsten Forderungen seiner Amtszeit erhob - offensichtlich in volliger Unkenntnis ihrer strategischen Funktion als Verbindungsglied zwischen deutschen und amerikanischen Kommandoebenen ("nukleare Teilhabe")? Vielleicht zieht Trump sie einfach ab. Zufrieden?*

*Was machen wir in einem Land, in dem der kommende Bundespräsident den zaghaften Versuch, eine milde Form der Abschreckung aufrechtzuerhalten, als "Sabelrassel" bezeichnet und sich damit in der Tradition der Brandt'schen "Ostpolitik" wagt (die nur durch Atomraketen abgesichert eine Chance hatte), wenn die Amerikaner keine Sabelrassel mehr zur Verfügung stellen?...*

*Was machen wir eigentlich, wenn die Welt mit Trump wieder - wie im Imperialismus (jetzt, liebe Linke, wurde das Wort endlich passen) - in "Einflussosphären" aufgeteilt wird? Wo endet die von Putin? In der Ukraine? Im Baltikum? Oder doch erst in Polen? Und was ist, wenn uns Putins Einflussgrenze nicht passt, seinem Kumpel in Amerika aber schon?* (Amerika, du wirst uns fehlen. Spiegel online. 22. Januar 2017)

В качестве морфологических средств создания иронии в публицистическом тексте часто используется превосходная степень прилагательного: *Wir sind jetzt der Feind. Der allerschlimmste Feind ist China. Die Chinesen sind, was die Wirtschaftsleistung angeht, auch dreimal so groß. Aber danach kommen schon wir Deutschen.* (Germany first. Spiegel online. 23.01.2017); *Bei der Eröffnung der Winterspiele in Sotschi wurde zwar viel marschiert und viel getanzt, dafür weniger geredet. Nicht das schlechteste Vorzeichen für die Wettkämpfe.* (Eröffnung der Winterspiele. Spiegel online. 07.02.2014); *Im Vorfeld hatte Organisationschef Dmitri Tschernyschenko höchste Erwartungen geweckt: Der Abend werde "wunderbar", das "Schönste, was man seit langem gesehen habe".* (Eröffnung der Winterspiele. Spiegel online. 07.02.2014)

Также одним из самых частотных средств передачи иронии является словообразование, а именно словосложение. Словосложение используется авторами часто для создания окказионализмов и служит для выражения иронии. Наиболее частотной моделью является "существительное + существительное". Функция речевой экспрессии и оценочности являются в данном случае преобладающими: *"Timoschenko-Prozess in Kiew: Endspiel für die Gasprinzessin".* (Der Spiegel. 6.09.2011); *Es ist einfach nicht mehr so wie früher in unserem Narrenparadies Bundesrepublik, dem Spaßland, in dem man politisch nicht erwachsen werden musste.*

(Amerika, du wirst uns fehlen. Spiegel online. 22.01.2017); *Jeder Faktenprüfer muss als das gebrandmarkt werden, was er ist: als wahrer Faktenfeind.* (Debatte um lugenden Trump-Sprecher. Spiegel online. 23.01.2017).

Как средство выражения иронии выступает также контаминация: *"Willkommen in Putlandia!"* (Der Spiegel. 25.09.2011); *Außenspiegel Hame gegen Merkozy (Angela Merkel und Nicolas Sarkozy sollen den Euro retten)* (Der Spiegel. 21.10.2011)

Итак, прагматический аспект той или иной статьи отражен через большое количество языковых средств, которые несут за собой определенные функции, например, функция убеждения, общения, выделительная и т.д. Ирония является одним из основных "орудий" автора, которая сообщает, оценивает, воздействует и убеждает читателя. Самыми частотными средствами создания иронии являются употребление превосходной степени прилагательного, словосложение, контаминация, прецедентные единицы, антитеза, повтор, аллюзия и т.д. Среди различных областей публицистики, как показывают данные статистики, самой излюбленной темой у журналистов для применения иронии является политика. СМИ выступает сегодня как основной и самый эффективный инструмент политических манипуляций. Приведенные нами примеры доказывают, что с помощью языковых средств, выражающих иронию, можно одновременно довольно четко описать не только ситуацию, но и личность, выразить свое мнение и тем самым воздействовать, в большей или меньшей степени, на восприятие ситуации другими людьми. Данный феномен не только вызывает улыбку, она остро и глубоко позволяет проследить позицию автора, которая зависит от его восприятия, видения определенной политической ситуации в чужой стране. Прагматическая роль иронии, таким образом, обусловлена тем, что она способна в определенной мере оказывать влияние, в данном случае, на политические процессы, способствовать политическому просвещению широких слоев населения.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Васильева, А.Н. Газетно-публицистический стиль речи / А.Н. Васильева. – М.: Русский язык, 1982. – 37 с.
2. Голубева, Н.А. Слово. Текст. Дискурс. Прецедентные единицы / Н.А. Голубева // Язык, коммуникация и социальная среда. – Воронеж: ВГУ, 2007. – Вып.7. – С.152–168.
3. Зайцева, В.А. Особенности перевода иронии на примере публицистических текстов / В.А. Зайцева, Е.А. Кушнерова // Лингвистическая теория и образовательная практика: сб. науч. ст. / Белорус. гос. ун-т; отв. ред. О.И. Уланович. – Минск: Изд. Центр БГУ, 2014. – С. 173–179.
4. Матвеева, Т.В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: Синхронно-сопоставительный очерк / Т.В. Матвеева. – Свердловск, 1990. – С. 51–84.