

КОНЦЕПТ «УДИВЛЕНИЕ» В ДИСКУРСЕ СМИ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)

Русяева Мария Михайловна

Кандидат филологических наук, доцент, Всероссийский
государственный университет юстиции (г. Саранск)
marijaru@mail.ru

Баранова Наталья Александровна

Кандидат филологических наук, доцент, Северный
(Арктический) федеральный университет
имени М.В. Ломоносова (г. Архангельск)
n.baranova@narfu.ru

CONCEPT "SURPRISE" IN THE MEDIA DISCOURSE (BASED ON GERMAN LANGUAGE)

**M. Rusyaeva
N. Baranova**

Summary: The article deals with the concept of "Staunen" (surprise) in German media discourse. The relevance of the work is due to the growing emotiveness of the journalistic text, which often becomes an element of propaganda. Therefore, the study of the manifestations of basic emotions, which include the emotion "surprise" will contribute to a deeper understanding of the text, which will undoubtedly come in handy in the modern world, full of conflicting information.

This concept is widely represented in the German press in such topics as nature / ecology, crime reports, economics and politics, children, food, social networks. The main lexical units that verbalize this concept in German are "das Staunen", "das Erstaunen", "die Verwunderung", and "die Überraschung" and their derivatives. They differ in intensity and emotional coloring.

The nomination "Staunen" (surprise) is the most stylistically neutral, since it means only visual perception of the object of surprise. The lexeme "die Überraschung" (surprise) focuses attention on the effect of the unexpectedness of what is happening. The lexeme die Verwunderung (amazement) means the extreme degree of intensity of surprise.

The greatest influence on the positive or negative assessment of "surprise" is played by the context. The conceptual signs of "surprise" are "surprise", "stunned", the desire to eliminate the "informative paradox", "curiosity", "shock", "deception", "enthusiasm", "interest".

Keywords: concept, surprise, journalistic text, mass media, lexeme.

Аннотация: В статье рассматривается концепт «Staunen» (удивление) в немецком медиа дискурсе. Актуальность работы обусловлена нарастающей эмотивностью публицистического текста, которая нередко становится элементом пропаганды. Поэтому изучение проявлений базовых эмоций, к которым причисляется и эмоция «удивление» будет способствовать более глубокому пониманию текста, что несомненно пригодится в современном мире, переполненном противоречивой информацией.

Данный концепт широко представлен в немецкой прессе в таких темах как природа/экология, криминальные сводки, экономика и политика, дети, еда, социальные сети. Основными лексическими единицами, вербализирующей данный концепт в немецком языке являются das Staunen, das Erstaunen, die Verwunderung, и die Überraschung и их производные. Они отличаются по интенсивности и эмоциональной окраске.

Наиболее нейтральна стилистически номинация «Staunen» (удивление), поскольку означает лишь зрительное восприятие объекта удивления. Лексема «die Überraschung» (неожиданность) акцентирует внимание на эффекте неожиданности происходящего. Лексема die Verwunderung (изумление) означает крайнюю степень интенсивности удивления.

Наибольшее влияние на положительную или отрицательную оценку «удивления» играет контекст. Концептуальными признаками «удивления» являются «неожиданность», «ошеломленность», желание устранить «информативный парадокс», «любопытство», «шок», «обман», «увлеченность», «интерес».

Ключевые слова: концепт, базовая эмоция, удивление, эмотивы, публицистический текст, СМИ, лексема.

В области современной антропоцентрической парадигмы особую актуальность приобретают работы, посвященные изучению человека во всех его проявлениях. При этом эмоциональная сфера, являясь неотъемлемой чертой homo sapiens, представляет несомненный интерес для лингвистики, поскольку позволяет выявить характер восприятия окружающей действительности в различных культурах через призму языка. Более того эмоциональный блок текста содержит в себе интерпретацию причинно-следственных связей, проанализировав которые, можно полнее и осознаннее понять картину мира автора, её субъективные и этнообусловленные особенности. Если же мы обратимся к публицистическому тексту, то многие исследователи свидетельствуют о его нарастающей эмотивности. Это

объясняется тем, что в современной напряженной ситуации в мире, публицистика зачастую является элементом пропаганды, а одним из наиболее её действенных способов является именно обращение к эмоциональности. Таким образом, изучение эмоциональной составляющей приобретает большую ценность.

В данной статье анализируется эмоция «удивление» на материале дискурса немецкоязычных СМИ. Данная эмоция в психологии относится к так называемым «базовым» эмоциям, наряду с «радостью», «страхом» и «печалью». Базовыми называются эмоции, присущие всем здоровым людям, почти одинаково проявляющиеся у представителей самых разных культур. Являясь реакцией на внезапное, неожиданное событие, удивление воз-

никает моментально, но также быстро и проходит, эта эмоция предваряет человеческое познание и стимулирует его развитие, подготавливая человека «к эффективному взаимодействию с новым, внезапным событием и его последствиями» [2; 3, с. 193].

Предмет исследования составляют вербальные способы выражения «удивления», репрезентируемые в современном немецкоязычном медийном дискурсе. Объектом исследования является концепт «удивление», его структура и элементы.

Следует сказать, что феномен «удивления» давно привлекает к себе внимание, в том числе и лингвистов. На данный момент существует ряд работ, изучающих концепт «удивления»: в русском и английском языке [2], [7], в русском и немецком языке на материале произведений Н.В. Гоголя и Э.Т.А. Гофмана [8], в русской и немецкой языковой картине мира [11], в русском языковом сознании [12], в тексте анекдота [9], в русской языковой картине мира [1] и др. Однако, его актуализация в публицистическом тексте немецкоязычных онлайн-СМИ не рассматривалась.

Целью данной статьи является анализ особенностей актуализации концепта «удивление» в немецкоязычном медийном дискурсе.

Актуальность работы обусловлена тем, что эмоциональный аспект публицистического текста, как уже было сказано выше, на волне информационных войн приобретает особую значимость. Эмоция «удивления» как одна из когнитивных эмоций предполагает эффект неожиданности и так называемого «непонимания», которое возникает при сопоставлении известного с чем-то нестандартным, с тем, что ломает стереотип мышления. Изучая «удивление» можно более тщательно проанализировать когнитивные механизмы, используемые автором, и, собственно, таким образом найти ключ к пониманию текста, что несомненно пригодится в современном мире, переполненном противоречивой информацией.

Материалом исследования послужили статьи немецкоязычных СМИ. При анализе языкового материала использовались следующие методы: метод когнитивного анализа, описательно-аналитический метод, сравнительно-сопоставительный, а также методы дискурсивного, контекстуального и контент-анализа текстов массовой коммуникации. Сбор информации осуществлялся методом сплошной выборки.

Удивление, являясь одной из базовых эмоций, тесно связано с интеллектуальной деятельностью «из-за наличия в ее структуре компонента «непонимания», который возникает как результат работы сознания по сопоставлению двух ситуаций или явлений – устоявшегося и нового» [9, с. 226]. Интеллектуальность концепта «удивление»

может быть понята и по-другому: причина удивления всегда осознаваема человеком, его испытывающим, что отличает эту эмоцию от других базовых эмоций, таких, как страх, тревога, радость [8, с. 7].

А.И. Сергеев в качестве основного отличительного признака концепта «удивление» называет информационный парадокс, заключающийся с одной стороны, в недостатке информации о событии – нам кажется, что то, что происходит, невозможно, противоречит привычному ходу вещей. Но, с другой стороны, информации должно быть достаточно – нам обычно понятно, чему именно противоречит произошедшее событие, которое и вызывает удивление [8, с. 7].

Для удивления характерны также широта в оценке: отрицательное – нейтральное – положительное; переходный характер – способность к быстрой трансформации в другое состояние; непродолжительность [1, с. 120]; субъективность – вызывать удивление у разных людей могут абсолютно разные вещи [8, с. 7]. При этом психологи определяют удивление как кратковременную, быстро проходящую реакцию на внезапное, неожиданное событие [4].

Тем не менее, вопрос о положительной или отрицательной коннотации эмоции «удивление» остается дискуссионным. Так, В.И. Шаховский придерживается мнения, что все эмоции, по своей оценке, образуют пары: есть и положительно окрашенная эмоция, и отрицательная [10, с. 37]. Следовательно, это относится и к эмоции удивления. Ортони также придерживается этой точки зрения, говоря о «приятном» или «неприятном удивлении» [6, с. 251]. Американский психолог Кэррол Изард говорит о том, что большинство людей оценивают удивление положительно и вспоминают обычно о тех случаях, которые вызвали «положительное» удивление [3, с. 245]. Мы полагаем, что удивление может иметь и положительную, и отрицательную коннотацию, что, как правило, всегда понятно из контекста.

В немецком языке концепт «удивление» представлен прежде всего лексемами *das Staunen*, *das Erstaunen*. Однако, следует сказать, что в русской и в немецкой картинах мира существует несколько номинаций для данного концепта, несколько отличающихся друг от друга по смысловым нюансам и потому обозначаемых разными лексемами: в русском языке – удивление, изумление, недоумение, озадаченность, ошеломление, в немецком — *Erstaunen*, *Stauen*, *Verwunderung*, *Überraschung*, *Verblüffung* [8, с. 80]. По нашему мнению, наиболее точно данный концепт представлен лексемой «*Stauen*», поскольку именно она наиболее нейтральна стилистически.

В немецком толковом словаре DUDEN у лексемы *Stauen* выделяются два значения: 1) *starke Verwunderung* (сильное удивление, изумление);

2) *staunende Bewunderung* (изумленное восхищение). Как мы видим, и в том, и в другом случае проскальзывает явная положительная коннотация. Более того, если взглянуть на определение данного понятия в широком смысле, то можно найти следующее интересное замечание «*Staunen ist eine Emotion beim Erleben von unerwarteten Wendungen oder von unbekanntem Schöner und Großem*» (Удивление – это эмоция, возникающая при переживании неожиданных поворотов или неведомой красоты и величия). То есть, в данном определении сохраняется смысл «позитивности» удивления, через лексемы «*Schöner und Großem*» (красивое и великое) [Wikipedia].

Западные психологи также придерживаются мнения о позитивном влиянии удивления и его интеллектуальном характере: «*Staunen wird begleitet von einem neurobiologischen Zustand der Erregung, einem inneren Unruhezustand, der sich motivationsfördernd auswirkt, bisher Unbekanntes zu erforschen und zu lernen*» (Удивление сопровождается нейробиологическим состоянием возбуждения, внутренним состоянием беспокойства, которое мотивирует на исследование и изучение ранее неизвестного) [13].

Таким образом, можно констатировать, что удивление в немецкой культуре базируется на представлении о его положительном воздействии на интеллектуальные способности человека, а также подразумевает, что то, что вызывает данную эмоцию, в большинстве случаев позитивно (красиво и величественно).

Основными темами, где упоминается данная эмоция являются: природа, занимающая первое место по частотности; второе место принадлежит теме преступлений; на третьем месте экономика и политика, также тема удивления присутствует в сообщениях о культуре, спорте, еде, детях и социальных сетях. Стоит признать, что природа всегда удивляла человека и массив анализируемых статей лишь подтверждает данный факт. Из этого следует вывод, что концепт «удивление» бесспорно включает в себя природу как источник удивления.

Довольно часто одна из лексем концептуального поля «удивление» появляется в заголовках газетных статей, например: «*Bürgerschaftswahl: Lübecks Grüne zwischen Euphorie und Erstaunen*», «*Erben, Erstaunen und Erlebnisse in der Welt des Sports*», «*Besonderer Schatz versetzt eine ganze Stadt im Unstrut Hainrich Kreis in Erstaunen*», «*Erstaunen in Venedig: Canal Grande leuchtet grün – das sagen die Behörden*», «*BOBBY BOSTIC: Er kam nach 27 Jahren aus dem Gefängnis – über diese Dinge staunt er in Freiheit am meisten*», «*Ein Kunstwerk in der Hordorfer Kirche sorgt für Erstaunen*». Лексемы концептуального поля «удивление» будь то существительное *Erstaunen* (удивление), глагол *staunen* (удивлять, удивляться) или словосочетания *in Erstaunen versetzen, für Erstaunen*

sorgen (удивлять, изумлять) указывают на то, что речь в статье пойдет о неожиданном событии (событиях), которое не соответствует ожиданиям или привычному ходу вещей. Таким образом, читатель получает первичную информацию о содержании статьи – речь пойдет о чем-то непривычном, неожиданном.

Так, в статье «*Erstaunen in Venedig: Canal Grande leuchtet grün – das sagen die Behörden*», рассказывающей о том, что цвет воды в Гранд-канале в Венеции внезапно стал зеленым, понятно, что речь идет о крайне необычном явлении – вода в канале поменяла свой цвет. Это явление и послужило поводом для удивления и местных властей, и жителей и гостей города. В статье также есть лексический маркер того, что это внезапное, неожиданное событие – это наречие *plötzlich*: *Der berühmte Canal Grande von Venedig leuchtet am Morgen des Pfingstsonntags plötzlich grün* (Stuttgarter Nachrichten 29.05.23).

В онлайн-версии газеты «*Hessischen/Niedersächsischen Allgemeine*» автор пишет о видео с необычным животным в тиктоке, набравшем более миллиона просмотров: «*Erkennen Sie, was es ist? Rätselhaftes Tier erstaunt das Internet. Ab und an tauchen in den sozialen Medien Videos von erstaunlichen Wesen auf. Die Internet-Community ist jedes Mal Feuer und Flamme, wenn es darum geht, das Rätsel zu lösen*» (Hessischen/Niedersächsischen Allgemeine 26.05.2023). Концепт «удивление» вербализован через лексему «*erstaunen*» – «*erstaunt das Internet*» (удивляет интернет). Источник удивления – «*rätselhaftes Tier*» (загадочное животное). Концептуальными элементами «удивления» в данном примере выступают «загадочность», «природная принадлежность», «эффект неожиданности», «любопытство». Загадочность передается через прямую номинацию «*rätselhaft*» (загадочный), а также через словосочетание «*erstaunlichen Wesen*» (удивительное существо), то есть через лексему «*Wesen*» (существо) передается та самая неопределенность, которая и вызывает удивление. Поскольку как говорилось выше, удивление – это эмоция, вызванная информационным парадоксом. И в данном случае такой информационный парадокс и передан через лексему «*Wesen*», то есть этот загадочный зверь может быть и не зверем вовсе, а «неизвестным» науке существом. Эффект неожиданности выражен глаголом «*auftauchen*» (неожиданно появляться, всплывать, выныривать). Любопытство как следствие эмоции удивления передается через устойчивое фразеологическое выражение «*Feuer und Flamme für etwas*» (пламенно, страстно, горячо). В данном случае пламенно увлечься предполагается *Rätsel lösen* «решением загадки». Последствием удивления является страстное желание ликвидировать тот самый «информационный парадокс», а именно устранить несовпадение реальности и прошлого опыта.

В другом примере говорится уже о конкретных жи-

вотных «Hase, Schwein und Katze» (заяц, свинка и кошка), которые живут в аэропорту Сан-Франциско: «Am Flughafen San Francisco arbeiten Hase, Schwein und Katze» (В аэропорту Сан-Франциско работают заяц, свинья и кошка). Концепт «удивление» реализуется через лексему «überraschen» (поражать, удивлять): «Die Tiere gehören zur sogenannten „Wag Brigade“, was übersetzt so viel wie „Wedel-Brigade“ heißt, und sind Teil der Flughafen-Therapietiere am San Francisco Airport (SFO). Sie sollen die Gäste überraschen, zum Lachen bringen und das Reisen angenehmer machen» (Kieler Nachrichten 26.05.2023).

Глагол «überraschen» отличается от «erstaunen» смысловыми нюансами. Глагол «erstaunen» подразумевает зрительное восприятие объекта удивления, «überraschen» относится к группе эмотивно-нагруженных глаголов потрясения, ошеломленности, озадачивания [5, с. 4]. Глагол «überraschen» является многозначным глаголом, обозначающим разные степени удивления – от нейтрального до положительного, вызывающего радость, до отрицательного, неприятного, застающего врасплох (DUDEN online). В описанном выше примере глагол «überraschen» выступает в значении «mit etwas nicht Erwartetem erfreuen» (радовать чем-то неожиданным). Благодаря наличию в высказывании Sie sollen die Gäste überraschen, zum Lachen bringen und das Reisen angenehmer machen положительно окрашенных лексем «angenehm» (приятный), «zum Lachen bringen» (пассмешить) снимается многозначность лексемы «überraschen». Следовательно, в данном случае мы можем говорить о «позитивности» удивления.

В статье «Atommüll: Schweizer Entscheidung löst «großes Erstaunen» aus» глагол «überraschen» напротив имеет отрицательную коннотацию, что создается наличием в высказывании прилагательного begeistert в сочетании с отрицательной частицей nicht и всем контекстом высказывания: Die Schweiz will ihr atomares Endlager in Nördlich Lägern bauen, nur wenige Kilometer von der deutschen Grenze entfernt. Dort ist man nicht begeistert - und auch überrascht: Der Standort war schon einmal ausgesiebt worden (Süddeutsche Zeitung 12.09.22).

Как видно из предыдущего примера, позитивный контекст не всегда сопутствует эмоции удивления. В статьях, посвященных преступлениям, концепт «удивление» приобретает негативный эмоциональный окрас. Так, например, в одном из газетных сообщений «Schockanruf» речь идет о телефонных мошенниках, которые обманули пожилую пару, лишив их всех сбережений: «Am Freitag erhielt ein älteres Ehepaar aus St. Andreasberg gegen 10:30 Uhr einen Schockanruf durch falsche Polizeibeamte, sowie einem angeblichen Staatsanwalt < > Doch in Wirklichkeit handelte es sich um eiskalten Betrug.<> Die **erstaunte** Tochter erklärte später ihren Eltern, dass sie keinen Unfall verursacht hatte» (Regional heute 29.05.2023). В данном

примере удивление связано с обманом. Негативный контекст поддерживается через лексемы «Schockanruf» (шокирующий звонок), «eiskalten Betrug» (ледяная ложь). То есть концепт «удивление» может иметь такие элементы как «шок» и «обман».

В следующей статье, посвященной экономической тематике, концепт «удивление» представлен лексемой «Verwunderung»: Die ersten Discounter reagieren nun – darunter auch Aldi, der vor Kurzem die Preise in seinen Filialen drastisch gesenkt hat. Das sorgte für Verwunderung. Und gleich darauf gibt es bei Aldi den nächsten Preishammer – die Kunden können ihr Glück kaum fassen. Die Preisspirale dreht sich deutlich nach unten (Ka-Insider 8.06.2023). В лексико-семантической классификации данный номинатив «Verwunderung» относится к группе глаголов удивления/восхищения, то есть с явно положительной коннотацией. В данном примере положительность подчеркивается выражением «die Kunden können ihr Glück kaum fassen» (Покупатели не могут поверить своему счастью). Лексема «Verwunderung» и производные от неё встречаются в текстах массмедиа гораздо реже, чем «Erstaunen».

Из вышесказанного можно сделать следующие выводы. Концепт «удивление» может иметь нейтральную, положительную и отрицательную оценку, в зависимости от контекста. Однако, наиболее часто в текстах массмедиа встречается именно положительная коннотация. В немецком языке концепт «удивление» представлен прежде всего лексемами das Staunen, das Erstaunen, die Verwunderung, и die Überraschung. Наиболее нейтральна стилистически номинация «Staunen» (удивление) и соответственно, глагол staunen, поскольку означает лишь зрительное восприятие объекта удивления, а оценочное отношение ей уже придает контекст. Существительное «die Überraschung» (неожиданность) и глагол überraschen относятся к группе эмотивно-нагруженной лексики со значением потрясения, ошеломленности, озадачивания. Её употребление акцентирует внимание на эффекте неожиданности происходящего. Лексема die Verwunderung (изумление) и её производные редко встречаются в текстах СМИ, поскольку означают крайнюю степень интенсивности удивления.

Основными темами, где присутствует эмоция удивления, являются природа, криминальные сводки, экономика и политика, культура, спорт, еда, дети и социальные сети. При этом нередко эмотив удивления вынесен в заголовок статьи. Это связано с желанием журналистов привлечь внимание к своему сообщению.

Элементами концептуального поля «удивление» являются «неожиданность», «ошеломленность», желание устранить «информативный парадокс», «любопытство», «шок», «обман», «увлеченность», «интерес».

ЛИТЕРАТУРА

1. Вотякова И.А. О концепте «Удивление» в русской языковой картине мира [Электронный ресурс] // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». 2015. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-kontsepte-udivlenie-v-russkoy-yazykovoy-kartine-mira> (дата обращения: 30.05.2023).
2. Дорофеева, Н.В. Удивление как эмоциональный концепт (на материале русского и английского языков): специальность 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание»: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Дорофеева Наталия Владимировна. — Краснодар, 2002. — 214 с.
3. Изард К.Э. Психология эмоций. - СПб.: Питер, 2006. - 464 с.
4. Ильин Е.П. Психофизиология состояний человека / Е.П. Ильин. - М. [и др.]: ПИТЕР, 2005 (АООТ Тип. Правда 1906). - 411 с.
5. Колаян К.В. Глаголы удивления немецкого языка (лексическая семантика и синтаксис): автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.04 / Пятигор. гос. лингвист. ун-т. - Пятигорск, 1999. - 16 с.
6. Ортони А., Клоур Дж., Коллинз А. Когнитивная структура эмоций // Язык и интеллект. М.: Прогресс, 1996. С. 314-384.
7. Пичугина, Е.В. Особенности вербализации эмотивного концепта «удивление» в русском и английском языковом сознании / Е.В. Пичугина // Академический журнал. — 2005. — № 2-3. — С. 29-39.
8. Сергеев, А.И. Контрастивно-семантический анализ концепта «удивление» в русском и немецком языках (на материале произведений Н.В. Гоголя и Э.Т.А. Гофмана): автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Сергеев Андрей Иванович. — Москва, 2004. — 211 с.
9. Филимошина Д.В. Реализация концепта «удивление» в тексте анекдота [Электронный ресурс] // Альманах современной науки и образования. 2012. № 2 (9): в 3-х ч. Ч. III. С. 226-229 URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1993-5552_2008_2-3_96.pdf
10. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж: Изд-во Воронежского ун-та, 1987. 192 с.
11. Щербакова, И.В. О концепте «удивление» в языковой картине мира (на материале русского и немецкого языков) / И.В. Щербакова // Новая наука: Стратегии и векторы развития. — 2017. — Т. 2, № 2. — С. 87-90
12. Янь, К. Категоризация концепта УДИВЛЕНИЕ в русском языковом сознании: психолингвистический аспект / К. Янь // Когнитивные исследования языка. — 2021. — № 3(46). — С. 294-299.
13. Berlyne D.E. (1974): Konflikt, Erregung, Neugier. Zur Psychologie der kognitiven Motivation. Klett-Verlag Stuttgart (Original 1960)
14. Staunen [Электронный ресурс]. URL: <https://de.wikipedia.org/wiki/Staunen> (дата обращения: 07.06.2023).

© Русыева Мария Михайловна (marijaru@mail.ru), Баранова Наталья Александровна (n.baranova@narfu.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»